ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ

ສັນຕິພາບ ເອກະລາດ ປະຊາທິປະໄຕ ເອກະພາບ ວັດທະນະຖາວອນ

ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ເລກທີ 0903 /ອຄ.ຄພນ

ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ, ວັນທີ 20 ພຶດສະພາ 2013

ຂໍ້ຕົກລົງ
ວ່າດ້ວຍຕະຫຼາດ

- ອີງຕາມ ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ວິສາຫະກິດສະບັບເລກທີ 11/ສພຊ, ລົງວັນທີ 09 ພະຈິກ 2005.
- ອີງຕາມ ດຳລັດຂອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ ວ່າດ້ວຍການຈັດຕັ້ງ ແລະ ການເຄື່ອນໄຫວຂອງ ກະຊວງ ອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, ສະບັບເລກທີ 522/ນຍ, ລົງວັນທີ 23 ທັນວາ 2011.

ລັດຖະມົນຕີວ່າການກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ອອກຂໍ້ຕົກລົງ:

ໝວດທີ 1
ຫລັກການທົ່ວໄປ

ມາດຕາ 1. ຈຸດປະສົງ

ຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ ກຳນົດລະບຽບການ ແລະ ມາດຕະຖານ ກ່ຽວກັບການສ້າງຕັ້ງ, ການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ ໃຫ້ມີຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ, ຊຸກຍູ້ການແລກປ່ຽນ, ຊື້-ຂາຍສິນຄ້າ ພາຍໃນຕະຫຼາດ, ຮັບປະກັນການສະໜອງສິນຄ້າທີ່ມີຄຸນນະພາບ, ຄວາມປອດໄພໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ ແລະສິ່ງແວດລ້ອມ, ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການແກ້ໄຂຄວາມທຸກຍາກ ແລະ ຍົກລະດັບຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາຊົນ ບັນດາເຜົ່າໃຫ້ດີຂຶ້ນ.

ມາດຕາ 2. ຕະຫຼາດ

ຕະຫຼາດໃນຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ ໝາຍເຖິງ ຕຶກອາຄານ ຫຼື ສະຖານທີ່ ທີ່ຖືກກຳນົດ, ພັດທະນາ ແລະ ນຳໃຊ້ໃຫ້ເປັນບ່ອນພົວພັນຊື້-ຂາຍ ແລະ ແລກ ປ່ຽນ ສິນຄ້າ ລະຫວ່າງບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ດ້ວຍກັນ.

ມາດຕາ 3. ການອະທິບາຍຄຳສັບ

ຄຳສັບໃນຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ມີຄວາມໝາຍດັ່ງນີ້:

1. ການພັດທະນາຕະຫຼາດ ໝາຍເຖິງ ການປັບປຸງຕະຫຼາດໃຫ້ໄດ້ມາດຕະຖານ, ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ ການພົວພັນຊື້-ຂາຍ ນັບແຕ່ສູນກາງລົງຮອດທ້ອງຖິ່ນ ໃຫ້ມີການຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ກາຍເປັນຕະຫຼາດທີ່ທັນສະໄໝ;

2. ຈັດສັນຕະຫຼາດ ໝາຍເຖິງ ການບໍລິຫານຈັດການ ການຈັດສະຖານທີ່, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ, ສຸຂະອານາໄມ, ການຮັກສາຄວາມປອດໄພ ການຮັກສາຄວາມສະຫງົບ ແລະ ການຈໍລະຈອນສິນຄ້າ ພາຍໃນຕະຫຼາດ;

3. ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ ໝາຍເຖິງ ການຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ແນະນຳ ກ່ຽວກັບການສ້າງຕັ້ງ ແລະ ການເຄື່ອນໄຫວພາຍໃນຕະຫຼາດ ໃຫ້ໄດ້ຕາມມາດຕະຖານ ແລະ ເງື່ອນໄຂຂອງຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້;

4. ຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ ໝາຍເຖິງ ເຈົ້າຂອງກິດຈະການ ຫຼື ຜູ້ດຳເນີນທຸລະກິດຕະຫຼາດໃຫ້ເຊົ່າ/ຊື້ ຫ້ອງ ຫຼື ຮ້ານຂາຍ.

ມາດຕາ 4. ຫຼັກການພື້ນຖານການພັດທະນາຕະຫຼາດ

ການພັດທະນາຕະຫຼາດຕ້ອງປະຕິບັດຕາມຫຼັກການພື້ນຖານຄື:

1. ແທດເໝາະກັບແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງປະເທດ, ຖືກຕ້ອງ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບນະໂຍບາຍຂອງລັດຖະບານໃນການພັດທະນາຕະຫຼາດ;
2. ແທດເໝາະກັບບໍລິມາດສິນຄ້າ ທີ່ຈໍລະຈອນ ຢູ່ທ້ອງຖິ່ນ ຫຼື ເຂດນັ້ນໆ;
3. ສົ່ງເສີມຂະຫຍາຍຕະຫຼາດຢູ່ເຂດຊົນນະບົດ ຫ່າງໄກສອກຫຼີກ, ເຂດພູດອຍ ຄຽງຄູ່ກັບການອານຸລັກຮີດຄອງປະເພນີ ແລະ ວັດທະນາທຳຂອງປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າ.

ມາດຕາ 5. ຂອບເຂດການນຳໃຊ້

ຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ໃຊ້ສຳລັບບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ລວມທັງການຈັດຕັ້ງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດທີ່ເຄື່ອນໄຫວທຸລະກິດກ່ຽວກັບຕະຫຼາດຢູ່ພາຍໃນ ສປປ ລາວ. ແຕ່ບໍ່ກວມເອົາ ບັນດາຫ້າງ, ຮ້ານຊັບພະສິນຄ້າ ແລະ ສູນການຄ້າ ຊຶ່ງຈະໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນ ລະບຽບການສະເພາະ.

ໝວດທີ 2
ການສ້າງຕັ້ງ, ຂະໜາດ, ມາດຕະຖານ ແລະ ເງື່ອນໄຂກ່ຽວກັບຕະຫຼາດ

ມາດຕາ 6. ການສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ

ການສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ ແມ່ນການກໍ່ສ້າງຕຶກ, ອາຄານ ຫຼື ສະຖານທີ່ ເພື່ອເປັນບ່ອນພົວພັນຊື້-ຂາຍ ແລະ ແລກປ່ຽນສິນຄ້າ ໂດຍໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ຕາມລະບຽບກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ມາດຕາ 7. ຂະໜາດຂອງຕະຫຼາດ

ຕະຫຼາດຖືກແບ່ງຕາມຂະໜາດຄື:

1. ຕະຫຼາດໃຫຍ່;
2. ຕະຫຼາດກາງ;
3. ຕະຫຼາດນ້ອຍ.

ມາດຕາ 8. ຕະຫຼາດໃຫຍ່

ຕະຫຼາດໃຫຍ່ຕ້ອງມີມາດຕະຖານ ແລະ ເງື່ອນໄຂຄື:

1. ເນື້ອທີ່ຕຶກອາຄານ 3,601 ຕາແມັດຂຶ້ນໄປ;
2. ຕຶກອາຄານຕ້ອງມີໂຄງສ້າງຖາວອນ; ພື້ນຕຶກອາຄານ ແຂງລຽບພຽງ ແລະ ບໍ່ມີນ້ຳຂັງ; ຫຼັງຄາມຸງດ້ວຍວັດຖຸທົນໄຟ; ແຂງແຮງທົນທານ; ຄວາມສູງຂອງຫຼັງຄາຕ້ອງມີຄວາມເໝາະສົມໃນການລະບາຍອາກາດຢູ່ພາຍໃນເພື່ອຊ່ວຍລະບາຍອາກາດໂດຍວິທີທຳມະຊາດ. ສຳລັບຕຶກອາຄານທີ່ມີລະບົບລະບາຍອາກາດ ຫຼັງຄາບໍ່ຈຳເປັນສູງຫຼາຍກໍ່ໄດ້;
3. ມີຈຳນວນ 400 ຮ້ານຂຶ້ນໄປ, ຂະໜາດຂອງຮ້ານຂາຍ 3x3 ແມັດຂຶ້ນໄປ;
4. ບ່ອນວາງຂາຍສິນຄ້າ ຕ້ອງສູງຈາກ ພື້ນຢ່າງໜ້ອຍ 60 ຊັງຕີແມັດ, ທາງຍ່າງສຳລັບຜູ້ຊື້ພາຍໃນຕຶກອາຄານ ມີຄວາມກວ້າງບໍ່ຕ່ຳກວ່າ 1,5 ແມັດ;
5. ມີຫ້ອງການຈັດສັນຕະຫຼາດ;
6. ສະຖານທີ່ຈອດລົດເໝາະສົມສຳລັບຜູ້ຊື້ ແລະ ຜູ້ຂາຍ;
7. ມີຈຸດບໍລິການວັດແທກ-ຊັ່ງຜອງ;
8. ມີສາງ ຫຼື ເຄື່ອງແຊ່ເຢັນສຳລັບການເກັບຮັກສາອາຫານສົດເຊັ່ນ: ຜັກ, ຊີ້ນ, ປາ;
9. ທາງອ້ອມຕຶກອາຄານ, ທາງເຂົ້າ-ອອກ ລວງກວ້າງ 4 ແມັດຂຶ້ນໄປ;
10. ຫ້ອງນ້ຳຕ້ອງຕັ້ງຢູ່ບ່ອນເໝາະສົມນອກຕຶກອາຄານ, ເປັນຫ້ອງນ້ຳທີ່ສະອາດ ແລະ ພຽງພໍປະກອບດ້ວຍລະບົບກັ່ນຕອງທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ;
11. ມີລະບົບລະບາຍນ້ຳເສຍ;
12. ມີລະບົບແສງສະຫວ່າງພຽງພໍ ສາມາດອ່ານໜັງສືໄດ້;
13. ມີຈຸດກວດກາຄຸນນະພາບສິນຄ້າ, ສຸຂະອະນາໄມພືດ ແລະ ສັດ;
14. ບ່ອນຄຽນຖ່າຍສິນຄ້າ ຕ້ອງໃຫ້ມີຢູ່ບໍລິເວນໃດໜຶ່ງຢ່າງເປັນລະບຽບ ເພື່ອຮອງຮັບສິນຄ້າໃນແຕ່ລະມື້ ແລະ ຕ້ອງຢູ່ໃກ້ກັບຕຶກອາຄານເພື່ອສະດວກໃນການຂົນສິນຄ້າ;
15. ມີການແບ່ງເຂດສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດ;
16. ມີລະບົບປ້ອງກັນອັກຄີໄພ, ລະບົບນ້ຳປະປາຢ່າງພຽງພໍ;
17. ມີຮົ້ວອ້ອມຕະຫຼາດ;
18. ມີບ່ອນເກັບມ້ຽນຂີ້ເຫຍື້ອ.

ມາດຕາ 9. ຕະຫຼາດກາງ

ຕະຫຼາດກາງຕ້ອງມີມາດຕະຖານ ແລະ ເງື່ອນໄຂຄື:

1. ເນື້ອທີ່ ຕຶກອາຄານແຕ່ 900 ຫາ 3,600 ຕາແມັດ;
2. ຕຶກອາຄານຕ້ອງມີໂຄງສ້າງຖາວອນ; ພື້ນຕຶກອາຄານ ແຂງລຽບພຽງ ແລະ ບໍ່ມີນ້ຳຂັງ; ຫຼັງຄາມຸງດ້ວຍວັດຖຸທົນໄຟ; ແຂງແຮງທົນທານ; ຄວາມສູງຂອງຫຼັງຄາຕ້ອງມີຄວາມເໝາະສົມໃນການລະບາຍອາກາດຢູ່ພາຍໃນເພື່ອຊ່ວຍລະບາຍອາກາດໂດຍວິທີທຳມະຊາດ. ສຳລັບຕຶກອາຄານທີ່ມີລະບົບລະບາຍອາກາດ ຫຼັງຄາບໍ່ຈຳເປັນສູງຫຼາຍກໍ່ໄດ້;
3. ມີຈຳນວນແຕ່ 100 ຫາ 400 ຮ້ານ, ຂະໜາດຂອງຮ້ານຂາຍ 3x3 ແມັດຂຶ້ນໄປ ;
4. ບ່ອນວາງຂາຍສິນຄ້າ ຕ້ອງສູງຈາກ ພື້ນຢ່າງໜ້ອຍ 60 ຊັງຕີແມັດ, ທາງຍ່າງສຳລັບຜູ້ຊື້ພາຍໃນຕຶກອາຄານ ມີຄວາມກວ້າງບໍ່ຕ່ຳກວ່າ 1,5 ແມັດ;
5. ມີຫ້ອງການຈັດສັນຕະຫຼາດ;
6. ສະຖານທີ່ຈອດລົດເໝາະສົມ;
7. ມີຈຸດບໍລິການວັດແທກ-ຊັ່ງຜອງ;
8. ມີເຄື່ອງແຊ່ເຢັນສຳລັບການເກັບຮັກສາອາຫານສົດເຊັ່ນ: ຜັກ, ຊີ້ນ, ປາ;
9. ທາງອ້ອມຕຶກອາຄານ, ທາງເຂົ້າ-ອອກ ລວງກວ້າງ 4 ແມັດຂຶ້ນໄປ;
10. ຫ້ອງນ້ຳຕ້ອງຕັ້ງຢູ່ບ່ອນເໝາະສົມນອກຕຶກອາຄານ, ເປັນຫ້ອງນ້ຳທີ່ສະອາດ ແລະ ພຽງພໍ ປະກອບດ້ວຍລະບົບກັ່ນຕອງທີ່ໄດ້ມາດຕະຖານ;
11. ມີລະບົບລະບາຍນ້ຳເສຍ;
12. ມີລະບົບແສງສະຫວ່າງພຽງພໍ;
13. ມີຈຸດກວດກາຄຸນນະພາບສິນຄ້າ, ສຸຂະອະນາໄມພືດ ແລະ ສັດ;
14. ບ່ອນຄຽນຖ່າຍສິນຄ້າ ຕ້ອງໃຫ້ມີຢູ່ບໍລິເວນໃດໜຶ່ງຢ່າງເປັນລະບຽບ ເພື່ອຮອງຮັບສິນຄ້າໃນແຕ່ລະມື້ ແລະ ຕ້ອງຢູ່ໃກ້ກັບຕຶກອາຄານເພື່ອສະດວກໃນການຂົນສິນຄ້າ;
15. ມີການແບ່ງເຂດສິນຄ້າແຕ່ລະປະເພດ;
16. ມີລະບົບປ້ອງກັນອັກຄີໄພ, ລະບົບນ້ຳປະປາຢ່າງພຽງພໍ;
17. ມີຮົ້ວອ້ອມຕະຫຼາດ;
18. ມີບ່ອນເກັບມ້ຽນຂີ້ເຫຍື້ອ;

ມາດຕາ 10. ຕະຫຼາດນ້ອຍ

ຕະຫຼາດຂະໜາດນ້ອຍຕ້ອງມີມາດຕະຖານ ແລະ ເງື່ອນໄຂຄື:

1. ເນື້ອທີ່ອາຄານ ຕ່ຳກວ່າ 900 ຕາແມັດ;
2. ມີໂຄງສ້າງອາຄານຖາວອນ ຫຼື ເຄິ່ງຖາວອນ, ພື້ນແຂງລຽບພຽງ ແລະ ບໍ່ມີນ້ຳຂັງ, ຄວາມສູງຂອງຫຼັງຄາຕ້ອງມີຄວາມເໝາະສົມໃນການລະບາຍອາກາດຂອງຕະຫຼາດ ເພື່ອຊ່ວຍລະບາຍອາກາດໂດຍວິທີທຳມະຊາດ;
3. ມີຈຳນວນແຕ່ 50 ຫາ 100 ຮ້ານ, ຂະໜາດຂອງຮ້ານຂາຍ 3x3 ແມັດຂຶ້ນໄປ;

4. ບ່ອນວາງຂາຍສິນຄ້າ ຕ້ອງສູງຈາກ ພື້ນຢ່າງໜ້ອຍ 60 ຊັງຕີແມັດ, ທາງຍ່າງພາຍໃນອາຄານ ສໍາລັບຜູ້ຊື້ ມີຄວາມກວ້າງບໍ່ຕໍ່າກວ່າ 1,5 ແມັດ;
5. ມີຫ້ອງຈັດສັນຕະຫຼາດ;
6. ມີສະຖານທີ່ຈອດລົດເໝາະສົມ;
7. ມີຈຸດບໍລິການວັດແທກ-ຊັ່ງຜອງ;
8. ຫ້ອງນໍ້າຕ້ອງຕັ້ງຢູ່ບ່ອນເໝາະສົມນອກອາຄານ;
9. ມີລະບົບລະບາຍນໍ້າເສັຍ;
10. ຕິດຕັ້ງບັ້ງດັບເພີງຕາມຄວາມເໝາະສົມ;
11. ມີບ່ອນເກັບມ້ຽນຂີ້ເຫຍື້ອ;
12. ມີລະບົບປ້ອງກັນອັກຄີໄພ, ລະບົບນໍ້າປະປາຢ່າງພຽງພໍ;
13. ມີຮົ້ວອ້ອມຕະຫຼາດ;
14. ມີບ່ອນເກັບມ້ຽນຂີ້ເຫຍື້ອ.

ມາດຕາ 11. ເງື່ອນໄຂຂອງຜູ້ທີ່ຂໍອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ

ຜູ້ທີ່ຂໍອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດຕ້ອງມີເງື່ອນໄຂດັ່ງນີ້:

1. ພົນລະເມືອງລາວ;
2. ຕ້ອງມີ ທຶນພຽງພໍເຂົ້າໃນການກໍ່ສ້າງຕະຫຼາດ.

ມາດຕາ 12. ຂັ້ນຕອນການຂໍອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ

ຜູ້ທີ່ມີຈຸດປະສົງຂໍອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດຕ້ອງປະຕິບັດຕາມຂັ້ນຕອນດັ່ງນີ້:

1. ປະກອບເອກະສານ ເປັນຕົ້ນ: ໃບຄໍາຮ້ອງ, ມີເອກະສານການສໍາຫຼວດ, ອອກແບບ ທີ່ໄດ້ຜ່ານການຮັບຮອງຢ່າງຖືກຕ້ອງຈາກພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ບົດສະເໜີໂຄງການ ໂດຍມີການຢັ້ງຢືນຜ່ານ ອົງການ ປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ ທີ່ຕະຫຼາດຈະຕັ້ງຢູ່;
2. ມີເອກະສານຢັ້ງຢືນສິດນໍາໃຊ້ທີ່ດິນ ຫຼື ເອກະສານຢັ້ງຢືນໃຫ້ນໍາໃຊ້ທີ່ດິນ;
3. ຖ້າເປັນດິນລັດແມ່ນໃຫ້ໄປຂໍອະນຸຍາດ ສໍາປະທານຈາກຂະແໜງແຜນການ ແລະ ການລົງທຶນ;
4. ນໍາສະເໜີພະແນກອຸດສາຫະກໍາ ແລະ ການຄ້າແຂວງ,ນະຄອນຫຼວງ ສໍາລັບຕະຫຼາດຂະໜາດໃຫຍ່ ຫຼື ຫ້ອງການອຸດສາຫະກໍາ ແລະ ການຄ້າເມືອງຕາມການແບ່ງຂັ້ນຄຸ້ມຄອງສໍາລັບຕະຫຼາດຂະໜາດກາງ ແລະ ນ້ອຍ;
5. ພະແນກອຸດສາຫະກໍາ ແລະການຄ້າ ແຂວງ, ນະຄອນຫຼວງ ຫຼື ຫ້ອງການອຸດສາຫະກໍາ ແລະການຄ້າເມືອງ ປະສານສົມທົບກັບຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຄົ້ນຄວ້າແລ້ວ ນໍາສະເໜີຕໍ່ອົງການປົກຄອງ ທີ່ມີສິດໃນການອະນຸຍາດຕາມທີ່ໄດ້ກໍານົດໄວ້ໃນມາດຕາ 13 ຂອງຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້;
6. ຂໍຂຶ້ນທະບຽນວິສາຫະກິດ ດໍາເນີນທຸລະກິດໃຫ້ການບໍລິການເຊົ່າຫ້ອງ ແລະ ຈັດສັນຕະຫຼາດ (ໃນກໍລະນີທີ່ຍັງບໍ່ມີໃບທະບຽນວິສາຫະກິດໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດດ້ານນີ້);
7. ພາຍຫຼັງທີ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ສ້າງຕັ້ງແລ້ວ ພະແນກອຸດສາຫະກໍາ ແລະ ການຄ້າແຂວງ, ນະຄອນຫຼວງ ຫຼື ຫ້ອງການອຸດສາຫະກໍາ ແລະ ການຄ້າເມືອງ ຕິດຕາມ ແລະ ກວດກາ ການ

ເຄື່ອນໄຫວດຳເນີນທຸລະກິດຕາມລະບຽບການທີ່ ວາງໄວ້ ໂດຍສົມທົບກັບຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ມາດຕາ 13. ການແບ່ງຂັ້ນອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ

1. **ຕະຫຼາດໃຫຍ່** ແມ່ນ ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງ, ນະຄອນຫຼວງ ເປັນຜູ້ພິຈາລະນາໂດຍສົມທົບກັບຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລ້ວນຳສະເໜີຕໍ່ເຈົ້າແຂວງ, ເຈົ້າຄອງນະຄອນຫຼວງ ເພື່ອຕົກລົງອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງ;
2. **ຕະຫຼາດ ກາງ, ນ້ອຍ** ແມ່ນ ຫ້ອງການອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າເມືອງ ເປັນຜູ້ພິຈາລະນາໂດຍສົມທົບກັບຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງແລ້ວນຳສະເໜີຕໍ່ເຈົ້າເມືອງ ເພື່ອຕົກລົງອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງ.

ໝວດທີ 3
ຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ

ມາດຕາ 14. ຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ

ຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ ແມ່ນ ຄະນະທີ່ຖືກແຕ່ງຕັ້ງ ແລະ ປົດຕຳແໜ່ງ ໂດຍ ເຈົ້າແຂວງ, ເຈົ້າຄອງນະຄອນ ຫຼື ເຈົ້າເມືອງ ຕາມຂະໜາດຂອງຕະຫຼາດ ເພື່ອດຳເນີນການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ, ປະກອບດ້ວຍ: ຂະແໜງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ, ຂະແໜງ ການເງິນ, ເຈົ້າໜ້າທີ່ ປກສ ແລະ ຂະແໜງການອື່ນທີ່ຈຳເປັນ.

ມາດຕາ 15. ໜ້າທີ່ຂອງຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ.

ຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດມີໜ້າທີ່ດັ່ງນີ້:

1. ຄຸ້ມຄອງ, ຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ແນະນຳ ກ່ຽວກັບການເຄື່ອນໄຫວດຳເນີນທຸລະກິດຢູ່ພາຍໃນຂອບເຂດຂອງຕະຫຼາດໃຫ້ຖືກຕ້ອງ ແລະ ສອດຄ່ອງຕາມຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້;
2. ເກັບກຳສະພາບ ການຈັດສັນ, ການປຸກສ້າງ, ການໃຫ້ສຳປະທານໃນການສ້າງ ແລະ ແຜນການພັດທະນາຕະຫຼາດ ແລ້ວລາຍງານອຳນາດການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອຂໍທິດຊີ້ນຳໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ໃນແຕ່ລະໄລຍະ;
3. ຕັດສິນບັນຫາໃນຂອບເຂດຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງຕົນ, ພ້ອມນັ້ນໃຫ້ລາຍງານບັນຫາດັ່ງກ່າວໃຫ້ອຳນາດການປົກຄອງ ແຂວງ, ນະຄອນຫຼວງ, ເມືອງ ແລະ ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຊາບເພື່ອຂໍທິດແກ້ໄຂບັນຫາຄົງຄ້າງໃນແຕ່ລະໄລຍະ.

ມາດຕາ 16. ກົດລະບຽບຂອງຕະຫຼາດ

ຕະຫຼາດຕ້ອງມີກົດລະບຽບສະເພາະ ແລະ ກຳນົດເນື້ອໃນ ຢ່າງຮັດກຸມ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ ບຸກຄົນ ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ດຳເນີນການເຄື່ອນໄຫວແລກ ປ່ຽນຊື້-ຂາຍສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການໃນຂອບ

ເຂດຕະຫຼາດ ຕ້ອງໄດ້ປະຕິບັດຢ່າງເຂັ້ມງວດ. ກົດລະບຽບຂອງຕະຫຼາດແມ່ນຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດເປັນຜູ້ວາງອອກ ໂດຍການຮັບຮອງຈາກອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດແຕ່ລະຂັ້ນ.

ເພື່ອຄວາມເປັນເອກະພາບໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ ມອບໃຫ້ກົມການຄ້າພາຍໃນກໍານົດຫຼັກການລວມ ໃນການຮ່າງກົດລະບຽບຂອງຕະຫຼາດ.

ໝວດທີ 4
ສິດ ແລະ ພັນທະຂອງຄະນະກໍາມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ

ມາດຕາ 17. ສິດຂອງຄະນະກໍາມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ

ຄະນະກໍາມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດມີສິດດັ່ງນີ້:

1. ຄຸ້ມຄອງຊັບສິນບັດ ແລະບັນດາກິດຈະການຕ່າງໆທີ່ເປັນຂອງລັດຢູ່ພາຍໃນຕະຫຼາດ;
2. ແນະນໍາການຈັດສັນ ສະຖານທີ່ ຢູ່ພາຍໃນຕະຫຼາດໃຫ້ໄປຕາມຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້;
3. ສຶກສາອົບຮົມ ແລະໄກ່ເກ່ຍຜູ້ທີ່ລະເມີດກົດລະບຽບຂອງຕະຫຼາດ.

ມາດຕາ 18. ພັນທະຂອງຄະນະກໍາມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ

ຄະນະກໍາມະການຈັດສັນແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດມີພັນທະດັ່ງນີ້:

1. ຈັດຕັ້ງໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ນະໂຍບາຍ, ລະບຽບກົດໝາຍ, ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທາງດ້ານເສດຖະກິດ ແລະ ພັນທະຂອງຊາວຄ້າ-ຂາຍ;
2. ສະຫຼຸບສັງລວມ ແລະ ລາຍງານສະພາບການເຄື່ອນໄຫວ ການດໍາເນີນທຸລະກິດຂອງຕະຫຼາດໃຫ້ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ກໍ່ຄືອໍານາດການປົກຄອງເປັນແຕ່ລະໄລຍະ (ເດືອນ, ງວດ, ປີ);
3. ປະຕິບັດພັນທະອື່ນໆຕາມລະບຽບກົດໝາຍ.

ໝວດທີ 5
ສິດ ແລະ ພັນທະຂອງຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ

ມາດຕາ 19. ສິດຂອງຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ

ຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດມີສິດດັ່ງນີ້:

1. ເຊັນສັນຍາເຊົ່າ ຫຼື ນໍາໃຊ້ຮ້ານ, ຫ້ອງຂາຍ ແລະ ສະຖານທີ່ດໍາເນີນທຸລະກິດກັບຊາວຄ້າ-ຂາຍຕາມລະບຽບກົດໝາຍ;
2. ລະດົມທຶນເຂົ້າໃນການກໍ່ສ້າງຕະຫຼາດ;
3. ມີສິດສະເໜີຕໍ່ພາກລັດ ເພື່ອປັບປຸງ ຫຼື ສ້ອມແປງ, ຟື້ນຟູ ແລະ ຍົກລະດັບຕະຫຼາດ.

ມາດຕາ 20. ພັນທະຂອງຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ

ຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດມີພັນທະດັ່ງນີ້:

1. ສ້າງກົດລະບຽບຄຸ້ມຄອງຂອງຕະຫຼາດ;

2. ໃນກໍລະນີຈຳນວນຜູ້ທີ່ມີຈຸດປະສົງເຂົ້າມາດຳເນີນທຸລະກິດ ຢູ່ພາຍໃນຕະຫຼາດ ຫຼາຍກວ່າຈຳນວນ ຮ້ານ, ຫ້ອງຂາຍ ແລະ ສະຖານທີ່ບໍລິການ ຕ້ອງໃຫ້ມີການຈັດຕັ້ງການປະມູນ;
3. ຕ້ອງເສຍພັນທະຕ່າງໆໃຫ້ລັດຕາມລະບຽບກົດໝາຍ;
4. ເປັນເຈົ້າການປຸກລະດົມຊາວຄ້າ-ຂາຍຕິດລາຄາສິນຄ້າເປັນເງິນກີບ;
5. ຕ້ອງຕິດຕັ້ງຊິງກາງຢູ່ພາຍໃນຕະຫຼາດຢ່າງໜ້ອຍ 1 ຈຸດ;
6. ຕ້ອງຕິດຕັ້ງລະບົບໂທລະໂຂ່ງຢູ່ພາຍໃນຕະຫຼາດ;
4. ຮັບປະກັນວຽກງານປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ, ປ້ອງກັນອັກຄີໄພ, ສິ່ງແວດລ້ອມ ແລະ ສຸກຂາອະນາໄມໃນຂອບເຂດຕະຫຼາດ;
5. ສະຫຼຸບສັງລວມ ແລະ ລາຍງານສະພາບການເຄື່ອນໄຫວ ການດຳເນີນທຸລະກິດຂອງຕະຫຼາດໃຫ້ຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ ເປັນແຕ່ ລະໄລຍະ (ເດືອນ, ງວດ, ປີ);
6. ປະຕິບັດພັນທະອື່ນໆຕາມລະບຽບກົດໝາຍ.

ໝວດທີ 6
ສິດ ແລະ ພັນທະຂອງຊາວຄ້າ-ຂາຍ

ມາດຕາ 21. ສິດຂອງຊາວຄ້າ-ຂາຍ

ຊາວຄ້າ-ຂາຍມີສິດດັ່ງນີ້:

1. ເຊົ່າ/ຊື້ ຮ້ານ ຫຼື ຫ້ອງຂາຍ ນຳ ຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ;
2. ຂຶ້ນທະບຽນຢ່າງຖືກຕ້ອງ;
3. ເຄື່ອນໄຫວຊື້-ຂາຍສິນຄ້າທີ່ຖືກຕ້ອງ;
4. ໂອນສິດນຳໃຊ້ໃຫ້ຜູ້ອື່ນເຊົ່າຕໍ່ໄດ້ໃນກໍລະນີທີ່ສັນຍາຍັງມີຜົນບັງຄັບໃຊ້;
5. ສະເໜີຂໍຕໍ່ ຫຼື ລົບລ້າງສັນຍາ ເຊົ່າ/ຊື້ ຫ້ອງ ຫຼື ຮ້ານຂາຍ;
6. ສະເໜີຄຳເຫັນຕໍ່ອົງການຄຸ້ມຄອງຂອງລັດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອປົກປ້ອງສິດຜົນປະໂຫຍດສ່ວນລວມ ແລະ ສ່ວນຕົວໃນການດຳເນີນທຸລະກິດ;
7. ຮ້ອງທຸກ ຫຼື ຮ້ອງຟ້ອງ ເມື່ອເຫັນວ່າມີການກະທຳທີ່ບໍ່ ຖືກຕ້ອງໃນການປະຕິບັດ ໜ້າທີ່ວຽກງານ ຂອງພະນັກງານລັດ, ຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ ແລະ ຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ.

ມາດຕາ 22. ພັນທະຂອງຊາວຄ້າ-ຂາຍ

ຊາວຄ້າ-ຂາຍມີພັນທະດັ່ງນີ້:

1. ຕ້ອງປະຕິບັດຕາມແຜນການຈັດສັນ, ຈັດວາງຕາມປະເພດສິນຄ້າ;
2. ຕ້ອງປະຕິບັດກົດລະບຽບຂອງຕະຫຼາດ ຢ່າງເຂັ້ມງວດ ແລະ ຢູ່ພາຍໃຕ້ການຄຸ້ມຄອງ ຂອງຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ ແລະ ຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ;
3. ຕ້ອງຕິດລາຄາສິນຄ້າຕາມທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນລະບຽບກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ;
4. ຕ້ອງເສຍພັນທະຕ່າງໆໃຫ້ລັດຕາມລະບຽບກົດໝາຍ;

5. ສຳລັບຜູ້ທີ່ນຳເອົາຜົນຜະລິດຂອງຕົນເອງ, ເຄື່ອງກະສິກຳ, ຫັດຖະກຳຕ່າງໆ ມາຈຳໜ່າຍ ຫຼື ວາງຂາຍຢູ່ພາຍໃນຕະຫຼາດ ຕ້ອງປະຕິບັດຕາມກົດລະບຽບຂອງຕະຫຼາດ;
6. ປະຕິບັດພັນທະອື່ນໆຕາມລະບຽບກົດໝາຍ.

ໝວດທີ 7
ຂໍ້ຫ້າມ

ມາດຕາ 23. ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ

ຫ້າມຄະນະກຳມະການ ຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ ມີພຶດຕິກຳດັ່ງນີ້:

1. ສວຍໃຊ້ໜ້າທີ່ຕຳແໜ່ງຂອງຕົນ ຫຼື ຜ່ານບຸກຄົນອື່ນ ເພື່ອຜົນປະໂຫຍດສ່ວນຕົວ;
2. ປິດບັງ, ເຊື່ອງອຳ, ຖ່ວງດຶງ, ປອມແປງເອກະສານທາງລັດຖະການ;
3. ອອກຂໍ້ກຳນົດ, ກົດລະບຽບ ແລະ ຕັດສິນບັນຫາໃດໜຶ່ງດ້ວຍຕົນເອງ ທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ສອດຄ່ອງ ຕາມລະບຽບກົດໝາຍ ຊຶ່ງສ້າງຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ຊີວິດຊັບສິນລວມໝູ່ ແລະ ບຸກຄົນ;
4. ປົກປິດ, ເຊື່ອງອຳ, ສໍ້ໂກງ ແລະ ສວຍໂອກາດເອົາຊັບສິນຂອງລັດ, ລວມໝູ່ ແລະ ຂອງ ປະຊາຊົນມາ ເປັນຂອງຕົນເອງ, ຄອບຄົວ, ຍາດພີ່ນ້ອງ ແລະ ໝູ່ເພື່ອນໂດຍບໍ່ຖືກຕ້ອງ ຕາມກົດໝາຍ;
5. ເອົາຊັບສິນບັດຂອງລັດ, ລວມໝູ່ ແລະ ຂອງປະຊາຊົນ ເປັນຂອງຂວັນໃຫ້ແກ່ການຈັດຕັ້ງ ແລະ ບຸກຄົນໃດໜຶ່ງ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ແລະ ບໍ່ໄດ້ຮັບການຕົກລົງເປັນໝູ່ຄະນະ;
6. ມີພຶດຕິກຳອື່ນ ທີ່ລະເມີດລະບຽບກົດໝາຍກ່ຽວກັບຕະຫຼາດ.

ມາດຕາ 24. ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ

ຫ້າມຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດມີພຶດຕິກຳດັ່ງນີ້:

1. ຕໍ່ເຕີມອາຄານ, ສະຖານທີ່, ຂຶ້ນຄ່າເຊົ່າ ແລະ ຄ່າບໍລິການຕ່າງໆ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບ ອານຸຍາດ ຈາກຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ;
2. ອຳນວຍຄວາມສະດວກ ໃຫ້ແກ່ຊາວຄ້າ-ຂາຍນຳສິນຄ້າທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ເຂົ້າມາວາງຂາຍ ພາຍ ໃນຕະຫຼາດ;
3. ເປີດ ຫຼື ປິດ ຕະຫຼາດ ກ່ອນ ຫຼື ເກີນ ເວລາທີ່ໄດ້ກຳນົດ;
4. ສວຍໃຊ້ສະຖານທີ່ຕະຫຼາດເປັນບ່ອນມົ້ວສຸມ, ຫຼິ້ນການພະນັນທຸກປະເພດ ຫຼື ຄ້າ-ຂາຍ ສິນຄ້າທີ່ຕ້ອງຫ້າມ.

ມາດຕາ 25. ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຊາວຄ້າ-ຂາຍ

ຫ້າມຊາວຄ້າ-ຂາຍມີພຶດຕິກຳດັ່ງນີ້:

1. ຂາຍສິນຄ້າທີ່ຕ້ອງຫ້າມ, ສິນຄ້າບໍ່ຖືກຕ້ອງ, ສິນຄ້າປອມແປງ ລອກຮຽນແບບ, ສິນຄ້າໝົດອາຍຸ ແລະ ສິນຄ້າ ນອກລະບົບຢູ່ພາຍໃນຕະຫຼາດ;
2. ກັກຕຸນສິນຄ້າ, ຂຶ້ນລາຄາສິນຄ້າ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ;

3. ຫຼິ້ນການພະນັນທຸກປະເພດ, ໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ສິ່ງລາມົກອານາຈານຢູ່ພາຍໃນຕະຫຼາດ;
4. ນຳໃຊ້ອຸປະກອນວັດແທກຊັ່ງຜອງ ທີ່ບໍ່ໄດ້ມາດຕະຖານ.

ໝວດທີ 8
ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ

ມາດຕາ 26. ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ.

ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດແມ່ນອົງການລັດ ທີ່ມີສິດອຳນາດໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກງານພັດທະນາຕະຫຼາດ ແລະ ສິ່ງເສີມຕາໜ່າງການຄ້າ ໃຫ້ເປັນລະບົບ, ແນໃສ່ ຊຸກຍູ້ການແລກປ່ຽນ, ຊື້-ຂາຍສິນຄ້າ ພາຍໃນຕະຫຼາດ, ຮັບປະກັນການສະໜອງສິນຄ້າທີ່ມີຄຸນນະພາບ, ຄວາມປອດໄພໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ.

ມາດຕາ 27. ລະບົບການຈັດຕັ້ງຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ

ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ ຂອງຂະແໜງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແຕ່ ສູນກາງລົງຮອດທ້ອງຖິ່ນປະກອບມີ 3 ຂັ້ນຄື:

– ຂັ້ນສູນກາງແມ່ນ ກົມການຄ້າພາຍໃນ, ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ໂດຍມີພະແນກພັດທະນາຕະຫຼາດ ແລະ ສິ່ງເສີມຕາໜ່າງການຄ້າ ເປັນຜູ້ຊ່ວຍວຽກ;
– ຂັ້ນແຂວງແມ່ນ ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າແຂວງ, ນະຄອນຫຼວງ ໂດຍມີຂະແໜງການຄ້າພາຍໃນ (ໜ່ວຍງານພັດທະນາຕະຫຼາດ ແລະ ສິ່ງເສີມຕາໜ່າງການຄ້າ) ເປັນຜູ້ຊ່ວຍວຽກ;
– ຂັ້ນເມືອງແມ່ນ ຫ້ອງການອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ໂດຍມີຈຸງານການຄ້າພາຍໃນເປັນຜູ້ຊ່ວຍວຽກ.

ມາດຕາ 28. ພາລະບົດບາດຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ

ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດມີພາລະບົດບາດເປັນເສນາທິການໃຫ້ແກ່ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກງານຕະຫຼາດ ໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ.

– ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ ຂັ້ນສູນກາງ ແມ່ນ ກົມການຄ້າພາຍໃນ ຊຶ່ງເປັນເສນາທິການໃຫ້ແກ່ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າໃນການຊີ້ນຳ, ນຳພາຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດວຽກງານ ຕະຫຼາດໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ;
– ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນແຂວງ ແມ່ນ ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ຊຶ່ງເປັນເສນາທິການໃຫ້ແກ່ຄະນະປົກຄອງແຂວງ, ນະຄອນຫຼວງ ແລະ ກະຊວງອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ໃນການປະຕິບັດວຽກງານຕະຫຼາດ ໃນຂອບເຂດແຂວງຂອງຕົນ;
– ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານ ຕະຫຼາດຂັ້ນເມືອງແມ່ນຫ້ອງການອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າເມືອງ ຊຶ່ງເປັນເສນາທິການໃຫ້ແກ່ຄະນະປົກຄອງເມືອງ, ເທດສະບານ, ພະແນກອຸດສາ

ທະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແຂວງ, ນະຄອນຫຼວງໃນການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດໃນຂອບເຂດເມືອງຂອງຕົນ.

ມາດຕາ 29. ສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນສູນກາງ

ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນສູນກາງມີສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ດັ່ງນີ້:

1. ຄົ້ນຄ້ວາ, ຮ່າງນະໂຍບາຍ ແຜນການພັດທະນາ ແລະ ນິຕິກຳກ່ຽວກັບຕະຫຼາດ ເພື່ອສະເໜີຂັ້ນເທິງພິຈາລະນາປະກາດໃຊ້. ໃຫ້ຂະຫຍາຍຕົວອອກຢ່າງກ້ວາງຂວາງເພື່ອສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນຮູ້ຊື້, ຮູ້ຂາຍ ແລະ ເຂົ້າຮ່ວມໃນການຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດເປັນສິນຄ້າ;
2. ຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ອອກນິຕິກຳ ຫຼື ຄຳແນະນຳທາງດ້ານວິຊາການ ກ່ຽວກັບຕະຫຼາດຢູ່ພາຍໃຕ້ຂອບເຂດສິດ ແລະ ອຳນາດຂອງຕົນ.
3. ເຜີຍແຜ່ນະໂຍບາຍ ຫຼື ລະບຽບການກ່ຽວກັບການພັດທະນາຕະຫຼາດໃຫ້ພະແນກອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການຄ້າ ແຂວງ, ເມືອງ;
4. ກຳນົດຮູບແບບໃບຄຳຮ້ອງ, ບົດສະເໜີໂຄງການກໍ່ສ້າງຕະຫຼາດ ແລະ ລະບຽບການກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ການຈັດສັນຕະຫຼາດ ໃຫ້ລະອຽດຊັດເຈນ ເພື່ອແບ່ງສິດ ແລະ ເຂດຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງຂັ້ນຕ່າງໆ;
5. ຊຸກຍູ້ສ້າງບັນຍາກາດ, ສະພາບແວດລ້ອມທີ່ດຶງດູດ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການດຳເນີນທຸລະກິດພາຍໃນຕະຫຼາດ;
6. ສົ່ງເສີມ ແລະ ພັດທະນາຕະຫຼາດທັງຢູ່ໃນຕົວເມືອງ ແລະ ຊົນນະບົດ;
7. ແນະນຳ, ອຳນາດການປົກຄອງທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອສ້າງ ຫຼື ດັດແກ້ ແຜນພັດທະນາຕະຫຼາດໃຫ້ແທດເໝາະກັບ ສະພາບເງື່ອນໄຂຄວາມເປັນຈິງຂອງແຕ່ລະທ້ອງຖິ່ນ;
8. ຊີ້ນຳ, ຕິດຕາມ, ກວດກາ, ສະເໜີຍ້ອງຍໍ ແລະ ປະຕິບັດມາດຕະການໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດວຽກງານຕະຫຼາດໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ;
9. ເປັນເຈົ້າການປະສານສົມທົບກັບຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອແກ້ໄຂ, ປັບປຸງ ບັນດານິຕິກຳ, ທິດທາງການພັດທະນາ ແລະ ການຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ.

ມາດຕາ 30. ສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນແຂວງ

ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນແຂວງ ມີສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ດັ່ງນີ້:

1. ຜັນຂະຫຍາຍ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍ, ແຜນຍຸດທະສາດ ແລະ ນິຕິກຳຂອງຂັ້ນເທິງ
2. ເຜີຍແຜ່ນະໂຍບາຍ ຫຼື ລະບຽບການກ່ຽວກັບການພັດທະນາຕະຫຼາດໃຫ້ປະຊາຊົນ, ຊາວຄ້າ-ຂາຍ ເຂົ້າໃຈ ແລະ ເຂົ້າຮ່ວມໃນການພັດທະນາຕະຫຼາດ;
3. ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນການພັດທະນາຕະຫຼາດ ໃຫ້ຂະຫຍາຍຕົວອອກຢ່າງກ້ວາງຂວາງ ເພື່ອສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນຮູ້ຊື້, ຮູ້ຂາຍ ແລະ ເຂົ້າຮ່ວມໃນການຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດເປັນສິນຄ້າ;
4. ເຂົ້າຮ່ວມໃນການສ້າງບັນຍາກາດ, ສະພາບແວດລ້ອມທີ່ດຶງດູດ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການດຳເນີນທຸລະກິດພາຍໃນຕະຫຼາດ;

5. ສ້າງ ຫຼື ດັດແກ້ ແຜນພັດທະນາຕະຫຼາດໃຫ້ແທດເໝາະກັບສະພາບເງື່ອນໄຂຄວາມເປັນຈິງຂອງທ້ອງຖິ່ນຕົນ;
6. ຕິດຕາມ, ກວດກາ, ສະເໜີຍ້ອງຍໍ ແລະ ປະຕິບັດມາດຕະການ ໃນການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດໃນທ້ອງຖິ່ນຕົນ;
7. ເປັນເຈົ້າການປະສານສົມທົບກັບຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອສະເໜີແກ້ໄຂ, ປັບປຸງບັນດານິຕິກໍາ, ກ່ຽວກັບວຽກງານພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ;
8. ຮັບຜິດຊອບລວມທຸກການເຄື່ອນໄຫວ ແລະ ລະບົບການຈັດຕັ້ງໃນຕະຫຼາດ;
9. ນໍາສະເໜີເຈົ້າແຂວງ, ເຈົ້າຄອງນະຄອນຫຼວງ ເພື່ອອອກຂໍ້ຕົກລົງສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດໃຫຍ່ ຫຼື ສະເໜີ ແຕ່ງຕັ້ງຄະນະກໍາມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ;
10. ປະຕິບັດຕາມສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ອື່ນໆ ຕາມທີ່ໄດ້ກໍານົດໄວ້ໃນລະບຽບກົດໝາຍ.

ມາດຕາ 31. ສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນເມືອງ

ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນເມືອງ ມີສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ດັ່ງນີ້:

1. ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດນະໂຍບາຍ ແຜນຍຸດທະສາດ ແລະ ນິຕິກໍາຂອງຂັ້ນເທິງ;
2. ເຜີຍແຜ່ນະໂຍບາຍ ຫຼື ລະບຽບການກ່ຽວກັບການພັດທະນາຕະຫຼາດໃຫ້ປະຊາຊົນ, ຜູ້ປະກອບການເຂົ້າໃຈ ແລະ ເຂົ້າຮ່ວມໃນການພັດທະນາຕະຫຼາດ;
3. ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນການພັດທະນາຕະຫຼາດ ໃຫ້ຂະຫຍາຍຕົວອອກຢ່າງກ້ວາງຂວາງ ເພື່ອສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນຮູ້ຊື້, ຮູ້ຂາຍ ແລະ ເຂົ້າຮ່ວມໃນການຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມການຜະລິດເປັນສິນຄ້າ;
4. ເຂົ້າຮ່ວມໃນການສ້າງບັນຍາກາດ, ສະພາບແວດລ້ອມທີ່ດຶງດູດ ແລະ ອໍານວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການດໍາເນີນທຸລະກິດພາຍໃນຕະຫຼາດ;
5. ສະເໜີ ສ້າງ ຫຼື ດັດແກ້ ແຜນພັດທະນາຕະຫຼາດໃຫ້ແທດເໝາະກັບ ສະພາບເງື່ອນໄຂຄວາມເປັນຈິງຂອງທ້ອງຖິ່ນຕົນ;
6. ຕິດຕາມ, ກວດກາ, ສະເໜີຍ້ອງຍໍ ແລະ ປະຕິບັດມາດຕະການ ໃນການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດໃນທ້ອງຖິ່ນຕົນ;
7. ຮັບຜິດຊອບລວມທຸກການເຄື່ອນໄຫວ ແລະ ລະບົບການຈັດຕັ້ງໃນຕະຫຼາດ;
8. ນໍາສະເໜີເຈົ້າເມືອງ ເພື່ອອອກຂໍ້ຕົກລົງສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດກາງ ແລະ ນ້ອຍ ຫຼື ສະເໜີແຕ່ງຕັ້ງຄະນະກໍາມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ;
9. ປະຕິບັດຕາມສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ອື່ນໆ ຕາມທີ່ໄດ້ກໍານົດໄວ້ໃນລະບຽບກົດໝາຍ.

ໝວດທີ 9
ນະໂຍບາຍຕໍ່ຜູ້ມີຜົນງານ ແລະ ມາດຕະການຕໍ່ຜູ້ລະເມີດ

ມາດຕາ 32. ນະໂຍບາຍຕໍ່ຜູ້ມີຜົນງານ

ບຸກຄົນ ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ມີຜົນງານດີເດັ່ນ ໃນການຄຸ້ມຄອງ ຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ ຈະໄດ້ຮັບການຍ້ອງຍໍ ຫຼື ນະໂຍບາຍອື່ນ ຕາມລະບຽບກົດໝາຍ.

ມາດຕາ 33. ມາດຕະການຕໍ່ຜູ້ລະເມີດ

ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ລະເມີດຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ ຈະຖືກປະຕິບັດມາດຕະການສຶກສາອົບຮົມ, ທາງວິໄນ, ປັບໃໝ, ທາງແພ່ງ ຫຼື ລົງໂທດທາງອາຍາ ແລ້ວແຕ່ກໍລະນີເບົາ ຫຼື ໜັກ ຕາມລະບຽບກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ໝວດທີ 10
ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ

ມາດຕາ 34. ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ

ມອບໃຫ້ກົມການຄ້າພາຍໃນ, ພະແນກອຸດສາຫະກໍາ ແລະ ການຄ້າຂັ້ນແຂວງ ແລະ ຫ້ອງການອຸດສາຫະກໍາ ແລະການຄ້າຂັ້ນເມືອງ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ຢ່າງເຂັ້ມງວດ.

ທຸກໆພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ຈົ່ງຮັບຮູ້ ແລະ ໃຫ້ຄວາມຮ່ວມມື ໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ໃຫ້ໄດ້ຮັບຜົນດີ.

ມາດຕາ 35. ຜົນສັກສິດ

ຂໍ້ຕົກລົງສະບັບນີ້ມີຜົນສັກສິດ ນັບແຕ່ວັນລົງລາຍເຊັນເປັນຕົ້ນໄປ ແລະ ປ່ຽນແທນຂໍ້ກໍານົດ ສະບັບເລກທີ 0755/ກຄ.ພນ, ລົງວັນທີ 20 ມິຖຸນາ 2001.

ລັດຖະມົນຕີວ່າການ
ກະຊວງອຸດສາຫະກໍາ ແລະ ການຄ້າ

ດຣ. ນາມ ວິຍະເກດ

ສາລະບານ

ໝວດທີ 1 ຫລັກການທົ່ວໄປ 1
ມາດຕາ 1. ຈຸດປະສົງ 1
ມາດຕາ 2. ຕະຫຼາດ 1
ມາດຕາ 3. ການອະທິບາຍຄຳສັບ 2
ມາດຕາ 4. ຫຼັກການພື້ນຖານການພັດທະນາຕະຫຼາດ 2
ມາດຕາ 5. ຂອບເຂດການນຳໃຊ້.. 2
ໝວດທີ 2 ການສ້າງຕັ້ງ, ຂະໜາດ, ມາດຕະຖານ ແລະ ເງື່ອນໄຂກ່ຽວກັບຕະຫຼາດ.. 2
ມາດຕາ 6. ການສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ 2
ມາດຕາ 7. ຂະໜາດຂອງຕະຫຼາດ 3
ມາດຕາ 8. ຕະຫຼາດໃຫຍ່.. 3
ມາດຕາ 9. ຕະຫຼາດກາງ 4
ມາດຕາ 10. ຕະຫຼາດນ້ອຍ 4
ມາດຕາ 11. ເງື່ອນໄຂຂອງຜູ້ທີ່ຂໍອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ 5
ມາດຕາ 12. ຂັ້ນຕອນການຂໍອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ 5
ມາດຕາ 13. ການແບ່ງຂັ້ນອະນຸຍາດສ້າງຕັ້ງຕະຫຼາດ 6
ໝວດທີ 3 ຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ.. 6
ມາດຕາ 14. ຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ.. 6
ມາດຕາ 15. ໜ້າທີ່ຂອງຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ. 6
ມາດຕາ 16. ກົດລະບຽບຂອງຕະຫຼາດ 6
ໝວດທີ 4 ສິດ ແລະ ພັນທະຂອງຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ.. 7
ມາດຕາ 17. ສິດຂອງຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ.. 7
ມາດຕາ 18. ພັນທະຂອງຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ 7
ໝວດທີ 5 ສິດ ແລະ ພັນທະຂອງຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ.. 7
ມາດຕາ 19. ສິດຂອງຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ.. 7
ມາດຕາ 20. ພັນທະຂອງຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ 7
ໝວດທີ 6 ສິດ ແລະ ພັນທະຂອງຊາວຄ້າ-ຂາຍ.. 8
ມາດຕາ 21. ສິດຂອງຊາວຄ້າ-ຂາຍ 8
ມາດຕາ 22. ພັນທະຂອງຊາວຄ້າ-ຂາຍ 8
ໝວດທີ 7 ຂໍ້ຫ້າມ.. 9
ມາດຕາ 23. ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຄະນະກຳມະການຈັດສັນ ແລະ ຄຸ້ມຄອງຕະຫຼາດ 9
ມາດຕາ 24. ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຜູ້ບໍລິຫານຈັດການຕະຫຼາດ 9

ມາດຕາ 25. ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຊາວຄ້າ-ຂາຍ 9
ໝວດທີ 8 ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ..10
ມາດຕາ 26. ອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ. 10
ມາດຕາ 27. ລະບົບການຈັດຕັ້ງຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ 10
ມາດຕາ 28. ພາລະບົດບາດຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດ 10
ມາດຕາ 29. ສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນສູນກາງ 11
ມາດຕາ 30. ສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນແຂວງ 11
ມາດຕາ 31. ສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງວຽກງານຕະຫຼາດຂັ້ນເມືອງ........................... 12
ໝວດທີ 9 ນະໂຍບາຍຕໍ່ຜູ້ມີຜົນງານ ແລະ ມາດຕະການຕໍ່ຜູ້ລະເມີດ.. 13
ມາດຕາ 32. ນະໂຍບາຍຕໍ່ຜູ້ມີຜົນງານ... 13
ມາດຕາ 33. ມາດຕະການຕໍ່ຜູ້ລະເມີດ... 13
ໝວດທີ 10 ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ.. 13
ມາດຕາ 34. ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ 13
ມາດຕາ 35. ຜົນສັກສິດ 13