

ปัญหาการบังคับใช้พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พุทธศักราช 2534
ศึกษากรณี : การพิสูจน์ความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า
Enforcement Issues for Trademark Act 1991 Case
Study: Proof of Trademark Ownership

สังเวียน เทพผา*

Sangwean Thippha*

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี*

Faculty of Law Pathumthani University*

บทคัดย่อ

วิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายการค้า และทางแก้ไขปัญหาข้อเท็จจริง และปัญหาข้อกฎหมายของมาตรการทางกฎหมาย ในการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษามุ่งศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากฎหมาย เพื่อกำหนดมาตรการและแนวทางแก้ไขปัญหาข้อเท็จจริง และปัญหาข้อกฎหมาย ในการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า และการพิสูจน์ความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534

จากการวิจัยทำให้ทราบว่า การพิสูจน์ ความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า คือ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วเท่านั้น จึง จะมีสิทธิฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของตน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า ควรบัญญัติเพิ่มเติมความหมายของคำว่า “ เครื่องหมายการค้า ที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ” ว่ามีความหมายกว้างขวางเพียงใด เพื่อให้ง่ายต่อการพิสูจน์ ความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า

คำสำคัญ : ปัญหาข้อกฎหมาย, พิสูจน์, เครื่องหมายการค้า

Abstract

The objective of this research to study the concepts, theories, and research related to. Trademark and the solution of the facts and legal issues legal measures to suppress the commission of the trademark.

This research the research aims to study the theoretical concepts of law related **to the development** of measures and legislation to solve the problems of facts and legal issues in the suppression of the trademark. And to prove ownership of the Trademarks Act 2534

Research has shown that to prove the reputation of the trademark is a registered trademark owned by the community are entitled to bring a lawsuit to prevent the violation of their rights. Researchers have suggested that. Should prescribe more meaning of the term "well-known trademark" that has far-reaching implications are. To make it easier to prove the reputation of the trademark.

Keywords : Legal issues, identify, trademarks.

บทนำ

ปัจจุบันสถานการณ์ต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เป็นความท้าทายขององค์กรหรือหน่วยงานที่จะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โครงสร้างค่าธรรมเนียมภาษี ความคาดหวังความต้องการจากประชาชน ดังนั้นหน่วยงานต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสามารถให้กับหน่วยงาน การสร้างนวัตกรรม และสร้างแรงจูงใจพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร เก็บรักษาบุคลากรที่มีความสามารถ เพื่อทำให้เกิดความมั่นใจในการรองรับการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว ซึ่งบุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญสำหรับทุกหน่วยงาน ความสำเร็จของหน่วยงานสามารถเกิดได้จากการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การใช้ความรู้ความสามารถของบุคลากรในการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับหน่วยงาน นำไปสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ซึ่งหน่วยงานของรัฐนั้นมีปัญหาผลการปฏิบัติงานที่เกิดจาก การไม่สามารถปรับตัวของบุคลากร เพื่อรับมือกับสถานการณ์กระแสโลกาภิวัตน์ การแข่งขันในยุคทุนนิยมเสรี รวมทั้งตามความมุ่งหวังของประชาชนได้อย่างทันท่วงที จึงทำให้ต้องประสบกับปัญหาการขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทำให้การปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานไม่บรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์ แม้ว่าหน่วยงานของรัฐค่อนข้างจะมีความได้เปรียบมากกว่าหน่วยงานเอกชน

เนื่องจากองค์กรหรือหน่วยงานยังมีปัจจัยต่าง ๆ อาทิเช่นทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรมหน่วยงาน ภาวะผู้นำ กิจกรรมการพัฒนาหน่วยงาน ซึ่งเป็นทุนที่แต่ละหน่วยงานไม่สามารถลอกเลียนแบบกันได้อาจจะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากร และความสามารถของหน่วยงานและบุคลากร ซึ่งการพัฒนาหน่วยงานให้สามารถดำรงอยู่อย่างมั่นคงในกระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสร้างความแข็งแกร่งของทรัพยากรมนุษย์หรือบุคลากรในหน่วยงาน และโครงสร้างต่าง ๆ

ภายในหน่วยงานให้สามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น และสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้กับหน่วยงาน โดยให้ความสำคัญกับการนำทุนที่มีอยู่มาสร้างศักยภาพและความสามารถให้กับหน่วยงาน ซึ่ง ทุนของหน่วยงานประกอบไปด้วย ทุนมนุษย์หรือทรัพยากรมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ในหน่วย โดยที่ทุนมนุษย์ประกอบไปด้วย ความรู้ที่สะสมจากการศึกษาอบรม ทักษะการทำงาน ทัศนคติประสบการณ์ คุณธรรมจริยธรรม สุขภาพจิต และความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กร ซึ่งเป็นทุนที่นำมาใช้ในการสร้างศักยภาพและความสามารถให้กับหน่วยงาน

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ จึงมีนโยบายที่จะพัฒนาหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดทางอาญาอันเกี่ยวเนื่องกับเศรษฐกิจของประเทศรวมทั้งอำนวยความสะดวกยุทธธรรมกับทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ประชาชนได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายอย่างเสมอภาค เป็นธรรมโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งเป้าหมายสำคัญคือการสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ให้มีความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจการค้าและการลงทุนของประเทศ รวมทั้งประชาชนมีความเชื่อมั่นศรัทธาการปฏิบัติหน้าที่ของตำรวจในหน่วยงาน

ปัญหาข้อเท็จจริง

1. ปัญหาการพัฒนาทรัพยากรตำรวจที่มีในหน่วยงานกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ

เนื่องจากหน่วยงานมีบุคลากรตำรวจซึ่งถือเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีชั้นยศที่หลากหลายมีระดับการบริหารเป็นสายชั้นจากบนสู่ชั้นล่าง ซึ่งการดำเนินงาน

จะต้องมีการติดตามผลการดำเนินงานและวัดผลสำเร็จของการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ

2. ปัญหาปรับแผน ในการดำเนินงานของหน่วยงานกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจให้มีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือต่อสาธารณชนและเกิดความพอใจของประชาชนมากที่สุด

ทั้งนี้ เพื่อที่จะนำมาปรับแผน ในการดำเนินงานของหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือต่อสาธารณชนและเกิดความพอใจของประชาชนมากที่สุด รวมทั้งให้บริการต่อประชาชนโดยเท่าเทียมกัน มีการปฏิบัติงานที่ซับซ้อนและเป็นการปฏิบัติโดยยึดกรอบของกฎหมายเป็นสำคัญ เพื่อกันความผิดพลาดที่จะถูกฟ้องร้องในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ซึ่งอาจนำผลเสียหายมาสู่หน่วยงานได้ ในการดำเนินงานต้องอาศัยบุคลากรตำรวจที่มีความรู้ความสามารถ มีผู้นำที่เข้มแข็ง มีการทำงานที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน โดยมีบุคลากรตำรวจส่วนหนึ่งมีความสุขใจกับการทำงาน มีการพัฒนาตนเอง มีคุณธรรมจริยธรรม และมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี แต่ในขณะเดียวกันอาจมีข้าราชการตำรวจอีกบางส่วนยังขาดความรู้ความสามารถ ขาดการฝึกอบรมพัฒนาความรู้ ขาดภาวะผู้นำ ขาดคุณธรรมจริยธรรม มีความเครียดในการทำงาน ประสบปัญหาการปรับตัวเข้ากับ การเปลี่ยนแปลงของสังคม เกิดความท้อถอย เบื่อหน่าย และขาดขวัญกำลังใจในการทำงานหรือต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะป็นทั้งปัญหาส่วนตัว งานในหน้าที่ที่ทำอยู่ หรือแม้แต่การขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน ปัญหาดังกล่าวจะทำให้การทำงานขาดประสิทธิภาพ

3. ปัญหาการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ โดยเป้าหมายสำคัญคือการสร้างหน่วยงานให้สามารถปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์กระแส

โลกาภิวัตน์ มีประสิทธิภาพประสิทธิผลในการบริหารจัดการหน่วยงาน โดยเฉพาะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์หรือพัฒนาบุคลากรตำรวจให้มีความรู้ความสามารถ มีคุณธรรมจริยธรรมและมีสุขภาพจิตที่ดี เพื่อให้ตำรวจเกิดความมั่นใจและมีศักยภาพในการทำงานเพื่อให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในระยะยาว รวมทั้งค้นหารูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของตำรวจและเพื่อให้หน่วยงานได้นำรูปแบบความสัมพันธ์ที่ได้ไปจัดกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของตำรวจในหน่วยงานของกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นความยุติธรรม บริการประชาชน และป้องกันปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ที่มีผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและความมั่นคง หวังให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นและศรัทธาองค์กรสีกาภิ เพื่อให้องค์กรบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจเป็นองค์กรมืออาชีพมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในระดับสากลด้านการป้องกันปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ

ปัญหาข้อกฎหมาย

กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ เป็นหน่วยงานในสังกัดกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ นอกจากนี้มีอำนาจหน้าที่ทั่วไปตามกฎหมายตำรวจแห่งชาติดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีอำนาจหน้าที่เฉพาะ ดังนี้ได้แก่ รับผิดชอบเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวกับภาษีทุกประเภท การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมที่เกี่ยวกับการเงินการธนาคารทุกประเภท ปฏิบัติงานตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และกฎหมายอื่นและความผิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ในเขตพื้นที่รับผิดชอบทั่วราชอาณาจักร (กองคดีอาญา ระเบียบว่า

ด้วยการกำหนดอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการสำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2552) โดยมีมาตรการทางกฎหมายในการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ: ศึกษากรณีปลอมแปลงเครื่องหมายการค้าดังต่อไปนี้

1. ปัญหาการพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า

ความสำคัญของประเด็นปัญหาการพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า คือ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วเท่านั้นจึงจะมีสิทธิฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของตน ตามมาตรา 46 วรรคแรก ส่วนเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไม่มีสิทธิที่จะฟ้องคดีป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้า และไม่มีสิทธิที่จะฟ้องเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดสิทธินั้นด้วย โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนมีสิทธินำคดีขึ้นสู่ศาลได้เพียงกรณีเดียวคือกรณีการลงขาย ตามมาตรา 46 วรรคสอง จึงเห็นได้ว่ากฎหมายไทยจะให้ความคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว และยังไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้ต่างกัน ดังนั้นการคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายจึงแตกต่างกันระหว่างเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน จึงต้องพิจารณาเป็นกรณีๆว่าการละเมิดสิทธิในกรณีนั้นเป็นการลงขายตามมาตรา 46 วรรคสองหรือไม่ เพราะถ้าใช่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า จึงจะมีสิทธิพิสูจน์ถึงความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า นอกจากนี้ ตามพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศและวิธีพิจารณาคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2539 มาตรา 26 กำหนดให้นำบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งหรือประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือพระราชบัญญัติจัดตั้งศาล

แขวงและวิธีพิจารณาคความอาญาในศาลแขวงมาใช้บังคับโดยอนุโลมกรณีที่พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศและวิธีพิจารณาคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2539 ไม่มีบทบัญญัติและข้อกำหนดเรื่องใดบัญญัติไว้ แต่มีปัญหาว่ากรณีใดจะนำบทบัญญัติใดมาใช้บังคับ ซึ่งเป็นปัญหาถึงประเด็นถึงหน้าที่ในการนำสืบพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้าว่าผู้ใดจะมีภาระในการพิสูจน์และพยานหลักฐานที่จะนำสืบพิสูจน์ความมีชื่อเสียงควรมีเพียงใด มีข้อห้ามในการรับฟังพยานหลักฐานหรือไม่ และกรณีดังกล่าวต้องใช้บทบัญญัติแห่งวิธีสบัญญัติใดมาปรับใช้ เนื่องจากคดีละเมิดในเครื่องหมายการค้าเป็นได้ทั้งคดีแพ่งและคดีอาญา โดยบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งและประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาซึ่งใช้บังคับแก่คดีแพ่งและคดีอาญานั้นมีผลใช้บังคับแตกต่างกันในบางเรื่อง และในกรณีดังกล่าวมิได้มีกฎหมายลูกบัญญัติรายละเอียดในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวอย่างชัดเจน

2. ปัญหาความรับผิดจากการละเมิดและข้อยกเว้นที่ไม่เป็นการละเมิดการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

ประเทศไทยนั้น ข้อยกเว้นที่ไม่เป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปนั้นเป็นไปตามมาตรา 47 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 คือ การใช้เครื่องหมายการค้าโดยสุจริต ส่วนการกระทำใดที่จะเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปนั้น ต้องพิจารณาตามมาตรา 44 ซึ่งบัญญัติว่า "... เมื่อได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว ผู้ซึ่งได้จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้" แต่เนื่องจากพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มิได้บัญญัติไว้โดยตรงว่าการกระทำใดบ้างที่เป็นการละเมิด ดังนั้น การ

พิจารณาในส่วนที่เกี่ยวกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าจึงจำเป็นต้องนำหลักเรื่องละเมิดในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาปรับใช้ เช่น บทบัญญัติการละเมิดโดยทั่วไปตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 และการใช้สิทธิเกินส่วนตาม มาตรา 421 เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้มีปัญหาในการตีความว่าการกระทำใดเป็นการละเมิดการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

3. ปัญหาการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วเท่านั้นจะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าตามประเภทและชนิดของสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ ส่วนเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้นจะมีสิทธิฟ้องผู้กระทำละเมิดได้เฉพาะกรณีล่วงขายเท่านั้น ดังนั้น ตามกฎหมายไทยจึงต้องพิจารณาถึงผู้มีอำนาจฟ้องคดีด้วย จะเห็นได้ว่าต้องเป็นผู้มีอำนาจในการฟ้องคดีเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเสียก่อน จึงจะมีสิทธิในการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

4. ปัญหาเกี่ยวกับการเยียวยาความเสียหาย

การที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป อาจใช้สิทธิตามมาตรา 61(2) ในการเพิกถอนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของตนนั้น เป็นการเยียวยาความเสียหายของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปได้อย่างหนึ่งซึ่งกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาของไทยได้บัญญัติไว้ แต่การเยียวยาดังกล่าวนี้มีใช้การเยียวยาความเสียหายที่แท้จริง เนื่องจากเป็นการให้หยุดกระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเท่านั้น แต่มิได้มีมาตรการในการ

เยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นมาแล้วและจะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตต่อเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปแต่อย่างใด

แม้ว่า ศาลไทยสามารถพิจารณาเยียวยาความเสียหายอันเกิดจากการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปได้ โดยนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 438 มาใช้บังคับ แต่ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มิได้บัญญัติเรื่องการละเมิดและการเยียวยาความเสียหายที่แท้จริงไว้โดยตรง จึงเกิดปัญหาในการเยียวยาความเสียหายที่เกิดจากการถูกละเมิดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายโดยทั่วไป เกิดความไม่เป็นธรรมแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้านั้น และทำให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของไทยไม่ได้ระดับมาตรฐานสากลจนอาจเกิดปัญหาทางการค้าและการลงทุนเกิดขึ้นได้

เมื่อพิจารณาถึงการเยียวยาความเสียหายจากการกระทำที่เป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกา นั้น ตามกฎหมาย Lanham Act ที่อนุญาตให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าทั้งที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนมีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายทั้งในส่วนที่เป็นกำไรและค่าขาดประโยชน์ ค่าเสียหายปกติ ค่าเสียหายเพิ่มเติมที่ศาลเป็นผู้กำหนดให้และค่าใช้จ่ายที่โจทก์ต้องเสียไปจากเหตุที่จำเลยทำละเมิดได้ โดยสมภาพันธุ์รัฐมีมาตรการเยียวยาจากการนำเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นไปใช้และก่อให้เกิดความเสียหายต่อเครื่องหมายการค้า คุ้มครองและให้โอกาสโจทก์ที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือผู้ใช้เครื่องหมายการค้ากับตัวเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครื่องหมายการค้าและการกระทำ ความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ

2. เพื่อศึกษาถึงมาตรการทางกฎหมายในการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า ของไทยและต่างประเทศ

3. เพื่อศึกษาปัญหาข้อเท็จจริงและปัญหาข้อกฎหมายของมาตรการทางกฎหมายในการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า

4. เพื่อศึกษาถึงแนวทางแก้ไขปัญหาข้อเท็จจริงและปัญหาข้อกฎหมายของมาตรการทางกฎหมายในการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า

สมมติฐานการวิจัย

เนื่องจากปัจจุบันประเทศไทยมีปัญหาเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจที่มีลักษณะเป็นอาชญากรรมข้ามชาติ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาข้อเท็จจริงและบทบาทของกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจในการปราบปรามการปลอมแปลงเครื่องหมายการค้า อาทิเช่น ปัญหาการพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า ปัญหาความรับผิดชอบจากการละเมิดและข้อยกเว้นที่ไม่เป็นการละเมิดการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ปัญหาการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ปัญหาเกี่ยวกับการเยียวยาความเสียหาย ยังไม่มีขั้นตอนและวิธีการของกฎหมายที่ใช้บังคับ เกี่ยวกับการปราบปรามการปลอมแปลงเครื่องหมายการค้า ได้โดยตรง จึงจำเป็นต้องมีการแก้ไข และเพิ่มเติมหรือบัญญัติกฎหมายขึ้นใหม่ เพื่อป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาอิสระฉบับนี้เป็นการศึกษาวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาค้นคว้าจากตัวบทกฎหมาย ตำราวิชาการต่าง ๆ ทั้งที่

เป็นภาษาไทยและต่างประเทศ บทความ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ และศึกษาค้นคว้าวิจัยข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากเว็บไซต์ ต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหลายมาทำการศึกษา วิเคราะห์และเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

ประเด็นปัญหาการพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า คือ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วเท่านั้นจึงจะมีสิทธิฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิของตน ตามมาตรา 46 วรรคแรก ส่วนเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไม่มีสิทธิที่จะฟ้องคดีป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้า และไม่มีสิทธิที่จะฟ้องเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดสิทธินั้นด้วย โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนมีสิทธินำคดีขึ้นสู่ศาลได้เพียงกรณีเดียวคือกรณีการลวงขาย ตามมาตรา 46 วรรคสอง จึงเห็นได้ว่ากฎหมายไทยจะให้ความคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว และยังไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้ต่างกัน ดังนั้น การคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายจึงแตกต่างกันระหว่างเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน จึงต้องพิจารณาเป็นกรณีๆว่าการละเมิดสิทธิในกรณีนั้นเป็นการลวงขายตามมาตรา 46 วรรคสองหรือไม่ เพราะถ้าใช่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า จึงจะมีสิทธิพิสูจน์ถึงความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า ส่วนกรณีการละเมิดสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงในกรณีอื่นๆ นั้น เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปไม่ได้รับความคุ้มครอง มีอาจฟ้องคดีได้ ดังนั้น จึงไม่อาจพิสูจน์ถึงความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้าของตนได้ ซึ่งในกรณีนี้ตามมาตรา 6 ทวิ ของอนุสัญญากรุงปารีส (ค.ศ. 1967) ได้กำหนดหลักเกณฑ์การ

พิจารณาว่าเครื่องหมายการค้าใดเป็นที่รู้จักแพร่หลายหรือไม่นั้น ให้พิจารณาถึงความเป็นที่รู้จักในเครื่องหมายการค้าในบรรดาสาธารณชนในส่วนของที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งความเป็นที่รู้จักในประเทศสมาชิกนั้น อันเนื่องมาจากการประชาสัมพันธ์เครื่องหมายการค้า และเมื่อพิจารณาถึงประเทศสหรัฐอเมริกาจะเห็นได้ว่ากฎหมายว่าด้วยการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมของสหรัฐอเมริกาที่ปรากฏอยู่ในกฎหมาย Lanham Act มาตรา 43 (c) กล่าวคือ เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้น การใช้เครื่องหมายโดยไม่ได้รับอนุญาตจะเข้าองค์ประกอบความผิดภายใต้หลักกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมใน 2 กรณี คือ การลวงขาย (Passing off) และการโฆษณาอันเป็นเท็จ (False Advertising) ซึ่งเมื่อพิจารณากฎหมายเครื่องหมายการค้าของสหรัฐอเมริกาตามจะเห็นได้ว่าบัญญัติแยกส่วนไว้ชัดเจนว่ากรณีใดเป็นการลวงขาย และกรณีใดเป็นการโฆษณาอันเป็นเท็จ (False Advertising) โดยตามมาตรา 43 (a) ได้กำหนดเกี่ยวกับการลวงขายว่า เจ้าของเครื่องหมายจะต้องมีการพิสูจน์ว่า การลวงขายดังกล่าวอยู่ภายใต้เขตอำนาจของสหพันธรัฐ (Federal Jurisdiction) กล่าวคือ กิจกรรมทางการค้าของเจ้าของเครื่องหมายนั้น มีลักษณะเป็นการค้าระหว่างรัฐ (Interstate commerce) และการพิสูจน์ว่า การใช้คำ ข้อความ ชื่อ สัญลักษณ์ หรือการออกแบบในทางการค้าโดยบุคคลอื่น ๆ นั้น น่าจะก่อให้เกิดการสับสนหลงผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดของสินค้า ซึ่งความเป็นไปได้ในการก่อให้เกิดความสับสนหลงผิด ไม่จำเป็นต้องเกิดการสับสนหลงผิดจริงๆ ซึ่งแต่ละศาลได้พยายามกำหนดหลักเกณฑ์การพิจารณาและองค์ประกอบของความเป็นไปได้ในการเกิดความสับสนหลงผิดขึ้นด้วย แต่หลักเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นยังไม่เป็นที่สิ้นสุด สามารถเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงในแต่ละคดีที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างกันออกไป ส่วนการโฆษณาอัน

เป็นเท็จ (False Advertising) นั้น ตามมาตรา 43 (a) ของกฎหมาย Lanham Act ได้บัญญัติห้ามการเสนอหรือบรรยายข้อความอันเป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิดในการโฆษณาหรือการส่งเสริมการขายทางการค้า ซึ่งบิดเบือนธรรมชาติ ลักษณะ คุณภาพ หรือแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้า บริการ หรือกิจกรรมทางการค้า ไม่ว่าจะ เป็นของตนเองหรือของผู้อื่น หากการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปมีลักษณะของการกระทำความผิดเข้าข่ายของความผิดฐานลวงขายหรือการโฆษณาอันเป็นเท็จ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปก็สามารถดำเนินการทางกฎหมายโดยอาศัยบทบัญญัติในมาตรา 43 (a) ได้ ดังที่กล่าวมาจึงเห็นได้ว่าการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้เหมือนกัน ซึ่งทำให้การพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนกับเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้น พิสูจน์เช่นเดียวกันในทุกคดี โดยไม่ต้องแยกว่าเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้วหรือไม่ แยกเพียงว่าในกรณีดังกล่าวนั้นเป็นการลวงขาย (Passing off) หรือการโฆษณาอันเป็นเท็จ (False Advertising) ซึ่งเป็นการกระทำผิดกฎหมายว่าด้วยการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมของสหรัฐอเมริกาและผิดตามกฎหมายเครื่องหมายการค้า Lanham Act ของประเทศสหรัฐอเมริกาด้วย ส่วนของประเทศไทยนั้น ต้องพิจารณาก่อนว่าเครื่องหมายการค้า นั้น เป็นเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้แล้วหรือไม่ เนื่องจากสิทธิในการดำเนินคดีเครื่องหมายการค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งต้องพิจารณาว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิเป็นโจทก์ในคดีละเมิดสิทธิเครื่องหมายการค้าหรือไม่ จึงจะมีสิทธิพิสูจน์ถึงความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าเป็นการ

ตัดสินสิทธิเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน
เครื่องหมายการค้าให้ไม่ได้รับความคุ้มครองตาม
เจตนารมณ์ในการออกกฎหมายเครื่องหมายการค้า

นอกจากนี้ ตามพระราชบัญญัติจัดตั้งศาล
ทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศและวิธี
พิจารณาคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่าง
ประเทศ พ.ศ. 2539 มาตรา 26 กำหนดให้นำบทบัญญัติ
แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งหรือ
ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือพระราช
บัญญัติจัดตั้งศาลแขวงและวิธีพิจารณาความอาญาใน
ศาลแขวงมาใช้บังคับโดยอนุโลมกรณีที่พระราชบัญญัติ
จัดตั้งศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่าง
ประเทศและวิธีพิจารณาคดีทรัพย์สินทางปัญญาและ
การค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2539 ไม่มีบทบัญญัติและ
ข้อกำหนดเรื่องใดบัญญัติไว้ แต่มีปัญหาว่ากรณีใดจะนำ
บทบัญญัติใดมาใช้บังคับ ซึ่งเป็นปัญหาถึงประเด็นถึง
หน้าที่ในการนำสืบพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมาย
การค้าว่าผู้ใดจะมีภาระในการพิสูจน์และพยาน
หลักฐานที่จะนำสืบพิสูจน์ความมีชื่อเสียงควรมีเพียงใด
มีข้อห้ามในการรับฟังพยานหลักฐานหรือไม่ และกรณี
ดังกล่าวต้องใช้บทบัญญัติแห่งวิธีสบัญญัติใดมาปรับใช้
เนื่องจากคดีละเมิดในเครื่องหมายการค้าเป็นได้ทั้ง
คดีแพ่งและคดีอาญา โดยบทบัญญัติแห่งประมวล
กฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งและประมวลกฎหมาย
วิธีพิจารณาความอาญาซึ่งใช้บังคับแก่คดีแพ่งและ
คดีอาญานั้นมีผลใช้บังคับแตกต่างกันในบางเรื่อง และ
ในกรณีดังกล่าวมิได้มีการบัญญัติรายละเอียด
ในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาขอเสนอแนะให้ประเทศไทยคุ้มครอง
เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปทั้งที่จด
ทะเบียนและไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้
เหมือนกัน ซึ่งทำให้การพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของ
เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนกับเครื่องหมายการค้า

ที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้นพิสูจน์เช่นเดียวกันในทุกคดี โดย
ไม่ต้องแยกว่าเครื่องหมายการค้านั้นจดทะเบียนไว้แล้ว
หรือไม่ แยกเพียงว่าในกรณีดังกล่าวนั้น เป็นการลวง
ขาย (Passing off) หรือการโฆษณาอันเป็นเท็จ (False
Advertising) ตามกฎหมายเครื่องหมายการค้าของ
สหรัฐอเมริกา โดยเจ้าของเครื่องหมายต้องพิสูจน์ให้ได้
ว่าเครื่องหมายของตนเป็นเครื่องหมายที่มีชื่อเสียง
แพร่หลายทั่วไปก็จะได้รับการคุ้มครอง และมีการลวง
ขาย หรือการโฆษณาอันเป็นเท็จอันก่อให้เกิดความ
เสียหายในการใช้สิทธิในเครื่องหมายที่มีชื่อเสียง
แพร่หลายทั่วไปของตนนอกจากนั้นควรให้ความ
คุ้มครองรวมถึงกรณีที่เครื่องหมายมีชื่อเสียงโดยไม่มี
การใช้ (Reputation without use case) คือ การที่
เครื่องหมายการค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายนั้นจะเกิดจาก
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็ได้ อีกด้วย ทั้งนี้ ผู้ศึกษา
เสนอให้ประเทศไทยควรที่จะแก้ไขเพิ่มเติมพระราช
บัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ดังจะกล่าว
ต่อไปนี้

1. ควรบัญญัติเพิ่มเติมความหมายของคำว่า
“เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป” ว่ามี
ความหมายกว้างขวางเพียงใด ตามความคุ้มครองที่ผู้
ศึกษาได้นำเสนอไปด้วย เพื่อให้ง่ายต่อการพิสูจน์ความ
มีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้าทั้งนี้ โดยบัญญัติไว้ใน
บทบัญญัติค่านิยามตามมาตรา 4 โดยบัญญัติว่า
“เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป
หมายความว่า เครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักแก่
กลุ่มประชาชนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การ
จำหน่าย และการใช้สินค้านั้น และเครื่องหมายดังกล่าว
ได้บ่งบอกว่าเป็นสินค้าที่ใช้เครื่องหมายดังกล่าวมีต้นกำเนิดที่
เป็นการเฉพาะ ไม่ว่าจะโดยมีการจำหน่ายหรือมีการใช้
หรือมีการโฆษณา หรือได้มีการใช้เครื่องหมายโดยวิธี
ใดๆ”

2. ควรแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 46 ว่า “บุคคลผู้
เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าใดๆฟ้องคดี เพื่อ
ป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าหรือ

เครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป หรือเรียกค่า
สินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดสิทธิดังกล่าว โดยต้อง
พิสูจน์ให้ได้ว่ามีการลงขาย หรือมีการโฆษณาอันเป็น
เท็จ ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายจากการกระทำนั้น”

3. ควรบัญญัติเพื่อเติมหลักเกณฑ์ในการพิสูจน์
ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า โดยบัญญัติเป็น
มาตรา 46 วรรคสอง ว่า “การพิจารณาว่าเครื่องหมาย
ใดจะเป็นเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลาย
ทั่วไปหรือไม่

บรรณานุกรม

พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ และคณะ (2549) การติดตามประเมินผลการดำเนินงานป้องกันและ

ปราบปรามอาชญากรรมพิเศษ ประจำปีงบประมาณ 2549. กรุงเทพมหานคร : สำนักงาน
กิจการยุติธรรม

ไพศาล กุมารวิสัย และคณะ,(2537).**หลักกฎหมายสถาบันการเงินกับการแก้ไขวิกฤตการณ์ทางการเงิน**. เอกสาร
ประกอบการสอน คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รายงานการบรรยายศูนย์ข้อมูล. (2537). อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

วีระพงษ์ บุญโญภาส, (2544). **อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ**. พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพมหานคร :
ห้างหุ้นส่วน จำกัด ปี.เจ.เพลท โปรเซสเตอร์

ศิลปพร ศรีจันเพชร, (มกราคม-มีนาคม 2540). **อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ : ปัญหาที่รัฐต้องเร่งแก้ไข**
Chulalongkon Review ปีที่ 9 ฉบับที่ 34 American Sociological Review, 22. (December
1957).

Barry, Hawk. (1990). **Common Market and International Antitrust : A
Comparative Guide**. Vol.11 (Second Edition)

Brown L. Neville. (1989). **Modern Legal Studies**, The Court of Justice of The European
Communities, London : Sweet & Maxwell.

Christopher Bellamy, Graham D. Child. (1991). **Common Market Law of
Competition**. London : Sweet &