

ความสำคัญและลักษณะทั่วไปของเครื่องหมายการค้า

“เครื่องหมายการค้า” (Trade mark) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน โดยเครื่องหมายการค้า จะจัดอยู่ในประเภทหนึ่งของทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม(Industrial Property) เช่นเดียวกับ “การประดิษฐ์” และ “การออกแบบผลิตภัณฑ์” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม และเพื่อผลประโยชน์ของบรรดาผู้ประกอบการทางพาณิชย์อีกด้วย โดยเครื่องหมายการค้าเป็นสิ่งที่ใช้ในการจำแนกสินค้าของผู้ประกอบการรายหนึ่งจากสินค้าของผู้ประกอบการอีกรายหนึ่งเพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจว่า จะเลือกซื้อสินค้าของผู้ประกอบการรายใด บทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้าของประเทศต่างๆ ส่วนใหญ่กำหนดให้ความคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าอันได้รับการจดทะเบียนไว้โดยชัดแจ้ง ในขณะที่เครื่องหมายการค้าซึ่งไม่ได้จดทะเบียนไม่ได้รับความคุ้มครองสิทธิภายใต้บทบัญญัติแห่งกฎหมายดังกล่าว แต่กำหนดให้เจ้าของ เครื่องหมายการค้า นั้นสามารถได้รับความคุ้มครองสิทธิตามหลักกฎหมายว่าด้วยละเมิดในส่วนอันเกี่ยวกับการลงขาย (The Law of Passing Off) ดังเช่น ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของประเทศอังกฤษ ประเทศสหรัฐอเมริกา รวมทั้งประเทศไทย นอกจากนี้ ในกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้าของ แต่ละประเทศยังขยายความคุ้มครองไปถึงเครื่องหมายทางการค้าประเภทอื่น ๆ อันได้แก่ เครื่องหมายบริการ (Service Mark) เครื่องหมายรับรอง (Certification Mark) และเครื่องหมายร่วม (Collective Mark) ดังจะได้อธิบายถึงลักษณะทั่วไปของ เครื่องหมายการค้า หน้าที่ของ เครื่องหมายการค้า การได้มาซึ่งสิทธิในเครื่องหมายการค้า และประโยชน์ของ เครื่องหมายการค้า ทั้งนี้โดยการพิจารณาจากบทบัญญัติแห่งกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครอง เครื่องหมายการค้าของประเทศไทยซึ่งบังคับใช้อยู่ในปัจจุบันเป็นหลัก อันได้แก่ พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดย พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543

1. ความหมายของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้าเป็นสัญลักษณ์อันมีวัตถุประสงค์เพื่อจำแนกผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบกิจการค้ารายหนึ่งจากผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบกิจการค้าอีกรายหนึ่ง โดยผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้แก่สิ่งใด ๆ ซึ่งผู้ประกอบการค้าจำหน่ายให้แก่ลูกค้าด้วยเหตุนี้ลูกค้าจึงต้องการสิ่งที่ใช้ในการจำแนกผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ดังนั้นเครื่องหมายการค้าที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์นั้นจึงมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถใช้แยกแยะผลิตภัณฑ์ของเหล่าผู้ประกอบการค้าต่าง ๆ ได้ (WIPO 1988:145) และต่อไปนี้จะขอกล่าวถึงความหมายและคำจำกัดความของความหมายต่าง ๆ ของสิ่งที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.1 เครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้า (Trade mark) หมายความว่า เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายใช้ หรือมีเจตนาจะใช้ในลักษณะเกี่ยวข้องหรือเป็นที่หมายกับสินค้าของตน เพื่อเป็นการแสดงให้บุคคลทั่วไปเห็นและเข้าใจว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายค้านั้นแตกต่างไปจากสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น คำว่า “เครื่องหมาย” หมายถึง ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประดิษฐ์ ตรา ชื่อ คำ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ เครื่องหมาย หมายความรวมถึงสัมภาค (combination) ของเครื่องหมายข้างต้นอย่างหนึ่งอย่างใด หรือ หลายอย่างรวมกัน ดังนั้นเครื่องหมายจึงมีความหมายกว้างกว่าเครื่องหมายการค้า สิ่งใดเป็นเครื่องหมายแล้วใช้ว่าสิ่งนั้น จะเป็นเครื่องหมายการค้าเสมอไป แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าสิ่งใดจะเป็นเครื่องหมายการค้าได้นั้นสิ่งนั้นจะต้องเป็นเครื่องหมายก่อนเสมอ “เครื่องหมาย” เมื่อนำมาใช้เป็นเครื่องหมายการค้า จะทำให้เห็นความหมายชัดเจน นั่นคือ เป็นเครื่องหมายที่ใช้หรือตั้งใจจะใช้เป็นที่หมายกับสินค้า หรือเกี่ยวข้องกับ สินค้า คือ มุ่งที่ตัวสินค้าเป็นสำคัญ ถ้าสินค้าใดมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย วงจรการขายก็จะแผ่ขยายกว้างไกลออกไป เมื่อขายได้มาก ก็ย่อมได้กำไรมากเป็นธรรมดา เครื่องหมายการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้น ก็จะมีค่าสูงขึ้นเรื่อย ๆ ย่อมเป็นที่หมายปองของเจ้าของสินค้านั้นที่เป็นชนิดหรือ

ประเภทเดียวกัน อาจมีการทำซ้ำ ลอกเลียน หรือปลอมเครื่องหมายการค้าของสินค้านั้นไปใช้กับสินค้าอื่นที่เป็นชนิดหรือประเภท เดียวกัน คำจำกัดความของเครื่องหมายการค้า จึงได้เน้นความหมายไว้ว่า “เพื่อแสดงว่า สินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น” ตัวอย่างเครื่องหมายการค้า เช่น มามา PEPSI SHARP NATIONAL เป็นต้น

1.2 เครื่องหมายบริการ

เครื่องหมายบริการ (Service Mark) หมายถึง เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายใช้ หรือมีเจตนาจะใช้ในลักษณะที่เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับการบริการของตน เพื่อเป็นการแสดงให้บุคคลทั่วไปทราบว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายบริการนั้นแตกต่างไปจากบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น คำว่า “บริการ” หมายถึงการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ความหมายในเชิงธุรกิจก็คือการรับใช้ รับผิดชอบให้ รับผิดชอบให้ รับผิดชอบให้ เพื่อประโยชน์หรือความสะดวกของลูกค้าหรือผู้มาติดต่อ เช่น บริการจัดทัวร์ให้กับคณะนักท่องเที่ยว บริการโฆษณาสินค้า บริการขนส่งสินค้า บริการนำหน้าตัวแทนเหล่านี้ในบางบริการ อาจจัดควบคู่ไปกับการค้าก็ได้ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ต้องการใช้ทั้งเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการเป็นของตนเอง เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองและคุ้มกันจากธุรกิจการค้าหรือธุรกิจบริการของบุคคลอื่น ซึ่งเครื่องหมายบริการจะเป็นเช่นเดียวกับเครื่องหมายการค้า แต่ใช้เฉพาะที่เกี่ยวกับบริการหรือเซอร์วิส ซึ่งแต่เดิมมาการบริการหรือเซอร์วิส มักจะรวมอยู่ในธุรกิจของการค้า แต่ต่อ ๆ มาธุรกิจด้านบริการกำลังขยายตัวและแยกตัวจากการค้าค่อนข้างเด่นชัดขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้การใช้กฎหมายคุ้มครองเครื่องหมายการค้าไปคุ้มครองการบริการไม่สะดวกนัก จึงได้กำหนดไว้ชัดเจนว่าให้กฎหมายเครื่องหมายการค้าไปคุ้มครองการบริการด้วย ตัวอย่างเครื่องหมายบริการ เช่น เครื่องหมายสัญลักษณ์ของการบินไทย เครื่องหมายสัญลักษณ์ของธนาคาร เครื่องหมายบริการการขายสินค้าของห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล ห้างบิ๊กซี ห้างโลตัส เป็นต้น

1.3 เครื่องหมายรับรอง

เครื่องหมายรับรอง (Certification Mark) หมายถึง เครื่องหมาย ที่เจ้าของเครื่องหมายรับรอง ใช้หรือมีเจตนาจะใช้ในลักษณะที่เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือการบริการของบุคคลอื่น ซึ่งไม่ใช่เป็นการใช้เพื่อรับรองสินค้าหรือบริการของผู้เจ้าของเครื่องหมายรับรองเอง การรับรองสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่นนั้นจะต้องเป็นการรับรองเกี่ยวกับ

- แหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพหรือคุณลักษณะอื่นของสินค้านอกจากที่ได้กล่าวมาแล้ว

- สภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นของการบริการนั้น

ด้วยเหตุนี้ เครื่องหมายรับรองจึงเป็นเครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายได้ยินยอมให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายนั้นกับสินค้าหรือบริการของบุคคลดังกล่าวเพื่อเป็นการรับรองบางอย่างอันเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของบุคคลนั้นนั่นเอง ตัวอย่างของเครื่องหมายรับรอง เช่น เครื่องหมายรับรองคุณภาพตราสินค้าไทย เครื่องหมายเซลล์ชวนชิม เป็นต้น

1.4 เครื่องหมายร่วม

เครื่องหมายร่วม (Collective Mark) หมายถึง เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้หรือมีเจตนาจะใช้โดยกลุ่มบริษัท หรือกลุ่มรัฐวิสาหกิจกลุ่มเดียวกัน หรือโดยกลุ่มสมาชิกของสมาคม สหกรณ์ สหภาพ สมาพันธ์ กลุ่มบุคคลหรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน ด้วยเหตุนี้เครื่องหมายร่วมจึงอาจเป็นเครื่องหมายการค้าหรือเป็นเครื่องหมายบริการเพียงแต่ใช้ได้เฉพาะกลุ่มซึ่งมีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการเพียงแต่ใช้ได้เฉพาะกลุ่มซึ่งมีสิทธิใช้เครื่องหมายหรือเครื่องหมายบริการเท่านั้นทั้งนี้อาจเพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเป็นเอกภาพของผู้ประกอบกิจการในแขนงหรือลักษณะเดียวกัน ตัวอย่างของเครื่องหมายร่วม เช่น เครื่องหมายสัญลักษณ์รูปช้างในรูปหอกเหลี่ยมของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย เป็นต้น

2 หน้าที่ของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้าหนึ่ง ๆ มักจะทำหน้าที่โดยทั่วไปอยู่ 4 ประการดังต่อไปนี้คือ

1. หน้าที่ในการบ่งชี้และแยกแยะตัวสินค้า
2. หน้าที่ในการบ่งบอกแหล่งที่มาของสินค้า
3. หน้าที่ในการบ่งบอกคุณภาพของสินค้า
4. หน้าที่ในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์

หน้าที่ดังกล่าวข้างต้นนี้ในบางข้ออาจจะผสมผสานกันไปได้ เช่น ในขณะที่เครื่องหมายการค้าอันหนึ่งบ่งชี้ถึงความแตกต่างของตัวสินค้านั้นมันก็ทำหน้าที่บ่งบอกถึงแหล่งที่มาอันแตกต่างของสินค้าแต่ละชิ้นนั้นด้วยในตัว

2.1 หน้าที่ในการบ่งชี้และแยกแยะตัวสินค้า

เครื่องหมายการค้าอันหนึ่งย่อมทำหน้าที่ในการบ่งชี้ (Identify) ตัวสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าอันนั้นและแยกแยะ (distinguish) สินค้าอันนั้นจากสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าอื่นไปในเวลาเดียวกัน หน้าที่ข้อนี้ย่อมเป็นประโยชน์โดยตรงต่อเจ้าของสินค้าที่จะทำการค้าขายสินค้าและต่อผู้ซื้อที่จะสามารถซื้อหาสินค้าที่ต้องการได้โดยสะดวกโดยการดูจากเครื่องหมายการค้าของสินค้านั้นเอง การที่เครื่องหมายการค้าต้องทำหน้าที่หลักข้อนี้เองที่ทำให้มีหลักหนึ่งในกฎหมายเครื่องหมายการค้าของทุกประเทศว่า เครื่องหมายการค้าที่จะนำมาจดทะเบียนเพื่อรับความคุ้มครองอย่างสมบูรณ์จากกฎหมายนั้น จะต้องมิลักษณะบ่งเฉพาะ (distinctiveness) กล่าวคือ มีลักษณะเด่นของเครื่องหมายการค้าที่แตกต่างไปจากเครื่องหมายการค้าอื่น สำหรับสินค้าในประเภทเดียวกัน ทั้งนี้ ก็เพื่อป้องกันมิให้มีการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกันจนอาจทำให้ผู้ซื้อเกิดความสับสนในตัวสินค้า

2.2 หน้าที่ในการปกป้องแหล่งที่มาของสินค้า

หน้าที่ข้อนี้มีความใกล้เคียงกับหน้าที่ในการบ่งชี้และแยกแยะตัวสินค้ามาก ในส่วนที่ว่า ในขณะที่เครื่องหมายการค้าอันหนึ่งได้ทำหน้าที่บ่งชี้และแยกแยะตัวสินค้าว่าแตกต่างกันนั้น เครื่องหมายการค้าอันนั้นก็ทำหน้าที่ปกป้องถึงแหล่งที่มาของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นด้วย อย่างไรก็ตาม ฟังเป็นที่เข้าใจว่า การปกป้องถึงแหล่งที่มาของสินค้านั้นไม่ถึงขนาดว่าเครื่องหมายการค้านั้นจะบอกข้อมูลที่ชัดเจนแก่ผู้ซื้อได้เสมอไป ว่าใครเป็นผู้ผลิตสินค้าหรือเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้น แต่เครื่องหมายการค้าทำหน้าที่นี้ในการที่สามารถสื่อสารให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันนั้นย่อมจะมาจากแหล่งเดียวกัน ซึ่งอาจจะมีความหมายอย่างแค่ว่า มาจากผู้ผลิตและเจ้าของเครื่องหมายการค้าเดียวกัน หรือมีความหมายอย่างกว้างว่ามีที่มาจากผู้ผลิตรายอื่นที่ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในการผลิตและใช้เครื่องหมายการค้านั้นด้วย

2.3 หน้าที่ในการปกป้องคุณภาพของสินค้า

เครื่องหมายการค้าทำหน้าที่ปกป้องคุณภาพของสินค้าในลักษณะที่ทำให้ผู้ซื้อรับรู้ได้ว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าอันหนึ่ง ๆ นั้นน่าจะมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างไปจากสินค้าชิ้นอื่น ๆ ที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันนั้น ดังนั้น ไม่ว่าผู้ซื้อจะซื้อสินค้านั้นจากร้านใดหรือ ณ เวลาใด เขาก็จะได้สินค้าที่มีคุณภาพเหมือนกัน หน้าที่ของเครื่องหมายการค้าที่กำลังกล่าวถึงในข้อนี้จึงไม่ใช่หน้าที่ในการประกันคุณภาพของสินค้าว่ามีคุณภาพดีหรือมีมาตรฐานอย่างไร (ซึ่งกรณีนี้จะเป็นหน้าที่ของเครื่องหมายรับรอง Certification Mark)แต่อย่างไรก็ดี ข้อนี้มีได้หมายความว่า เจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือผู้ผลิตจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงคุณภาพของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าหนึ่งมาก่อนได้ แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงในด้านคุณภาพหรือรูปลักษณะของสินค้าขึ้น เครื่องหมายการค้าก็ยังคงทำหน้าที่นี้ได้อยู่ว่า ผู้ซื้อจะยังคงมีความเชื่อมั่นว่าสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นยังคงเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมออยู่ต่อไป เฉกเช่นเดียวกับสินค้าดั้งเดิมที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันนั้นนั่นเอง

(ตัวอย่างเช่น น้ำอัดลมที่มีการเปลี่ยนส่วนผสมจากน้ำตาลธรรมชาติเป็นสารสังเคราะห์ให้ความหวานแทน เป็นต้น)

ในสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันนี้ซึ่งการค้าระหว่างประเทศ และการลงทุนในต่างประเทศขยายตัวขึ้น ประกอบกับระบบธุรกิจใหม่ ๆ (เช่น FRANCHISE) ได้รับความนิยมขึ้น ทำให้มีการกระจายแหล่งผลิตออกไปในประเทศต่าง ๆ มากขึ้น แทนที่จะเป็นการผลิตในแหล่งผลิตเดียว และจัดส่งสินค้าสำเร็จรูปไปขายในประเทศต่าง ๆ อย่างแต่ก่อน แต่การที่สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจะได้รับความนิยอย่างกว้างขวางนั้นก็จำเป็นอยู่เองที่จะต้องอาศัย goodwill ที่เคยมีมาก่อน ดังนั้น เจ้าของเครื่องหมายการค้าจึงมักจะต้องอนุญาตให้ผู้ผลิตสามารถใช้เครื่องหมายการค้ากับสินค้าที่ได้สิทธิผลิตด้วย แต่การที่สินค้าที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายอื่นสามารถใช้เครื่องหมายการค้าของเจ้าของได้นั้นย่อมก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อ goodwill ของเจ้าของด้วยอย่างยิ่ง เพราะถ้าหาก คุณภาพของสินค้านั้นไม่ดี ย่อมกระทบกระเทือนต่อภาพพจน์ของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้า นั้นโดยทั่วไป ดังนั้นจึงนับเป็นกรณีปกติธรรมดาที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะถือสิทธิในการควบคุมคุณภาพของสินค้าได้รับสิทธิผลิตอย่าง เข้มงวด การควบคุมคุณภาพนี้จะเป็นผลดีแก่ผู้บริโภคที่จะได้ใช้สินค้าที่มีคุณภาพที่ คาดหวังจาก เครื่องหมายการค้าที่ใช้กับสินค้านั้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง เครื่องหมาย การค้าที่ใช้กับ สินค้าที่แม้จะผลิตโดยผู้ผลิตต่างรายก็ยังคงสามารถทำหน้าที่บ่งบอกถึงคุณภาพอันพึงมีพึงเป็น ได้อยู่แน่นอน การที่เครื่องหมายการค้าสามารถทำหน้าที่ข้อนี้ได้ด้วย จึงเป็นที่เข้าใจได้ว่าเครื่องหมายการค้าอันเป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างเสริม goodwill ของตัวสินค้า และแทบจะแยกสองสิ่งนี้ออกจากกันไม่ได้ ดังนั้น เมื่อเครื่องหมายการค้าใดเป็นที่รู้จักของ ผู้ซื้อแล้ว เครื่องหมายการค้าอันก็จะนับเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญยิ่งของกิจการอีกชั้นหนึ่ง หน้าที่บ่งบอกถึงคุณภาพในข้อนี้ก็มีความเกี่ยวโยงถึงหน้าที่สองข้อข้างต้นด้วย คือ หน้าที่ในการบ่งชี้และแยกแยะตัวสินค้ากับหน้าที่ในการบ่งบอกแหล่งที่มาของสินค้าเครื่องหมายการค้าจะทำหน้าที่เหล่านี้ได้พร้อม ๆ กัน เมื่อผู้ซื้อได้รับรู้ถึงเครื่องหมายการค้าอัน (ซีซีซี 2536 : 10)

2.4 หน้าที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์

เป็นที่ยอมรับว่าเครื่องหมายการค้าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพราะการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้น มีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้า ทั้งยังกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ในสินค้านั้น ๆ เพื่อเป้าหมายที่ต้องการคือการซื้อสินค้า ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเองที่สื่อโฆษณาจะต้องทำให้เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าหนึ่ง ๆ ปรากฏแก่กลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน พอที่จะรับรู้และจดจำได้ ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่สังเกตได้ว่าเครื่องหมายการค้าที่ปรากฏในสื่อโฆษณา ต่าง ๆ จะเหมือนกับเครื่องหมายการค้าที่ใช้อยู่จริงกับสินค้าในท้องตลาดนั่นเอง เมื่อผู้บริโภคมีความประสงค์จะซื้อสินค้านั้นแล้ว และออกไปซื้อหาเครื่องหมายการค้าที่ติดอยู่กับตัวสินค้าก็จะทำหน้าที่ทั้งสามประการข้างต้นต่อไป (รัชชัย 2536 : 11)

3 การได้มาซึ่งสิทธิในเครื่องหมายการค้า

การได้มาซึ่งสิทธิในเครื่องหมายการค้ามีที่มาได้ 2 ทาง ดังต่อไปนี้

3.1 การได้มาซึ่งสิทธิโดยการใช้

การได้มาซึ่งสิทธิในเครื่องหมายการค้าโดยการใช้ คือการที่บุคคลใดได้นำเครื่องหมายการค้าของตนออกใช้กับสินค้าของตนก่อนบุคคลอื่น อันเป็นผลให้บุคคลผู้ใช้เครื่องหมายการค้าก่อนดังกล่าวมีสิทธิดีกว่าบุคคลอื่นผู้ใช้เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายคลึงกันในภายหลังด้วยการห้ามการใช้อันถือเป็นการละเมิดสิทธิของตน (ประเทือง 2532 : 167) ในบางประเทศโดยเฉพาะที่ใช้ระบบกฎหมายคอมมอนลอว์ ดังเช่นประเทศอังกฤษและประเทศสหรัฐอเมริกา ต่างมีหลักกฎหมายอันให้สิทธิในเครื่องหมายการค้าที่มีได้จดทะเบียนแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้าของตน ภายใต้เงื่อนไขที่ว่าต้องมีการใช้เครื่องหมายการค้านั้นอย่างแท้จริง ตลอดจนต้องสามารถพิสูจน์ถึงชื่อเสียงในสินค้า อันก่อให้เกิด goodwill ในชื่อของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ติดอยู่กับสินค้านั้น

อย่างไรก็ตาม แทบทุกประเทศในโลกได้กำหนดให้ความคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าอันได้จดทะเบียนไว้เป็นหลักฐานส่วนการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีได้จดทะเบียนแต่เจ้าของได้ใช้กับสินค้าของตนนั้น เป็นทางเลือก รอลงมาเพื่อมุ่งป้องกันการกระทำอันมีลักษณะฉ้อ โกงและหลอกลวงผู้บริโภคใน แหล่งที่มาแห่งสินค้า ซึ่งเป็นผลตามมาให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของสินค้าที่ติด เครื่องหมายการค้าดังกล่าว พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดย พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 ได้กำหนดสิทธิของเจ้าของเครื่องหมาย การค้าจากการใช้เครื่องหมายการค้าของตนกับสินค้าที่นำออกจำหน่ายในท้องตลาด แม้ว่า จะไม่ได้ทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของตนไว้ตามกฎหมายก็ตาม โดย ในมาตรา 46 บัญญัติให้สิทธิแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน ในอันที่จะฟ้องคดีบุคคลใดซึ่งเอาสินค้าของตนไปลงขายว่า เป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมาย การค้านั้น

นอกจากนี้ ผลของการใช้เครื่องหมายการค้าของตนอาจก่อให้เกิดสิทธิใน อันที่จะขอจดทะเบียนซ้อนสำหรับเครื่องหมายการค้าดังกล่าวก็ได้ ดังที่ พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 แก้ไขเพิ่มเติม โดย พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 มาตรา 27 กำหนดไว้ในกรณีที่ว่า หากบุคคลใดใช้เครื่องหมาย การค้าของตนมาโดยสุจริต และต่อมาได้นำเครื่องหมายการค้าของตนมาขอจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าตามกฎหมาย แต่เครื่องหมายการค้าของตนไปเหมือน หรือคล้ายกับ เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว หรือเครื่องหมายการค้าของตน ไปเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่บุคคลอื่นกำลังขอจดทะเบียนสำหรับสินค้า จำพวกเดียวกันหรือต่างจำพวกกันที่นายทะเบียนเห็นว่า มีลักษณะอย่างเดียวกัน นายทะเบียนอาจเห็นว่าสมควรรับจดทะเบียนก็ได้ โดยให้มีเงื่อนไขและข้อจำกัดเกี่ยวกับ วิธีการใช้และเขตแห่งการใช้เครื่องหมายการค้า นั้น หรือเงื่อนไขและข้อจำกัดอื่น ตามที่ นายทะเบียนเห็นสมควรกำหนดด้วยก็ได้ (ไชยยศ 2544 : 268)

3.2 การได้มาซึ่งสิทธิโดยการจดทะเบียน

การได้มาซึ่งสิทธิในเครื่องหมายการค้าโดยการจดทะเบียน คือ การที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดได้นำเครื่องหมายการค้าของตนไปจดทะเบียนไว้กับหน่วยงานของรัฐบาล เมื่อได้รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว เจ้าของเครื่องหมายการค้าย่อมมีสิทธิแต่ผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าของตนตามที่กฎหมายรับรองสิทธิไว้ หากบุคคลใดนำเครื่องหมายการค้าดังกล่าวไปใช้ ก็ถือว่าเป็นการกระทำละเมิดสิทธินั้น (ประเทือง 2532 : 167) กฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้าของประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่ กำหนดให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าด้วยการให้จดทะเบียนไว้ตามหลักเกณฑ์ซึ่งกำหนดไว้ในบทบัญญัติแห่งกฎหมายนั้น พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดย พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 มาตรา 44 บัญญัติถึงการได้มาซึ่งสิทธิในเครื่องหมายการค้าโดยการจดทะเบียนไว้ โดยเมื่อได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว ผู้ซึ่งได้จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่ผู้เดียว (exclusive right) ในอันที่จะใช้ เครื่องหมายการค้า นั้นสำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ และมาตรา 46 วรรคแรก บัญญัติให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าสามารถฟ้องร้องหรือเรียกค่าสินไหมทดแทนจากผู้กระทำละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนนั้น นอกจากนี้ มาตรา 49 กำหนดให้สามารถโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนแล้ว ตลอดจนมาตรา 68 ได้บัญญัติให้เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิในการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนแล้วเช่นกัน

4. ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้ามีประโยชน์ต่อบุคคลหลายฝ่าย ดังต่อไปนี้

1. มีประโยชน์ต่อเจ้าของเครื่องหมายการค้า
2. มีประโยชน์ต่อประชาชนผู้บริโภค
3. มีประโยชน์ต่อประชาชนภาครัฐ

4.1 เครื่องหมายการค้ามีประโยชน์ต่อเจ้าของ

เครื่องหมายการค้าช่วยให้เจ้าของเครื่องหมายการค้า สามารถบ่งบอกให้ ผู้ซื้อสินค้ารู้ว่าสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้นแตกต่างจากสินค้าของผู้อื่น เครื่องหมายการค้าช่วยเป็นสื่อในการ โฆษณา และจำหน่ายสินค้าบางกรณีเจ้าของ เครื่องหมายการค้าอนุญาตให้ผู้อื่นใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อแลกเปลี่ยนกับ ค่าตอบแทน (Royalty) หรือบางครั้งก็ขายสิทธิในเครื่องหมายการค้า โดยทำเป็นสัญญา โอนเครื่องหมายการค้า

4.2 เครื่องหมายการค้ามีประโยชน์ต่อประชาชน

ประชาชนผู้ซื้อสินค้าสามารถเรียกขานสินค้าและเลือกซื้อสินค้าที่ตน ต้องการได้ โดยการสังเกตเครื่องหมายการค้าที่ใช้กับสินค้านั้น ผู้ซื้อสินค้าอาศัย เครื่องหมายการค้าเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงคุณภาพของสินค้า ทำให้ผู้ซื้อสินค้าเชื่อว่าสินค้านิด เดียวกัน ที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันย่อมมีคุณภาพเหมือนกัน

4.3 เครื่องหมายการค้ามีประโยชน์ต่อภาครัฐ

เครื่องหมายการค้าทำให้มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ทำให้รัฐมี รายได้จากค่าธรรมเนียมรัฐสามารถดูแลและควบคุมการค้าขาย สามารถคุ้มครองสิทธิ เจ้าของเครื่องหมายการค้าและคุ้มครองผู้บริโภคให้สามารถซื้อสินค้าที่เป็นของแท้มี คุณภาพ เครื่องหมายการค้าช่วยให้รัฐสามารถดูแล และกำกับการแข่งขันทางการค้าให้ ดำเนินไปอย่างเสรี และเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ไชยยศ เหมะรัชตะ. เครื่องหมายการค้า. ลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา.

พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2544:253-318

รัชชัย สุภผลศิริ. คำอธิบายเครื่องหมายการค้า. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2536

ประเทือง ศรีรอดบาง. สิทธิเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า. วารสารกรมทะเบียนการค้า

ฉบับที่ 5 ปีที่ 14, 2528 อ้างถึงใน ชาญชัย ศิลาจารุ. เครื่องหมายการค้ากับการลง

สาธารณะชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531. หน้า 27.

ภาษาอังกฤษ

World Intellectual Property Organization (WIPO). Background Reading Material

on Intellectual Property. 1988 อ้างถึงใน รัชชัย สุภผลศิริ. ลักษณะของ

เครื่องหมายการค้า. คำอธิบายเครื่องหมายการค้า. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร :

สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2536. หน้า 8.