

การขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมาย การค้าที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียน

The Extension of the Registered Trademarks and Unregistered Trademarks Protection

ชวจริ เรียวแรงกุล*

Chavajaree Rieoraengkuson*

*อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ปริติ พนมยงค์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

*Lecturer, Pridi Banomyong of Faculty of Law, Dhurkit Pundit University

*Email: chavajaree.rie@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียน โดยการเปรียบเทียบกับหลักกฎหมายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) The Lanham Act (15 U.S.C.A. § 1125(a)) under § 43 (a) ของประเทศสหรัฐอเมริกา จากการศึกษาพบว่า การคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายรูปลักษณ์ ให้การคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่มีขอบเขตที่กว้างกว่าพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 ของประเทศไทย จากการสำรวจความเห็นของผู้ประกอบการพบว่า การคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าต้องเกิดจากความร่วมมือกันของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน หากมีการขยายคำนิยามคำว่า “เครื่องหมาย” และ “เครื่องหมายการค้า” จะทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสนหรือหลงผิดในการเลือกซื้อสินค้าว่าเป็นของผู้ผลิตรายใด

คำสำคัญ: เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายรูปลักษณ์ เครื่องหมายที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ สับสน หลงผิดทำหน้าที่ใช้งาน

Abstract

The objective of this study is to examine the extension of the right protection of the registered trademarks and unregistered trademarks owner. The Thai Trademarks Act, Amendment (No.2) Act, B.E.2543, section 4 is compared with The Lanham Act (15 USCA § 1125 (a)) under §43 (a) The study found that the rights of Trade Dress protection have broader scope than Trademark Act, section 4. It has been found that the trademark owners need to collaborate with both public and private sectors for the rights of trademarks protection. If Trademarks Act, section 4 is expanded the definition of the word “Mark” and “Trademark”, the consumers will not be confused or misled into buying goods.

Keywords: Trademark, Trade dress, Inherently Distinctive, Likelihood Confusion, Functionality

บทนำ

เครื่องหมายการค้าทำหน้าที่บอกถึงแหล่งที่มาของสินค้าและบริการ อีกทั้งทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าและบริการ นอกจากนั้นเครื่องหมายการค้ายังทำหน้าที่ในการโฆษณา และทำหน้าที่ในการขายสินค้าด้วย เครื่องหมายการค้าบางเครื่องหมายมีมูลค่าในทางธุรกิจที่สูง (วัล ดิงสมิตร, 2545) สามารถเปลี่ยนเป็นทุนได้ โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าจะได้รับค่าตอบแทนสิทธิจากการทำสัญญาอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าและจากการโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าให้กับผู้อื่นได้

ด้วยเหตุนี้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาจึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อผู้ประกอบการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ หากมีการกำหนดให้ความคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าทั้งที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนให้มีความชัดเจนมากขึ้น และขยายการคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายให้กว้างขึ้นกว่าในพระราชบัญญัติของเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 ที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน ในขณะเดียวกันก็ต้องไม่ให้การขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้านั้นเกิดการผูกขาดทางการค้า อันจะส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรม

ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีบทบัญญัติกฎหมายเครื่องหมายการค้าที่คุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนบัญญัติไว้อย่างชัดเจน จึงต้องนำหลักกฎหมายการลงขายตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 46 วรรคสองมาบังคับใช้ แต่ก็ยังไม่ครอบคลุมเพียงพอ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเปรียบเทียบกับหลักกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งมีกฎหมายคุ้มครององค์ประกอบรวมของเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) ไว้ใน The Lanham Act (15 U.S.C.A. § 1125(a)) under § 43 (a) ซึ่งเป็นการกำหนดมาตรฐานการคุ้มครองเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) ที่มีลักษณะการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่กว้างกว่าตามพระราชบัญญัติของเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 ของประเทศไทย และในขณะเดียวกันการคุ้มครององค์ประกอบรวมเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) ของประเทศสหรัฐอเมริกาไม่เป็นการผูกขาดทางการค้าอันเป็นการก่อให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ทั้งยังคุ้มครองสิทธิรวมไปถึงเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนอีกด้วย

ตามหลักกฎหมายการคุ้มครองเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) ใน The Lanham Act 15 U.S.C.A. § 1125(a) under § 43(a) ห้ามมิให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดกระทำการใดๆ ให้ผู้อื่นสับสนหรือหลงผิดในสินค้าหรือบริการต่างๆ เช่น รูปร่างหรือลักษณะของสิ่งที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ ขนาด รูปทรง คำ ชื่อ สัญลักษณ์ เครื่องมือ ภาพลักษณ์โดยรวมทั้งหมดของสินค้า

ดังจะเห็นได้จากคำพิพากษาศาลฎีกาของประเทศสหรัฐอเมริกาในคดี Two Pesos, Inc v. Taco cabana, Inc.,¹ ได้มีการขยายการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าให้รวมถึงการตกแต่งสถานที่ การตกแต่งหน้าร้าน เครื่องแบบพนักงาน ภาพรวมในการโฆษณา เมนูของร้านอาหาร การให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือการขาย เทคนิคการขาย และภาพรวมทั้งหมดของสินค้าที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำและแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการคุ้มครองเครื่องหมาย

¹ 505 U.S. 763, 112 S.Ct. 2753, 120 L.Ed.2d 615 (1992).

รูปลักษณ์ ไม่ได้จำกัดการคุ้มครองเฉพาะเครื่องหมายหรือสินค้าเท่านั้น แต่ยังหมายความรวมถึง ส่วนประกอบทั้งหมดของสินค้า และบริการที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นด้วย (McJohn, 2003, p.199)

ผู้วิจัยเห็นว่าการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าให้กว้างขึ้นกว่าใน พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน จะทำให้เกิดความเป็นธรรมแก่เจ้าของ เครื่องหมายการค้าทั้งภายในและต่างประเทศ และเป็นการส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการทั้งใน และต่างประเทศให้กล้าเข้ามาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากเห็นว่ารัฐบาลได้ให้ความสำคัญ กับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้ประกอบการที่ชัดเจนและครอบคลุม เพียงพอ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาในประเด็นดังกล่าวโดยการรวบรวมเอกสารทางกฎหมาย และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ นักวิชาการ เจ้าหน้าที่ทรัพย์สินทาง ปัญญา ตำรวจ ผู้พิพากษา และทนายความ ที่เกี่ยวข้องกับการประเด็นการวิจัย และนำมาเปรียบเทียบกับหลักกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาคือการคุ้มครองเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) The Lanham Act 15 U.S.C.A. § 1125 (a) under §43 (a) ซึ่งกล่าวถึงลักษณะ ประเภทและ สิทธิในการคุ้มครองเครื่องหมายรูปลักษณ์ ตลอดจนปัญหาที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนถูกละเมิดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าโดยการลงขายสินค้า

ผู้วิจัยจะนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวมากำหนดและขยายขอบเขตการคุ้มครอง สิทธิของผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 เพื่อให้ได้ผลสรุปและข้อมูลมาสนับสนุนกับหัวข้องานวิจัย นี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์และสร้างแนวคิดในการขยายขอบเขต บทนิยาม ประเภท และลักษณะของ เครื่องหมายที่สามารถจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าให้กว้างและชัดเจนขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับ การคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียน

แนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและ เครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน (Trade Dress)” โดยมีการใช้แนวคิดในทฤษฎีหลักกฎหมาย ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับทฤษฎีหลักกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนี้

1. ทฤษฎีหลักกฎหมาย Trade Dress ของประเทศสหรัฐอเมริกา The Lanham Act 15 U.S.C.A. § 1125 (a) under §43 (a) ห้ามมิให้กระทำการใดๆ ที่ทำให้ผู้อื่นสับสนหรือ หลงผิดในสินค้าหรือบริการว่าเป็นของผู้ประกอบการรายใด ซึ่งเป็นการคุ้มครองสิทธิของเจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน และใช้คุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายรูปลักษณ์ด้วย

จากหลักกฎหมายดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า การคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า ไม่จำเป็นต้องคุ้มครองเฉพาะตัวเครื่องหมายและบริการของสินค้านั้น แต่ยังขยายการ

คุ้มครองไปจนถึงรูปลักษณ์ขององค์ประกอบทั้งหมดของสินค้าและบริการนั้นด้วย (Trade Dress) ซึ่งเป็นการคุ้มครองสิทธิให้กับผู้ที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน

ดังจะเห็นได้จากคำพิพากษาศาลฎีกาของประเทศสหรัฐอเมริกาในคดี *Two Pesos, Inc v. Taco cabana, Inc.*,² และคดี *Wal-Mart Stores, Inc. v. Samara Brothers, Inc.* (McJohn, 2003, p.199) ศาลฎีกาได้ให้คำจำกัดความการคุ้มครององค์ประกอบรวมรูปลักษณ์ของเครื่องหมาย (Trade Dress) และรวมไปถึงการให้บริการด้วย เช่น การจัดตกแต่งร้านค้า การตกแต่งครัว เมนู ขนาด รูปทรง สี หรือสีที่ผสมกันหลายสี ลายเส้น ลายภาพ เทคนิคการขาย

ทั้งนี้องค์ประกอบรวมเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) จะต้องไม่ทำหน้าที่เพื่อการใช้สอยหรือใช้งานกับตัวผลิตภัณฑ์ (Functionality) หรือไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ หรือไม่มีลักษณะผูกขาดการใช้แต่เพียงผู้เดียว³ เครื่องหมายนั้นต้องมีลักษณะบ่งเฉพาะตั้งแต่แรกเริ่ม (Inherently Distinctive) หากเครื่องหมายนั้นไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะจะต้องพิสูจน์ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความหมายที่สองในการใช้ (Secondary Meaning)⁴ องค์ประกอบรวมเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) ต้องไม่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหรือหลงผิดต่อตัวสินค้าหรือบริการว่าเป็นของผู้ประกอบการรายใด (Likelihood Confusion)⁵

หลักเกณฑ์การได้รับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกาตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2489 (The Lanham Act of July 5 1946) เครื่องหมายการค้าที่สามารถขอจดทะเบียนได้นั้นต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1.1 เครื่องหมายต้องเป็น คำ ชื่อ สัญลักษณ์ หรือการออกแบบ หรือเมื่อนำทั้งหมดรวมเข้ากันแล้ว สามารถใช้ได้ในการการค้าเพื่อให้แยกแยะได้ถึงความแตกต่างของสินค้าว่าเป็นของผู้ประกอบการรายใดหรือให้ทราบถึงแหล่งที่มาว่าเป็นของผู้ผลิตรายใด⁶

คำนิยามของคำว่า “เครื่องหมายการค้า” หมายถึง คำ วลี ตรา สัญลักษณ์ ที่ใช้เพื่อบ่งบอกให้รู้ถึงผู้ผลิตหรือสินค้านั้น รวมถึงรูปทรง เสียง กลิ่น หรือสี ก็สามารถจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้ อย่างไรก็ตามกฎหมายคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ขยายความหมายของเครื่องหมายที่ได้รับการคุ้มครองเพิ่มขึ้นคือ การคุ้มครององค์ประกอบรวมเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress)⁷ ซึ่งเป็นการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนด้วย

1.2 เครื่องหมายต้องมีลักษณะบ่งเฉพาะ (Distinctiveness) หมายถึง เครื่องหมายไม่ได้มีความหมายสื่อถึงตัวสินค้าหรือบริการ (Fanciful/Arbitrary), เครื่องหมายต้องไม่เป็นการแนะนำหรือชี้แนะที่ตัวสินค้า (Suggestive), เครื่องหมายต้องไม่เป็นการอธิบายหรือพรรณนาถึงคุณสมบัติหรือ

²505 U.S. 763, 112 S.Ct. 2753, 120 L.Ed.2d 615 (1992).

³In *Traffix Devices Inc. v. Marketing Displays, Inc.* n.d.

⁴ความหมายที่สอง (secondary meaning) หมายถึง กรณีที่เครื่องหมายนั้นเมื่อผู้บริโภคเห็นแล้วสามารถจดจำได้หรือแยกแยะได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของผู้ประกอบการรายใด ถึงแม้ว่าเครื่องหมายนั้นไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะก็สามารถเป็นเครื่องหมายการค้าได้

⁵The Lanham Act, 15 U.S.C. § 1125. section (43) (a)

⁶15 U.S. Code § 1127

⁷*Qualitex v. Jacobsen Products Co., Inc.*, 514 U.S. 159 (1995)

ตัวสินค้า (Descriptive) เว้นเสียแต่ว่าได้ใช้เครื่องหมายนั้นจนเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปของสาธารณชน แล้วจนได้ความหมายที่สอง (Secondary Meaning), เครื่องหมายต้องไม่เป็นคำที่ใช้สามัญทั่วไป (Generic)⁸

1.3 เครื่องหมายต้องใช้เพื่อทางการค้าหรือจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อใช้ในการการค้าเท่านั้น⁹ “ถ้าเครื่องหมายนั้นยังไม่ได้ใช้เพื่อการค้าในเวลาที่ยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ก็สามารถได้รับอนุญาตให้จดทะเบียนได้โดยใช้หลักเจตนาสุจริตที่เจ้าของเครื่องหมายตั้งใจจะใช้เครื่องหมายเพื่อการค้าในอนาคต”¹⁰

2. หลักกฎหมายการคุ้มครองในเครื่องหมายรูปลักษณะ (Trade Dress) ของประเทศสหรัฐอเมริกาต้องคำนึงถึงการผูกขาดทางการค้าของผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้ การคุ้มครองสิทธิของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ภายใต้กฎหมายการป้องกันการการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ถึงแม้เครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนจะไม่ได้รับการคุ้มครองเท่ากับเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน แต่กฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกาก็ยังมิบัญญัติการคุ้มครองเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนไว้ คือการป้องกันบุคคลอื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าโดยไม่สุจริต มีเจตนาทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดในผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสินค้านั้น¹¹ และเพื่อเป็นการปกป้องสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ใช้เครื่องหมายเป็นคนแรกด้วย

เมื่อเปรียบเทียบกับกฎหมายไทย หากนำหลักองค์ประกอบรวมเครื่องหมายรูปลักษณะ (Trade Dress) มาปรับใช้เพื่อการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า ต้องคำนึงถึงการผูกขาดทางการค้าด้วย หากกำหนดลักษณะของเครื่องหมายการค้าไว้กว้างจนเกินไป

เมื่อพิจารณากฎหมายของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 มาตรา 29 “ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใดๆ อันมิใช่การแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และมีผลเป็นการทำลาย ทำให้เสียหาย ขัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจอื่น หรือเพื่อมิให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจ หรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ”

หลักกฎหมายดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม เพื่อป้องกันมิให้ผู้ประกอบการใช้อำนาจทางการตลาดที่เหนือกว่ากระทำการใดๆ เกินขอบเขตการดำเนินธุรกิจอย่างปกติ ทั้งนี้ต้องเป็นการกระทำระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเท่านั้น

พฤติกรรมทางการค้าที่ถือว่าไม่เป็นธรรมอันเป็นความผิดตามมาตรา 29 เช่น การกำหนดหรือรักษาระดับราคาซื้อขายหรือค่าบริการอย่างไม่เป็นธรรม การกำหนดเงื่อนไขในการประกอบธุรกิจที่เป็นการจำกัดทางเลือกของผู้ประกอบการรายอื่น การกระทำอื่นใดที่ไม่ใช่ปกติทางการค้า และมีเจตนาทำลาย ขัดขวาง กีดกัน ไม่ให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจ หรือต้องล้มเลิกธุรกิจไป¹² เป็นต้น จึงเห็นได้ว่ากฎหมายมุ่งคุ้มครองกลไกการตลาดและผู้ประกอบธุรกิจเป็นหลัก เพื่อให้เกิดการดำเนินธุรกิจอย่างเป็นธรรม

⁸<https://www.law.cornell.edu/wex/Trademark>

⁹15 U.S. Code § 1127

¹⁰<https://www.law.cornell.edu/wex/Trademark>

¹¹15 U.S. Code §1125

¹²www.otcc.dit.go.th

3. กรณีกฎหมายเครื่องหมายการค้าของประเทศไทยตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายคำว่าเครื่องหมายและเครื่องหมายการค้า¹³ แต่ยังมีกำกวมในความหมายของเครื่องหมายและเครื่องหมายการค้าไว้ค่อนข้างแคบ และเครื่องหมายการค้าที่จะได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าจะต้องเป็นเครื่องหมายที่จดทะเบียน

เครื่องหมายที่สามารถจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้ต้องมีลักษณะดังนี้ เป็นเครื่องหมายที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ ต้องไม่เป็นเครื่องหมายที่มีลักษณะต้องห้ามตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า และไม่เป็นเครื่องหมายที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว¹⁴

กรณีเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะได้รับการคุ้มครองได้เฉพาะกรณีการลงขาย¹⁵เท่านั้น และเป็นการฟ้องเพื่อป้องกันการละเมิดที่บุคคลอื่นนำสินค้าของตนไปลงขาย ทำให้ผู้บริโภคสับสนหลงผิดเข้าใจว่าเป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้น หากนอกเหนือจากกรณีการลงขายเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน จะอ้างสิทธิเพื่อยังยั้งหรือป้องกันไม่ให้บุคคลอื่นหยุดการผลิตสินค้าหรือใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายของตนไม่ได้

การฟ้องคดีการลงขายเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน ผู้ถูกละเมิดย่อมมีสิทธิฟ้องห้ามไม่ให้ผู้กระทำการละเมิดทำการลงขายสินค้าและเรียกร้องค่าเสียหายได้เท่านั้น แต่จะห้ามไม่ให้ใช้เครื่องหมายการค้านั้นเด็ดขาดเลยไม่ได้ เนื่องจากถ้ามีผู้อื่นนำเครื่องหมายการค้าไปใช้แต่ไม่เป็นการลงขายคือ ไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือหลงผิดในความเป็นเจ้าของสินค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่จดทะเบียนก็ไม่มีสิทธิที่จะใช้เครื่องหมายนั้นแต่เพียงผู้เดียว (ธัชพันธ์ ประพทุทธินิติสาร, 2547)

ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าของประเทศไทย มุ่งคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหลงผิดในสินค้าหรือบริการนั้นๆ ทั้งนี้หากมีการขยายการคุ้มครองสิทธิในเจ้าของเครื่องหมายการค้าตามมาตรานี้ออกไป จะเป็นการช่วยคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้มากกว่าขึ้น โดยไม่ถือว่าเป็นการผูกขาดทางการค้าอันเป็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เนื่องจากกฎหมายมุ่งคุ้มครองกลไกการตลาดเป็นหลัก

ดังนั้นหากมีการขยายสิทธิการคุ้มครองในเครื่องหมายการค้าตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 ให้กว้างออกไปจะเป็นการช่วยระบบกลไกการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมเพิ่มขึ้น รวมถึงทำให้ผู้ประกอบการไม่อาศัยช่องว่างทางกฎหมายเอาเปรียบผู้ประกอบการรายอื่นทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือหลงผิดในสินค้าและบริการ

¹³มาตรา4 ในพระราชบัญญัตินี้

“เครื่องหมาย” หมายความว่า ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประดิษฐ์ ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ กลุ่มของสี รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุหรือสิ่งเหล่านี้ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน

“เครื่องหมายการค้า” หมายความว่า เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

¹⁴พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2543 มาตรา6

¹⁵มาตรา 46 “บุคคลใดจะฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน หรือเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวไม่ได้

บทบัญญัติมาตรานี้ไม่กระทบกระเทือนสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนในอันที่จะฟ้องคดีบุคคลอื่นซึ่งเอาสินค้าของตนไปลงขายว่าเป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า”

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการต่อไปนี้

1.1 การศึกษาเอกสาร รวบรวมเอกสารทางกฎหมายทั้งในและต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อให้ได้แนวทางและการสนับสนุนหลักกฎหมาย ตลอดจนรู้ถึงปัญหาที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่ได้ จดทะเบียนถูกละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้า โดยนำผล ข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดลักษณะ ประเภท คำนิยาม ขอบเขตการคุ้มครองสิทธิของ เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน และกำหนดแนวทางการพิจารณาการขยายขอบเขตการคุ้มครอง สิทธิของผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนให้กว้างและชัดเจนยิ่งขึ้น

1.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้พิพากษาศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 3 คน ทนายความเครื่องหมายการค้า จำนวน 3 คน ผู้ประกอบการที่ จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจำนวน 3 คน นักวิชาการกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 3 คน และตำรวจ 3 คน โดยสอบถามความเห็นเกี่ยวกับหลักกฎหมายการขยายขอบเขตการคุ้มครองสิทธิ ในเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียน ปัญหาใน การบังคับใช้กฎหมาย ปัญหาการถูกละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้า แนวทางและข้อเสนอแนะใน การแก้ไขปัญหา สุดท้ายนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาในประเด็น หลักกฎหมายของงานวิจัยต่อไป

2. การวิจัยเชิงปริมาณประชากรของการวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษานี้คือ ผู้ประกอบการ ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ตัวอย่างในการสำรวจผู้ประกอบการ จำนวน 200 คน โดยสำรวจความ คิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายคุ้มครองสิทธิและการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณคือ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลดังนี้ แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ ข้อมูลทั่วไปของผู้ ตอบแบบสอบถาม ความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า ความคิดเห็นเกี่ยวกับสิทธิการขยายการ คุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขยายสิทธิในการคุ้มครอง ในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เชิงปริมาณ คือเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งหาคุณภาพ แล้วไปขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้ประกอบการตามที่กำหนด จำนวน 200 คน ในช่วงเดือนตุลาคม 2556 หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบข้อมูล (Editing) และการวิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (Statistical Package for Social Sciences หรือ SPSS) ค่าสถิติที่ใช้ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแบ่งช่วงระดับความคิดเห็น ผู้ประกอบการเป็นไปตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

- 1.00–1.50 = ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
 1.51–2.50 = ระดับความคิดเห็นน้อย
 2.51–3.50 = ระดับความคิดเห็นปานกลาง
 3.51–4.50 = ระดับความคิดเห็นมาก
 4.51–5.00 = ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเรื่อง “การขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน (Trade Dress)” เป็นการวิจัยที่ผสมผสานกันระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปยังการทำวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก

ผลของการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการรวบรวมเอกสาร ตำรา หนังสือ บทความต่างๆ จากทั้งไทยและต่างประเทศ เมื่อนำหลักการขยายการคุ้มครองสิทธิของเจ้าเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนมาวิเคราะห์ ได้ผลดังต่อไปนี้

ประเด็นแรก หากต้องการขยายสิทธิการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4¹⁶ โดยต้องให้คำนิยามของคำว่า “เครื่องหมาย” หรือ “เครื่องหมายการค้า” ให้ขยายกว้างออกไปจากเดิม เพื่อขยายการคุ้มครองให้ครอบคลุมไปถึงองค์ประกอบโดยรวมในรูปลักษณะของสินค้าด้วย

จากการศึกษาข้อมูลผู้วิจัยพบว่า ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 การให้ความหมายหรือคำนิยามของคำว่า “เครื่องหมาย” จำกัดอยู่เพียงภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประติมากรรม ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ กลุ่มของสี รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ ซึ่งถ้ามีสิ่งใดที่นอกเหนือไปจากที่กล่าวมานี้แล้วก็ไม่สามารถใช้จดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้

¹⁶มาตรา 4 ในพระราชบัญญัตินี้

“เครื่องหมาย” หมายความว่า ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประติมากรรม ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ กลุ่มของสี รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ หรือสิ่งเหล่านี้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน

“เครื่องหมายการค้า” หมายความว่า เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

“เครื่องหมายบริการ” หมายความว่า เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับบริการ เพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายบริการนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น

“เครื่องหมายรับรอง” หมายความว่า เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้านั้น หรือเพื่อรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น

“เครื่องหมายร่วม” หมายความว่า เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้หรือจะใช้โดยบริษัทหรือวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกันหรือโดยสมาชิกของสมาคม สหกรณ์ สหภาพ สมาพันธ์ กลุ่มบุคคลหรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน

“ผู้ได้รับอนุญาต” หมายความว่า ผู้ซึ่งได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้จากเจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ได้จดทะเบียนแล้ว ให้ใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการนั้น

“พนักงานเจ้าหน้าที่” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“นายทะเบียน” หมายความว่า ผู้ซึ่งรัฐมนตรีแต่งตั้งให้เป็นนายทะเบียน เพื่อปฏิบัติการตามพระราชบัญญัตินี้

“อธิบดี” หมายความว่า อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการเครื่องหมายการค้า

“รัฐมนตรี” หมายความว่า รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัตินี้

เมื่อเปรียบเทียบกับให้การคุ้มครองหรือการให้คำนิยามเครื่องหมายการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีความชัดเจน และกว้างกว่า หากนำหลักกฎหมายการคุ้มครององค์ประกอบรวมในเครื่องหมายรูปลักษณะของประเทศสหรัฐอเมริกา (Trade Dress)¹⁷ มาปรับใช้โดยการขยายการให้ความหมายคำว่า “เครื่องหมาย” และ “เครื่องหมายการค้า” ให้กว้างกว่าเดิมและครอบคลุมมากขึ้น จะทำให้เกิดการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้มากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งจะเป็นการคุ้มครองเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและใช้เครื่องหมายการค้านี้ได้อย่างถูกต้องได้เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

โดยหลัก Trade Dress ได้คุ้มครองสิทธิในองค์ประกอบของรูปลักษณะทั้งหมดของเครื่องหมายการค้านั้น และให้คำจำกัดความการคุ้มครองรูปลักษณะของเครื่องหมายและบริการคือรวมไปถึงการตกแต่งร้านค้า การตกแต่งครัว เมนู ขนาด รูปทรง สีเดียว หรือสีที่ผสมกันหลายสี ลายเส้น ลายภาพ เทคนิคการขาย เครื่องหมายนั้นจะต้องไม่ทำหน้าที่เพื่อการใช้สอยหรือใช้งานกับตัวผลิตภัณฑ์ (Functionality) หรือไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพหรือมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ หรือไม่มีลักษณะผูกขาดการใช้แต่เพียงผู้เดียว¹⁸ เครื่องหมายนั้นต้องมีลักษณะบ่งเฉพาะ (Inherently Distinctive) หากเครื่องหมายนั้นไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะจะต้องพิสูจน์ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความหมายที่สองในการใช้ (Secondary Meaning)¹⁹

ประเด็นที่สอง กรณีการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนสำหรับประเทศไทย จะคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าเฉพาะเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนเท่านั้น ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2543 มาตรา 6²⁰

หากเจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่ได้นำเครื่องหมายการค้าของตนไปจดทะเบียน และมีผู้กระทำการละเมิดเครื่องหมายการค้านั้น เจ้าของเครื่องหมายการค้าก็จะไม่ได้รับการคุ้มครองยกเว้นกรณีการลงขายสินค้า²¹ ซึ่งกฎหมายได้บัญญัติไว้ สำหรับเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน มีสิทธิเพียงพ้องป้องกันไม่ให้ผู้อื่นมาลงขายสินค้าของตน อันจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหลงผิดว่า เป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้น แต่ไม่มีสิทธิห้ามไม่ให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายการค้าได้ หากพิสูจน์ไม่ได้ว่าเป็นการลงขายสินค้า

¹⁷The Lanham Act, 15 U.S.C. § 1125(a) under § 43(a)

¹⁸In Traffix Devices Inc. v. Marketing Displays, Inc

¹⁹ความหมายที่สอง (secondary meaning) หมายถึง เครื่องหมายนั้นเมื่อผู้บริโภคเห็นแล้วสามารถจดจำได้หรือแยกแยะได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของผู้ประกอบการรายใด ถึงแม้ว่าเครื่องหมายนั้นไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะก็สามารถเป็นเครื่องหมายการค้าได้

²⁰เครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้ ต้องประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

- (1) เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ
- (2) เป็นเครื่องหมายการค้าที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามพระราชบัญญัตินี้ และ
- (3) ไม่เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่บุคคลอื่นได้จดทะเบียน ไว้แล้ว

²¹พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2543 มาตรา 46

เมื่อเปรียบเทียบกับหลักกฎหมายองค์ประกอบรวมในเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress)²² ของประเทศสหรัฐอเมริกาแล้ว มีบทบัญญัติที่คุ้มครองเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนที่มีความชัดเจน และขอบเขตการคุ้มครองเจ้าของเครื่องหมายการค้ากว้างกว่า เพราะคุ้มครองไปถึงองค์ประกอบโดยรวมทั้งหมดของรูปลักษณ์ของสินค้า หากรูปลักษณ์ทั้งหมดของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะและเห็นความแตกต่างของสินค้า หรือเมื่อผู้บริโภคเห็น ก็สามารถรู้ได้ว่ามาจากแหล่งที่มาใดหรือเป็นของผู้ประกอบการรายใด

ประเด็นที่สาม หลักการที่กล่าวมาข้างต้นต้องพิจารณารวมไปถึงว่า หากใช้หลักกฎหมายองค์ประกอบรวมในเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) จะทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมขึ้นหรือไม่ เพราะหากมีการให้คำนิยามคำว่า “เครื่องหมาย” หรือ “เครื่องหมายการค้า” ที่กว้างเกินไปอาจทำให้เกิดการผูกขาดทางการค้าต่อผู้ประกอบการรายอื่น และเป็นการกีดกันทางการค้าอีกด้วย ซึ่งอาจเข้าข่ายการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 มาตรา 29²³ กฎหมายมีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม และควบคุมกลไกการตลาด เฉพาะระหว่างผู้ประกอบการเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ประกอบการ และทำให้กลไกการตลาดดำเนินไปอย่างปกติ และส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ

จากที่กล่าวมาข้างต้น หากมีการขยายคำนิยามของคำว่า “เครื่องหมาย” หรือ “เครื่องหมายการค้า” ให้กว้างออกไป จะส่งผลถึงการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า ทำให้เกิดผลดีต่อผลประโยชน์ของผู้ประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการรายอื่นไม่อาจอาศัยช่องโหว่ของกฎหมาย ทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือหลงผิดในสินค้านั้น ซึ่งสามารถควบคุมกลไกทางการตลาดได้อีกทางหนึ่ง

ทั้งยังเป็นการป้องกันผู้ประกอบการที่มีเจตนาไม่สุจริตอาศัยช่องโหว่ของกฎหมายผลิตสินค้าและใช้เครื่องหมายการค้าหรือใช้รูปลักษณ์ของสินค้า เพื่อมาหลอกลวงทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือหลงผิดในสินค้าด้วย ทั้งนี้เป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรมมากขึ้น และเป็นการควบคุมกลไกการตลาดให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรมเพิ่มขึ้น รวมถึงเป็นการส่งเสริมให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ

ส่วนผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งออกเป็น 2 กรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในภาคส่วนของรัฐบาล ได้แก่ ผู้พิพากษา ตำรวจ และนักวิชาการ จะมุ่งเน้นการคุ้มครองสิทธิของสาธารณะชนเป็นหลัก หากการขยายสิทธิในการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าทำให้เกิดผลดีต่อภาพรวมของสาธารณะชน หรือเกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ ก็จะเป็นการดีในการสนับสนุนในประเด็นการวิจัยนี้

กรณีที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการ และทนายความ จะมุ่งเน้นถึงประโยชน์ที่ตนจะได้รับ คือต้องการให้คุ้มครองสิทธิของตนเองในภาคธุรกิจเป็นหลัก

²²The Lanham Act, 15 U.S.C. §1125(a) under §43(a)

²³พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 มาตรา 29 “ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใดๆ อันมิใช่การแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และมีผลเป็นการทำลาย ทำให้เสียหาย ชัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจอื่น หรือเพื่อมิให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจ หรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ”

2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณผู้ประกอบการ

จากตารางที่ 1 พบว่าความคิดเห็นของผู้ประกอบเกี่ยวกับประเด็นการให้ความสำคัญคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นเรื่องที่สำคัญในภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการเห็นว่าควรให้ความสำคัญลำดับแรก และเห็นด้วยในประเด็นดังกล่าวเป็นอย่างมาก โดยได้คะแนนเฉลี่ย $\bar{X} = 4.09$

หากมีการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการหันมาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้นและเกิดผลดีในทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในลำดับที่ 2 และเห็นด้วยปานกลาง โดยได้คะแนนเฉลี่ย $\bar{X} = 3.80$

หากมีการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนให้กว้างกว่าที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันคิดว่าจะแก้ไขปัญหาการละเมิดเครื่องหมายการค้าได้มากขึ้นผู้ประกอบการให้ความสำคัญในลำดับที่ 3 และเห็นด้วยมาก โดยได้คะแนนเฉลี่ย $\bar{X} = 3.74$

ปัจจุบันกฎหมายเกี่ยวกับการให้ความสำคัญคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนมีความครอบคลุมเพียงพอแล้ว หากแต่ขึ้นอยู่กับผู้บังคับใช้กฎหมายว่าจะบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในลำดับที่ 4 และเห็นด้วยปานกลาง โดยได้คะแนนเฉลี่ย $\bar{X} = 3.37$

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกฎหมายการขยายการคุ้มครองสิทธิในเจ้าของเครื่องหมายการค้า

ประเด็นการพิจารณา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ
1. การให้ความสำคัญคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นเรื่องที่สำคัญในภาคธุรกิจ	4.09	0.91	มาก	1
2. ปัจจุบันกฎหมายเกี่ยวกับการให้ความสำคัญคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนมีความครอบคลุมเพียงพอแล้วหากแต่ขึ้นอยู่กับผู้บังคับใช้กฎหมายว่าจะบังคับใช้กฎหมายที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด	3.37	0.99	กลาง	4
3. ปัจจุบันกฎหมายเกี่ยวกับการให้ความสำคัญคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนสามารถบังคับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว	3.27	1.05	กลาง	5
4. หากมีการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการหันมาลงทุนในประเทศไทยมากขึ้นและเกิดผลดีในทางเศรษฐกิจ	3.80	0.89	กลาง	2
5. หากมีการขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนให้กว้างกว่าที่บังคับใช้อยู่ในปัจจุบันคิดว่าจะแก้ไขปัญหาการละเมิดเครื่องหมายการค้าได้มากขึ้น	3.74	0.88	มาก	3

จากตารางที่ 2 เห็นว่าการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าเป็นหน้าที่ของภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ที่ต้องร่วมมือกันทุกฝ่าย ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในลำดับแรก และเห็นด้วยมาก โดยได้คะแนนเฉลี่ย $\bar{X} = 4.02$

หากมีการขยายสิทธิในการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า โดยการอนุญาตให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าให้กว้างมากขึ้น เช่น รูปแบบการตกแต่งร้าน เทคนิคการขาย ชุดพนักงานขาย เมนูร้าน เป็นต้น จะทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสนหรือหลงผิดในการเลือกซื้อสินค้าอีกต่อไป ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในลำดับที่ 2 และเห็นด้วยมาก โดยได้คะแนนเฉลี่ย $\bar{X} = 3.83$

พบว่าความคิดเห็นของผู้ประกอบเกี่ยวกับประเด็น ปัจจุบันมีสินค้า ร้านค้า ที่มีบริการการตกแต่งหรือมีลักษณะพิเศษใดๆ ที่ผู้บริโภคเห็นแล้วรู้ทันทีหรือจำได้ว่าเป็นของผู้ประกอบการรายใด โดยไม่จำเป็นต้องเห็นเครื่องหมายการค้า (ตรายี่ห้อ) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในลำดับที่ 4 และเห็นด้วยมาก โดยได้คะแนนเฉลี่ย $\bar{X} = 3.66$

รูปแบบการให้บริการ หรือรูปแบบการตกแต่งร้านค้า หรือเทคนิคการขายที่มีลักษณะที่โดดเด่น หรือมีความพิเศษ ซึ่งสามารถนำมาจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในลำดับที่ 5 และเห็นด้วยมาก โดยได้คะแนนเฉลี่ย $\bar{X} = 3.64$

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการขยายการคุ้มครองสิทธิในเจ้าของเครื่องหมายการค้า

ประเด็นการพิจารณา	X	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น	ลำดับ
1. ท่านคิดว่าในปัจจุบันมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ซื้อสินค้าเพราะหลงเข้าใจผิดในเครื่องหมายการค้า (ยี่ห้อ) เนื่องจากเห็นลักษณะที่ใช้บรรจุ หรือห่อที่ใช้บรรจุสินค้านั้นมีลักษณะเหมือนหรือคล้ายคลึงกับอีกเครื่องหมายการค้า (ตรายี่ห้อ)	3.63	0.99	มาก	6
2. ในปัจจุบันท่านคิดว่าสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้า (ตรายี่ห้อ) ที่มีรูปร่างลักษณะของผลิตภัณฑ์ ,หีบ,ห่อ หรือภาชนะที่ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ของสินค้าแต่ละชนิดที่มีความคล้ายคลึงกันทำให้ผู้บริโภคสับสนและหลงผิดในเครื่องหมายการค้าได้	3.70	0.97	มาก	3
3. ท่านเห็นว่าร้านค้าที่ตกแต่งร้านด้วยสี รูปแบบของร้านหรือมีการให้บริการที่เหมือน/ คล้ายคลึงกับร้านค้าที่มีชื่อเสียงจะทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือหลงผิดในเครื่องหมายการค้า	3.60	0.93	มาก	7
4. ท่านเห็นว่ารูปแบบการให้บริการ หรือรูปแบบการตกแต่งร้านค้า หรือเทคนิคการขายที่มีลักษณะที่โดดเด่น หรือมีความพิเศษ ซึ่งสามารถนำมาจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้	3.64	0.94	มาก	5
5. ปัจจุบันมีสินค้า ร้านค้า ที่มีบริการ การตกแต่งหรือมีลักษณะพิเศษใดๆ ที่ผู้บริโภคเห็นแล้วรู้ทันทีหรือจำได้ว่าเป็นของผู้ประกอบการรายใด โดยไม่จำเป็นต้องเห็นเครื่องหมายการค้า (ตรายี่ห้อ)	3.66	0.90	มาก	4
6. ท่านเห็นว่าการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าเป็นเรื่องที่ปกป้องเฉพาะสิทธิของผู้ประกอบการเท่านั้น	3.39	1.06	กลาง	8
7. ท่านเห็นว่าการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าเป็นหน้าที่ของภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ที่ต้องร่วมมือกันทุกฝ่าย	4.02	0.89	มาก	1
8. ท่านเห็นว่าหากมีการขยายสิทธิในการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า โดยการอนุญาตให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าให้กว้างมากขึ้น เช่น รูปแบบการตกแต่งร้าน เทคนิคการขาย ชุดพนักงานขาย เมนูร้าน เป็นต้น จะทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดความสับสนหรือหลงผิดในการเลือกซื้อสินค้าอีกต่อไป	3.83	0.92	มาก	2

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้นมีประเด็นที่น่าสนใจ 3 ประเด็นด้วยกัน ดังนี้

ประเด็นแรก หากต้องการให้การคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน มีการคุ้มครองที่ครอบคลุม และให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ต้องมีการแก้ไขคำนิยามของคำว่า “เครื่องหมาย” และ “เครื่องหมายการค้า” ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 เพื่อให้เครื่องหมายนั้นสามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ เมื่อเครื่องหมายนั้นได้รับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว ก็จะได้รับ การคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า ผู้ใดจะมาลอกเลียน ปลอมแปลง หรือทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหรือหลงผิด ในสินค้าหรือบริการนั้น

ดังนั้น หากได้ให้ความหมายของคำว่า “เครื่องหมาย” และ “เครื่องหมายการค้า” ไว้ค่อนข้างแคบ จะทำให้เครื่องหมายนั้นอาจไม่ได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า เนื่องจากไม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้

หากการคุ้มครองสิทธิเครื่องหมายการค้าจำกัดอยู่เฉพาะคำจำกัดความที่บัญญัติในกฎหมายเครื่องหมายการค้าในปัจจุบัน จะทำให้ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน ได้รับการคุ้มครองสิทธิที่ค่อนข้างอยู่ในวงจำกัด การคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าควรคุ้มครองให้ครอบคลุมไปถึงองค์ประกอบโดยรวมของรูปลักษณ์ (Trade Dress)

กรณีพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 การให้ความหมายของคำว่า “เครื่องหมาย” ที่ให้ขอบเขตไว้อย่างจำกัด หากมีการขยายคำจำกัดความการคุ้มครองรูปลักษณ์ของเครื่องหมาย (Trade Dress) คือ รวมไปถึงการตกแต่งร้านค้า การตกแต่งครัว เมนู ขนาด รูปทรง สีเดียว หรือสีที่ผสมกันหลายสี ลายเส้น ลายภาพ เทคนิคการขาย แบบเสื้อผ้า พนักงาน รูปแบบการให้บริการ เป็นต้น จะทำให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนมีสิทธิได้รับการคุ้มครองเพิ่มขึ้น

ทั้งนี้เมื่อการให้ความหมาย “เครื่องหมาย” และ “เครื่องหมายการค้า” ที่ชัดเจนและกว้างมากกว่าเดิม จะเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดคนอื่นอาศัยการคุ้มครองที่มีขอบเขตอย่างจำกัด ผลิตสินค้าโดยใช้วิธีการหรือองค์ประกอบในรูปลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ มาทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหรือหลงผิดได้ และเป็นการคุ้มครองเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนโดยสุจริต ไม่ให้ถูกเอาเปรียบจากผู้กระทำละเมิด เนื่องจากกว่าผู้ประกอบการจะสร้างชื่อเสียงให้สินค้าของตนมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้ ผู้ประกอบการต้องลงทุน ลงแรง อาศัยระยะเวลา ในการทำให้เครื่องหมายการค้านั้นเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้

เพื่อให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและให้สอดคล้องกับคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่สุจริต คือ หลักการที่ต้องการให้ผู้บริโภคเมื่อเห็นเครื่องหมายการค้าแล้วสามารถจดจำและแยกแยะได้ว่าสินค้านั้นแตกต่างจากสินค้าอื่นอย่างไร หรือสินค้านั้นเป็นของผู้ประกอบการรายใด

ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องจำกัดลักษณะของเครื่องหมายการค้าให้อยู่ในวงแคบ หากองค์ประกอบรวมทั้งหมดของรูปลักษณ์ เมื่อผู้บริโภคเห็นแล้วสามารถรู้ได้ถึงแหล่งที่มาของสินค้าหรือรู้ถึงว่าเป็นของผู้ประกอบการรายใดก็สามารถได้รับการคุ้มครองได้ เช่น ถึงแม้จะมีเพียงสีเดียว แต่เมื่อรวมกับรูปแบบการตกแต่งร้านค้า เครื่องแบบพนักงาน ก็สามารถทำให้ผู้บริโภครู้ได้ว่าเป็นของผู้ประกอบการรายใด ก็ถือว่าเป็นเครื่องหมายการค้าได้

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อมาประกอบการวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ และเห็นด้วยเป็นอย่างมาก ถึงองค์ประกอบของรูปลักษณ์เครื่องหมายการค้า เนื่องจากรูปลักษณ์ดังกล่าวสามารถทำให้ผู้บริโภคสามารถเห็นถึงความแตกต่าง และสามารถแยกแยะสินค้าและบริการได้

ในประเด็นดังกล่าวผู้ประกอบการเห็นว่ามีความผลกระทบต่อผลประโยชน์ของธุรกิจ และการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าเป็นสิ่งที่สำคัญมากในภาคธุรกิจ และสามารถส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศได้

ประเด็นที่สอง หลักกฎหมายการคุ้มครององค์ประกอบรวมในเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) ยังสามารถใช้คุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนได้อีกด้วย

ตามหลักกฎหมายเครื่องหมายการค้าของประเทศไทย หากเครื่องหมายใดที่ไม่ได้จดทะเบียนก็จะไม่ได้รับการคุ้มครอง นอกจากนำหลักกฎหมายตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เรื่องการลงขายมาใช้บังคับ แต่ก็ไม่ได้มีบทบัญญัติที่ชัดเจนหรือคุ้มครองโดยตรงสำหรับเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนไว้ ทำให้ผู้ประกอบการอาจเสียเปรียบและไม่ได้รับความเป็นธรรม

ทั้งนี้เจ้าของเครื่องหมายไม่มีสิทธิที่จะให้ผู้กระทำความผิดหยุดการใช้เครื่องหมายนั้น เพราะตนเองไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า แต่มีสิทธิเพียงฟ้องเรียกค่าเสียหายจากผู้กระทำความผิดจากการลงขายสินค้า ซึ่งเป็นการเยียวยาเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นมาโดยสุจริตอย่างแท้จริงหรือไม่ เพราะเมื่อผู้กระทำความผิดจ่ายค่าเสียหายแล้ว ก็ใช้วิธีการหลบเลี่ยงกฎหมายหาวิธีโดยใช้เครื่องหมายการค้านั้นต่อไป อันเป็นการทำให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนเสียหายต่อไป

หากมีผู้กระทำความผิดเครื่องหมายการค้าของเจ้าเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน โดยอาศัยช่องโหว่ของกฎหมายเพื่อทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือหลงผิดโดยที่ตนเองไม่ได้ลงทุน ลงแรงแต่อย่างใด เป็นการเอาเปรียบผู้ประกอบการรายอื่น และทำให้มีผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการ อีกทั้งยังลดความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของสินค้า อันส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่ใช้เครื่องหมายการค้าอย่างสุจริต ซึ่งจะทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมในทางการค้า

ดังนั้น หากแก้ไขพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 โดยนำหลักกฎหมาย Trade Dress มาปรับใช้ตามที่กล่าวมาข้างต้น และมีการขยายการคุ้มครองไปถึงเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนให้ชัดเจน ก็จะทำให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนได้รับการคุ้มครองเพิ่มขึ้น และยังเป็นส่งเสริมการลงทุนของประเทศเพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นในระบบกฎหมายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าของประเทศไทย

ประเด็นที่สาม การใช้หลักกฎหมาย Trade Dress ต้องคำนึงถึงการขยายการคุ้มครองสิทธิของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนว่า เป็นการผูกขาดทางการค้าต่อผู้ประกอบการรายอื่นหรือไม่ อันจะส่งผลให้เกิดการแข่งขันทางการค้าอย่างไม่เป็นธรรม และเป็นการส่งผลกระทบต่อกลไกการตลาดของประเทศหรือไม่

ผู้วิจัยเห็นว่าตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 มาตรา 29²⁴ เป็นการจำกัดการกระทำใดๆของผู้ประกอบการไม่ให้กระทำการกีดกันไม่ให้ผู้อื่นประกอบกิจการค้าแข่งโดยเสรี แต่ทั้งนี้ต้องเป็นการกระทำการกีดกันอย่างไม่เป็นธรรม เนื่องจากเจตารมณ์ของกฎหมายมุ่งคุ้มครองผู้ประกอบการให้สามารถทำการค้าแข่งกันได้อย่างเป็นธรรม และเพื่อควบคุมกลไกการตลาดและเศรษฐกิจของประเทศ

ทั้งนี้การคุ้มครององค์ประกอบรวมในเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) มีวัตถุประสงค์คุ้มครองผู้ประกอบการค้าที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียนให้ได้รับความเป็นธรรม จากการใช้เครื่องหมายของตนอย่างสุจริต และเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้ถูกหลอกลวงหรือถูกทำให้สับสน จากการซื้อสินค้าของผู้ที่ไม่ได้เป็นของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นอย่างแท้จริง

อย่างไรก็ตาม หลักกฎหมาย (Trade Dress) ของประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการคุ้มครองและอยู่ภายใต้การควบคุมการแข่งขันทางการค้า เนื่องจากการคุ้มครององค์ประกอบรวมในรูปลักษณ์ทั้งหมดของเครื่องหมาย ต้องเป็นการคุ้มครองภาพรวมหรือองค์ประกอบรวมทั้งหมดของรูปลักษณ์ของกิจการ เมื่อผู้บริโภคเห็นแล้วต้องสามารถแยกแยะและรู้ถึงแหล่งที่มาหรือรู้ว่าเป็นของผู้ประกอบการรายใด

ดังนั้น หลักกฎหมาย (Trade Dress) ไม่ได้เป็นการกีดกันทางการค้าหรือห้ามไม่ให้ผู้ประกอบการรายอื่นทำการค้าขายแข่งขันได้อย่างเสรี ในขณะเดียวกันเป็นการมุ่งคุ้มครองผู้ประกอบการที่สุจริตและให้เกิดการค้าขายแข่งขันอย่างเป็นธรรม รวมทั้งเป็นการควบคุมกลไกการตลาดทางเศรษฐกิจอีกด้วย และเป็นการปกป้องสิทธิโดยชอบธรรมให้กับทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค

เครื่องหมายการค้าถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาอย่างหนึ่ง ที่มีมูลค่าและสามารถสร้างรายได้ทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการได้ กฎหมายเครื่องหมายการค้ามีวัตถุประสงค์มุ่งคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าและสิทธิของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อกลไกการตลาด และภาคส่วนธุรกิจของประเทศ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาหากสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้รับการคุ้มครองอย่างไม่เพียงพอ จะทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพรวมต่อเศรษฐกิจของประเทศ จึงอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยควรให้ความสำคัญต่อสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าอย่างครอบคลุมและให้เป็นมาตรฐานสากลเพิ่มขึ้น

²⁴พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 มาตรา 29 “ห้ามมิให้ผู้ประกอบธุรกิจกระทำการใดๆ อันมิใช่การแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม และมีผลเป็นการทำลาย ทำให้เสียหาย ชัดขวาง กีดกัน หรือจำกัดการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจอื่น หรือเพื่อบังคับให้ผู้อื่นประกอบธุรกิจ หรือต้องล้มเลิกการประกอบธุรกิจ”

สรุป

ผู้วิจัยพบว่า การขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน ต้องมีการแก้ไขคำนิยามของคำว่า “เครื่องหมาย” และ “เครื่องหมายการค้า” ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2543 มาตรา 4 ให้กว้างขึ้น โดยนำหลักกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา เรื่องการคุ้มครองเครื่องหมายรูปลักษณ์ (Trade Dress) The Lanham Act (15 U.S.C.A. § 1125(a)) under §43(a) มาปรับใช้

การขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน ไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ตามพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ.2542 มาตรา 29 เนื่องจากกฎหมายมีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแลพฤติกรรมของผู้ประกอบธุรกิจให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม และควบคุมกลไกการตลาด เฉพาะระหว่างผู้ประกอบการเท่านั้น

จากประเด็นที่ผู้วิจัยนำเสนอ จะทำให้ผู้ประกอบการได้รับการคุ้มครองสิทธิสูงขึ้น และได้รับรายได้เป็นไปตามกลไกของตลาด เนื่องจากจะไม่มีผู้ประกอบการอื่นอาศัยความไม่สุจริตผลิตสินค้าขึ้นมาแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม เพราะกฎหมายได้ขยายการคุ้มครองสิทธิให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าสามารถเรียกร้อง และปกป้องสิทธิของตนจากการเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า และสินค้าที่ตนผลิตได้อย่างเต็มที่

ทั้งยังช่วยให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานอย่างแท้จริงจากผู้ผลิตโดยตรง ไม่ใช่จากผู้ถืออาศัยช่องโหว่ของกฎหมายและชื่อเสียงของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่สุจริต เพื่อผลิตสินค้าแข่งขันโดยไม่ชอบธรรม อันจะทำให้มีผลกระทบต่อยุทธศาสตร์ของผู้ประกอบการที่ได้ใช้ และเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าโดยชอบธรรม อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการทั้งในและต่างประเทศ กล้าที่จะลงทุนทำธุรกิจในประเทศเพิ่มขึ้น เพราะเห็นว่าประเทศไทยมีกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองสิทธิผู้ประกอบการอย่างครอบคลุมและมีมาตรฐานสากล รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศให้สูงขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยเห็นว่า การขยายการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน โดยแก้ไขกฎหมายเพียงอย่างเดียวยังไม่สามารถทำให้เกิดการคุ้มครองสิทธิของผู้ประกอบการได้อย่างสูงสุด หากแต่ต้องอยู่ที่ผู้บังคับใช้กฎหมายด้วยว่าสามารถนำกฎหมายที่มีอยู่ไปบังคับใช้กับผู้กระทำละเมิดได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

นอกจากนี้แล้วผู้วิจัยเห็นว่าจะต้องทำการศึกษาต่อไป ถึงกระบวนการบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญากับผู้กระทำละเมิดว่า จะมีกระบวนการอย่างไรในการบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพ และโทษที่ผู้กระทำละเมิดได้รับเหมาะสมแล้วหรือไม่ และเพียงพอที่จะป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาได้

เอกสารอ้างอิง

- กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่2). (2543).
 กรุงเทพฯ: กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์.
- ไชยยศ เหมะรัชตะ. (2553). *ลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (พื้นฐานความรู้ทั่วไป)* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- ธัชชัย ศุภผลศิริ. (2536). *คำอธิบายกฎหมายเครื่องหมายการค้า*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- วัล ดิงสมิตร. (2545). *คำอธิบายเครื่องหมายการค้า*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.
- วิชัย อริยนันทกะ. (2547). *ทรัพย์สินทางปัญญาในยุคโลกาภิวัตน์ เล่ม1*.
 กรุงเทพฯ: สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.
- ธัชพันธ์ ประพุทธินิติสาร. (2547). *ทรัพย์สินทางปัญญาในยุคโลกาภิวัตน์ เล่ม1*.
 กรุงเทพฯ: สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา.
- วิศิษฐ์ ศรีพิบูลย์. (2548). *คำอธิบายพร้อมด้วยบทกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา พร้อมคำพิพากษาศาลฎีกาเรียงมาตรา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พิทยาดานิติธรรม.
- สมพร พรหมหิตาธร. (2539). *กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาเครื่องหมายการค้า*.
 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- สำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า. (2556). *การแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม*.
 สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2556, จาก <http://www.otcc.dit.go.th>.
- Cornell University Law School. *Trademark*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2558,
 จาก <https://www.law.cornell.edu/wex/Trademark>
- Barrett, M. (2000). *Intellectual Property Patents, Trademarks, & Copyrights*.
 New York: Aspenpublishers.
- McJohn, S.M. (2003). *Intellectual Property Examples and Explanations*.
 New York: Aspenpublishers.
- Merges, R.P. (2003). *Intellectual Property in the New Technological Age* (3rd ed.).
 New York: Aspenpublishers.
- Miller, A. R., & Davis, M.H. (2000). *Intellectual Property Patent, Trademarks and Copyright* (3rd ed.). U.S.A., West Publishing.
- Stim, R. (2001). *Intellectual Property Patents, Trademarks and Copyrights* (2nd ed.).
 New York: West Legal Studies Thomson Learning.