

บทคัดย่อ

ในการค้าระหว่างประเทศ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้ทำธุรกิจในประเทศหนึ่ง และเครื่องหมายการค้าอื่นได้รับความคุ้มครองภายในประเทศนั้นๆ แต่เครื่องหมายการค้าอื่นมีชื่อเสียงแพร่หลายไปในประเทศอื่นๆ ด้วย อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีติดต่อสื่อสาร หรือการเดินทางโทรคมนาคม ทำให้ข้อจำกัดเกี่ยวกับการค้าที่จะต้องดำเนินกิจการภายในขอบเขตทางภูมิศาสตร์นั้นน้อยลงไปอย่างมาก แต่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปไม่ได้ไปขอรับความคุ้มครองในประเทศอื่นๆ และเมื่อเจ้าของเครื่องหมายนั้นประสงค์ที่จะเข้าไปธุรกิจในประเทศอื่นๆ ปรากฏว่าเครื่องหมายการค้าของตนได้ถูกนำไปจดทะเบียนโดยเจ้าของธุรกิจในประเทศนั้นแล้ว ทำให้เจ้าของเครื่องหมายที่แท้จริงไม่สามารถใช้เครื่องหมายดังกล่าวหรืออาจจะต้องจ่ายเงินราคาแพงเพื่อให้สามารถใช้เครื่องหมายการค้าในประเทศนั้นๆ ได้ (การกระทำดังกล่าวเรียกว่า **Trademark Trafficking**) ดังนั้น การให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปจึงมีความจำเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้ จึงมีความพยายามผลักดันการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศต่างๆ ทั้งในอนุสัญญากรุงปารีส ว่าด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม และข้อตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า ซึ่งเป็นภาคผนวกหนึ่งในข้อตกลงจัดตั้งองค์การการค้าโลก

ประเทศไทยซึ่งเป็นรัฐสมาชิกขององค์การการค้าโลกและอนุสัญญากรุงปารีสจึงมีพันธกรณีที่จะต้องให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป (ที่ไม่จดทะเบียน) ตามที่บัญญัติไว้ในข้อ 6 ทวิ ของอนุสัญญากรุงปารีส และ ข้อ 16 (2) ของข้อตกลงทริปส์ อันเป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่ไม่ได้จดทะเบียน เพื่อป้องกันไม่ให้นักคนอื่นนำเครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายเครื่องหมายดังกล่าวไปจดทะเบียนหรือใช้กับสินค้า (รวมถึงบริการ) อันก่อให้เกิดความสับสนหลงผิด รวมทั้งประเทศไทยจะต้องให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป (ที่จดทะเบียน) จากการกระทำอันเป็นการเสื่อมทอน ตามที่บัญญัติไว้ใน ข้อ 16 (3) ของข้อตกลงทริปส์

ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการศึกษาในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงเป็นการศึกษาว่าพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 ให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปสอดคล้องกับพันธกรณีในอนุสัญญากรุงปารีสและข้อตกลงทริปส์แล้วหรือไม่ จากการศึกษาพบว่า

ประเทศไทยให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป (ไม่ว่าจะจดทะเบียนหรือไม่) จากการจดทะเบียนโดยเครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้าย (เครื่องหมายที่ขัดกัน) ตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 8 (10) แต่ในกรณีที่จะห้ามการใช้เครื่องหมายที่ขัดกัน เจ้าของเครื่องหมายจะต้องพิสูจน์ว่า มีการใช้เครื่องหมายในลักษณะลวงขาย ตามมาตรา 46 วรรคสอง ทำให้การคุ้มครองไม่สอดคล้องกับบทบัญญัติในอนุสัญญากรุงปารีสและข้อตกลงทริปส์ในสองกรณีด้วยกัน คือ กรณีแรก เป็นการเพิ่มภาระการพิสูจน์ให้กับเจ้าของเครื่องหมายที่จะต้องพิสูจน์ถึงการกระทำ อันเป็นการลวงขาย ทั้งที่ บทบัญญัติในข้อตกลงทริปส์และอนุสัญญากรุงปารีสกำหนดให้เจ้าของเครื่องหมายพิสูจน์เพียงว่าเครื่องหมายการค้าของตนเป็นเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลาย ทั่วไปก็สามารถได้รับความคุ้มครองแล้ว กรณีที่สอง จะมีเกิดการลวงขายได้ก็ต่อเมื่อเจ้าของเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศที่ไม่ได้จดทะเบียนในประเทศไทยมีการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายแพร่หลายในประเทศไทย แต่บทบัญญัติในข้ออนุสัญญากรุงปารีสและข้อตกลงทริปส์ให้ความคุ้มครองรวมถึงกรณีมีชื่อเสียงโดยไม่มีการใช้ (Reputation-without-use Case) กล่าวคือ ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของเครื่องหมายการค้า นั้นจะเกิดจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ก็ได้ ไม่จำเป็นต้องมีการนำสินค้าเข้ามาจำหน่ายในประเทศที่จะขอรับความคุ้มครอง นอกจากนี้ พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ไม่ได้มีบทบัญญัติที่ให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป (ที่จดทะเบียน) จากการกระทำอันเป็นการเสื่อมทอนตามข้อ 16 (3) ของข้อตกลงทริปส์ เนื่องจากเงื่อนไขในการได้รับความคุ้มครองภายใต้บทบัญญัติในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 อยู่บนหลักการของความเป็นไปได้ของการสืบสนหลงผิด (Likelihood of Confusion) ในขณะที่หลักการเสื่อมทอนตามข้อ 16 (3) ไม่จำเป็นต้องเกิดความสืบสนหลงผิด เพียงแต่มีความเป็นไปได้ของการเสื่อมทอน (Likelihood of Dilution) ก็เพียงพอแล้ว

ดังนั้น เพื่ออุดช่องว่างของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 จึงต้องนำกฎหมายอื่น เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และประมวลกฎหมายอาญา แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดอยู่บางประการ ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยควรที่จะแก้ไขพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ให้สอดคล้องกับพันธกรณีในอนุสัญญากรุงปารีสและข้อตกลงทริปส์เกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป