



บทที่ ๕

บทสรุป และ ข้อเสนอแนะ

บทสรุป

ความสำคัญของเครื่องหมายการค้าในสังคมปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นในระดับภายในประเทศ หรือระดับระหว่างประเทศ เป็นสิ่งที่มีผลกระทบและมีอิทธิพลต่อสภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์ในโลกที่เราไม่สามารถปฏิเสธได้ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงประวัติความเป็นมาของเครื่องหมายการค้าตั้งแต่อดีตกาล จนกระทั่งปัจจุบันทำให้เราสามารถพิจารณาได้ว่าเครื่องหมายการค้า เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นที่ขาดเสียไม่ได้ในการที่จะแสดงบทบาทและหน้าที่ในการบ่งชี้ถึงตัวสินค้าหรือบริการหนึ่ง ๆ เป็นการเฉพาะ ซึ่งให้เห็นถึงคุณลักษณะพิเศษของธุรกิจการค้าหนึ่ง ๆ ซึ่งให้เห็นถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการค้าและสาธารณชนหรือผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวเครื่องหมายการค้าเองก็ได้มีการขยายขอบเขตและครอบคลุมไปถึงเครื่องหมายที่เรียกว่า เครื่องหมายบริการ (SERVICE MARK) และเครื่องหมายรับรอง (CERTIFICATION OR COLLECTIVE MARKS) อันเป็นเครื่องที่แสดงให้เห็นว่ามีการวิวัฒนาการไปตามสภาพแวดล้อมที่มีการขยายตัวของการค้า เน้นธุรกิจการค้าที่นับวันมีแต่จะเติบโตขึ้นทุกขณะอันเป็นสาเหตุที่ทำให้สาธารณชนหรือผู้บริโภคต้องเข้ามาสัมผัสกับเครื่องหมายการค้าที่ใช้กับตัวสินค้าหรือบริการมากขึ้น เป็นลำดับเช่นกัน

แม้ว่าแต่เดิมนั้นจะปรากฏว่า ระบบกฎหมายเครื่องหมายการค้าได้แบ่งออกเป็น ๒ ระบบ คือ ระบบการใช้เครื่องหมายการค้า (USE SYSTEM) และระบบการจดทะเบียน (REGISTRATION SYSTEM) โดยถือหลักการใช้ หรือการจดทะเบียนแล้วแต่กรณีเป็นเงื่อนไขหรือกฎเกณฑ์ในการพิจารณาให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าหรือในการให้สิทธิเด็ดขาดในการใช้เครื่องหมายการค้าหนึ่ง ๆ ก็ตาม แต่ในปัจจุบันกฎหมายเครื่องหมายการค้าของประเทศส่วนใหญ่มีกจะนำเอาหลักการหรือกฎเกณฑ์ที่เป็นส่วนข้อดีของแต่ละระบบมาผสมผสานกัน

แล้วนำมาปรับใช้เป็นกฎหมาย เครื่องหมายการค้าอัน เป็นกฎหมายภายใน ดังนั้นในปัจจุบันจึงไม่ค่อยได้พบเห็นว่ามีประเทศใดที่ยังคงใช้ระบบใดระบบหนึ่งเป็นการเฉพาะได้ง่ายนัก เป็นที่ยอมรับกันว่า การฟ้องร้องในเรื่องการลงขามมีที่มาจากประเทศที่ใช้ระบบการใช้เครื่องหมายการค้า และการฟ้องร้องในเรื่องการละเมิดมีที่มาจากประเทศที่ใช้ระบบการจดทะเบียน และเนื่องจากได้มีการแบ่งระบบเป็น 2 ระบบนี้จึงทำให้แหล่งข้อมูลกฎหมาย เครื่องหมายการค้า มีอยู่ 2 แหล่งที่สำคัญคือ พระราชบัญญัติและกฎหมายอื่น ๆ ที่มีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้อง และแนวคำพิพากษาหรือคำสั่งของศาล

เครื่องหมายการค้าจะต้องมีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ ต้องมีลักษณะบ่งเฉพาะ (DISTINCTIVENESS) อันเป็นการสอดคล้องกับบทบาทและหน้าที่ประการหนึ่งของเครื่องหมายการค้า และจะต้องมีลักษณะที่ไม่เป็นการลงสาธาณชน ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน ซึ่งทั้งสองลักษณะนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและการวางแนวทางในการบัญญัติกฎหมาย เครื่องหมายการค้า เพื่อใช้บังคับภายในประเทศของประเทศหนึ่ง ๆ เป็นสำคัญ ซึ่งอาจมีการวางกฎเกณฑ์ที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันได้ หรืออาจมีความแตกต่างกันในรายละเอียดหรือในหลักการบางประการก็ได้

การให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้านั้น เป็นไปในลักษณะที่คุ้มครองการกระทำ (PROTECTED ACT) คือ กฎหมาย เครื่องหมายการค้าของประเทศส่วนใหญ่มักจะถือว่า เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่แท้จริง เป็นผู้มีสิทธิเด็ดขาดใน เครื่องหมายการค้า (EXCLUSIVE RIGHTS IN TRADEMARK) ในการใช้เครื่องหมายการค้าที่ตนแต่เพียงผู้เดียว และมีอำนาจห้ามบุคคลอื่นใช้ เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกับ เครื่องหมายการค้าของเขา เพื่อใช้กับสินค้าหรือบริการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกับสินค้าหรือบริการของเขา และกรณีอื่น ๆ เท่าที่เห็นว่าสมควรและเหมาะสม เพื่อมิให้สิทธิใน เครื่องหมายการค้าของเขาต้องบกพร่องไปได้

ในปัจจุบัน กฎหมาย เครื่องหมายการค้าของบางประเทศได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการและแนวความคิดที่ว่า สาธาณชนซึ่งเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องหมายการค้าอยู่ด้วยนี้สมควรได้รับการพิจารณาให้ความคุ้มครองจากกฎหมาย เครื่องหมายการค้าอย่างเด่นชัดขึ้นกว่าแต่ก่อน โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับการลงสาธาณชนอันมีผลมาจาก เครื่องหมายการค้า หรือสาเหตุใด ๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับ เครื่องหมายการค้าอัน เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้อง

ซึ่งได้แก่ เจ้าของเครื่องหมายการค้า, ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า, ผู้ได้รับโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้า, ผู้ละเมิด, ผู้ลงขาย หรือบุคคลอื่นใดซึ่งเป็นสาเหตุที่ก่อให้เกิดความสับสน หลงผิด หรือความเข้าใจผิดในเรื่องของความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า หรือความเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายการค้า หรือในเรื่องของคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายการค้าแก่สาธารณชนซึ่งเป็นชนหมู่มากหรือประชาชนส่วนรวมของสังคมหนึ่ง ๆ นั้น

สภาพของลักษณะการลงสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับ เครื่องหมายการค้า เท่าที่พิจารณาได้ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีอยู่ 10 ลักษณะ ดังนี้

1. การลงถึงคุณภาพ ซึ่งแบ่งลักษณะการลงนี้ออกเป็น 2 ประการ คือ

1.1 ลักษณะเครื่องหมาย เป็นสิ่งที่ลงสาธารณชนถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ในบางประเทศกฎหมาย เครื่องหมายการค้าได้วางหลักเกณฑ์ห้ามมิให้รับจดทะเบียนเครื่องหมายที่มีลักษณะ เป็นการพรรณารูปร่างลักษณะของสินค้าโดยบ่งบอกถึงวัตถุดิบ หรือปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะ เป็นคำที่มีความหมาย เช่นว่านั้นอย่างตรงไปตรงมา หรือประดิษฐ์ดัดแปลงไปบ้าง เล็กน้อยแต่ยังคงเค้ารูป เดิมอยู่บ้างก็ตาม เพื่อพิจารณาประกอบกับตัวสินค้า ปรากฏว่าสินค้าไม่ได้ใช้วัตถุดิบหรือปัจจัยที่แสดงความหมายในเครื่องหมายการค้ามาใช้แต่ประการใด อันมีผลทำให้สาธารณชนหรือผู้บริโภคเกิดความสับสน หลงผิด หรือ เข้าใจผิดคิดว่าสินค้าภายใต้ เครื่องหมายนั้นมีส่วนประกอบหรือปัจจัยดังที่บ่งบอกไว้ใน เครื่องหมายซึ่งเป็น เรื่องไม่ถูกต้องต่อสภาพความเป็นจริง อันถือว่าเครื่องหมายนั้นมีลักษณะลง ประเทศที่มีหลักกฎหมายนี้บังคับใช้ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เป็นต้น

1.2 คุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้ใช้เครื่องหมายการค้าลดน้อยลงหรือผิดแผกแตกต่างไปจากมาตรฐานคุณภาพ เดิมที่มีอยู่ กฎหมาย เครื่องหมายการค้าของประเทศ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน มีหลักกฎหมายที่วางกฎเกณฑ์ให้เจ้าของ เครื่องหมายการค้า และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าจะต้องทำการควบคุมคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายการค้าให้อยู่ในมาตรฐานคุณภาพที่เป็นอยู่ดั้งเดิม หากมีการเปลี่ยนแปลง

ในส่วนที่เกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการในทางลบ อันเป็นผลเสียต่อสาธารณชนแล้ว ทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวอาจถูกพิจารณาทำการเพิกถอนออกจากทะเบียนได้

2. การลงถึงแหล่งกำเนิดที่เป็นชื่อภูมิศาสตร์ ตามปกติชื่อหรือข้อความในทางภูมิศาสตร์ที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่แพร่หลายในหมู่สาธารณชนห้ามมิให้รับจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้า เว้นแต่เครื่องหมายนั้นจะมีลักษณะบ่งเฉพาะ เนื่องจากการใช้จนเป็นที่แพร่หลายแก่สาธารณชน สำหรับลักษณะเครื่องหมายที่เป็นการพัฒนาเกี่ยวกับภูมิศาสตร์ที่ไม่ถูกต้องอันมีลักษณะลงซึ่งต้องห้ามมิให้รับจดทะเบียนนี้ต้องเป็นเครื่องหมายที่มีลักษณะดังนี้

- 1) เป็นเครื่องหมายที่เป็นชื่อหรือข้อความทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญที่แสดงต่อสาธารณชน
- 2) สินค้าที่ใช้กับเครื่องหมายนั้นไม่ได้มีแหล่งกำเนิดหรือที่มาจากสถานที่ที่เป็นชื่อภูมิศาสตร์นั้น
- 3) พฤติการณ์ของการใช้ชื่อหรือข้อความทางภูมิศาสตร์นั้นพึงพิจารณาว่ามีวัตถุประสงค์ที่จะลงสาธารณชนให้หลงผิดหรือเข้าใจว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นมีลักษณะพิเศษดีกว่าปกติ หรือเพิ่มเติมความรับผิดชอบในการขาย (GREATER QUALITY OR SALE ABILITY) ซึ่งความจริงไม่มีสิ่งเหล่านั้นอยู่แต่ประการใด เช่น เครื่องหมายเกี่ยวกับชื่อของประเทศฝรั่งเศสที่จะใช้กับสินค้าจำพวก เครื่องหอมหรือ เครื่องสำอางค์ ชื่อของประเทศ เดนมาร์กที่จะใช้กับสินค้าจำพวกนม เนย เป็นต้น

ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศเดียวที่มีหลักกฎหมายในเรื่องนี้ที่เด่นชัดอันสมควรนำมาพิจารณาและทำการศึกษา

3. การลงถึงสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่มีอยู่ก่อน ในลักษณะการลงนี้มุ่งชี้ให้เห็นว่า กฎหมายเครื่องหมายการค้าของบางประเทศได้กำหนดมิให้รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ยื่นเข้ามาอันมีลักษณะเหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้าที่บุคคลอื่นได้นำมาใช้อย่างจริงจังแล้ว และบุคคลนั้นยังคงใช้เครื่องหมายการค้านั้นอยู่ หรือมีลักษณะเหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้าที่ได้รับจดทะเบียนไว้แล้วของบุคคลอื่น ทั้งนี้ เพื่อจะใช้

กับสินค้าหรือบริการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน ในกรณีดังกล่าวนี้ถือว่า ผู้ใช้เครื่องหมายการค้า หรือผู้จดทะเบียนไว้ก่อนนั้น เป็นผู้มิสิทธิใน เครื่องหมายการค้า นั้นอยู่ก่อนแล้ว อย่างไรก็ตามก็มี ข้อยกเว้นในบางกรณี ประเทศที่มีหลักกฎหมายดังที่ว่ามี ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา นอร์เวย์ และ เดนมาร์ก

4. การลงสาธารณชนถึง เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่รู้จักกันดี เนื่องจาก เครื่องหมายการค้าได้ถูกใช้ในทางการค้าจน เป็นที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่รู้จักกันดี ในหมู่สาธารณชนแล้ว การพิจารณาให้ความคุ้มครองแก่ เครื่องหมายการค้าดังกล่าวย่อมมี มากกว่ากรณีเครื่องหมายการค้าธรรมดาทั่ว ๆ ไป แยกการพิจารณาเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่ รู้จักกันดี ออกได้ เป็น 2 ระดับ คือ ระดับภายในประเทศ และระดับ ต่างประเทศ

กฎหมาย เครื่องหมายการค้าของประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหพันธ์สาธารณรัฐ เยอรมัน สาธารณรัฐประชาธิปไตย เยอรมัน ได้วางหลักกฎหมายห้ามมิให้รับจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักกันดีหรือ เป็นที่มีชื่อ เสียงแก่สาธารณชน ว่าเป็นของบุคคลใด โดย เฉพาะ เพื่อใช้กับสินค้าหรือบริการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันไว้อย่างเด่นชัด ในขณะที่ เดียวกันในบางประเทศก็มีการวางหลัก เกณฑ์ในเรื่องของการจดทะเบียน เครื่องหมายการค้า ที่เรียกว่า (DEFENSIVE TRADEMARK) อันเป็นวิธีการพิจารณาและดำเนินการจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่ รู้จักกันดี ในหมู่สาธารณชนและผู้ประกอบการค้า ทั้งหลาย เพื่อให้มีผลการจดทะเบียนครอบคลุมสินค้าจำพวกอื่น ๆ ที่ไม่ได้ใช้กับเครื่องหมาย การค้าที่มีชื่อ เสียงนั้นแต่ประการใด อัน เป็นการป้องกันมิให้บุคคลอื่นนำเอา เครื่องหมายการค้า ที่มีชื่อ เสียงดังกล่าวไปใช้กับสินค้าอื่น ๆ อัน เป็นสาเหตุที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดความสับสนหลงผิด ในแหล่งกำเนิดของสินค้าได้ ทั้งนี้ได้ศึกษาถึงความ เป็นมา องค์ประกอบ กระบวนการ จดทะเบียน ผลแห่งการ เป็น DEFENSIVE TRADEMARK ในทางกฎหมาย ตลอดจนผลวิเคราะห์ ของระบบ DEFENSIVE TRADEMARK นี้ไว้พอสังเขปด้วย

ในส่วนที่เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่รู้จักกันดีระดับ
ต่างประเทศซึ่งมีอนุสัญญากรุงปารีสว่าด้วยการให้ความคุ้มครองแก่สิทธิในทางอุตสาหกรรมสมบัติ
ก็ได้บัญญัติรับรองหลักการบางประการที่ให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจ (COMPETENT AUTHORITY)
ในประเทศที่เป็นสมาชิกหรือ เป็นภาคีในอนุสัญญา ฉบับนี้ เป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์ในการพิจารณา
ให้ความคุ้มครองแก่ เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียง เหล่านั้นได้ให้ เป็นไปตามระบบกฎหมาย
สหภาพแวลด์ลอมในทางด้าน การเมือง เศรษฐกิจและสังคมของประเทศหนึ่ง ๆ เป็นสำคัญ
ตัวอย่างที่นำมาพิจารณาได้แก่ การแนวทางการตัดค้านำของจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่มี
ชื่อ เสียงในประเทศออสเตรเลีย และแนวทางการตรวจสอบคำขอจดทะเบียน เครื่องหมายการค้า
ที่มีชื่อ เสียงระดับระหว่างประเทศในประ เทศญี่ปุ่น

5. การลงถึงการโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้า เมื่อมีการ เปลี่ยนแปลงความ
เป็นเจ้าของ เครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะ เป็นโดยผลทางกฎหมายหรือโดยผลในทางนิติกรรม
สัญญาก็ตาม สาธารณชนหรือผู้บริโภคควรที่จะ ได้รับทราบหรือรู้ถึงการโอนสิทธิในเครื่องหมาย
การค้านั้นด้วย มิฉะนั้นอาจยังคง เชื่อหรือ เข้าใจว่า เจ้าของ เครื่องหมายการค้า และผู้ใช้
เครื่องหมายการค้ายังเป็นราย เดิม มิใช่ผู้รับโอนสิทธิซึ่งถือว่าเป็นการลงได้ประการหนึ่ง
ในส่วนนี้ได้กล่าวถึง เชื้อไขในการโอน เครื่องหมายการค้าที่จะต้องโอนพร้อมธุรกิจการค้าหรือ
ภูตวิมลด้วยหรือไม่ก็ได้ซึ่ง เป็นที่ยอมรับในกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของประเทศต่าง ๆ
มาตรการที่สามารถนำมาพิจารณาให้ความคุ้มครองในเรื่องนี้ คือ หลักการจดทะเบียน
(REGISTRATION) และ หลักการแจ้งข้อมูลแก่สาธารณชน (PUBLIC NOTICE) ซึ่งวิธีการ
อันหลังนี้เป็นมาตรการที่น่าสนใจและสมควรนำมาปรับใช้ในบ้าน เมืองเราได้ ประเทศที่ใช้
หลักการแจ้งข้อมูลแก่สาธารณชนได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สหราชอาณาจักร ชองกงและสิงคโปร์

6. การลงถึงการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า สาเหตุที่ทำให้เกิดการลง
เช่นนี้ก็มักมีลักษณะทำนอง เดียวกับการโอนสิทธิใน เครื่องหมายการค้า รูปแบบและลักษณะของสัญญา
อนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้ามีอยู่หลายแบบซึ่งแล้วแต่ความตกลงของคู่สัญญา ซึ่งอาจ เป็น
สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าที่มีการควบคุมรูปแบบและลักษณะการค้า เป็นกิจการ
เรียกว่า TRADEMARK FRANCHISE หรือที่ไม่มีการควบคุมรูปแบบและลักษณะการค้า เป็น
กิจการที่เรียกว่า TRADEMARK LICENSE ทั้งนี้อาจตกลง เป็นการอนุญาตในระดับให้สิทธิ

โดยไม่เด็ดขาด (NON-EXCLUSIVE LICENSE) ก็ได้ ข้อตกลงหรือเงื่อนไขในสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้ามักจะระบุถึงเครื่องหมายการค้า ที่ให้อนุญาตใช้ สินค้าหรือบริการที่อนุญาตให้ใช้ ระยะเวลาของการอนุญาต อาณาบริเวณที่อนุญาตให้ใช้ ค่าตอบแทน และอื่น ๆ อันทำให้ผู้ได้รับอนุญาต สามารถผลิตสินค้าหรือให้บริการได้ระดับทัด เทียมหรือเทียบ เท่ากับการผลิตสินค้าหรือให้บริการของ เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่อนุญาต ให้ใช้เครื่องหมายการค้า นั้น ในเรื่องนี้มีบางประเทศกำหนดไว้ในส่วนที่เรียกว่า การจดทะเบียน "REGISTERED USER" (ผู้ใช้ที่ได้รับจดทะเบียน) นอกจากนี้ขอบเขตของการให้อนุญาตใช้เครื่องหมายการค้านี้ยังขยายไปครอบคลุมถึงตัวสินค้าหรือบริการที่ไม่ใช่สินค้าหรือบริการ ที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าได้ใช้ อยู่ด้วยที่เรียกว่า COLLATERAL OR ANCILLARY PRODUCT LICENSING ซึ่งเป็นที่นิยม ทำกันมากในประเทศสหรัฐอเมริกาอีกด้วย

ปัจจุบัน ข้อตกลงที่สำคัญในสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า คือ ข้อตกลง เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้าหรือบริการ (QUALITY CONTROL) ซึ่งมีการนำ มาปรับใช้ เป็นกฎหมายในส่วนที่เกี่ยวกับสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าโดยตรง ใน กฎหมาย เครื่องหมายการค้าของบางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน เกาหลีใต้ เป็นต้น ซึ่งแสดงว่า หลักการในเรื่องนี้และมาตรการในการบังคับใช้ก็ เป็นไป เพื่อ ประโยชน์แก่ เจ้าของ เครื่องหมายการค้า และสาธารณชนโดยส่วนรวมในเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานสินค้าหรือบริการ ที่ใช้เครื่องหมายการค้า นั้นให้อยู่ในระดับที่คงที่ดั้งเดิม มิให้มีการ เปลี่ยนแปลงในทางที่จะก่อให้เกิดผล เสียแก่สาธารณชนส่วนรวม

มาตรการที่นำมาใช้ในการให้ความคุ้มครองสาธารณชน จากการถูกลงใน เรื่องนี้ คือ หลักการจดทะเบียน และหลักการแจ้งข้อมูลแก่สาธารณชน ในลักษณะที่ตนเอง เดียวกับการโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้า นอกจากนี้ได้เพิ่มเติมมาตรการบางประการ คือ การควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ได้รับอนุญาต กล่าวคือ มาตรการในการบังคับใช้ หลักการควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้าหรือบริการ การแสดงข้อความที่บ่งชี้ให้เห็นถึงการได้รับ อนุญาตให้ใช้สินค้าหรือสิ่งใด ๆ ที่ใช้ในการให้บริการอย่างเด่นชัดและสังเกตได้ง่าย อีกทั้ง การควบคุมมิให้ใช้เครื่องหมายการค้าในลักษณะที่เป็นการก่อให้เกิดความสับสน หลงผิดแก่ สาธารณชนในเรื่องของความ เป็นเจ้าของ เครื่องหมายการค้า ความเป็นเจ้าของ เครื่องหมาย

การค้า ความเกี่ยวพันระหว่างธุรกิจการค้าของบุคคลอื่น

7. การลงขาย โดยเนื้อแท้เป็นลักษณะการขายสินค้า หรือบริการของบุคคลหนึ่ง อันเป็นการก่อให้เกิดความสับสน หลงผิด หรือลงสาธารณชนในเรื่องของแหล่งกำเนิด (ORIGIN) หรือคุณภาพ (QUALITY) ของสินค้าหรือบริการว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีแหล่งกำเนิดหรือคุณภาพมาจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่แท้จริง ซึ่งเป็นผู้ใช้เครื่องหมายการค้า นั้นมาก่อน จนเป็นที่แพร่หลายและทราบกันดีแล้วของสาธารณชนนั้น ซึ่งทำให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่แท้จริงต้องได้รับความเสียหาย กฎหมายจึงกำหนดให้เจ้าของเครื่องหมายการค้า มีสิทธิทำการฟ้องร้อง เพื่อขอความคุ้มครองจากกฎหมายได้ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าการฟ้องร้อง เรื่องการลงขายนี้มีที่มาในประเทศที่ใช้ระบบการใช้เครื่องหมายการค้าเป็นเกณฑ์ในการให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้า คดีที่เป็นบรรทัดฐานคือ คดีเครื่องหมายการค้า คำว่า ADVOCAT อ่านว่า แอ็คโวกเอทท์ ประเทศอังกฤษ ซึ่งได้มีการกำหนดองค์ประกอบไว้ ๕ ประการ เป็นแนวทางในการดำเนินคดีการลงขาย ซึ่งถือว่าเป็นหลักกฎหมายที่ประเทศอื่น ๆ ที่ได้รับอิทธิพลจากกฎหมายของประเทศอังกฤษ ควรยึดถือเป็นหลักกฎหมายของตนด้วย

ในส่วนที่เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ ที่มุ่งประสงค์ จะได้รับความคุ้มครองจากกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของประเทศหนึ่ง ๆ โดยที่ไม่ได้ทำการจดทะเบียนหรือใช้เครื่องหมายการค้าอย่างเด่นชัดในประเทศที่มุ่งหลังได้รับความคุ้มครองแก่ เครื่องหมายการค้า นั้น ปัจจุบันอาจกล่าวได้ว่ามีแนวโน้มที่เป็นที่ยอมรับกันว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงต่างประเทศอาจได้รับความคุ้มครองในเรื่องการลงขายต่อ เมื่อสามารถ พิสูจน์ให้เห็นว่าได้มีการก่อให้เกิดความมีชื่อเสียงระดับระหว่างประเทศ (INTERNATIONAL REPUTATION) ซึ่งมีประเทศต่าง ๆ ที่ยอมรับในหลักการนี้อยู่มาก พร้อมกับนี้ได้ยกแนวคำพิพากษาของศาลต่างประเทศประกอบ เพื่อยืนยันหลักการดังกล่าวซึ่งได้แก่ แนวคำพิพากษาของศาลในประเทศอังกฤษ แคนาดา และสิงคโปร์

๘. การลงสาธารณชนในส่วนของเครื่องหมายชุด ในกฎหมายเครื่องหมายการค้าของบางประเทศได้มีบทบัญญัติในส่วนที่เกี่ยวกับการจดทะเบียน เครื่องหมายชุดซึ่งเป็นกรณีที่มี เครื่องหมายจำนวนมากว่าหนึ่ง เครื่องหมาย ไม่ว่าจะ เป็นเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว หรือ เป็นเพียง เครื่องหมายการค้าที่ปรากฏอยู่ในคำขอก็ตาม ซึ่ง เครื่องหมายเหล่านี้

มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายคลึงกัน และประสงค์ใช้กับสินค้าที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน โดยเจ้าของบุคคลเดียวกัน ซึ่งถ้าหาก เครื่องหมายหนึ่ง เครื่องหมายใด เท่านั้น ได้ถูกนำไปใช้โดยบุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของ เครื่องหมายการค้านี้แล้ว อาจจะทำให้เกิดการลวงสาธารณชนได้ เนื่องจาก เครื่องหมายที่มีลักษณะเหมือนคล้ายกันน่าจะเป็นเจ้าของคนเดียวกัน หรือแสดงแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการที่เดียวกัน การจดทะเบียนเป็น เครื่องหมายชุด จึงมีวัตถุประสงค์ในการจัดกลุ่ม เครื่องหมายการค้าของเจ้าของ เครื่องหมายการค้ารายหนึ่ง ๆ เป็นการเฉพาะ และมุ่งให้ความคุ้มครองแก่สาธารณชนในเรื่องของแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการว่ามาจากแหล่งเดียว เสมออีกด้วย ดังนั้นการกระทำใด ๆ อันเกี่ยวกับ เครื่องหมายการค้าหนึ่งใน เครื่องหมายการค้าที่เป็นชุด ย่อมต้องมีผลกระทบบึง เครื่องหมายการค้าอื่น ๆ ใน เครื่องหมายชุดนั้นด้วย ด้วยเหตุนี้กฎหมาย เครื่องหมายการค้าของประเทศที่มีการจดทะเบียน เครื่องหมายชุด จึงมักกำหนดมิให้แยก โอน เครื่องหมายที่เป็น เครื่องหมายชุด ถ้าจะทำการโอน จะต้องโอนทั้งชุด จึงจะมีผลทางกฎหมาย

๑. การลวงสาธารณชนถึงการ เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว โดยปกติการ เปลี่ยนแปลงข้อมูลใด ๆ ทางทะเบียน ถ้า เป็นการ เพิ่ม เติมสิทธิที่มีอยู่ในทางทะเบียนแล้ว ย่อมกระทำไม่ได้ แต่ถ้า เป็นการ ดัดทอนหรือลดสิทธิบางประการออกไปแล้วกฎหมายมักจะห้าม ปัญหาการ เปลี่ยนแปลงข้อมูลทางทะเบียน เครื่องหมายการค้าเท่าที่พิจารณาได้ว่าอาจก่อให้เกิดการลวงสาธารณชนได้ก็มี เพียงการ เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว กรณีการ เปลี่ยนแปลงข้อมูลอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมาโดย เฉพาะข้างต้นแล้ว เช่น การโอนสิทธิใน เครื่องหมายการค้า การอนุญาตให้ใช้ เครื่องหมายการค้า นั้น ยังไม่ถึงขนาดที่จะทำให้เกิดการลวงสาธารณชนตามนัยแห่งความหมายในวิธานพาณิชย์

ในบางประเทศได้วางกฎเกณฑ์และแบบวิธีการยื่นคำขอเปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้วได้ โดยถือหลัก เกณฑ์ว่าจะต้องไม่ เป็นการแก้ไข เปลี่ยนแปลงในส่วนที่เป็นสาระสำคัญของ เครื่องหมายการค้า และขึ้นอยู่กับดุลพินิจของนายทะเบียนว่าสมควรอนุญาตให้ทำการ เปลี่ยนแปลงหรือไม่ ในบางกรณีก็อาจสั่งให้ทำการประกาศโฆษณา คำขอจดทะเบียน เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว เพื่อให้บุคคลภายนอกได้สดุด้านก็มี แต่ถึงอย่างไรก็ตามแม้มีการอนุญาตให้เปลี่ยนแปลงได้จากนายทะเบียน เครื่องหมายการค้าก็จำต้องทำการประกาศการ เปลี่ยนแปลง เช่นว่านั้นให้สาธารณชนได้ทราบ เหมือนกัน

เว้นแต่จะมีการประกาศโฆษณาเพื่อการคัดค้านแล้ว หลักเกณฑ์ที่มีใช้ในประ เทศสิงคโปร์

ในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนบังคับให้เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่ ประสงค์ทำการ เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนทำการยื่นคำขอจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าที่ เปลี่ยนแปลง เสียใหม่ เสียทีเดียว

ในประเทศญี่ปุ่น มีการควบคุมการใช้ เครื่องหมายการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป จาก เดิมที่ปรากฏในทางทะเบียนว่าจะต้องไม่เป็นสาเหตุหรือก่อให้เกิดความสับสนหลงผิด แก่สาธารณชน เกี่ยวข้องหรือ เกี่ยวพันกับธุรกิจการค้าอื่น เป็นสำคัญอยู่ด้วย

10. การลงถึงการใช้รูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องของ เครื่องหมายการค้า อันเป็นลักษณะการลงถึงส่วนประกอบอื่น ๆ ที่ไม่สำคัญอันประกอบอยู่ในตัว เครื่องหมาย การค้าซึ่งได้แก่ รูปแบบลักษณะของฉลาก ทิมท่อนที่บรรจุสินค้า และสีสรร ที่อาจก่อให้เกิด ความสับสน หลงผิด หรือลงสาธาณชนให้เข้าใจผิด เกี่ยวกับแหล่งกำเนิดของสินค้าของ บุคคลหนึ่งว่าเป็นหรือ เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าของอีกบุคคลหนึ่งได้ ในเรื่องนี้กฎหมายของ บางประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นได้วางหลักกฎหมายที่ให้ความคุ้มครองแก่รูปแบบ ลักษณะดังกล่าวไว้ด้วย ทั้งในกฎหมาย เครื่องหมายการค้าและในกฎหมายป้องกันการแข่งขัน ทางการค้าอันไม่ชอบธรรม

กฎหมาย เครื่องหมายการค้าของไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการลงสาธาณชน ทั้ง 10 รูปแบบดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น หอสรุปได้ผลดังนี้

1. การลงถึงคุณภาพ ไม่ปรากฏว่าในกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของไทย ได้มีบทบัญญัติใด ๆ ที่เด่นชัดที่เกี่ยวข้องกับการลงถึงคุณภาพทั้ง 2 ประการ คือ ลักษณะ เครื่องหมาย เป็นสิ่งที่ลงสาธาณชนถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ และคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ที่ใช้ เครื่องหมายการค้าลดน้อยลงหรือผิดแผกแตกต่างไปจากมาตรฐานคุณภาพ เดิมที่มีอยู่เท่าที่ พิจารณาได้มีกฎหมายใกล้เคียงที่สุด เพียงมาตรา 4 (4) แห่ง พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 ซึ่ง เป็นบทบัญญัติที่ห้ามมิให้รับจดทะเบียน เครื่องหมายที่มีลักษณะ เป็นคำเดียว หรือหลายคำอัน เล็งถึงลักษณะหรือคุณสมบัติแห่งสินค้าโดยตรง อันเป็นไปตามหลักกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของประเทศไทยที่ถือว่า เครื่องหมายการค้าลักษณะดังกล่าว เป็น เครื่องหมาย ที่ขาดลักษณะบ่งเฉพาะ (DISTINCTIVENESS) พร้อมกันนี้ได้ยกตัวอย่างแนวคำวินิจฉัยของ

คณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าของไทยใน เรื่องการพิจารณาปรับจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าตามมาตรา 4 (4) นี้ หอสังเขป ซึ่งพอสรุปแนวทางในการพิจารณาในเรื่องนี้ได้ว่า ต้องพิจารณาถึงลักษณะคำหรือข้อความและความหมายของคำหรือข้อความว่า เมื่อใช้กับสินค้าที่ประสงค์ใช้กับ เครื่องหมายนั้นแล้วจะ เป็นการมุ่งชี้แสดงหรือ เล็งถึงลักษณะหรือคุณสมบัติโดยธรรมชาติหรือพิเศษของสินค้านั้นโดยตรง หากแต่เป็นคำหรือข้อความที่เพียงชวนให้คิดไม่ถึง เป็นการ เล็งถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง หรือ เป็นคำประดิษฐ์ก็ไม่ต้องห้ามตามมาตรา 4 (4) นี้

ผู้เขียนได้ เสนอข้อคิด เห็นในส่วนที่เกี่ยวกับการพิจารณาว่า เครื่องหมายมีลักษณะ เป็นการประดิษฐ์หรือไม่ไว้ด้วย ซึ่งแตกต่างจากแนวการพิจารณาของคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าในปัจจุบันอยู่บ้าง พร้อมทั้ง เสนอแนะให้พิจารณาและทำการศึกษาลักษณะกฎหมายและแนวทางปฏิบัติในเรื่องของการห้ามมิให้รับจดทะเบียน เครื่องหมายที่มีลักษณะ เป็นสิ่งที่ลวงสาธารณชนถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการของต่างประเทศ อีกทั้งได้ทำการ วิจารณ์เกี่ยวกับผลในทางกฎหมายของมาตรา 2 (a) และ (e) (1) ของกฎหมาย เครื่องหมายการค้าประเทศสหรัฐอเมริกา พร้อมยกตัวอย่าง เครื่องหมายของไทยที่อาจพิจารณา ได้ว่า เป็น เครื่องหมายที่มีลักษณะลวงสาธารณชนถึงคุณภาพของสินค้าเพื่อประกอบการพิจารณา และทำความเข้าใจในเรื่องนี้

ในส่วนที่เกี่ยวกับประเด็น คุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ใช้ เครื่องหมายการค้าลดน้อยลงหรือผิดแผกแตกต่างไปจากมาตรฐาน เดิมที่มีอยู่ นั้น ผู้เขียนได้ เสนอแนะให้ ทำการศึกษาและทำการศึกษาลักษณะกฎหมายในเรื่องนี้ของต่างประเทศ เป็น เบื้องต้น และ วิจารณ์ถึงสภาพความเป็นไปได้ในการนำ เอากฎหมายหมาย เครื่องหมายการค้าในส่วนที่ให้ ความคุ้มครองสาธารณชนในเรื่องของคุณภาพของสินค้าหรือบริการมาปรับใช้ โดยคำนึงถึง กฎหมายอื่น ๆ และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในปัจจุบันประกอบด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้การ ประสานงานหรือความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ในการปฏิบัติหน้าที่และใช้อำนาจ ตามที่กฎหมายให้ไว้ เป็นไปอย่างสอดคล้องต้องกันและมีประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ อีกทั้ง ชี้ให้เห็นว่าการลวงสาธารณชนถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการสามารถ เกิดขึ้นจากบุคคลใด ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าของ เครื่องหมายการค้า ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้ และ เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

หากเกิดการลงสาธารณชนถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ เช่นว่ามี กฎหมายควรที่จะระบุหรือ กำหนดให้บุคคลใดก็ได้ในสังคม เป็นผู้มีอำนาจดำเนินทางด้านกฎหมาย เพื่อป้องกันหรือ เยียวยาแก้ไขผลเสียใด ๆ อันเกิดขึ้นจากการดังกล่าวได้

2. การลงถึงแหล่งกำเนิดที่เป็นชื่อภูมิศาสตร์ ไม่มีบทบัญญัติใดใน พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 ระบุหลักกฎหมายไว้ กฎหมายที่ใกล้เคียงก็คือ มาตรา 4 (4) ที่ห้ามรับจดทะเบียน เครื่องหมายที่เป็นคำเดียวหรือหลายคำตามความหมายอัน เข้าใจกันโดย ธรรมดา เป็นชื่อภูมิศาสตร์ ซึ่งชื่อภูมิศาสตร์ที่ต้องห้ามมิให้รับจดทะเบียนอาจ เป็นชื่อที่ปรากฏอยู่ใน ประเทศไทยหรือที่ปรากฏอยู่ในต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามชื่อภูมิศาสตร์เหล่านั้นจะต้อง เป็นที่รู้จักกันดีหรือมีชื่อเสียงแพร่หลายในหมู่สาธารณชนชาวไทย เป็น เกณฑ์สำคัญ พร้อมทั้งได้ ยกตัวอย่างแนวคำวินิจฉัยของคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าในการใช้บังคับมาตรา 4 (4) ในส่วนนี้ประกอบการศึกษาและทำความเข้าใจ หากปรากฏว่าแม้ เครื่องหมายจะเป็นชื่อภูมิศาสตร์ ก็ตามแต่ในขณะ เดียวกันก็เป็นชื่อของบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล และได้มีการประดิษฐ์อันมีลักษณะ พิเศษแล้วก็ถือว่า เข้าลักษณะชื่อบุคคล หรือนิติบุคคลอันมีลักษณะ พิเศษหรือโดยเฉพาะตาม มาตรา 4 (1) แทนซึ่งรับจดทะเบียนได้ หรือแม้ เป็น เครื่องหมายที่เป็นชื่อภูมิศาสตร์แต่เจ้าของ ได้นำมาใช้ในทางการค้าจน เกิดมีลักษณะมุ่ง เฉพาะว่าเป็นของบุคคลใดโดยเฉพาะอันถึงขนาดแล้ว เครื่องหมายการค้านั้นก็อาจได้รับพิจารณาจดทะเบียนให้ได้

ผู้เขียนได้ให้ข้อสังเกตว่าการพิจารณาว่า เครื่องหมาย เป็นชื่อภูมิศาสตร์ หรือไม่ในหมู่สาธารณชนชาวไทยนั้น เป็น เรื่องที่ไม่มีหลัก เกณฑ์ที่แน่นอน แต่ต้องพิจารณาจากข้อเท็จจริงหนึ่ง ๆ เป็นเกณฑ์ และแม้แต่แนวทางพิจารณาว่า เครื่องหมายมีลักษณะ เป็นการประดิษฐ์ หรือไม่โดยพิ เฉพาะ เป็นคำ และความหมายที่ไม่ปรากฏในพจนานุกรมฉบับใด ๆ ถือว่า เป็นคำประดิษฐ์นั้นดูค่อนข้างจะ เป็นการพิจารณาที่มีขอบ เขตจำกัด และเป็นไปในวงแคบซึ่งผู้เขียน มีความเห็นว่ายังไม่ถูกต้อง แต่ควรพิจารณาองค์ประกอบอื่น ๆ ประกอบด้วย เช่น การออก เสียงเรียกขาน และความหมายที่ซ่อนตัวอยู่ใน เครื่องหมายนั้น ผู้เขียนได้วิจารณ์กฎหมาย เครื่องหมายการค้าประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีหลักกฎหมายและกำหนดแนวทางการพิจารณาในเรื่องนี้ว่า เป็น สิ่งสมควรนำมาทำการศึกษาและทำความเข้าใจ พร้อมกับคาดคิดถึงผลในทางปฏิบัติหากมีการ นำเอาหลักกฎหมายและแนวทางดังกล่าวของ ประเทศสหรัฐอเมริกา มาใช้ใน ประเทศไทย

ว่าอาจก่อให้เกิดปัญหาในการพิจารณาที่ซับซ้อนมากขึ้น เพราะเท่าที่ปรับใช้กฎหมายในปัจจุบัน ก็ยังมีปัญหาในทางปฏิบัติอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ดีปัญหาต่าง ๆ ก็เป็นเรื่องที่สามารถหาการแก้ไขได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับมาตรการที่จำกำหนดขึ้นว่าสามารถที่จะแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่มีอยู่และในอนาคตได้หรือไม่ ดังนั้นการศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือที่อาจเกิดขึ้นจึงเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาเป็นเบื้องต้น แล้วค่อยสรุปผลในการหามาตรการหรือวิธีการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้นในภายหลังต่อไป โดยเสนอแนะหลักกฎหมายและแนวทางการปฏิบัติที่สมควรนำมาใช้ในกฎหมายไทยด้วย

๑. การลงถึงสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่มีอยู่ก่อน มีปรากฏอยู่ในมาตรา 16 แห่ง พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 เกี่ยวกับการห้ามรับจดทะเบียนเครื่องหมายที่เหมือนกับเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วโดยบุคคลอื่น เพื่อสินค้าจำพวกเดียวกัน หรือ เป็นเครื่องหมายการค้าที่คล้ายกับเครื่องหมายการค้า เช่นว่านั้นถึงนับว่าเป็นการลงสาธารณชน แนวทางในการพิจารณาของนายทะเบียน เครื่องหมายการค้าและคณะกรรมการเครื่องหมายการค้ามักจะเคร่งครัดตามตัวบทกฎหมาย กรณีเป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น มักจะพิจารณาถึงว่าคล้ายกันจนถึงนับว่าเป็นการลงสาธารณชนหรือไม่ โดยพิจารณาจาก รูปลักษณะที่ปรากฏ (APPEARANCE) การออกเสียงเรียกขาน (PRONUNCIATION) และความหมาย (MEANING) ของเครื่องหมายดังกล่าว พร้อมทั้งยกตัวอย่างบางประการให้พิจารณา ผู้เขียนได้วิจารณ์บทบัญญัติ มาตรา 16 ว่ายังมีความบกพร่องและไม่ทันสมัย และคำพิพากษาฎีกาที่ 649/2495 ที่พิจารณาพิพากษาคดีโดยไม่ได้คำนึงถึงผลเสียอันที่จะเกิดขึ้นแก่สาธารณชนหากมีการยินยอมให้เครื่องหมายการค้าหนึ่งสามารถนำมาใช้โดยบุคคลมากกว่าหนึ่งบุคคล ในสินค้าที่มีลักษณะเป็นชนิดต่างกัน แต่อยู่ในจำพวกสินค้าเดียวกันอัน เป็นการก่อให้เกิดการลงสาธารณชน

สำหรับ เครื่องหมายการค้าที่ได้มีการใช้ในทางการค้าอย่างจริงจัง แต่ยังไม่ได้ดำเนินการยื่นคำขอจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าดังกล่าว ผู้เขียนเห็นว่าควรมีหลักกฎหมายที่ห้ามมิให้รับจดทะเบียน เครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกับ เครื่องหมายของบุคคลอื่นที่ได้ใช้ในทางการค้าอยู่แล้ว ท่านองเดียวกับกฎหมายในเรื่องนี้ของต่างประเทศ โดยทั้งนี้มีมาตรา 41 (1) และมาตรา 29 ววรรคสองของ พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 ซึ่งรับรองสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่มีอยู่ก่อน เป็นมาตราสนับสนุนอีกด้วย

แต่ในกรณีนี้ผู้เขียนได้เสนอความเห็นว่ สาธารณชนควร เข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาว่า หลักกฎหมายในเรื่องนี้ด้วย กล่าวคือ น่าจะเป็นกรณีเครื่องหมายการค้าที่ได้มีการใช้ในทางการค้าอย่างจริงจังจนเป็นที่ทราบกันดีหรือ เป็นที่แพร่หลายแล้วแก่สาธารณชน เท่านั้น เป็นเกณฑ์ในการวางหลัก เกณฑ์ให้รับจดทะเบียน เครื่องหมายที่มีลักษณะของบุคคลอื่นหรือธุรกิจการค้าอื่น ถ้าเป็นเพียง เครื่องหมายการค้าที่ได้ใช้อย่างจริงจังแต่ไม่เป็นที่แพร่หลายอาจ เป็นการยากแก่ การพิจารณาในเบื้องต้นของนายทะเบียนหรือคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้า

การจดทะเบียนและแนวทางใน เรื่องของผู้มีสิทธิใช้ร่วมกัน (CONCURRENT REGISTRATION) มีปรากฏอยู่แล้วในมาตรา 18 แห่ง พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 อันตรงตามตัวบทกฎหมายของต่างประเทศแล้ว

ทั้งนี้ผู้เขียนได้นำปัญหาในทางปฏิบัติบางประการมาพิจารณา 2 กรณี คือ ปัญหาที่บุคคลหนึ่งใช้ เครื่องหมายการค้าของอีกบุคคลหนึ่งในการโฆษณา เปรียบเทียบ หรือนำมาใช้เป็นรูปแบบแผนหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่า DESIGN ของสินค้าซึ่งเจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่แท้จริงจะใช้มาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 มาอ้างเพื่อห้ามบุคคลอื่นมิให้กระทำเช่นนั้นไม่ได้ แต่เมื่อพิจารณากฎหมายอื่น ๆ ประกอบแนวคำพิพากษาฎีกาที่ 124/2487 แล้ว ทำให้พิจารณาเห็นว่า เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่แท้จริงน่าจะมีสิทธิฟ้องห้ามบุคคลอื่นมิให้ใช้ เครื่องหมายในลักษณะดังกล่าวได้

4. การลงถึง เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่แพร่หลาย เป็นที่ยอมรับกันว่า เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงย่อมได้รับความคุ้มครองจากกฎหมายมากกว่า เครื่องหมายการค้าธรรมดาทั่วไป แบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่หนึ่ง เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่แพร่หลายภายในประเทศ ถ้าเป็น เครื่องหมายที่ยังไม่ได้รับจดทะเบียนก็สมควรจะได้มีการบัญญัติกฎหมายห้ามมิให้รับจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่แพร่หลายโดยสาธารณชนได้ทราบว่า เป็นของบุคคลหรือธุรกิจการค้าใด โดยเฉพาะอยู่แล้วดังที่ระบุไว้ในกฎหมาย เครื่องหมายการค้า บางประเทศ ถ้าเป็น เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว มาตรการในการป้องกันมิให้สาธารณชนเกิดความสับสนหลงผิดว่าสินค้าจำพวกอื่น ๆ ที่ใช้ เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงดังกล่าวของบุคคลอื่น เป็นสินค้าของ เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงนั้นได้ในกฎหมาย ไทยควรได้มีการพิจารณากำหนดไว้เป็นหลักกฎหมาย โดยเฉพาะ คณะกรรมการ เครื่องหมาย

การค้าใช้กฎหมาย เครื่องหมายการค้าในปัจจุบันเพื่อการปฏิเสธไม่รับจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าลักษณะนี้โดยใช้มาตรา ๑ และ/หรือ มาตรา ๕ (7) มาตราใดมาตราหนึ่งหรือทั้งสองมาตรา ประกอบมาตรา 16 เป็นสำคัญอันถือว่าเป็นไปตามหลักกฎหมายและมีความสมเหตุสมผลอยู่แล้วตามกฎหมายที่ใช้บังคับอยู่ในปัจจุบัน เมื่อพิจารณาถึงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เรียกว่า DEFENSIVE MARK นั้น เห็นได้ว่ามีหลักเกณฑ์และแบบพิธีที่มากมายหลายขั้นตอน และยากแก่การนำมาปรับใช้บังคับ จึงไม่ควรนำเอาแบบวิธีการจดทะเบียน DEFENSIVE MARK นี้มาปรับใช้ในกฎหมายเครื่องหมายการค้าของไทย แต่สมควรนำเอาหลักการของคณะกรรมการโกสเชิน (GOSCHEN COMMITTEE) มาพิจารณาและปรับใช้เป็นหลักกฎหมาย เท่าที่เห็นสมควรและเหมาะสมต่อไปจะดีกว่า

ส่วนที่สอง เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักกันดีต่างประเทศ ประเด็นนี้มีอนุสัญญากรุงปารีสว่าด้วยการให้ความคุ้มครองแก่สิทธิในอุตสาหกรรมสมบัติได้ระบุรับรองหลักการไว้ แต่ถึงอย่างไรก็เป็นอำนาจอธิปไตยของประเทศสมาชิกหรือภาคีที่จะกำหนดหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขประการใดในการพิจารณาให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงระดับระหว่างประเทศเหล่านั้น เป็นอย่างไรก็ได้ ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่เข้าเป็นประเทศสมาชิกหรือภาคีในอนุสัญญา ฉบับดังกล่าว จึงไม่มีพันธกรณีใด ๆ ที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมายหรือหลักเกณฑ์ใด ๆ ที่มีอยู่หรือระบุไว้ในอนุสัญญา ดังกล่าว

๕. การลงถึงการโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้า กฎหมายเครื่องหมายการค้าได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้าไว้ในมาตรา 31-34 แห่ง พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 ซึ่งพอสรุปได้ว่า จะต้องโอนไปพร้อมกิจการค้าหรือกู่วิลส์ซึ่งแนวโน้มในปัจจุบันได้ผ่อนคลายเงื่อนไขในเรื่องนี้ลงไปมาก การจดทะเบียนเป็นรูปแบบที่บังคับให้ผลการโอนสิทธิในเครื่องหมายการค้ามีผลในทางกฎหมายโดยจะต้องยื่นพยานหลักฐานแสดงสิทธิ เช่นว่านั้นพร้อมคำขอที่กำหนดไว้โดยกฎกระทรวงและห้ามแยกโอนเครื่องหมายการค้าที่เป็น เครื่องหมายชุด เว้นแต่จะโอนทั้งชุด

ผู้เขียนได้พิจารณาว่าด้วยกฎหมายที่มีอยู่ว่ายังมีบกพร่องและจำกัดในวงแคบ เพราะใช้บังคับเฉพาะกรณี เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว เท่านั้น น่าจะแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ครอบคลุมไปถึง เครื่องหมายการค้าที่ปรากฏอยู่ในคำขอด้วย นอกจากหลักการจดทะเบียนแล้ว หลักการแจ้งข้อมูลแก่สาธารณชน (PUBLIC NOTICE) สมควรนำมาพิจารณาและกำหนดไว้ เป็นหลัก เกณฑ์บังคับใช้ในประเทศไทยด้วย เพื่อคุ้มครองสาธารณชนจากการลงนี้

6. การลงถึงสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า เรื่องการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าไม่มีปรากฏอยู่ในมาตราใดใน พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 แม้แต่มาตราเดียว เป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งดำเนินการพิจารณาหลักกฎหมายและแนวทางปฏิบัติในเรื่องของสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าของต่างประเทศเพื่อนำเอาส่วนที่ดีและเหมาะสมแก่การปรับใช้เป็นกฎหมายไทยโดยเร็วให้ทันต่อสภาพการณ์ทั่วไปของโลกปัจจุบัน

ผู้เขียนได้พิจารณาว่า หลักการในเรื่องเกี่ยวกับข้อตกลงควบคุมคุณภาพของสินค้าหรือบริการ หลักการจดทะเบียน หลักการแจ้งข้อมูลแก่สาธารณชน และหลักการควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าที่ได้รับอนุญาต เพื่อคุ้มครองสาธารณชนจากการลงสาธารณชนในเรื่องของแหล่งกำเนิดหรือคุณภาพของสินค้าหรือบริการ เป็นสิ่งที่สมควรนำมาพิจารณาเป็นอย่างมาก

7. การลงชาย ใน พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้าของไทยบัญญัติไว้ในมาตรา 29 วรรคสอง แต่ก่อนที่จะได้กล่าวถึงหลักกฎหมายและแนวทางในการพิจารณาเรื่องการลงชาย ได้สรุปผลในทางกฎหมายเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าที่ยังไม่ได้รับจดทะเบียนในกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของไทย เป็นเบื้องต้นโดยได้พิจารณาถึงแนวทางในการปรับใช้และตีความตัวบทกฎหมายมาตรา 29 วรรคแรกในคำพิพากษาของศาลฎีกาที่เกี่ยวข้องได้ผลว่า เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่จดทะเบียนมีสิทธิในทางกฎหมายที่หย่อนกว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้วอยู่บางประการมาตรา 29 วรรคแรก เปรียบเสมือนบทบังคับทางอ้อมให้เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่แท้จริงจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าในประเทศไทย มิฉะนั้นจะถูกบทลงโทษ คือไม่ให้ได้รับความคุ้มครองบางประการ นอกจากนี้ ผู้เขียนได้เสนอแนะให้ศาลใช้ดุลพินิจและปรับใช้กฎหมายที่มุ่งให้ความคุ้มครองแก่สาธารณชนจากการลงสาธารณชนอันมีผลจากการใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลที่ไม่ใช่เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่แท้จริง โดยมีคำสั่งห้ามจำเลยไม่ให้ใช้เครื่องหมายการค้าพิพาทนั้นอีกต่อไปโดยถือว่าเป็น เรื่องที่กระทำเพื่อผลประโยชน์สาธารณชนส่วนรวม และเมื่อตีความตามหลักกฎหมาย เครื่องหมายการค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่แท้จริงเท่านั้นเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายการค้าของตนเองได้ตามกฎหมายย่อม เป็น เครื่อง

สนับสนุน เหตุผลของคำสั่ง เป็นอย่างดียิ่งอีกด้วย การใช้เครื่องหมายการค้าของจำเลยหรือผู้
 ถ่วงลำสิทธิย่อม เป็นการขัดต่อรัฐธรรมนูญประศาสนศาสตร์นโยบายตามมาตรา 5 (7) แห่ง พ.ร.บ.
 เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 ได้

การลงชายนี้น่าจะพิจารณาประกอบมาตรา 420 และ 421 ของ
 ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ของไทยเสมอ ซึ่งมีแนวคำพิพากษาของศาลฎีกาได้วาง
 หลักกฎหมาย เครื่องการลงช่ายไว้เฉพาะกรณีการลงช่ายที่มุ่งทำให้สาธารณชนเกิดความ
 สับสน หลงผิดใน เรื่องของแหล่งกำเนิด คือ เข้าใจว่าสินค้าของผู้ลงช่าย เป็นสินค้าของ
 เจ้าของ เครื่องหมายการค้า ไม่รวมถึงการลงคุณภาพของสินค้าแต่ประการใด คำพิพากษา
 ที่ 343/2503 เป็นแนวคำพิพากษาที่ดีความมาตรา 29 วรรคสองได้ดียิ่ง ไม่ว่าจะ เป็นกรณี
 ผลในทางกฎหมายหรือการลงช่ายไม่จำเป็น ต้อง เป็นสินค้าจำพวกเดียวกันแต่อยู่ที่ว่าสาธารณชน
 หรือผู้บริโภคได้เกิดความสับสน หลงผิด หรือ เข้าใจผิดว่าสินค้าที่ใช้ เครื่องหมายการค้า นั้น
 เป็นสินค้าของ เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่แท้จริง ซึ่งไม่ไ้แต่ เป็นการลงช่ายในวัตถุเท่านั้น
 หากแต่เป็นการลงช่ายในความ เป็น เจ้าของ การลงช่ายอาจ เกิดขึ้นได้ทั้ง เครื่องหมายการค้า
 ที่ยังไม่จดทะเบียนหรือที่จดทะเบียนไว้แล้วก็ได้แต่ตั้งนี้จะต้อง เป็น เครื่องหมายที่ได้มีการใช้จน
 เป็นที่แพร่หลายหรือมีชื่อเสียงอัน เป็นที่ยอมรับแก่สาธารณชนแล้วว่าเป็นของบุคคลหนึ่งหรือธุรกิจ
 การค้าหนึ่งโดยเฉพาะแล้ว เท่านั้น

ผู้เขียนมีความ เห็นว่า หลักกฎหมายและการปรับใช้ใน เรื่องการลงช่าย
 ของศาลไทย เป็นไปด้วยความถูกต้องและสม เหตุผลทุกประการแล้ว แม้ใน เรื่องการกำหนดค่า
 เสียหาย ศาลก็สามารถใช้มาตรา 438 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาปรับใช้
 ผู้เขียนได้วิจารณ์ใน เรื่องการลงช่ายไว้ว่า ศาลไทยไม่ได้ใช้หลักเกณฑ์ใน เรื่องของกู่ตริลล์
 มาพิจารณา แต่ใช้หลักการใน เรื่องของความมีชื่อเสียงหรือ เป็นที่แพร่หลายแทน นอกจากนี้
 ยังวิจารณ์ไปถึงการพิจารณาพิพากษาของศาลในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับมาตรา 5 แห่งประมวลกฎหมาย
 แพ่งและพาณิชย์ เรื่องการใช้สิทธิโดยไม่สุจริตว่าเป็นสา เหตุก่อให้เกิดการลงช่ายสาธารณชนได้
 ในตัวเอง ซึ่ง เป็นการวินิจฉัยที่ถูกต้องและสม เหตุผลสมผลอยู่ในตัวอยู่แล้ว

8. การลงสาธารณชนในส่วนเครื่องหมายการค้าชุด ใน พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 ได้กำหนดไว้ในมาตรา 12 และ 32 ซึ่งมีบัญญัติถึงลักษณะของเครื่องหมายชุด และข้อกำหนดห้ามแยกโอน เครื่องหมายการค้าที่เป็น เครื่องหมายชุด อันเป็นการคุ้มครองสาธารณชนจากการที่มีให้เกิดความสับสน หลงผิด จากการที่เครื่องหมายการค้าที่เป็น เครื่องหมายชุด เดียวกันจะต้องกระจายไป เป็นของบุคคลอื่นมากมายซึ่งจะส่งผลทำให้สาธารณชนไม่สามารถทราบถึงแหล่งกำเนิดของสินค้าที่แท้จริงได้ เนื่องจากมีบุคคลหลายบุคคลใช้เครื่องหมายการค้าชุดนั้น

9. การลงถึงการ เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้วไม่มีปรากฏอยู่ในมาตราใดของ พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 ดังนั้น หากเจ้าของประสงค์จะ เปลี่ยนแปลงลักษณะของ เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้วย่อมทำไม่ได้ เพราะไม่มีกฎหมายรองรับสิทธิให้กระทำ เช่นนั้น ถ้าต้องการใช้เครื่องหมายการค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เจ้าของควรที่จะทำการยื่นคำขอจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าที่ใหม่ เท่าที่มีการใช้เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้วในท้องตลาดก็มีการ เปลี่ยนแปลงรูปลักษณะอยู่บ้างเหมือนกัน ดังนั้นมาตรการในส่วนที่เกี่ยวกับการพิจารณารับจดทะเบียนการ เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว ตลอดจนการควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปจาก เดิมมิให้เกิดการลงสาธารณชน เป็นสิ่งที่สมควรนำมาพิจารณาและ ดำเนินการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ เรื่องนี้โดยตรงต่อไป โดยที่ เคารวะถึงหลักกฎหมาย และกฎ เกณฑ์ใน เรื่องนี้ของต่างประเทศที่ เหมาะสมและสามารถปรับใช้ในประ เทศไทยได้

10. การลงถึงการใช้รูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องของ เครื่องหมายการค้านี้ไม่มีปรากฏว่ามีบทบัญญัติที่วางกฎ เกณฑ์ไว้อย่าง เค้นชัดในกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของไทย ในเรื่องนีเมื่อพิจารณาถึงแนวคำพิพากษาของศาลฎีกาของไทย จะเห็นว่าได้มีการ เล็งเห็นถึงความสำคัญของรูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นส่วนประกอบของ เครื่องหมายการค้าที่ไม่สำคัญ โดยนำมาพิจารณาประกอบใน เรื่องของการลงสาธารณชนด้วย แต่จะแยกแยะลักษณะ เครื่องหมายที่เป็นส่วนประกอบที่เป็นสาระสำคัญออกจากส่วนอื่น ๆ ที่ไม่สำคัญ พร้อมกันนี้ผู้เขียน ได้เสนอให้มีการบัญญัติด้วยกฎหมาย เป็นการเพิ่มเติม โดยให้ถือว่าลักษณะการกระทำอันเป็น การลงสาธารณชนถึงการใช้รูปแบบอื่น ๆ ลักษณะดังกล่าวนี้เป็นสา เหตุหนึ่งในการถูกดำเนิน

การฟ้องร้องขอเพิกถอนทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ อีกทั้งสมควรปรับใช้กฎหมาย
เรื่องละเมิด (TORT) หรือการลวงขายในมาตรา 29 วรคสองในพระราชบัญญัติเครื่องหมาย
การค้า พ.ศ. 2474 แล้วแต่กรณีให้ครอบคลุมถึงกรณีนี้ได้ด้วย เพื่อเป็นมาตรการใน
การให้ความคุ้มครองแก่เจ้าของ เครื่องหมายการค้าและสาธารณชนโดยส่วนรวม .



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อ เสนอแนะ

จากการศึกษาและวิจัยหลักกฎหมาย แนวทางปฏิบัติของกฎหมาย เครื่องหมายการค้า ในส่วนที่เกี่ยวกับการลงสาธารณชนด้วย เครื่องหมายการค้า ทั้งของต่างประเทศและของ ประเทศไทยแล้ว พบว่า ในพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 มีบทบัญญัติของ กฎหมายและการปรับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการลงสาธารณชน ดังนี้

1. การลงสาธารณชนในบางลักษณะมีบทบัญญัติของกฎหมายกำหนดหลัก เกณฑ์ เพื่อ บังคับใช้ เป็นกรณีเฉพาะ แต่เป็นบทบัญญัติที่ไม่ทันสมัยและไม่สามารถป้องกันการลงสาธารณชน อย่างมีประสิทธิภาพได้ เช่น มาตรา 16 ซึ่งบัญญัติไว้เฉพาะกรณี สินค้าจำพวกเดียวกัน เท่านั้น และการโอนสิทธิใน เครื่องหมายการค้ากระทำได้อีก เมื่อ เป็น เครื่องหมายการค้าที่ได้รับจดทะเบียนไว้แล้ว เท่านั้นตามมาตรา 33

2. การลงสาธารณชนในบางลักษณะ ไม่มีบทบัญญัติของกฎหมายกำหนดหลัก เกณฑ์ เพื่อ บังคับใช้ เป็นกรณีเฉพาะ เจาะจง แต่นำเอาบทบัญญัติในส่วนอื่นมาปรับใช้โดยอนุโลม เช่น การที่คณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าใช้มาตรา 5 (7) และ/หรือมาตรา 9 ประกอบมาตรา 16 ในการปฏิเสธไม่รับจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงและ เป็นที่รู้จักกันดี ซึ่งได้รับ จดทะเบียนไว้แล้ว เพื่อใช้กับสินค้าต่างจำพวกสินค้ากัน แทนที่จะปฏิเสธด้วยการให้เหตุผลใน เรื่องที่เกี่ยวกับการลงสาธารณชนโดยตรง ทั้งนี้ การปรับใช้บทบัญญัติในส่วนอื่นมาปฏิเสธ เช่นนี้ อาจถูกโต้แย้งว่า เป็นการปรับใช้กฎหมายที่ไม่ถูกต้องและไม่สม เหตุสมผลกับปัญหาที่เกิดขึ้น

3. การลงสาธารณชนในบางลักษณะ ไม่มีบทบัญญัติของกฎหมายกำหนดหลัก เกณฑ์ เพื่อ บังคับใช้ไว้แต่ประการใดเลย ได้แก่ การลงถึงคุณภาพ ซึ่งมี 2 ประการ คือ ลักษณะของ เครื่องหมาย เป็นสิ่งที่ลงสาธารณชนถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ และกรณีคุณภาพของสินค้าที่ ได้ใช้ เครื่องหมายการค้าลดน้อยลงหรือผิดแผกแตกต่างไปจากมาตรฐานคุณภาพ เดิมที่มีอยู่ ; การลงถึงแหล่งกำเนิดที่เป็นชื่อภูมิศาสตร์ ; การลงถึงสิทธิใน เครื่องหมายการค้าที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่เป็น เครื่องหมายที่ได้นำมาใช้อย่างกว้างขวางในทางการค้าของบุคคลหนึ่งบุคคลใดก่อน บุคคลอื่น ๆ แต่ยังไม่ได้จดทะเบียน ; การลงสาธารณชนถึง เครื่องหมายการค้าที่ยังไม่ได้จด ทะเบียนไว้ แต่เป็น เครื่องหมายที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่รู้จักกันดี ; การลงถึงการอนุญาตให้ใช้

เครื่องหมายการค้า ; การลงสาธารณชนถึงการ เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว และการลงถึงการใช้รูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องของ เครื่องหมายการค้า

4. หลักกฎหมายในมาตรา 29 วรรคแรก ที่เป็นเสมือนมาตรการลงโทษเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่จดทะเบียน เครื่องหมายการค้าในประเทศไทยโดยห้ามมิให้ใช้สิทธิ เรียกร้องเพื่อป้องกันสิทธิหรือ เรียกค่าเสียหายในการล่งสิทธิ เครื่องหมายการค้าที่ไม่จดทะเบียนนั้น หลักกฎหมายในมาตรานี้อาจกล่าวได้ว่า ในปัจจุบันมีความไม่สอดคล้องกับแนวโน้มของกฎหมาย เครื่องหมายการค้าที่มุ่งให้ความคุ้มครองสาธารณชนจากการลงในรูปแบบใด ๆ ก็ตาม แม้พฤติการณ์หรือข้อเท็จจริงยังไม่ถึงขนาดการลงขาย แต่หากยังคงปล่อยให้ผู้ล่งล้ำสิทธิยังคงมีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้าที่พิพาทนั้น โดยไม่ห้ามมิให้ใช้เสียในเบื้องต้น หรือยินยอมให้ผู้ล่งล้ำสิทธิทำการจำหน่ายสินค้าที่ใช้ เครื่องหมายการค้าที่พิพาทที่มีอยู่ในท้องตลาด โดยไม่ต้อง เก็บรวบรวมสินค้าจากท้องตลาด การใช้ เครื่องหมายการค้าของผู้ล่งล้ำสิทธิย่อม เป็นสิ่งที่ก่อหรืออาจก่อให้เกิดความเสียหาย หลงผิดใน เรื่องของ เครื่องหมายการค้าแก่สาธารณชนได้อย่าง เห็นได้ชัด อัน เป็นกรณีที่ไม่สมควรให้ เกิดขึ้น

5. การที่กฎหมาย เครื่องหมายการค้าปัจจุบันของไทยมีลักษณะดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้แนวทางปฏิบัติ และการปรับใช้กฎหมายในบางกรณี เป็นการยากแก่การพิจารณาและคำ เนินการเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกรณีการลงสาธารณชนถึงลักษณะที่ระบุไว้ในข้อ 3 ข้างต้น เนื่องจากไม่มีตัวบทบัญญัติที่จะนำมาปรับใช้ ไม่มีแนวทางปฏิบัติที่สมควรนำมาพิจารณาและใช้ เป็น เกณฑ์ขึ้นพื้นฐาน เพื่อการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ เป็นไปด้วยความถูกต้องและมีความสม เหตุสมผล ทั้งนี้ เพื่อ คุ้มครองและป้องกันสาธารณชนจากการลง เช่นว่านั้น

นอกจากนี้ แนวทางปฏิบัติและการปรับใช้กฎหมาย เครื่องหมายการค้าในปัจจุบัน ในบางกรณีอาจกล่าวได้ว่ายังไม่ถูกต้องตามหลัก เกณฑ์ที่ควรจะเป็น และยังไม่ถูกต้องตามหลัก เหตุผล อัน เป็นที่ยอมรับของสากล เช่น การพิจารณา เรื่องลักษณะของ เครื่องหมายที่ถือว่าเป็นคำประดิษฐ์ ของคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้า ซึ่งพิจารณาแต่เพียงว่าเป็นคำที่ไม่มีปรากฏมาก่อนและไม่ มีคำแปลหรือความหมายประการใดถือ เป็นคำประดิษฐ์ ก่อนข้างจะ เป็นการพิจารณาที่จำกัดอยู่ใน วงแคบ เป็นต้น

ดังนั้น แนวทางในการพิจารณา เพื่อดำเนินการแก้ไขปรับปรุงบทบัญญัติ และแนวทางปฏิบัติที่เป็นปัญหาอยู่ดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนใคร่ขอ เสนอแนะ เพื่อการพิจารณา ดังนี้

1. ควรแก้ไข เปลี่ยนแปลง หรือ เพิ่ม เติมบทบัญญัติของกฎหมาย เครื่องหมายการค้าที่ไม่ทันสมัยหรือที่ไม่สามารถป้องกันการลวงสาธารณชนอย่างมีประสิทธิภาพได้ ดังนี้

1.1 แก้ไขบทบัญญัติมาตรา 16 ที่มีบัญญัติไว้เพียง เฉพาะกรณีสินค้าจำพวกเดียวกัน ให้ขยายครอบคลุมไปถึง สินค้าหรือบริการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน อันเป็นข้อความที่มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับใช้ได้ทุกกรณีตรงตามหลักกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของนานาประเทศส่วนใหญ่

1.2 เพิ่ม เติมบทบัญญัติ เกี่ยวกับการโอนสิทธิใน เครื่องหมายการค้าในมาตรา 33 ให้ครอบคลุมไปถึงการ โอนสิทธิใน เครื่องหมายการค้าที่ได้มีการยื่นคำขอจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าไว้แล้ว แต่ยังไม่ได้รับจดทะเบียนไว้ เป็นกรณี เฉพาะขึ้นด้วย

2. ควรให้มีบทบัญญัติที่ชัดเจน เพื่อใช้บังคับกรณีการลวงสาธารณชน ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีบทบัญญัติ เพื่อบังคับใช้โดยตรง แต่นำเอาบทบัญญัติอื่นมาปรับใช้โดยอนุโลม กล่าวคือ ควรมีบทบัญญัติห้ามมิให้รับจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะ เหมือนหรือคล้ายคลึงกับ เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นที่ได้รับจดทะเบียนไว้แล้วและ เป็น เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่รู้จักกันดีในหมู่สาธารณชน แม้ว่าจะเพื่อใช้กับสินค้าต่างจำพวกกันก็ตาม ทั้งนี้ เพราะหากยินยอมหรืออนุญาตให้ผู้อื่นยื่นคำขอ เป็นผู้มีสิทธิใช้ เครื่องหมายการค้า นั้น แม้กับสินค้าต่างจากสินค้าของเจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงก็ตาม สาธารณชนอาจเกิดความสับสน หลงผิดว่าสินค้านั้น เป็นสินค้าของ เจ้าของ เครื่องหมายการค้าผู้นั้นมีส่วน เกี่ยวข้องอยู่ด้วยได้ บทบัญญัตินี้อาจกล่าวได้ว่ามีลักษณะหลัก เกณฑ์ที่คล้ายคลึงกับหลักกฎหมาย เรื่องการลวงขาย ข้อแตกต่างอยู่ที่ตรงว่า บทบัญญัตินี้จะอยู่ในช่วงขั้นตอนการพิจารณาและดำเนินการรับหรือไม่รับจดทะเบียน เครื่องหมายการค้า แต่ เรื่องการลวงขายอยู่ในขั้นตอนของศาล

นอกจากนี้บทบัญญัติดังกล่าวข้างต้นยังเป็นไปตามหลัก เกณฑ์ข้อ เสนอแนะของคณะกรรมการโกสเชิน (GOSCHEN COMMITTEE) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในเรื่องของการจดทะเบียน

เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ เสียงหรือ เป็นที่รู้จักกันดี ที่เรียกว่า DEFENSIVE MARK โดยที่ไม่จำเป็นต้อง เอาจริงการจดทะเบียนดังกล่าวทั้งหมดมาปรับใช้

3. ความมีบทบัญญัติ เพิ่มเติม เพื่อบังคับใช้กับการพิจารณาของศาลที่ไม่มีบทบัญญัติของกฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์แต่ประการใดไว้ ดังนี้

3.1 การลงถึงคุณภาพ ซึ่งมีอยู่ 2 ประการ คือ

ประการแรก ลักษณะ เครื่องหมาย เป็นสิ่งที่ลงสาธยายถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ความมีบทบัญญัติห้ามมิให้รับจดทะเบียน และห้ามใช้อย่างเด็ดขาด ซึ่งเครื่องหมายที่มีลักษณะ เป็นคำหรือข้อความที่พ้องมาถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการอื่น เป็นการลงสาธยายถึงคุณภาพสินค้าหรือบริการ โดยที่ตามความเป็นจริงแล้ว สินค้าหรือบริการนั้นไม่ได้มีหรือเกี่ยวข้องกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือมีปัจจัยใด ๆ ที่ตัว เครื่องหมายนั้นได้แสดงความหมายออกมาเช่นนั้น โดยระบุไว้เป็นอนุมาตราหนึ่งในมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 แห่งของหลักกฎหมาย เรื่องนี้ของประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ หากนายทะเบียนได้ทำการปฏิเสธไม่รับจดทะเบียนด้วยสาเหตุนี้ ผู้จดทะเบียนมีสิทธิอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้า คำวินิจฉัยของคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าในเรื่องนี้ควรให้ถือ เป็นที่สุด

ประการที่สอง คุณภาพของสินค้าหรือบริการลดน้อยลงหรือผิดแผกแตกต่างไปจากมาตรฐาน เดิมที่มีอยู่ ความมีบทบัญญัติที่บังคับให้ผู้มีสิทธิใช้ เครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะ เป็นเจ้าของ เครื่องหมายการค้าหรือผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้ เครื่องหมายการค้าก็ตาม จะต้องรักษาควบคุมคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ให้ได้ระดับมาตรฐาน เดิมหรือคงที่ระดับ เดิม และเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดไว้ หากมีการ เปลี่ยนแปลงแก้ไขใน เรื่องของคุณภาพสินค้าหรือบริการอันถึงขนาดถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดหรืออาจเกิดความสับสน หลงผิดใน เรื่องของคุณภาพของสินค้าหรือบริการแล้ว ทะเบียน เครื่องหมายการค้าดังกล่าวนั้นอาจถูกพิจารณาทำการ เพิกถอนได้ อีกทั้งความมีบทบัญญัติ ที่ให้อำนาจนายทะเบียน เครื่องหมายการค้าหรือคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้า เป็นผู้มีอำนาจกระทำการ เพิกถอนทะเบียน เครื่องหมายการค้าอัน เนื่องมาจากสาเหตุนี้ได้ด้วย เสมือนหนึ่งว่าเป็น การกระทำการแทนรัฐ เพื่อผลประโยชน์ของสาธารณชนโดยส่วนรวม

ในประเด็น เรื่องการควบคุมคุณภาพของสินค้าหรือบริการนี้ ยัง เป็นการสอดคล้องกับ หลักกฎหมายใน เรื่องของการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าที่สมควรกำหนด ให้มีข้อตกลง เกี่ยวกับ การควบคุมคุณภาพของสินค้าหรือบริการไว้ในสัญญาอนุญาตให้ใช้ เครื่องหมายการค้าอีกด้วย

ผู้เขียนได้ เล็ง เห็นถึงความ เป็นไปได้ในการนำบทบัญญัตินี้มาใช้และใคร่ขอ เสนอแนะ ให้มีการร่วมมือและประสานงานกันระหว่างหน่วยงานของทางราชการที่ปฏิบัติหน้าที่และความ รับผิดชอบใน เรื่องของการคุ้มครองสาธารณชนหรือผู้บริโภคใน ส่วนที่ เกี่ยวกับคุณภาพและมาตรฐาน สินค้าหรือบริการ เพื่อให้การปฏิบัติและการบังคับใช้กฎหมายใน เรื่องนี้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับกฎหมายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอยู่แล้วอีกด้วย

3.2 การลงถึงแหล่งกำเนิดที่เป็นชื่อภูมิศาสตร์ ความมีบทบัญญัติในลักษณะทำนอง เดียวกันกับบทบัญญัติใน เรื่องนี้ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยห้ามมิให้รับจดทะเบียนและห้าม ใช้อย่าง เด็ดขาดซึ่ง เครื่องหมายที่มีลักษณะ เป็นการพรรณานัน เกี่ยวกับภูมิศาสตร์ที่ไม่ถูกต้องอัน เป็นการลงสาธารณชนถึงแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้น โดยระบุไว้ เป็นอนุมาตราหนึ่งในมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 ดังที่ผู้เขียน ได้เสนอแนะไว้แล้วในบทที่ 4 ว่าด้วยกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของไทยกับการลงสาธารณชน ในลักษณะนี้แล้ว

3.3 การลงถึง เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง หรือ เป็นที่แพร่หลายในหมู่ สาธารณชนแต่ยังไม่ทำการจดทะเบียน ความมีบทบัญญัติที่ห้ามมิให้รับจดทะเบียน เครื่องหมายการค้า ที่มีชื่อเสียงหรือ เป็นที่รู้จักกันดีของสาธารณชนแล้วว่าเป็นของบุคคลหรือธุรกิจการค้าใดโดยเฉพาะ เพื่อใช้กับสินค้าหรือบริการที่ เหมือนหรือคล้ายคลึงกันไว้โดยตรง โดยอาจจะบัญญัติไว้ในมาตรา 16 แห่งพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 เป็นการเพิ่มเติม ทั้งนี้บทบัญญัตินี้มี หลักกฎหมายปัจจุบันให้การรับรองและสนับสนุนอยู่แล้ว คือ มาตรา 29 วรรคสอง ซึ่งเป็น เรื่อง การลงขาย ดังนั้น เหตุผลในการปฏิ เสนอไม่รับจดทะเบียน เนื่องจากบทบัญญัตินี้ จึงสามารถนำ เอาเหตุผลใน เรื่องของการลงขายมาประกอบการพิจารณาและทำคำวินิจฉัยได้โดยง่ายและ สะดวก

3.4 การลงถึงการอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ความมีหมัญญัตติที่เป็นเฉพาะใช้บังคับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หลักกฎหมายที่กำหนดให้สัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า ต้องทำเป็นหนังสือ และจดทะเบียนต่อเจ้าหน้าที่ จึงจะมีผลสมบูรณ์ ; ในสัญญาอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าจะต้องปรากฏข้อตกลง เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสินค้าหรือบริการ (QUALITY CONTROL) เป็นสำคัญ เพื่อให้ควบคุมครองแก่สาธารณชนในเรื่องของคุณภาพสินค้าหรือบริการ อีกทั้งควรกำหนดให้มีการใช้หลักแจ้งข้อมูลแก่สาธารณชน (PUBLIC NOTICE) เพื่อให้สาธารณชนได้ทราบถึงการ เปลี่ยนแปลงผู้ใช้เครื่องหมายการค้าซึ่งอาจ เป็น 60-90 วัน ในหน้าหนังสือพิมพ์หรือในหนังสือจดหมาย เหตุแสดงรายการ เครื่องหมายการค้าซึ่งพิมพ์และจำหน่าย โดยกองสิทธิบัตรและ เครื่องหมายการค้า กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน อัน เกี่ยวกับการประกาศค่าของจดทะเบียน เครื่องหมายการค้า เพื่อให้บุคคลภายนอกได้ทำการคัดค้าน ซึ่งแล้วแต่จะ เห็นสมควรใช้รูปแบบวิธีใดที่เหมาะสม

นอกจากนี้ควรกำหนดให้มีหมัญญัตติในส่วนที่เกี่ยวกับมาตรการในการบังคับใช้หลักการคุณภาพมาตรฐานสินค้าหรือบริการ การแสดงข้อความบ่งชี้ให้เห็นถึงการได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า อีกทั้งการควบคุมการใช้มิให้ใช้เครื่องหมายการค้าในลักษณะ เป็นการลงสาธารณชน ดังที่กล่าวมาแล้วในส่วนนี้ในบทที่ 3 พัวข้อที่ 6 ในส่วนที่เกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพของสินค้าหรือบริการและมาตรการที่นำมาใช้ในการคุ้มครองสาธารณชนไว้ด้วย

3.5 หลักการแจ้งข้อมูลแก่สาธารณชน (PUBLIC NOTICE) ดังกล่าวข้างต้น ในข้อ 3.4 สามารถนำมาปรับใช้กับกรณีการโอนสิทธิใน เครื่องหมายการค้า เป็นการ เพิ่ม เติม มาตรการที่ให้ความคุ้มครองแก่สาธารณชนได้ด้วย โดยมีญญัตติ เป็นด้วยกฎหมายใช้บังคับกับกรณีการโอนสิทธิใน เครื่องหมายการค้าได้อีกด้วย

3.6 การลงสาธารณชนถึงการ เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว ความมีหมัญญัตติที่ใช้บังคับกับกรณีการยื่นคำขอ เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้วขึ้น เป็นกรณีเฉพาะ และควรมีหมัญญัตติให้มีการประกาศค่าของจดทะเบียน เปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้า เช่นว่านั้น เป็นระยะเวลาหนึ่งซึ่งอาจ เป็น 60-90 วัน เพื่อให้บุคคลภายนอกทำการคัดค้าน เสมือนหนึ่งว่า เป็นการยื่นคำขอจดทะเบียนใหม่ เสียก่อน ก่อนที่จะทำการรับจดทะเบียน เปลี่ยนแปลง

นอกจากนี้ การใช้เครื่องหมายการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ว่ากรณีใด ควรมิหนำชีพัญญัติที่บ่งชี้และคุ้มครองสาธารณชนจากการลวง โดยบัญญัติให้การใช้เครื่องหมายที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นสาเหตุหรือสิ่งทีก่อให้เกิดความสับสน หลงผิด แก่สาธารณชนว่าเกี่ยวข้องกับ ธุรกิจการค้าอื่นอยู่ด้วยแล้ว ทะเบียนเครื่องหมายการค้า นั้น อาจถูกพิจารณาทำการ เพิกถอน ออกไปจากสารบบทะเบียนได้

3.7 การลวงถึงการใช้รูปแบบอื่น ๆ ที่เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องของเครื่องหมายการค้า ควรมิหนำชีพัญญัติที่ระบุว่าลักษณะการลวงดังกล่าว เป็นมูลเหตุที่ทำให้ทะเบียนเครื่องหมายการค้าของผู้ลวงสาธารณชนอาจถูก เพิกถอนไปได้ทำนองเดียวกับกฎหมายของประเทศญี่ปุ่น และสมควรที่จะปรับใช้หลักกฎหมาย เรื่องละเมิด (TORT) หรือการลวงขาย ตามมาตรา 29 วรรคสองแห่งพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 แล้วแต่กรณีกับข้อเท็จจริงหนึ่ง ๆ ได้ด้วย

เนื่องจากบทบัญญัติที่ผู้เขียนได้ เสนอแนะให้มีการบัญญัติ เป็นการเพิ่มเติมนี้ ล้วนเป็น หลักกฎหมายที่มีผลกระทบต่อสาธารณชนทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ทั้งนี้ เพื่อมุ่งที่จะให้ความคุ้มครอง แก่สาธารณชนจากการลวงในรูปแบบลักษณะต่าง ๆ ดังนั้นกฎหมายจึงควรมอบหมายให้นายทะเบียนหรือคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าซึ่ง เป็นเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในเรื่อง เครื่องหมายการค้าโดยตรง เป็นผู้มิอำนาจกระทำการแก้ไขหรือ เยียวยาผล เสียหายหรือวางมาตรการบางประการที่ เห็นสมควรกำหนดขึ้น เพื่อบังคับใช้กฎหมายให้ได้ผล เต็มที่และมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจ บัญญัติให้ เป็นผู้มิอำนาจทำการ เพิกถอนทะเบียน เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะ เป็นการลวงสาธารณชนไม่ว่าจะเป็นการลวงถึงแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการ การลวงถึงความเป็นเจ้าของ เครื่องหมายการค้า การลวงถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ การลวงถึงความเป็นเจ้าของสินค้าหรือ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้าของบุคคลอื่น ซึ่งล้วนเป็นผลกระทบและกระเทือนต่อ สาธารณชนโดยรวม โดยถือว่าเป็นการกระทำแทนรัฐและสาธารณชน อีกทั้งควรกำหนดให้ บุคคลหนึ่งบุคคลใดในสังคม เป็นผู้สามารถที่จะมีสิทธิและใช้สิทธิในการป้องกันและคุ้มครองสาธารณชน จากการลวง เช่นว่านี้ได้ โดย เสนอ เรื่องและข้อเท็จจริงให้นายทะเบียนและ/หรือคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าทำการพิจารณาและมีคำวินิจฉัยตามที่ เห็นว่าถูกต้องและ เหมาะสมต่อไป

ผู้เขียนขอ เสนอแนะให้พิจารณาปัญหาในเรื่องของการลงสาธารณชนในบางกรณีบางเรื่อง เช่น การลงถึงคุณภาพของสินค้าหรือบริการ การลงถึงแหล่งกำเนิดที่เป็นชื่อภูมิศาสตร์ การลงถึงสิทธิใน เครื่องหมายการค้าที่มีอยู่ก่อนใน เครื่องหมายที่มีชื่อ เสี่ยงว่า เป็นปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่สามารถทำการพิจารณาและมีคำวินิจฉัยให้ เป็นที่ เสร็จสิ้นในชั้นของคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าได้ โดยไม่ต้องนำคดีไปสู่ศาล เสนอไป ดังนั้นการวางกฎเกณฑ์หรือบัญญัติกฎหมายจึงสมควรพิจารณาถึงประเด็นในส่วนนี้ด้วย จะ เป็นการดีและมีประโยชน์ เนื่องจากการพิจารณา และมีคำวินิจฉัยของคณะกรรมการ เครื่องหมายการค้าซึ่ง เป็นหน่วยงานที่ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ และมีความรู้ความสามารถ ตลอดจนประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ รอบด้านของหลายบุคคลจากหลายสาขาวิชาชีพ อาจทำให้การพิจารณาและให้คำวินิจฉัย เป็นไปได้ดีกว่าศาลในบาง เรื่องบางกรณี

4. ผู้เขียนขอ เสนอแนะให้มีการปรับปรุงแก้ไขหลักกฎหมายมาตรา 29 วรรคแรก ให้ทันต่อสภาพการณ์โดยทั่วไปในปัจจุบัน และเป็นไปตามแนวโน้มของกฎหมาย เครื่องหมายการค้า ที่มุ่งจะให้ความคุ้มครองแก่สาธารณชนจากการลงในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้ ควรให้คงบทบัญญัติในส่วนที่ เป็นการลงโทษ เจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่แท้จริง ที่ไม่ได้จดทะเบียน เครื่องหมายการค้าของคนในประเทศไทย เพียงการห้าม เรียกร้องในเรื่องค่าเสียหาย เท่านั้น ส่วนในเรื่องของการป้องกันสิทธิซึ่งได้แก่ การให้ เก็บและรวบรวมสินค้าที่ใช้ เครื่องหมายที่พิพาทและการห้ามมิให้ จำเลยใช้ เครื่องหมายการค้าที่พิพาทนั้นอีกต่อไป ซึ่งมีผลกระทบต่อสาธารณชนหรือผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและอนาคตดังกล่าวมาแล้ว กฎหมาย เครื่องหมายการค้าจึงควรมุ่งให้ความคุ้มครอง สาธารณชนในส่วนนี้ด้วย โดยบัญญัติให้โจทก์มีสิทธิฟ้องป้องกันสิทธิของตนได้ เพื่อการระงับยับยั้ง การจำหน่ายหรือการแพร่หลายของสินค้าอันมีลักษณะที่ เป็นการลงนี้ของผู้ล่วงสิทธิใน เครื่องหมายการค้าได้ โดยถือว่าเจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่แท้จริง เป็นผู้แทนของสาธารณชนในการดำเนินการป้องกันและคุ้มครองสาธารณชนจากการลงที่เกิดขึ้นหรืออาจ เกิดขึ้นได้ แม้ว่ากรณีปัญหา ดังกล่าวยังไม่ถึงขนาดการลงลายตามมาตรา 29 วรรคสองก็ตาม

หากมีคดีตามมาตรา 29 วรรคแรก แห่ง พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2474 นี้เกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยที่หลักกฎหมายยังมิได้มีการปรับปรุงแก้ไข ศาลควรที่จะได้ใช้ดุลยพินิจ

ปรับใช้กฎหมายที่มีอยู่ เพื่อมุ่งให้ความคุ้มครองสาธารณชนจากการลวงดั่งที่กล่าวมาข้างต้น โดยใช้บทบัญญัติมาตรา 5 (7) ที่ห้ามบุคคลใดใช้เครื่องหมายการค้าที่เป็นการขัดต่อรัฐประศาสนบายได้โดยอนุโลม

5. แนวทางปฏิบัติและการปรับใช้กฎหมายสามารถที่จะถูกกำหนดขึ้นและนำมาปฏิบัติได้ มีบทบัญญัติของกฎหมายในเรื่อง เหล่านี้ที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ โดยทั้งนี้ เหตุผลที่ซ่อนอยู่ในบทบัญญัติของกฎหมาย เหล่านั้น ผู้ใช้หรือบังคับใช้กฎหมายจะต้องมีความ เข้าใจและรู้ซึ่งอย่างถ่องแท้ เป็นเบื้องต้น แล้วจึงกำหนดแนวทางปฏิบัติ เพื่อให้บังคับ เป็นกรณี เฉพาะนั้น ๆ ในลำดับต่อไป การที่จะวางแนวทางปฏิบัติและทำการปรับใช้กฎหมายอย่างถูกต้องและสม เหตุสมผลได้นั้นต้องพิจารณาถึงหลักการ ความเป็นมาของบทบัญญัติ เช่นว่านั้น ตลอดจนแนวทางปฏิบัติและการปรับใช้กฎหมายในเรื่องนั้น ๆ ของต่างประเทศอื่น เป็นแหล่งที่มาหรือมีบทบัญญัตินั้น ใช้บังคับอยู่ประกอบการพิจารณา อีกทั้งแนวทางปฏิบัติและการปรับใช้กฎหมายดังกล่าวจะต้อง เป็นไปตามหลัก เกณฑ์ที่เป็นสากลและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปได้ในสายตาของคนทั่วไปด้วย

ดังนั้น แนวทางปฏิบัติและการปรับใช้กฎหมายที่บัญญัติ เป็นการ เพิ่ม เติมตามที่กล่าวไว้ในข้อ 3 ตั้งแต่ 3.1 ถึง 3.7 จึง เป็น เรื่องที่สามารถกำหนดและนำมาปฏิบัติใช้ในกฎหมาย เครื่องหมายการค้าของไทยได้ โดยที่ เคารวะจาก เจตนารมณ์ของกฎหมาย แนวทางปฏิบัติและการปรับใช้กฎหมายในแต่ละ เรื่องที่มีและใช้บังคับอยู่ในต่างประเทศ เป็น เกณฑ์สำคัญ ดังรายละเอียดที่ได้กล่าวไว้แล้วในแต่ละส่วนของเรื่องหนึ่ง ๆ ในบทที่ 3 ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ในส่วนที่ เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติและการปรับใช้กฎหมาย เครื่องหมายการค้าของไทยในปัจจุบัน ในบางกรณียังไม่ถูกต้องตามหลัก เกณฑ์ที่ควรจะเป็นและยังไม่ถูกต้องตามหลัก เหตุผลอัน เป็นที่ยอมรับของสากล เช่น การพิจารณาว่าเป็นคำประดิษฐ์หรือไม่ ควรที่จะพิจารณาถึง ลักษณะ รูปลักษณะที่ปรากฏ (APPEARANCE) การเรียกขาน (PRONUNCIATION) และความหมาย (MEANING) ของคำหรือข้อความนั้น ๆ ประกอบด้วย มิใช่พิจารณาเพียงคำหรือข้อความที่ไม่มีปรากฏอยู่ และไม่มีคำแปลหรือความหมาย เท่านั้น เป็นต้น