

ทรัพย์สินทางปัญญา ในธุรกิจ SMEs

กิตติกรณ สังขสุวรรณ

นักศึกษาปริญญาเอก The Indiana University
Robert H. McKinney School of Law, USA

บทคัดย่อ

รัฐบาลชุดปัจจุบันได้กำหนดมาตรการสนับสนุนและช่วยเหลือธุรกิจ SMEs เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยรัฐบาลได้พยายามกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สร้างสรรค์นวัตกรรมในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ เมื่อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของธุรกิจ SMEs นั้นเกี่ยวข้องและตั้งอยู่บนพื้นฐานของนวัตกรรมใหม่ ๆ ทรัพย์สินทางปัญญาจึงเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้รัฐบาลทุกประเทศที่มีนโยบายสนับสนุนและช่วยเหลือธุรกิจ SMEs ต่างให้ความสำคัญในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา โดยรัฐบาลเหล่านั้นได้พยายามส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs แต่สำหรับประเทศไทย การศึกษาและวิจัยบทบาทของทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจ SMEs ยังคงมีจำนวนจำกัด ดังนั้นบทความนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาวิเคราะห์บทบาทและรูปแบบของทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจ SMEs เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความรู้ความเข้าใจเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และเพื่อตอบสนองกับนโยบายส่งเสริมนวัตกรรมใหม่ ๆ ในธุรกิจ SMEs

คำสำคัญ: ทรัพย์สินทางปัญญา ธุรกิจ SMEs กิตติกรณ

Intellectual Property in SMEs

Kitsuron Songsuvan

S.J.D Candidate at the Indiana University
Robert H. McKinney School of Law, USA

ABSTRACT

Recently, the Thai government has tried to support and assist SMEs in order to improve its economy. The Thai government has also encouraged SMEs owners to create new innovation to improve their products and services. Since the products and services are based on new innovation, Intellectual Property has an important role in the innovative products and services. In addition, governments supporting and assisting SMEs focus on the issues of Intellectual Property. Governments have tried to provide the knowledge and understanding of Intellectual Property for SMEs owners. However, there are a limited number of studies in Intellectual Property and SMEs in Thailand. This article will then mainly address the importance and role of Intellectual Property in SMEs. This could assist SMEs owners to understand Intellectual Property in SMEs and could respond to the government policy on innovation in SMEs.

Keywords: Intellectual Property, Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs), Innovation

บทนำ

สินค้าและบริการทุกวันนี้มีความเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาเป็นอย่างมาก (Allen, 2015) โดยทรัพย์สินทางปัญญามีบทบาทที่สำคัญในการให้ความคุ้มครองสินค้าและบริการต่าง ๆ (Cox, 2015) และการที่ทรัพย์สินทางปัญญามีบทบาทในการปกป้องคุ้มครองสินค้าและบริการ ก็เพื่อป้องกันมิให้บุคคลอื่นใดทำการปลอมแปลงและแสวงหาผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์สินค้านั้นโดยมิได้รับอนุญาต ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ จึงได้ตระหนักและให้ความสนใจเรื่องการปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญามากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs กลับมิได้ให้ความสนใจในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs บางรายไม่ทราบว่าทรัพย์สินทางปัญญาสามารถปกป้องคุ้มครองสินค้าและบริการของตนได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการ SMEs เหล่านี้ยังขาดความรู้ และความเข้าใจในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาเป็นอย่างมาก (Alikhan & Mashelkar, 2009)

ในปัจจุบันนี้รัฐบาลทุก ๆ ประเทศที่มีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจ SMEs ได้พยายามให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อที่จะสามารถปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของตนและป้องกันมิให้เกิดการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น สำหรับประเทศไทยนั้น รัฐบาลปัจจุบันได้มีมาตรการสนับสนุนส่งเสริมธุรกิจ SMEs และกระตุ้นให้ธุรกิจ SMEs สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ในสินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น ดังนั้นทรัพย์สินทางปัญญาจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs เป็นอย่างมาก

บทความนี้ได้มุ่งศึกษาถึงบทบาทและความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจ SMEs เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย และเพื่อตอบสนองกับนโยบายส่งเสริมกระตุ้นธุรกิจใหม่ ๆ ในธุรกิจ SMEs โดยการศึกษาวิเคราะห์นี้จำเป็นต้องสร้างความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของธุรกิจ SMEs และมาตรการขับเคลื่อนและการพัฒนาธุรกิจ SMEs จากนั้นจึงเป็นการศึกษาวิเคราะห์รูปแบบของทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภทในธุรกิจ SMEs โดยการศึกษาวิเคราะห์นี้ได้ครอบคลุมทรัพย์สินทางปัญญาประเภทลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร ความลับทางการค้า และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ความหมายของธุรกิจ SMEs

คำว่า “SMEs” (เอสเอ็มอี) เป็นคำย่อของคำว่า “Small and Medium Enterprises” ซึ่งหากแปลเป็นภาษาไทยอาจมีความหมายคือ “วิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง” และถึงแม้ว่า SMEs เป็นที่รู้จักกันทั่วโลก แต่ยังคงไม่ปรากฏความหมายของ SMEs ในทางสากล (Thomas & Simmons, 2010) ประเทศต่าง ๆ จึงได้กำหนดความหมาย SMEs เป็นของตนเอง ซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะสภาพเศรษฐกิจ แต่หากจำเป็นอย่างที่จะต้องศึกษาหรือค้นหาความหมายของ SMEs นั้น การวิเคราะห์ควรเริ่มจากความหมายของคำว่า “ธุรกิจ” เสียก่อน ซึ่งโดยทั่วไป “ธุรกิจ” มีความหมายคือกิจกรรมของมนุษย์ทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแลกเปลี่ยน การซื้อ หรือการขายสินค้า หรือบริการเพื่อผลกำไร (Maheshwari, 1997) ซึ่งหากการกำหนดว่าธุรกิจขนาดใดเป็นธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดเล็ก ให้พิจารณาจากจำนวนของลูกจ้างในธุรกิจนั้น ๆ เป็นหลักเกณฑ์สำคัญ (Hatten, 2012) นอกจากนี้การกำหนดขนาดของธุรกิจ ยังอาจใช้หลักเกณฑ์ของปริมาณการขาย ยอดขาย รายได้สุทธิ หรือราคาทรัพย์สินของธุรกิจประกอบกับจำนวนการจ้างงาน ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า SMEs คือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแลกเปลี่ยน การซื้อ หรือการขายสินค้าหรือบริการ เพื่อผลกำไร ที่มีจำนวนการจ้างงานและราคาสินทรัพย์เป็นจำนวนจำกัด ตัวอย่างเช่น การพิจารณาขนาดธุรกิจ SMEs ในกลุ่มสหภาพยุโรป (European Union) นั้น แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ (1) กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง (Medium-Sized) ซึ่งมีลูกจ้างน้อยกว่า 250 คน และผลประกอบการประจำปีไม่เกินไปกว่า 50 ล้านยูโร หรือยอดรวมของงบดุลไม่เกินไปกว่า 43 ล้านยูโร (2) กลุ่มธุรกิจ

ขนาดเล็ก (Small) ซึ่งมีลูกจ้างน้อยกว่า 50 คน และผลประกอบการประจำปี หรือยอดรวมของงบดุลไม่เกินไปกว่า 10 ล้านยูโร (3) กลุ่มธุรกิจขนาดย่อม (Micro) ซึ่งมีลูกจ้างน้อยกว่า 10 คน และผลประกอบการประจำปี หรือยอดรวมของงบดุลไม่เกินไปกว่า 2 ล้านยูโร (European Commission, 2005)

สำหรับประเทศไทยนั้น พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 และกฎกระทรวงกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 ได้กำหนดหลักเกณฑ์ของกิจการและลักษณะของธุรกิจ SMEs โดยพิจารณาจากประเภทของกิจการ จำนวนลูกจ้าง และมูลค่าทรัพย์สินถาวร ซึ่งอาจพอสรุปได้ดังนี้

วิสาหกิจขนาดย่อม

ประเภทกิจการ	จำนวนการจ้างงาน	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
กิจการบริการ	ไม่เกิน 50 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25 คน	ไม่เกิน 50 ล้านบาท
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15 คน	ไม่เกิน 30 ล้านบาท

วิสาหกิจขนาดกลาง

ประเภทกิจการ	จำนวนการจ้างงาน	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร
กิจการผลิตสินค้า	เกินกว่า 50 คนแต่ไม่เกิน 200 คน	เกินกว่า 50-200 ล้านบาท
กิจการบริการ	เกินกว่า 50 คนแต่ไม่เกิน 200 คน	เกินกว่า 50-200 ล้านบาท
กิจการค้าส่ง	เกินกว่า 25 คนแต่ไม่เกิน 50 คน	เกินกว่า 50-100 ล้านบาท
กิจการค้าปลีก	เกินกว่า 15 คนแต่ไม่เกิน 30 คน	เกินกว่า 30-60 ล้านบาท

ความสำคัญของธุรกิจ SMEs ในระบบเศรษฐกิจ

นักเศรษฐศาสตร์หลายคนได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับบทบาทของธุรกิจ SMEs ในระบบเศรษฐกิจไว้ว่า ธุรกิจ SMEs มีศักยภาพต่ำและมีโอกาสจำกัด เพราะธุรกิจ SMEs มีระดับการเจริญเติบโตที่ต่ำ มีผลกำไรน้อย และมีโอกาสที่จะอยู่รอดในทางธุรกิจต่ำมาก (Piperopoulos, 2012) ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่ยังขาดเงินทุน ขาดความรู้ และขาดทักษะในการจัดการบริหารธุรกิจ (Calcagnini & Favaretto, 2012) เมื่อเป็นเช่นนั้น ธุรกิจ SMEs จำนวนไม่น้อยจึงไม่ประสบความสำเร็จและต้องปิดกิจการลง (Awe, 2012) ตัวอย่างเช่น ธุรกิจขนาดเล็กในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวนมากล้มเหลวและต้องปิดกิจการลง โดยจากรายงานของ The U.S. Small Business Administration พบว่า 69 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจขนาดเล็ก สามารถอยู่รอดได้เพียงช่วงระยะเวลา 2 ปีแรก และ 51 เปอร์เซ็นต์ของธุรกิจขนาดเล็กสามารถอยู่รอดได้เพียงช่วงระยะเวลา 5 ปีแรกเช่นกัน (SBA, 2011)

แต่อย่างไรก็ตามนักเศรษฐศาสตร์จำนวนมากเห็นว่าธุรกิจ SMEs มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ทั้งในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วและกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งธุรกิจ SMEs นั้นสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศ (Corbitt & Al-Qirim, 2004) โดย Professor Dr. Mirjam Van Praag และ Professor Peter H. Versloot มีความเห็นว่าธุรกิจ SMEs มีความสำคัญในการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจด้วยกัน 4 ประการดังต่อไปนี้คือ (1) ธุรกิจ SMEs ช่วยเพิ่มอัตราการจ้างงานภายในประเทศ (2) ธุรกิจ SMEs มีความสำคัญต่อกระบวนการนวัตกรรมโดยมีการนำเอาความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ถ่ายทอดลงในสินค้าหรือบริการ และมีการนำสินค้าหรือบริการไปวางจำหน่ายในตลาด (3) ธุรกิจ SMEs ช่วยส่งเสริมการผลิตภายในประเทศ (4) ธุรกิจ SMEs เป็นทางเลือกใหม่ที่ช่วยให้ประชาชนมีรายได้เสริมเพิ่มขึ้น และช่วยให้ประชาชนมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมากขึ้น (Coen, Grant, and Wilson, 2010) นอกจากนี้ธุรกิจ SMEs ยังสามารถเป็นแหล่งพัฒนาฝีมือแรงงาน และเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดใหญ่ในฐานะผู้ผลิตรายย่อย

มาตรการขับเคลื่อนและการพัฒนาธุรกิจ SMEs

ถึงแม้ว่าธุรกิจ SMEs เป็นกลไกที่สำคัญในการส่งเสริมการเจริญเติบโตและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แต่โดยสภาพของธุรกิจ SMEs นั้นยังมีความเปราะบางและอ่อนแออยู่ในตัวเอง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจ SMEs มีศักยภาพที่จำกัดในด้านการเงิน แรงงาน ทักษะ ความรู้ การเข้าถึงข้อมูลและเทคโนโลยี และความสามารถในการจัดการบริหาร อีกทั้งสภาพของธุรกิจ SMEs ต้องอิงกับสภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นสำคัญ ซึ่งหมายความว่า หากเศรษฐกิจภายในประเทศอยู่ในช่วงขยายตัว ธุรกิจ SMEs ก็สามารถเจริญเติบโตไปได้ด้วยดี แต่ถ้าหากเศรษฐกิจภายในประเทศอยู่ในช่วงถดถอยหรือชะลอตัว ธุรกิจ SMEs ก็จะอยู่ในสภาพที่ถดถอยหรือชะลอตัวเช่นกัน

แต่เนื่องด้วยปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจและการเมืองในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้ส่งผลกระทบกระเทือนต่อธุรกิจ SMEs อย่างมาก โดยธุรกิจ SMEs หลายแห่งประสบปัญหาขาดทุนและต้องปิดกิจการลง ในขณะที่ธุรกิจ SMEs อีกหลายแห่งตกอยู่ในสภาพที่ถดถอยหรือชะลอตัว เพราะยอดขายที่ตกลงตามสภาวะเศรษฐกิจ โดยปัญหาหลักที่ธุรกิจ SMEs ประสบในช่วงสภาวะเศรษฐกิจถดถอยคือ การขาดเงินทุนหมุนเวียน นอกจากนี้ธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย ยังประสบปัญหาในเรื่องการเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ กล่าวคือ ไม่สามารถเจริญเติบโตจากธุรกิจขนาดเล็กไปสู่ธุรกิจขนาดกลางได้ โดยธุรกิจ SMEs ส่วนมากยังคงเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มุ่งเน้นไปในการให้บริการ หรือการค้าส่งและค้าปลีก เช่น การขายอาหาร เครื่องดื่ม หรือเสื้อผ้า มีธุรกิจขนาดเล็กเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่อยู่ในภาคการผลิตและสามารถพัฒนาตัวเองไปสู่ธุรกิจขนาดกลางได้จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นนี้ รัฐบาลจำเป็นต้องเข้าทำการช่วยเหลือธุรกิจ SMEs ในด้านต่างๆ เพื่อให้ธุรกิจ SMEs สามารถอยู่รอดและเจริญเติบโตแบบยั่งยืนอย่างมีคุณภาพ

รัฐบาลชุดปัจจุบันได้มีนโยบายในการผลักดัน และสนับสนุนธุรกิจ SMEs ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น โดยรัฐบาลได้กำหนด 3 โครงการที่สำคัญคือ (1) Strong SMEs เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจ SMEs รายเดิม โดยมุ่งยกระดับผลิตภัณท์สินค้าและบริการ (2) New Warriors เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs รายใหม่ ให้เริ่มดำเนินธุรกิจและมีนวัตกรรมใหม่ๆ และ (3) Pioneer SMEs ที่ประสบปัญหาให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ จากนโยบายดังกล่าวนี้ เป็นที่ชัดเจนว่า รัฐบาลได้พยายามสนับสนุนธุรกิจ SMEs ให้มีนวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ให้ปรากฏสู่ท้องตลาดมากขึ้น ว่าเริ่ม

เมื่อเช่นนี้ “นวัตกรรม” จึงถือเป็นกลไกที่สำคัญในการพัฒนาธุรกิจ SMEs ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เพราะเนื่องจากที่ผ่านมา ธุรกิจ SMEs ยังไม่สามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาได้ ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ยังคงขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ “นวัตกรรม” อย่างชัดเจน ทั้งยังขาดแหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่จะสร้างนวัตกรรม

ใหม่ ๆ ขึ้นมา นอกจากนี้ “นวัตกรรม” ยังถือเป็นกุญแจสำคัญในการช่วยเหลือธุรกิจ SMEs ปรับตัวเข้าสู่โลกธุรกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างแข็งแกร่งพร้อมที่จะขยายตนเองไปสู่ธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าเดิม

สำหรับความหมายของ “นวัตกรรม” นั้น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติได้ให้ความหมายของ “นวัตกรรม” คือ สิ่งสร้างสรรค์ที่มาจากการใช้ความรู้หรือความคิดใหม่ ๆ อันมีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2549) “นวัตกรรม” ยังมีความหมายรวมถึง กระบวนการที่เกิดจากการพัฒนา หรือการนำความรู้และความคิดสร้างสรรค์มาผสมผสานกับความสามารถในการผลิต หรือการบริหารจัดการเพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ขึ้นทางธุรกิจ (Adelman, 2013) ซึ่งหากนำความหมายดังกล่าวนี้มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ SMEs แล้ว “นวัตกรรม” มีความหมายคือ การคิดสร้างสรรค์ การพัฒนา หรือการประยุกต์ใช้ความคิด หรือวิธีการใหม่ ๆ มาสู่กระบวนการผลิตสินค้าและบริการ หรือการบริหารจัดการภายในองค์กรธุรกิจนั้น โดยนวัตกรรมยังสามารถส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินการ ความอยู่รอด การเจริญเติบโต รวมถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ SMEs (Newbert, 2015) ดังนั้นนวัตกรรมสามารถช่วยเหลือธุรกิจ SMEs นำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสู่ท้องตลาดและสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ยังสามารถใช้นวัตกรรมในการบริหารจัดการธุรกิจของตน กล่าวคือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาจใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการผลิต และการดำเนินการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงวิธีการอื่นใดที่สามารถลดค่าใช้จ่ายแต่เพิ่มคุณภาพของสินค้านั้น เช่น การใช้เทคโนโลยีรูปแบบใหม่หรือควบคุมการผลิตสินค้า เป็นต้น (Pittard, Monotti, and Duns, 2013)

เมื่อนวัตกรรมได้ถูกนำมาใช้ในการกระตุ้น และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs คิดค้นสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ ๆ หรือนำเสนอสินค้าหรือบริการในรูปแบบใหม่ออกสู่ท้องตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องหากรรมวิธี หรือวิธีการที่สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ท้องตลาด รวมถึงการใช้คุณค่าหรือความงามทางศิลปะถ่ายทอดลงในผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์สินค้านั้นขึ้น (Blackburn, 2007) ดังนั้นนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยทรัพย์สินทางปัญญาได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ และกระตุ้นหรือส่งเสริมให้มีการสร้างสรรค์หรือพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้น

ทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจ SMEs

การพิจารณาบทบาทและความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจ SMEs นั้น ควรเริ่มต้นทำความเข้าใจความหมายของทรัพย์สินทางปัญญาเสียก่อน เมื่อเข้าใจความหมายของทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว จะช่วยให้เข้าใจถึงความสำคัญและบทบาทของทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจ SMEs ได้ชัดเจน ดังนั้นการพิจารณาจึงแบ่งออกได้เป็นดังนี้

1. ความหมายของทรัพย์สินทางปัญญา

โดยทั่วไปแล้ว ทรัพย์สินทางธุรกิจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ (1) ทรัพย์สินทางกายภาพที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ ได้แก่ อาคารพาณิชย์ เครื่องมือ เครื่องจักร หรือสินค้า และ (2) ทรัพย์สินที่ไม่อาจสัมผัสจับต้องได้ ซึ่งได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ เรื่องหมายทางการค้า หรือทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งในอดีตนั้น ทรัพย์สินทางกายภาพแต่เพียงอย่างเดียวที่ถูกใช้กำหนดคุณค่าหรือมูลค่าของธุรกิจ แต่ในปัจจุบันนี้ รูปแบบของธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไป โดยเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในธุรกิจอย่างมาก ทรัพย์สินที่ไม่อาจสัมผัสจับต้องได้ หรือทรัพย์สินทางปัญญาจึงเป็นสิ่งที่กำหนดคุณค่าหรือมูลค่าของธุรกิจนั้น นอกจากนี้ทรัพย์สินทางปัญญาบางประเภทยังอาจมีมูลค่าสูงกว่าทรัพย์สินทางกายภาพอีกด้วย (WIPO, 2015)

ทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึง ผลผลิตของความคิด หรือการสร้างสรรค์ของมนุษย์ เช่น การประดิษฐ์ การออกแบบ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายทางการค้า เป็นต้น (WIPO, 1997) แต่เนื่องจากทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัส จับต้องได้ ทรัพย์สินทางปัญญาจึงมีสถานะเป็นสิทธิที่ได้ถูกกำหนดขึ้นและได้รับการปกป้องคุ้มครองโดยกฎหมาย โดยสิทธิในทางทรัพย์สินทางปัญญาจะติดแนบกับตัววัตถุหรือผลิตภัณฑ์สินค้านั้น นอกจากนี้ทรัพย์สินทางปัญญาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ (1) ลิขสิทธิ์ และ (2) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม ได้แก่ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ความลับทางธุรกิจ และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยหลักเกณฑ์ที่สำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาคือ การป้องกันหรือปกป้องคุ้มครองสิทธิหรือทรัพย์สินทางปัญญานั้น ๆ มิให้ผู้ใดมาล่วงละเมิดหรือใช้หาประโยชน์โดยที่มิได้รับอนุญาต

2. ความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาในทางธุรกิจ

ในปัจจุบันนี้ ทรัพย์สินทางปัญญามีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก โดยทรัพย์สินทางปัญญามีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการทุกประเภท ทั้งนี้เพราะธุรกิจทุกประเภทได้พยายามที่จะสร้างหรือพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนในรูปแบบใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจรายอื่น ๆ ดังนั้นธุรกิจทุกประเภทจึงต้องอาศัยนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการดำเนินการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และเมื่อต้องอาศัยนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ธุรกิจทุกประเภทจึงจำเป็นต้องใช้หลักเกณฑ์ของทรัพย์สินทางปัญญาในการปกป้อง หรือรักษาผลประโยชน์ในสินค้าหรือบริการของตน

หากจะกล่าวโดยเฉพาะเจาะจง ทรัพย์สินทางปัญญามีความสำคัญต่อธุรกิจดังต่อไปนี้คือ

1. ป้องกันมิให้ผู้อื่นมาลอกเลียนแบบความคิด หรือผลิตภัณฑ์สินค้าของตน
2. สร้างแบรนด์สินค้าให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น
3. ก่อให้เกิดรายได้หรือผลประโยชน์จากการอนุญาตให้ผู้ซื้อได้ใช้ทรัพย์สินทางปัญญานั้น
4. เพิ่มมูลค่าในทางธุรกิจและเพิ่มคุณค่าในทางการค้า
5. ช่วยในการนำสินค้า หรือบริการเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ
6. สร้างแรงจูงใจ หรือก่อให้เกิดความระมัดระวังกันในส่วนธุรกิจรายอื่น ๆ
7. ก่อให้เกิดความมั่นใจในการดำเนินการทางธุรกิจ เพราะผู้ประกอบการหรือเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญานั้นไม่ต้องกังวลใจว่าจะมีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นหรือไม่ (WIPO, 2011)

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่เกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา ย่อมได้รับการปกป้องคุ้มครองตามลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์หรืองานสร้างสรรค์ที่เกี่ยวกับงานวรรณกรรม หรืองานศิลปะ เช่น หนังสือ ศิลปกรรม จิตรกรรม ภาพวาด ดนตรี สิ่งบันทึกเสียง รวมถึงโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ได้รับการปกป้องคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์
2. ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเทคโนโลยีการประดิษฐ์ ได้รับการปกป้องคุ้มครองตามกฎหมายสิทธิบัตร
3. สัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น คำ เครื่องหมาย เสียง สี หรือรูปทรงที่ใช้ในการแยกผลิตภัณฑ์หนึ่งออกจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ย่อมได้รับการปกป้องคุ้มครองตามกฎหมายเครื่องหมายการค้า
4. สัญลักษณ์หรือสิ่งอื่นใดที่บอกแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์สินค้า ย่อมได้รับการปกป้องคุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

5. แบบของผลิตภัณฑ์ภายนอกที่ใช้ในทางอุตสาหกรรม เช่น ตัวถังรถยนต์ รูปลักษณ์ของเครื่องดูดฝุ่น หรือรูปแบบโทรศัพท์มือถือ อาจได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายสิทธิบัตร
6. ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้า เช่น ข้อมูลอันเกี่ยวกับการผลิตแชมพูสมุนไพรรักษารังแค ย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายความลับทางการค้า (WIPO, 2011)

3. บทบาทของทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจ SMEs

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำนวนมากขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา โดยผู้ประกอบการบางรายอาจนำเอาทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่นมาใช้ในธุรกิจของตนโดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งอาจก่อให้เกิดการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการธุรกิจขายกาแฟรายหนึ่ง ใช้ชื่อร้านของตนว่า “สตาร์บิง” อันมีความคล้ายคลึงกับร้านกาแฟ “สตาร์บัคส์” ซึ่งเป็นธุรกิจกาแฟขนาดใหญ่และมีสาขาทั่วโลก การที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้ชื่อ “สตาร์บิง” ถือเป็นการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าของร้านกาแฟ “สตาร์บัคส์” เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ยังขาดแรงจูงใจและศักยภาพที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในสินค้าและบริการของตน อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำนวนมากขาดแหล่งเงินทุนที่จะดำเนินการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า (Abdelnour Nocera, 2013) ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จึงไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา

แต่ในความเป็นจริง ทรัพย์สินทางปัญญามีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs เป็นอย่างมาก (WIPO, 2010) ตัวอย่างเช่น ธุรกิจ SMEs เกือบทุกประเภทย่อมมีชื่อทางการค้า หรือมีเครื่องหมายการค้าในสินค้าของตน นอกจากนี้ทรัพย์สินทางปัญญายังสามารถช่วยธุรกิจ SMEs ปกป้องคุ้มครองและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในท้องตลาดมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจ SMEs ที่คิดค้นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ย่อมต้องเกี่ยวข้องกับสิทธิบัตรที่สามารถช่วยปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์สินค้าหรือสิ่งประดิษฐ์นั้น ๆ ที่ภาคธุรกิจทรัพย์สินทางปัญญาดูเหมือนจะเป็นทรัพย์สินของธุรกิจ SMEs ที่มีมูลค่าดังต่อไปนี้คือ

1. ทรัพย์สินทางปัญญาสามารถสร้างรายได้ให้ธุรกิจ SMEs เช่น การอนุญาตให้ใช้ ให้เช่า หรือขายสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา
2. ทรัพย์สินทางปัญญาสามารถเพิ่มมูลค่าของธุรกิจ SMEs ในสายตาของนักลงทุนหรือแม้แต่ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ
3. ทรัพย์สินทางปัญญาสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างชื่อเสียงให้แก่ธุรกิจ SMEs นั้น (WIPO, 2010)

เมื่อทรัพย์สินทางปัญญามีประโยชน์และมีความสำคัญต่อธุรกิจ SMEs ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จึงมีหน้าที่สำคัญ 2 ประการคือ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาต้องปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในผลิตภัณฑ์สินค้าของตน โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรต้องเรียนรู้และเข้าใจถึงลักษณะของทรัพย์สินทางปัญญาในเรื่องนั้น ๆ รวมถึงกระบวนการและวิธีการได้มาซึ่งทรัพย์สินทางปัญญานั้น การสงวนรักษาและปกป้องคุ้มครองซึ่งสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ขอบเขตในการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา อายุแห่งการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การอนุญาตให้ผู้อื่นได้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และการดำเนินการทางทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ โดยวิธีการต่าง ๆ เหล่านี้ได้ถูกกำหนดไว้ในกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภท และ (2) ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องระมัดระวังมิให้เกิดการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ไม่สามารถใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น โดยที่ไม่ได้รับอนุญาต หากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องได้รับความยินยอมหรืออนุญาตจากผู้เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญานั้นเสียก่อน ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการ

ธุรกิจ SMEs ต้องการพิมพ์รูปการตูนลงบนแก้วน้ำและนำออกจำหน่าย กรณีเช่นนี้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ภาพการตูนนั้น

รูปแบบของทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจ SMEs

1. ลิขสิทธิ์

ลิขสิทธิ์คือ สิทธิของผู้สร้างสรรค์ที่จะกระทำการใด ๆ ต่องานสร้างสรรค์ที่ได้ทำขึ้น โดยลิขสิทธิ์นั้นคุ้มครองและคุ้มครองสิทธิของผู้ประพันธ์ นักแต่งเพลง ผู้ออกแบบหรือสร้างสรรค์งานศิลปะ หรือผู้ผลิตโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น สำหรับงานอันมีลิขสิทธิ์มีดังต่อไปนี้คือ (1) งานวรรณกรรม เช่น หนังสือ จุลสาร สิ่งพิมพ์ แผนภูมิโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (2) งานนาฏกรรม เช่น ท่าทาง การรำ หรือท่าทางการเต้น (3) งานศิลปกรรม เช่น งานจิตรกรรม งานประติมากรรม งานภาพพิมพ์ งานสถาปัตยกรรม หรืองานภาพถ่าย (4) งานดนตรีกรรม หรืองานเพลง ซึ่งครอบคลุมถึงเพลงบรรเลงหรือเพลงขับร้อง ที่มีทำนองและคำร้อง หรือทำนองแต่เพียงอย่างเดียว (5) โสตทัศนวัสดุ เช่น วัสดุ หรือดีวีดี (6) ภาพยนตร์ (7) สิ่งบันทึกเสียง เช่น เทป หรือแผ่นซีดีเพลง (8) งานแพร่เสียงแพร่ภาพ และ (9) งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือศิลปะ นอกจากนี้ การได้มาซึ่งงานอันมีลิขสิทธิ์นั้น ผู้สร้างสรรค์ต้องมีความริเริ่มสร้างสรรค์งานนั้นด้วยตนเอง โดยที่ไม่ได้ลอกเลียนแบบผู้ใด และผู้สร้างสรรค์ต้องใช้ทักษะ แรงงาน สติปัญญา ความรู้ และ วิริยะอุตสาหะ ในการสร้างสรรค์งานนั้น ในส่วนของการให้ความคุ้มครองลิขสิทธิ์กฎหมายให้การรับรองสิทธิคุ้มครองงานที่ที่งานสร้างสรรค์นั้นสำเร็จ โดยที่ไม่ต้องจดทะเบียนแต่อย่างใด ส่วนระยะเวลาการปกป้องคุ้มครอง โดยทั่วไปแล้วการปกป้องคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์จะมีอยู่ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ และมีอายุต่อไปอีก 50 ปี นับแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย

ลิขสิทธิ์ในธุรกิจ SMEs

ลิขสิทธิ์เป็นหนึ่งในทรัพย์สินทางปัญญาที่มีความสำคัญต่อธุรกิจ SMEs อย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อวัฒนธรรมได้ถูกนำมาใช้ในกระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ (ISO, 2013) สำหรับผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการของธุรกิจ SMEs มีความเกี่ยวข้องกับงานอันมีลิขสิทธิ์ในหลาย ๆ ส่วนด้วยกัน ซึ่งสามารถแบ่งการพิจารณาออกได้เป็นดังนี้

1. ธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับงานอันมีลิขสิทธิ์โดยตรง

หมายถึง ผู้ประกอบการ SMEs ทำธุรกิจใดอันเกี่ยวข้องกับงานอันมีลิขสิทธิ์นั้นโดยตรง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ประกอบการ SMEs ทำธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต การซื้อ ขาย ให้เช่า หรือใช้ประโยชน์งานอันมีลิขสิทธิ์นั้นโดยตรง ตัวอย่างเช่น กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่ขายแผ่นภาพยนตร์หรือแผ่นเพลงในรูปของ ซีดี หรือดีวีดี กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่เป็นสำนักพิมพ์ กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่ขายและผลิตโปรแกรมคอมพิวเตอร์ กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่รับถ่ายภาพตามงานต่าง ๆ กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่รับจ้างถ่ายเอกสาร กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่ออกแบบงานสถาปัตยกรรม กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวกับโรงเรียนสอนงานศิลปะ หรือภาพวาด กลุ่มธุรกิจ SMEs ที่จำหน่ายเสื้อผ้า ของเล่น หรือตุ๊กตา เป็นต้น

2. ธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับงานอันมีลิขสิทธิ์โดยอ้อม

หมายถึง ผู้ประกอบการ SMEs ทำธุรกิจที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับงานอันมีลิขสิทธิ์นั้นโดยตรง แต่จำเป็นต้องใช้งานอันมีลิขสิทธิ์นั้น เพื่ออำนวยความสะดวกหรือส่งเสริมในธุรกิจของตน ตัวอย่างเช่น ร้านอาหารหรือร้านกาแฟเปิดเพลงเพื่อสร้างบรรยากาศภายในร้าน ร้านรับซ่อมหรือจำหน่ายทีวีเปิดรายการเกมส์โชว์ไว้ที่หน้าร้าน หรือธุรกิจห้างร้านต่าง ๆ ที่ลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือซอฟต์แวร์เพื่อใช้ในสำนักงาน เป็นต้น

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจลักษณะของงานอันมีลิขสิทธิ์ การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ ขอบเขตการใช้ลิขสิทธิ์ และการละเมิดลิขสิทธิ์ ที่สำคัญหากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่นในธุรกิจของตนไม่ว่าโดยตรงหรือโดยอ้อม ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานนั้นเสียก่อน หากผู้ประกอบการ SMEs ใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่นโดยไม่ได้รับอนุญาต ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาจมีความผิดฐานละเมิดลิขสิทธิ์ และอาจต้องรับผิดชอบทั้งในทางแพ่งและอาญา แต่หากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เป็นเจ้าของงานอันมีลิขสิทธิ์นั้นเอง ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรป้องกันมิให้ผู้อื่นมาใช้งานอันมีลิขสิทธิ์ของตนโดยไม่ได้รับอนุญาตเช่นกัน

2. เครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้าคือ ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประติมากรรม ตรา ชื่อ คำข้อความ ตัวหนังสือ ลายมือชื่อ หรือกลุ่มของสีที่ใช้เป็นที่หมายเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับสินค้าของบุคคลอื่น ตัวอย่างของเครื่องหมายการค้า ได้แก่ เป๊ปซี่ โอวัลติน ชัมซุง อิซิดัน หรือโตโยต้า เป็นต้น นอกจากนี้ หมายเครื่องหมายการค้ายังได้กำหนดความหมายของเครื่องหมายบริการไว้คือ ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประติมากรรม ตรา ชื่อ คำข้อความ ตัวหนังสือ ลายมือชื่อ หรือกลุ่มสีที่ใช้เป็นที่หมาย หรือเกี่ยวข้องกับการบริการ เพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับบริการของบุคคลอื่น ตัวอย่างของเครื่องหมายบริการ ได้แก่ ทูริสติก ดีแทค หรือธนาคาร เป๊ปซี่ สำหรับวัตถุประสงค์หลักของเครื่องหมายการค้าขึ้นคือ (1) เพื่อบ่งชี้ถึงตัวสินค้านั้นโดยเฉพาะเจาะจง และ (2) จำแนกหรือแยกตัวสินค้านั้นออกจากสินค้าตัวอื่นที่มีความคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน (Barrett, 2008) สำหรับกรรมสิทธิ์ในเครื่องหมายการค้าขึ้นอาจแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบคือ (1) การได้สิทธิในเครื่องหมายการค้าโดยการจดทะเบียน และ (2) การได้สิทธิเครื่องหมายการค้าโดยการใช้ ในกรณีที่เครื่องหมายการค้าได้มีการจดทะเบียน ผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายการค้าขึ้นกับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ โดยบุคคลอื่นไม่มีสิทธิที่จะใช้เครื่องหมายการค้าขึ้น ในขณะที่การได้สิทธิเครื่องหมายการค้าโดยการใช้ เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิเพียงใช้เครื่องหมายการค้าเท่านั้น แต่ไม่ห้ามบุคคลอื่นที่จะใช้เครื่องหมายการค้าขึ้นด้วย

เครื่องหมายการค้าที่สามารถจดทะเบียนได้ มีลักษณะดังต่อไปนี้คือ (1) เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ ซึ่งได้แก่ เครื่องหมายการค้าอันมีลักษณะที่ก่อให้เกิดประโยชน์ หรือผู้ใช้สินค้านั้นทราบ และเข้าใจได้ว่า สินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าขึ้นนั้น แตกต่างไปจากสินค้าอื่น (2) เป็นเครื่องหมายการค้าที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย เช่น ตราแผ่นดิน ธงชาติ พระปรมาภิไธย เครื่องหมายราชการ เครื่องหมายภาษาชาติ หรือเครื่องหมายที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน (3) ไม่เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือน หรือคล้ายเครื่องหมายการค้าที่บุคคลอื่นได้จดทะเบียนไว้แล้ว สำหรับอายุการคุ้มครองและการขต่ออายุเครื่องหมายการค้าขึ้น กฎหมายกำหนดให้การจดทะเบียนมีอายุ 10 ปี นับแต่วันจดทะเบียน และสามารถต่ออายุได้อีกคราวละ 10 ปี หากขาดการต่ออายุ ให้ถือว่าเครื่องหมายการค้าขึ้นถูกเพิกถอนออกจากการจดทะเบียน

เครื่องหมายการค้าในธุรกิจ SMEs

เครื่องหมายการค้า เป็นทรัพย์สินที่มีคุณค่าและมีความสำคัญต่อธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าธุรกิจนั้นจะมีขนาดใดก็ตาม (Nelson, 2013) ทั้งนี้เพราะเครื่องหมายการค้าสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับธุรกิจ และยังสามารถใช้เป็นเครื่องรับประกันคุณภาพของสินค้านั้น (Turunen, 2005) ลูกค้านั้นพอใจกับราคาหรือคุณภาพของสินค้านั้นย่อมต้องกลับมาซื้อสินค้านั้นอีกโดยใช้เครื่องหมายการค้าขึ้นเป็นตัวกำหนดในการตัดสินใจ สำหรับธุรกิจ SMEs เกือบทุกประเภทนั้นต้องมีเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการเพื่อทำหน้าที่บ่งชี้สินค้าหรือบริการนั้น และทำหน้าที่แยกสินค้าหรือบริการนั้นออกจากสินค้าหรือบริการ

รายอื่น ๆ ตัวอย่างเครื่องหมายการค้า หรือเครื่องหมายบริการของธุรกิจ SMEs ได้แก่ ขนมบ้านอัยการ ขนมบ้านคุณอยู่ สมุนไพรรักษาสิว MS.Herds อาหารเสริมสำหรับลดน้ำหนัก CABOXY หรือน้ำผลไม้ผสมเม็ดแมงลัก โอ ดรีจ ฟู เป็นต้น จากตัวอย่างดังกล่าวนี้ เครื่องหมายการค้าของธุรกิจ SMEs เหล่านี้ทำหน้าที่บ่งชี้ประเภทของสินค้านั้น ๆ และแยกแยะแตกต่างระหว่างสินค้าของตนออกจากสินค้าของผู้ประกอบการรายอื่น ๆ โดยเครื่องหมายการค้าบางประเภทอาจเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ในขณะที่เครื่องหมายการค้าบางประเภทยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ซึ่งคงต้องใช้ระยะเวลาในการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้น

สำหรับการเลือกเครื่องหมายการค้า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้า และควรใช้ความระมัดระวังในการเลือกใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนมากที่สุด ที่สำคัญผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ไม่สามารถเลือกเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงของบุคคลอื่นมาใช้กับสินค้าของตน เพราะการกระทำดังกล่าวอาจก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าได้ ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ไม่อาจนำเครื่องหมายการค้าของรถยนต์ BMW มาปรับใช้กับสินค้าของตนได้ นอกจากนี้หลักเกณฑ์การเลือกเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรพิจารณาถึงดังต่อไปนี้ (1) เครื่องหมายควรง่ายต่อการอ่าน สะกด ออกเสียง และจดจำ (2) เครื่องหมายไม่ควรมีความหมายที่ไม่เหมาะสมหรือหยابคาย (3) เครื่องหมายไม่ควรมีความหมายที่ไม่เหมาะสมหรือหยابคายในภาษาอื่น ๆ (4) เครื่องหมายไม่ควรสร้างความเข้าใจผิดหรือหลงผิดในตัวสินค้า และ (5) เครื่องหมายควรปรับใช้ได้กับโฆษณาสื่อสารได้ทุกรูปแบบ (WIPO, 2015)

เมื่อผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เลือกเครื่องหมายการค้าเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ยังต้องพิจารณาว่าเครื่องหมายการค้าที่จะเลือกใช้นั้นเป็นไปตามกฎหมายกำหนดหรือไม่ และเครื่องหมายการค้านั้นได้มีการจดทะเบียนไว้ก่อนแล้วหรือไม่ ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรตรวจสอบเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา หากเครื่องหมายการค้าดังกล่าวยังไม่ได้จดทะเบียน ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ก็มีสิทธิที่จะใช้เครื่องหมายการค้านั้นได้ แต่หากเครื่องหมายการค้านั้นได้จดทะเบียนเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้ประกอบการก็ไม่สามารถใช้เครื่องหมายการค้านั้นได้

นอกจากนี้หากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ได้เลือกเครื่องหมายการค้าขึ้นมา และต้องการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า นั้น ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้อง (1) แสดงไปปรากฏว่าเครื่องหมายการค้ามีลักษณะบ่งเฉพาะ (2) ไม่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย และ (3) ไม่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น หากขาดลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เครื่องหมายการค้านั้นก็ไม่สามารถจดทะเบียนได้ แต่อย่างไรก็ตามหากเจ้าของเครื่องหมายการค้าเลือกที่จะไม่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิที่จะใช้เครื่องหมายการค้านั้นได้ แต่ไม่มีสิทธิที่จะห้ามมิให้ผู้อื่นใช้เครื่องหมายการค้านั้น

3. สิทธิบัตร

สิทธิบัตร เป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่ผู้ประดิษฐ์ หรือผู้เป็นเจ้าของสิทธิบัตรสามารถแสวงหาประโยชน์ในงานประดิษฐ์ ด้วยการผลิต ขาย ให้ใช้ หรือให้เช่าซึ่งงานประดิษฐ์นั้น เช่น การประดิษฐ์ โทรศัพท์มือถือ รถยนต์ เครื่องจักรกล โทรศัพท์ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก หรือเทคโนโลยีต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้ประดิษฐ์หรือผู้เป็นเจ้าของสิทธิบัตรสามารถหวงห้ามหรือป้องกันมิให้ผู้อื่นแสวงหาประโยชน์กับงานประดิษฐ์อันมีสิทธิบัตรนั้น เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้ประดิษฐ์หรือเจ้าของสิทธิบัตร สำหรับประเทศไทย พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ได้กำหนดบทนิยามความหมายของ “สิทธิบัตร” คือ “หนังสือสำคัญที่ออกให้แก่ผู้ประดิษฐ์ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์” สิทธิบัตรของประเทศไทยยังแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ (1) สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (2) อนุสิทธิบัตร และ (3) สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

สำหรับการได้มาซึ่งสิทธิบัตรทั้ง 3 ประเภทดังกล่าว ผู้ที่ต้องการได้รับสิทธิบัตรต้องยื่นคำขอจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่และปฏิบัติตามที่กฎหมายกำหนด โดยผู้ขอรับสิทธิบัตรต้องเปิดเผยรายละเอียด หรือความลับเกี่ยวกับสิ่งขอรับสิทธิบัตร ซึ่งการเปิดเผยรายละเอียดต้องมีลักษณะสมบูรณ์ ชัดแจ้ง และเป็นประโยชน์ต่อสังคม เมื่อพนักงานเจ้าหน้าที่ได้รับคำขอจดทะเบียนแล้วก็จะดำเนินการพิจารณาและตรวจสอบ หากการประดิษฐ์มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด พนักงานเจ้าหน้าที่จะทำการออกสิทธิบัตรให้

ในส่วนของสิทธิบัตรการประดิษฐ์ ที่สามารถขอรับสิทธิบัตรได้นั้น ต้องมีลักษณะสำคัญ 3 ประการดังต่อไปนี้คือ (1) เป็นการประดิษฐ์คิดค้นขึ้นใหม่ กล่าวคือ เป็นการประดิษฐ์ที่ไม่เป็นงานที่มีปรากฏอยู่แล้ว (2) เป็นการประดิษฐ์ที่มีขั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น ซึ่งได้แก่ การประดิษฐ์ที่ไม่เป็นที่ประจักษ์ง่ายแก่บุคคลที่มีความชำนาญในระดับสามัญสำหรับงานประเภทนั้น และ (3) เป็นการประดิษฐ์ที่สามารถประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรม สำหรับตัวอย่างสิทธิบัตรการประดิษฐ์ อาจได้แก่ เครื่องกลดุดินเหลวได้น้ำและสูบน้ำ เครื่องปลูกมะพร้าว ตู้อบที่มีระบบการทำความร้อนเอากลับมาใช้ใหม่ โครงร่างรถจอบหมุนไฮโดรลิก รถจักรกลการเกษตร หรือระบบบำบัดน้ำในบ่อเลี้ยงกุ้ง เป็นต้น ทั้งนี้สิทธิบัตรการประดิษฐ์มีอายุ 20 ปี นับแต่วันยื่นคำขอรับสิทธิบัตร

ในส่วนของอนุสิทธิบัตร ที่สามารถขอรับอนุสิทธิบัตรได้นั้น ต้องมีลักษณะสำคัญ 2 ประการดังต่อไปนี้คือ (1) เป็นการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ และ (2) เป็นการประดิษฐ์ที่สามารถประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรม โดยข้อแตกต่างระหว่างการขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์และการขอรับอนุสิทธิบัตรคือ การขอรับอนุสิทธิบัตรนั้นไม่จำเป็นต้องแสดงถึงการประดิษฐ์ที่มีขั้นตอนการประดิษฐ์ที่สูงขึ้นเหมือนสิทธิบัตรการประดิษฐ์ สำหรับตัวอย่างอนุสิทธิบัตร ได้แก่ น้ำปยุปลูกผักโภชนาการสูงโดยระบบไฮโดรพอนิกส์ เครื่องเติมเงินแบบออนไลน์ เครื่องคัดขนาดกุ้ง หรือแท่นตั้งกล้องถ่ายภาพยนตร์แนวนอน เป็นต้น ทั้งนี้อนุสิทธิบัตรมีอายุ 6 ปี นับจากวันยื่นคำขอรับอนุสิทธิบัตรและสามารถต่ออายุได้ 2 ครั้ง ครั้งละ 2 ปี รวมเป็น 10 ปี

ในส่วนของสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการคุ้มครองลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ ลวดลายหรือสี ที่ใช้เป็นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและหัตถกรรม โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถขอรับสิทธิบัตร ต้องมีลักษณะสำคัญ 2 ประการดังต่อไปนี้คือ (1) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ และ (2) ต้องเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่ออุตสาหกรรมหรือหัตถกรรม ตัวอย่างสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ อาจได้แก่ เบาะอุ้มเด็ก อุปกรณ์ปรับปรุงคุณภาพน้ำ หลอดไฟ รองเท้า รถจักรยาน หรือกาน้ำชา เป็นต้น ทั้งนี้สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์มีอายุ 10 ปี นับจากวันยื่นคำขอรับสิทธิบัตร

สิทธิบัตรในธุรกิจ SMEs

จากที่ได้กล่าวข้างต้น สิทธิบัตรเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ สิทธิบัตรมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิต หรือการประดิษฐ์คิดค้นในเชิงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตัวอย่างเช่น บริษัท Apple ได้ประดิษฐ์คิดค้น iPhone ซึ่งเป็นโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และเมื่อบริษัท Apple ได้จดหมายบัตรใน iPhone ของตน ผลิตภัณฑ์ iPhone จึงได้รับการปกป้องคุ้มครองตามกฎหมายสิทธิบัตร ดังนั้นสิทธิบัตรจึงถือเป็นเครื่องมือที่ใช้แสดงออกถึงนวัตกรรมทางความคิด และปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์สินค้าที่ได้ประดิษฐ์หรือคิดค้นออกมาบนพื้นฐานนวัตกรรมใหม่ ๆ (Morrison, 2009) แต่สำหรับธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์คิดค้นในเชิงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ยังคงมีข้อจำกัดหลายประการในเรื่องการได้รับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ เนื่องจากข้อจำกัดของธุรกิจของ SMEs นั้น ยังคงไม่มีความสามารถเพียงพอที่จะสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่จะเข้าหลักเกณฑ์การได้รับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ได้ ที่สำคัญธุรกิจ SMEs ยังขาดแหล่งเงินทุนในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูงหรือการประดิษฐ์ที่มีขั้นสูงขึ้นไป ซึ่งแตกต่างกับธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีงบประมาณในด้านการวิจัยและพัฒนาใน

การสร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่ธุรกิจ SMEs จะสร้างงานประดิษฐ์ขั้นสูงที่จะได้รับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ (Pietrobelli & Sverrisson, 2005)

แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจ SMEs ยังคงมีโอกาสที่จะได้รับอนุสิทธิบัตร ทั้งนี้เป็นเพราะอนุสิทธิบัตรเป็นการประดิษฐ์ที่มีเทคนิคที่ไม่สูงมากนัก ซึ่งหากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารกรรมสามารถสร้างการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม หรือปรับปรุงจากการประดิษฐ์ที่มีอยู่ก่อนเพียงเล็กน้อย จะสามารถประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรมได้ ก็สามารถขอรับอนุสิทธิบัตรได้ ตัวอย่างเช่นผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs คิดค้นและผลิตน้ำปูปลูกผักโภชนาการสูง ผลิตเครื่องเชื่อมท่อ ผลิตเครื่องเติมเงินออนไลน์ หรือผลิตเครื่องคัดขนาดกิ่ง แล้วนำผลิตภัณฑ์สินค้าเหล่านี้ออกจำหน่ายในท้องตลาด

สำหรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต และจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องประดับหรือเครื่องตกแต่ง ก็สามารถเป็นเจ้าของสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าได้ และไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนในการวิจัยและพัฒนาเหมือนดังเช่นสิทธิบัตรการประดิษฐ์ หากแต่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถสร้างสรรค์ หรือคิดค้นออกแบบผลิตภัณฑ์ องค์ประกอบของลวดลาย หรือสีของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในรูปแบบสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมทั้งหัตถกรรมได้ และมีความแตกต่างไปจากเดิม ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้านั้นได้ ตัวอย่างเช่น การออกแบบจานอาหารให้มีรูปร่างเหมือนหนังสือ ที่ใช้ใบหรือรูปหน้าคน ตึกตาคูหาได้ หรืองานออกแบบเสื้อผ้าหรือแฟชั่นดีไซน์ โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs อาจศึกษาข้อมูลในงานออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าจากหนังสือ แผ่นพับ หรือสื่อออนไลน์ และประยุกต์ให้แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์เดิม

4. ความลับทางการค้า

ในบทนิยามทางกฎหมาย ความลับทางการค้าคือ ข้อมูลการค้าซึ่งยังไม่รู้จักกันโดยทั่วไป หรือยังเข้าถึงไม่ได้ในหมู่บุคคลซึ่งโดยปกติแล้วต้องเกี่ยวข้องกับข้อมูลดังกล่าว โดยเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ในเชิงพาณิชย์เนื่องจากเป็นความลับ และเป็นข้อมูลที่ผู้ควบคุมความลับทางการค้า ได้ใช้มาตรการที่เหมาะสมเพื่อรักษาไว้เป็นความลับ เมื่อเป็นเช่นนั้นความลับทางการค้าจึงมีลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้คือ (1) ข้อมูลการค้าต้องเป็นความลับ ซึ่งหากเป็นข้อมูลที่คนทั่วไปรู้และเข้าใจดี ข้อมูลนั้นก็ไม่ใช่ความลับ (2) ข้อมูลนั้นต้อง (คุณค่าในเชิงพาณิชย์เพราะเป็นความลับ และ (3) ข้อมูลนั้นได้ถูกจัดเก็บไว้เป็นความลับอย่างเหมาะสมเพื่อให้ผู้อื่นล่วงรู้ข้อมูล (WIPO, 2012) ซึ่งหากผู้ควบคุมนำข้อมูลออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน เช่น แพร่ข้อมูลบนโลกอินเทอร์เน็ต ข้อมูลนั้นก็อาจถือเป็นความลับทางการค้าอีกต่อไป นอกจากนี้ความลับทางการค้านั้นไม่ต้องดำเนินการจดทะเบียนดังเช่นสิทธิบัตรและยังไม่มีกำหนดระยะเวลาแห่งการคุ้มครอง (WIPO, 2012) ซึ่งหมายความว่า การคุ้มครองทางการค้าจะมีอยู่ต่อไป ตราบเท่าที่ข้อมูลนั้นยังคงเป็นความลับทางการค้าอยู่ สำหรับตัวอย่างของความลับทางการค้านั้น อาจได้แก่ สูตรเครื่องดื่มบำรุงกำลัง ส่วนผสมของยากำจัดวัชพืช ส่วนผสมของแชมพูรักษาโรคหนังศีรษะ ข้อมูลเกี่ยวกับกรรมวิธีการผลิตน้ำดื่มหรือน้ำ หรือข้อมูลเกี่ยวกับกรรมวิธีผลิตน้ำยาบรอนไค เป็นต้น

ความลับทางการค้าในธุรกิจ SMEs

ในปัจจุบัน ธุรกิจ SMEs จำนวนมากนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ๆ ออกสู่ท้องตลาดโดยคิดค้นและใช้สูตรหรือกรรมวิธีต่าง ๆ ในการผลิตสินค้าในรูปแบบใหม่ ตัวอย่างเช่น ธุรกิจ SMEs ที่ผลิตน้ำถั่วปั่น 5 ชนิด ธุรกิจ SMEs ที่ผลิตน้ำสุขภาพดื่มใหม่ทำเอาคุณประโยชน์จากผลไม้มาผสมเข้ากับสมุนไพรไทย SMEs ที่ผลิตน้ำเอนไซม์ช่วยรักษาความสมดุลในร่างกาย SMEs ที่ผลิตครีมรักษาจุดด่างดำ รอยสิว บนใบหน้า SMEs ที่ผลิตครีมบำรุงผิวหน้า ผิวขาว SMEs ที่ผลิตสเปรย์สมุนไพรธรรมชาติ SMEs ที่ผลิตสมุนไพรปลูกผม เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนั้น ความลับทางการค้ามีความสำคัญต่อธุรกิจ

SMEs เป็นอย่างมาก เพราะสามารถปกป้อง คัดกรองข้อมูลทางการค้า สูตร หรือกรรมวิธีต่าง ๆ ที่ธุรกิจ SMEs ได้คิดค้นขึ้น นอกจากนี้ธุรกิจ SMEs ควรพิจารณาหรือประเมินข้อมูลทางการค้าดังกล่าวว่าควรจะได้รับ การปกป้องคุ้มครองภายใต้กฎหมายสิทธิบัตรหรือกฎหมายความลับทางการค้า หากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องการได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายสิทธิบัตร ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรต้องดำเนินการจดทะเบียนและเปิดเผยข้อมูลทางการค้านี้ แต่หากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องการได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายความลับทางการค้า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ไม่จำเป็นต้องดำเนินการใด ๆ เว้นแต่เพียงเก็บรักษาข้อมูลนั้นไว้เป็นความลับเท่านั้น

นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรต้องมีความระมัดระวังในเรื่องความลับทางการค้า หากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องใช้ความลับทางการค้าของผู้อื่นในการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องได้รับความยินยอมจากผู้เป็นเจ้าของความลับทางการค้า แต่หากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เป็นเจ้าของความลับทางการค้านี้เอง ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรต้องระมัดระวัง มิให้ผู้อื่นเปิดเผย เอาไป หรือใช้ความลับทางการค้าของตน อันมีลักษณะที่ขัดต่อแนวปฏิบัติในทางการค้าและในเชิงพาณิชย์ที่สุจริตต่อกัน ซึ่งการกระทำดังกล่าวนี้ถือว่าการละเมิดสิทธิในความลับทางการค้านั้น

5. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คือ ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกชื่อใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว เช่น กาแฟดอยตุง คำว่า “กาแฟ” เป็นตัวบ่งบอกชื่อของสินค้า ส่วนคำว่า “ดอยตุง” เป็นตัวบ่งบอกถึงแหล่งผลิตกาแฟดังกล่าว ที่สำคัญคำว่า “กาแฟดอยตุง” เป็นการบ่งบอกหรือบรรยายให้บุคคลทั่วไปเข้าใจถึงคุณภาพของกาแฟ ที่มีความหอมกรุ่นเฉพาะตัวและมีสายพันธุ์อาราบิก้าผสม “กาแฟดอยตุง” ปกคลุมเฉพาะในพื้นที่ของโครงการพัฒนาดอยตุงฯ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งอยู่สูงกวาระดับน้ำทะเล 1,000 เมตร จากกรณีดังกล่าวนี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติและมนุษย์ โดยมนุษย์ได้อาศัยธรรมชาติหรือวัตถุดิบบริเวณนั้นในการผลิตสินค้าที่มีลักษณะพิเศษดังกล่าว ซึ่งผลิตภัณฑ์สินค้าที่มักเกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ สินค้าเกษตร สินค้าหัตถกรรม สินค้าอุตสาหกรรม หรือสินค้าเกษตรแปรรูป แต่อย่างไรก็ตามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความแตกต่างจากทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่น ๆ เนื่องจากผู้เป็นเจ้าของสิทธิไม่ใช่บุคคลเพียงคนเดียว แต่สิทธิดังกล่าวนี้เป็นของกลุ่มคนหรือกลุ่มคนที่เป็นผู้ผลิตหรือเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้น ๆ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2559) ดังนั้นบุคคลผู้นอกแหล่งภูมิศาสตร์จึงไม่สามารถผลิตสินค้าหรืออ้างอิงโดยใช้ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์เดียวกันได้

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในธุรกิจ SMEs

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งอาจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs เพียงรายเดียวไม่อาจยื่นคำขอจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ เหมือนดังเช่นอนุสิทธิบัตรหรือสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้า แต่หน่วยงานของรัฐหรือผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs หลาย ๆ รายในแหล่งพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้น อาจรวมตัวกันศึกษาและดำเนินการขอจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น หลังจากจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจอาจต้องขึ้นทะเบียนสมาชิก เพื่อขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าว เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่ต้องการจะผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อาจต้องขึ้นทะเบียนสมาชิกเสียก่อนจึงจะสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ สำหรับตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในท้องถิ่นที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ ผู้ประกอบการ

ธุรกิจ SMEs ที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าสัมผัสไอท่าข่ายเมืองพิจิตร ครกหินอ่างศิลา ผ้าฝ้ายทอผสมขนแกะบ้านห้วยห้อม ลิ่นจิ นครพนม สับปะรดท่าอุเทน เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด โฉนที่ราบสูงภูเรือ กล้วยหินบันนังสตา หรือเครื่องจักรสานเขมร เป็นต้น

บทสรุป

เมื่อธุรกิจ SMEs ถูกกระตุ้นให้สร้างหรือผลิตนวัตกรรมใหม่ ๆ ในสินค้าและบริการมากยิ่งขึ้น ทรัพย์สินทางปัญญา จึงมีบทบาทสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs เป็นอย่างมาก โดยทรัพย์สินทางปัญญาสามารถช่วยปกป้องคุ้มครอง ผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่อยู่บนพื้นฐานของนวัตกรรมใหม่ ๆ นอกจากนี้ทรัพย์สินทางปัญญาสามารถช่วยธุรกิจ SMEs ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ SMEs ในการแข่งขันในท้องตลาด ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของทรัพย์สินทางปัญญา โดยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรต้องป้องกันมิให้เกิดการ ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น และพยายามปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของตนเองมิให้ผู้อื่นแสวงหาผลประโยชน์ โดยมิได้รับอนุญาต

สำหรับทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ SMEs นั้นได้แก่ ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร ความลับ ทางการค้า และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยลิขสิทธิ์มุ่งปกป้องคุ้มครองงานสร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ เครื่องหมายการค้า มุ่งปกป้องคุ้มครอง เครื่องหมาย หรือสัญลักษณ์ หรือตราที่ใช้กับสินค้าหรือบริการ สิทธิบัตรมุ่งปกป้องคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้นหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด ความลับทางการค้ามุ่งปกป้องคุ้มครองข้อมูลการค้า ซึ่งยังไม่รู้จักกันโดยทั่วไป หรือยัง เข้าไม่ถึงในบุคคล และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มุ่งปกป้องคุ้มครองชื่อหรือสัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่บอกแหล่งผลิตทางธรรมชาติ ของสินค้าโดยสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้านั้นมีคุณภาพหรือ เกษตรพิเศษ แตกต่างจากแหล่งผลิตสินค้าอื่นอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2549). *ถาม-ตอบ*. [Online]. สืบค้นจาก <http://www.nia.or.th/icm/index.php?page=faq>
กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2556). *สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์*. [Online]. สืบค้นจาก http://www.ipthailand.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=33&Itemid=259

English

- Abdelnour-Nocera, J. (2013). *Knowledge and Technological Development Effects on Organizational and Social Structures*. Pennsylvania: IGI Global.
- Alikhan, S. & Mashelkar, R. (2009). *Intellectual Property and Competitive Strategies in the 21st Century*. 2nd ed. New York: Kluwer Law International.
- Allen, R. (2015). *Launching New Ventures: An Entrepreneurial Approach*. 7th ed. Massachusetts: Cengage Learning.
- Awe, C. (2012). *The Entrepreneur's Information Sourcebook: Charting the Path to Small Business Success*. 2nd ed. Santa Barbara: Libraries Unlimited.
- Barrett, M. (2008). *Intellectual Property*. 2nd ed. New York: Wolters Kluwer.
- Blackburn, A. (2007). *Intellectual Property and Innovation Management in Small Firms*. 2nd ed. New York: Routledge.
- Calcagnini, G. & Favaretto, I. (2012). *Small Businesses in the Aftermath of the Crisis*. New York: Springer Publishing.
- Coen, D., Grant, W. & Wilson, G. (2010). *The Oxford Handbook of Business and Government*. New York: Oxford University Press.
- Corbitt, J. & Al-Qirim, A.Y. (2004). *Business, E-Government & Small and Medium Size Enterprises: Opportunities and Challenges*. Pennsylvania: Idea Group Publishing.
- Cox, J. (2015). *Business Law*. 5th ed. New York: Oxford University Press.
- European Commission. (2005). *The New SME Definition: User Guide and Model Declaration*. Brussels, Belgium: Enterprise and Industry Publication.
- Hatten, S. (2012). *Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond*. 5th ed. Ohio: South-Western Cengage Learning.
- International Organization for Standardization (ISO). (2013). *10 Good Things for SMEs*. [Online]. Retrieved from <http://www.iso.org/iso/10goodthings.pdf>
- Maheshwari, P. (1997). *Principles of Business Studies*. 4th ed. New Delhi: Pitambar Publishing Company (P) LTD.

- Morrison, J. (2009). *International Business: Challenges in a Changing World*. New York: Palgrave Macmillan
- Nelson, L. (2013). *Law and Ethics in Global Business*. 2nd ed. New York: Routledge.
- Newbert, L. (2015). *Small Business in a Global Economy*. Santa Barbara: Praeger.
- Pietrobelli, C. & Sverrisson, A. (2005). *Linking Local and Global Economies*. New York: Routledge.
- Piperopoulos, G. (2012). *Entrepreneurship, Innovation and Business Clusters*. Farnham: Gower Publishing.
- Pittard, M., Monotti, L., & Duns, J. (2013). *Business Innovation and the Law*. Massachusetts: Edward Elgar.
- The U.S. Small Business Administration (SBA). (2011). *Frequently Asked Questions*. [Online]. Retrieved from <https://www.sba.gov/sites/default/files/sbfaq.pdf>
- Thomas, B. & Simmons, G. (2010). *E-Commerce Adoption and Small Business in the Global Marketplace: Tools for Optimization*. New York: Business Science Reference
- Turunen, A. (2005). *Innovations as Communication Processes*. Rovaniemi: Lapland University Press.
- Vaughan, J. (2013). *Technological Innovation: Perceptions and Definitions*. Chicago: American Library Association.
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2015). *Intellectual Property as a Business Asset*. [Online]. Retrieved from http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/ip_asset/business_assets.htm
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (1997). *Introduction to Intellectual Property Theory and Practice*. London: Kluwer Law International
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2011). *A Handbook for Setting Up Intellectual Property Services*. Paris: International Chamber of Commerce.
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2010). *Why Is Intellectual Property Relevant to Your SME*. [Online]. Retrieved from http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/importance/relevant.htm
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2010). *Intellectual Property and Small and Medium-Sized Enterprises*. [Online]. Retrieved from http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/488/wipo_pub_488.pdf
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2015). *Creating or Selecting a Trademark*. [Online]. Retrieved from http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/marks/tm_creation.htm
- World Intellectual Property Organization (WIPO). (2012). *How Are Trade Secrets Protected?*. [Online]. Retrieved from http://www.wipo.int/sme/en/ip_business/trade_secrets/protection.htm

Translated Thai References (ส่วนที่แปลรายการอ้างอิงภาษาไทย)

- National Innovation Agency (NIA). (2006). *FAQs*. Retrieved from <http://www.nia.or.th/icm/index.php?page=faq>
- Department of Intellectual Property. (2013). *Geographical Indications*. Retrieved from http://www.iptha.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=33&Itemid=259