

บทที่ 4

ศึกษาวิเคราะห์ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าจดทะเบียน ระหว่างประเทศเมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการศึกษาถึงความคุ้มครองเครื่องหมายการค้า โดยระบบจดทะเบียนระหว่างประเทศ พิธีสารมาดริดในกลุ่มสหภาพยุโรปสหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีประเทศต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เข้าเป็นสมาชิก และมีแนวนโยบายเกี่ยวกับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน แต่มิได้มีการหยิบยกขึ้นมาดำเนินการต่อแต่อย่างใด ผู้เขียนเห็นว่า การดำเนินการให้มีองค์กรกลางเกี่ยวกับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าภายในกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีความสำคัญยิ่ง อันเพื่อเชื่อมโยงความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาประเภทเครื่องหมายการค้าให้ครอบคลุมและเอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้เขียนจึงได้หยิบเอาแนวทางและการศึกษาเปรียบเทียบการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อให้ได้รับความคุ้มครองและลดภาระค่าใช้จ่าย รวมถึงแนวทางการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเป็นสำคัญ

4.1 ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนในประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการที่โลกก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้วิวัฒนาการทางอุตสาหกรรมต่างๆถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว หนึ่งในนั้นคือ ทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างขีดความสามารถการแข่งขันทางเศรษฐกิจในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทรัพย์สินทางปัญญาในส่วนเครื่องหมายการค้าถือเป็นทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมที่มีการละเมิดเครื่องหมายการค้ามีการขยายตัวเป็นวงกว้างอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วในเวทีการค้าระหว่างประเทศ ตัวอย่างเช่น สินค้าไทยภายใต้เครื่องหมายการค้าที่ได้รับความนิยมได้ถูกละเมิดเครื่องหมายการค้าเป็นจำนวนมากในต่างประเทศ โดยที่ผู้ประกอบการไทยเองนำสินค้าของตนเข้าไปจำหน่ายยังประเทศนั้น การละเมิดเครื่องหมายการค้าดังกล่าว

¹ วิชา ล้าเลิศ. (2557). สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในมิติประชาคมอาเซียน. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, หน้า

มีหลายวิธีด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าโดยวิธีการผลิตสินค้าขึ้นมาเลียนแบบแล้วจำหน่ายแข่งกับสินค้าที่เป็นของจริง ซึ่งบางรายนั้นถูกผู้จัดจำหน่าย หรือตัวแทนที่รับสินค้าจากผู้ประกอบการไทยไปจำหน่าย เมื่อได้รับความนิยมและติดตลาดก็นำเครื่องหมายการค้าไปจดทะเบียนเป็นของตัวเอง หลังจากนั้น ทำการว่าจ้างให้บริษัทอื่นผลิตสินค้าที่ห่อเดียวกันออกมาแข่งขัน ทำให้เจ้าของที่แท้จริงไม่สามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายได้ หรือบางกรณีจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและห้ามสินค้าของจริงเข้าไปจำหน่าย รวมถึงบางรายมีการสำรวจดูในตลาดว่ามีสินค้าอะไรขายดีและได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคบ้าง จากนั้นจึงไปยื่นจดเครื่องหมายการค้าเอาไว้ภายในประเทศตนและอ้างว่าเป็นสินค้าของตัวเอง เนื่องจากกฎหมายเครื่องหมายการค้าของแต่ละประเทศนั้นความคุ้มครองอยู่ภายใต้อธิปไตยของแต่ละประเทศ กล่าวคือ ความคุ้มครองนั้นใช้หลักดินแดน และได้สิทธิโดยการจดทะเบียนจึงจะได้รับความคุ้มครอง และมีสิทธิแต่ผู้เดียวในการใช้หรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้เครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนนั้น จึงเป็นเหตุว่า เมื่อบุคคลอื่นละเมิดเครื่องหมายการค้าโดยใช้วิธีการนำเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนของไทยไปทำการจดทะเบียนภายในประเทศตนสิทธิในการใช้และความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า ที่เป็นของผู้ประกอบการไทยจึงไม่ใช่ของผู้ประกอบการไทยอีกต่อไป และไม่สามารถนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายยังประเทศนั้นได้ หากนำเข้าไปจำหน่ายนั้นหมายถึง ผู้ประกอบการไทยที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าของตนเองที่แท้จริงนั้นกลับเป็นผู้กระทำละเมิดเสียเอง ด้วยเหตุนี้จึงนำมาซึ่งผลกระทบอย่างมากมายไม่ว่าจะเป็นผลประกอบการ สิทธิในเครื่องหมายการค้า รวมถึงตัวสินค้าเองก็ตาม ซึ่งสินค้าไทยที่ถูกละเมิดนั้นก็มีหลายรายด้วยกันเช่น น้ำผลไม้ ยี่ห้อทิปโก้ มาลี ถั่ว ยี่ห้อถั่วแก่น้อย เครื่องแกง ยี่ห้อโลโบ น้ำจิ้มไก่ พันท่ายนรสิงห์ น้ำพริกเผา และมาม่า เป็นต้น ประเทศที่มีการละเมิดเครื่องหมายการค้าไทยดังกล่าวก็หาใช่ประเทศอื่นไกลแต่อย่างใด กลับเป็นประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยกันเองคือ กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย และจีน² อีกทั้งประเทศดังกล่าวอยู่ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีนโยบายในการพัฒนาศักยภาพสำหรับธุรกิจอาเซียน ซึ่งหนึ่งในนโยบายดังกล่าวมีนโยบายเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาที่จะต้องพัฒนา ร่วมกัน เพื่อให้เป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขัน หากแต่กลับมีการละเมิดสินค้ากันอย่างต่อเนื่อง จากการละเมิดดังกล่าวไม่เพียงแต่สินค้าของไทยภายใต้เครื่องหมายที่แท้จริงไม่อาจส่งขายในประเทศนั้น หรือจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของตนเองในประเทศนั้นได้ ยังทำให้มีผลกระทบต่อผลประกอบการของผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า อันเนื่องมาจากการสูญเสีย

² ประชาชาติธุรกิจ(2558). สินค้าไทยถูกละเมิดเกลืออาเซียน เตือนรอบคอบตั้งเยนต์ต่างแดน เนะจดเครื่องหมายทุกประเทศส่งออก. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1451283016

รายได้จากการจำหน่ายสินค้าภายใต้เครื่องหมายที่แท้จริงของตนที่ไม่อาจจำหน่ายได้นอกจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าจะสูญเสียรายได้อย่างมหาศาลแล้ว รัฐผู้เป็นต้นกำเนิดของเจ้าของเครื่องหมายการค้าก็ได้รับผลกระทบจากการละเมิดเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศด้วยเช่นกัน คือรัฐสูญเสียรายได้ในการจัดเก็บภาษีนิติบุคคลของผู้ประกอบการไทยที่ถูกละเมิดเครื่องหมายการค้า ซึ่งหากผู้ประกอบการไทยสามารถส่งออกสินค้าของตนไปต่างประเทศได้จะทำให้ผู้ประกอบการรายนั้นมีการเติบโตทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องมีผลกำไร ด้วยเหตุนี้จะทำให้รัฐสามารถจัดเก็บภาษีนิติบุคคลได้มากขึ้นเนื่องจากภาษีนิติบุคคลใช้หลัก World Wide Income เป็นการรับรู้รายได้ทั่วโลก ซึ่งรายได้ที่เกิดนอกราชอาณาจักรนั้นถ้าเข้าเงื่อนไขตามกฎหมายภาษีอากรต้องนำมารวมเพื่อเสียภาษีเงินได้ในประเทศไทยในรอบปีภาษีนั้น แม้การละเมิดดังกล่าวจะใช้วิธีแก้ไขโดยการให้ผู้ประกอบการหมั่นตรวจสอบ หากพบพฤติกรรมละเมิดหรือก่อให้เกิดความเสียหายให้รีบดำเนินการยับยั้งหรือฟ้องจนกระทั่งอันละเมิดนั้น หรือดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในแต่ละประเทศเพื่อได้รับความคุ้มครอง วิธีการนี้หาใช่เป็นการแก้ไขที่ตรงประเด็นแต่อย่างใดเนื่องจาก กรณีหากประเทศสมาชิกอาเซียนไม่ร่วมมือกันอย่างเป็นทางการแก้ไขปัญหา ด้านทรัพย์สินทางปัญญาอย่างจริงจังแล้ว รวมถึงการแก้ไขปรับบทกฎหมายและวิธีการให้สอดคล้องกัน แต่ภายใต้การปรับดังกล่าวเช่นว่านั้นอาจยังคงต้องยึดหลักกฎหมายของแต่ละประเทศไว้ หากกฎหมายภายในไม่ขัดหรือแย้งกับกฎหมายกลางที่ใช้ในการควบคุมทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกัน แต่หากยังคงมีแต่เพียงการจดทะเบียนภายใต้ระบบพินิจสารมาดริดไม่ว่าอย่างไร การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา เครื่องหมายการค้าก็ยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นการสร้างความซับซ้อนให้กับผู้ประกอบการที่เป็นผู้สร้างสรรค์เครื่องหมายการค้าขึ้นมาก่อนอีกด้วย อันเนื่องมาจากการละเมิดเครื่องหมายการค้า ส่วนประเทศที่มีได้เข้าเป็นภาคีผู้ประกอบการยังคงต้องเดินทางไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ายังประเทศนั้น ซึ่งจะให้มีค่าใช้จ่ายและความยุ่งยากเพิ่มขึ้น

ในปัจจุบัน เครื่องหมายการค้าของไทยถูกละเมิดอย่างต่อเนื่อง ในเวทีการค้าระหว่างประเทศ อย่างเช่น สินค้าที่มีชื่อเสียงไปทั่วโลกอย่าง เครื่องดื่มชูกำลังภายใต้เครื่องหมายการค้า กระติงแดง (Red Bull) หรือบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปภายใต้เครื่องหมายการค้า มาม่า (MAMA) ที่ถูกละเมิดเครื่องหมายการค้าทำให้ผู้ประกอบการสูญเสียรายได้อย่างมาก

กรณีเครื่องดื่มชูกำลัง กระติงแดงนั้นพบว่าผู้ประกอบการจีนนำสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าลักษณะคล้ายคลึงกันมาจดทะเบียนคุ้มครองซ้ำ ทั้งยังมีการเลียนแบบเครื่องหมายทางการค้าของผลิตภัณฑ์กระติงแดง โดยการใช้ข้อความที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อให้เข้าใจผิดหรือดัดแปลง

รูปสัญลักษณ์ของกระทิงแดงส่งผลกระทบต่อยอดขายของบริษัทมากกว่า 100 ล้านดอลลาร์ต่อปีจากมูลค่าการจำหน่ายเครื่องดื่มกระทิงแดงในจีนประมาณ 1,000 ล้านดอลลาร์ต่อปี³

นอกจากนั้นในประเทศจีน ยังมีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของไทยที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศของตน ไปก่อนล่วงหน้า ก่อนที่สินค้าไทยจะนำเข้าไปจัดจำหน่ายในประเทศนั้น เช่น ในกรณีสินค้าเบหมีกึ่งสำเร็จรูปภายใต้เครื่องหมายการค้า MAMA อันเป็นสินค้าของไทย ที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศอย่างมาก ในประเทศจีนก็ได้มีการนำเครื่องหมายการค้าดังกล่าวไปจดทะเบียนก่อนที่เจ้าของเครื่องหมายการค้า MAMA จะนำสินค้าเข้าไปจัดจำหน่ายในประเทศจีน ทำให้เจ้าของเครื่องหมายอย่างแท้จริงไม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของตนได้ ทั้งยังต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพื่อฟ้องร้องให้เพิกถอน⁴ และการละเมิดตามพฤติการณ์ดังกล่าว มีมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

แม้ในประเทศเวียดนามเอง ซึ่งเป็นหนึ่งในสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ก็มีการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการไทยจำนวนมากเช่นกระเบื้องเซรามิก COTTO & ELEPHANT DEVICE ก้อนน้ำ SANWA แผ่นใยขัดพิเศษเมอร์รี่ ไบรท์กัญแจ โซเล็กซ์กางเกงชั้นในชายเจเปรสส์ซึ่งเครื่องหมายการค้าดังกล่าวถูกผู้นำเข้าในเวียดนามที่เคยเป็นคู่ค้ากันนำไปจดทะเบียนและผลิตจำหน่ายเอง⁵ สินค้าของผู้ประกอบการไทยยังถูกละเมิดอย่างต่อเนื่องในหลายประเทศ เช่น ประเทศอินโดนีเซีย อินเดีย หรือแม้แต่ประเทศญี่ปุ่น จากประเทศที่กล่าวมาล้วนแต่เป็นประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือกำลังจะเข้าร่วมอย่างประเทศญี่ปุ่น หากแต่ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของไทยเป็นไปตามหลักดินแดน หากต้องการความคุ้มครองเครื่องหมายระหว่างประเทศผู้ประกอบการไทยจะต้องดำเนินการยื่นขอจดเครื่องหมายการค้า ประเทศนั้นที่ต้องการความคุ้มครองหรือ มีจุดประสงค์ส่งสินค้าออกจำหน่าย ณ ประเทศนั้นๆ

เครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นทรัพย์สินอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าในตัวเอง สามารถสร้างรายได้ให้แก่เจ้าของเครื่องหมายการค้า อันนอกเหนือจากการขายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า ทั้งยังสามารถหาประโยชน์ในเครื่องหมายการค้าโดยการอนุญาตให้ใช้ และเมื่อเครื่องหมายค้านั้นเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายย่อมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และทำให้เกิดความภักดี

³ประชาชาติธุรกิจ. (2553). กระทิงแดง 'ซ้า' แรนด์ Red Bull ถูกก๊อปปี้หนักในจีน ทุบยอดขายรวม (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1281757614\[2557, 2 มิถุนายน\]](http://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1281757614[2557, 2 มิถุนายน])

⁴พีระ เจริญพร. (2009). ปัญหาการถูกละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของสินค้าและบริการส่งออกของประเทศไทย. NTMS in Focus. Volume 3. Issue 5. หน้า 6-8.

⁵เรื่องเดียวกัน.

ต่อเครื่องหมายการค้า ซึ่งไม่ว่าสินค้าของผู้ประกอบการจะออกมาในรูปแบบใดก็ตาม หรือแม้แต่มียุคคู่แข่งทางการค้าในประเภทสินค้าแบบเดียวกัน เครื่องหมายการค้ารายนั้นก็ยังคงสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคและแสดงคุณภาพของสินค้าคุณภาพ ในการตัดสินใจเลือกสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้ารายนั้นเป็นอันดับแรก เช่น เครื่องดื่มชาเขียวที่มีเครื่องหมายการค้ารายใหญ่ 2 ราย คือ โออิชิ กับ อิชิตัน ที่ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างมากระหว่างการออกรายการส่งเสริมการขายที่ว่าด้วยเรื่องการแจกของรางวัลอันเป็นการใช้กลยุทธ์กระแสมวลชนในการสร้างความน่าสนใจให้แก่สินค้าและกระตุ้นยอดขาย หากแต่สิ่งที่เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเลือกสินค้าของผู้บริโภคอันเนื่องมาจากช่วงเวลาที่มีการจัดรายการส่งเสริมการขายคือ สินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า อันเป็นสิ่งที่บ่งบอกคุณสมบัติ คุณภาพและความน่าสนใจในตัวสินค้า ในตอนต้นนั้น โออิชิเป็นสินค้าเครื่องดื่มชาเขียวในยุคแรกๆ ในวงการเครื่องดื่มที่เป็นตลาดเครื่องดื่มสุขภาพที่ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยขณะนั้นอยู่ภายใต้การบริหารของ ดัน ภาสกรนที ต่อมาได้มีการขายธุรกิจพร้อมเครื่องหมายการค้า “โออิชิ” ให้แก่ เจริญ สิริวัฒนภักดี จากกรณีนี้แสดงให้เห็นว่า เครื่องหมายการค้าแม้เป็นเพียงเครื่องหมายที่ใช้เกี่ยวข้องกับสินค้ามีความมุ่งหมายเพื่อจำแนกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นเป็นของผู้ค้ารายใด เพื่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภคจะสามารถแยกแยะสินค้าออกจากผู้ค้ารายอื่น และตัดสินใจได้ว่าต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นภายใต้เครื่องหมายใด และเจ้าของเครื่องหมายต้องแสดงความเป็นเจ้าของโดยการใช้หรือตั้งใจใช้ในฐานะเจ้าของเครื่องหมายให้บุคคลทั่วไปได้เห็น

จากการศึกษาความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าจดทะเบียน ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ของไทยนั้นผู้เขียนพบว่าประเทศไทยมีหลักการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า 2 ระบบ คือ การคุ้มครองและได้สิทธิเครื่องหมายการค้าภายใต้การจดทะเบียน และความคุ้มครองและได้สิทธิเครื่องหมายการค้าภายใต้การใช้ คือ ผู้ใช้ก่อนมีสิทธิก่อน กล่าวคือในกรณีหลังนี้หมายถึง ผู้ที่ใช้เครื่องหมายการค้าใดกับสินค้ามาก่อน โดยสามารถพิสูจน์ได้ว่าเครื่องหมายการค้าที่ใช้อยู่กับสินค้าของตนเองนั้น ไปซ้ำกับเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า แต่เกิดจากการใช้เครื่องหมายการค้าที่ตนได้จดทะเบียนไว้โดยสุจริต ผู้ที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่ตนได้จดทะเบียนไว้ก่อน สามารถฟ้องขอให้เพิกถอนเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนในภายหลังได้

การคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนนั้น ประเทศไทยคุ้มครองเฉพาะในกรณีที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าถูกละเมิดเครื่องหมายการค้าภายในราชอาณาจักรไทย โดยเป็นการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า ตามหลักดินแดน คือจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในราชอาณาจักร ความคุ้มครองจึงอยู่ภายในราชอาณาจักรเท่านั้น ความคุ้มครองไม่ครอบคลุมไปถึงระหว่างประเทศ ซึ่งในแต่ละประเทศสมาชิกก็มีหลักการความคุ้มครองที่อยู่บนพื้นฐานไม่ต่างกันคือใช้หลักดินแดน เมื่อเกิดกรณีละเมิดเครื่องหมายการค้า เจ้าของเครื่องหมายสามารถบังคับใช้สิทธิได้แต่เพียง

ภายในประเทศของตนเท่านั้นหากไม่มีการนำเครื่องหมายการค้าไปจดทะเบียน ณ ประเทศอื่น
 อย่างไรก็ดี ในบางประเทศได้เข้าเป็นภาคีพิธีสารมาดริดในกรณีนี้หากเจ้าของเครื่องหมายทำการ
 จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าภายใต้พิธีสารมาดริดก็จะได้รับความคุ้มครองตามประเทศที่เป็นภาคี
 ไม่ว่าจะจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในกรณีใดก็ตาม ความคุ้มครองเครื่องหมายก็ยังไม้อาจ
 ครอบคลุมสิทธิในเครื่องหมายได้ทุกประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากมีบางประเทศ
 มิได้เป็นภาคีพิธีสารมาดริด อีกทั้งในประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเองก็มีกฎหมาย
 การใช้บังคับ หรือคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงการได้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา
 ที่แตกต่างกันในรายละเอียด ทั้งในปัจจุบัน ประเทศสมาชิกยังไม่มีความเป็นเอกภาพที่จะดำเนินการ
 ร่วมมือกันในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า หรือให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าร่วมกัน
 แต่อย่างใด เป็นแต่เพียงมีนโยบายมุ่งหมายเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ
 ทำให้การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทยจะต้องคำนึงถึงในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา
 เรื่องเครื่องหมายการค้าอย่างยิ่งยวด ด้วยเป็นหัวใจสำคัญของภาคธุรกิจ

ผู้ประกอบการไทยเองหาได้ตระหนักถึงความสำคัญของเครื่องหมายการค้า อีกทั้งไม่ได้
 รับข้อมูลและองค์ความรู้เพียงพอในการเข้าใจเรื่องสิทธิ และความสำคัญของเครื่องหมาย
 การค้าจดทะเบียน ดังนั้น เมื่อผู้ประกอบการเริ่มมีการขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศแล้วนั้น
 กลับกลายเป็นว่า สินค้าของตนเองไม่สามารถนำออกจำหน่ายได้ และบางรายกลับพบว่า
 เครื่องหมายการค้าของตนเอง ตกเป็นของบุคคลอื่นอย่างถูกต้องตามกฎหมายไปแล้วด้วยเหตุที่
 บุคคลนั้นได้นำไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศตน เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ
 อาเซียน ทรัพย์สินทางปัญญาจึงควรมีการแก้ไขอย่างเร่งด่วน รวมถึงทำความเข้าใจกับองค์การ
 ทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศสมาชิกอาเซียน และร่วมมือกันแก้ไขกรณีที่ดินค้าไทยถูกละเมิด
 เครื่องหมายการค้าในประเทศนั้น

4.1.1 จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามพิธีสารมาดริด กับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามพิธีสารมาดริดนั้น เป็นการจดทะเบียนเพื่อได้รับ
 ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในหลายประเทศโดยการยื่นคำขอเดียว ทั้งยังสามารถระบุประเทศ
 ที่ต้องการจดทะเบียนได้ และยังสามารถเพิ่มประเทศที่ต้องการจดทะเบียนในภายหลังได้เช่นกัน
 แม้ประเทศไทยเองกำลังเข้าเป็นสมาชิกพิธีสารมาดริดในปี 2558 หากแต่ในประเทศสมาชิก
 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น มีเพียงไม่กี่ประเทศที่เข้าเป็นสมาชิกพิธีสารมาดริด ทำให้ถึงแม้ว่า
 ผู้ประกอบการไทยจะทำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าภายใต้พิธีสารมาดริดแล้ว ก็ยังคง
 ไม่สามารถได้รับความคุ้มครองในทุกประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ เป็นผลให้
 หากผู้ประกอบการไทยที่มีความประสงค์จัดจำหน่ายสินค้าไปยังประเทศสมาชิก แต่ปรากฏว่า

ประเทศนั้นยังไม่เข้าเป็นสมาชิกพหุสารมาดริด ผู้ประกอบการไทยต้องดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศนั้นๆ ซึ่งปัจจัยสำคัญ และเป็นอุปสรรคมากคือค่าใช้จ่ายในการดำเนินการที่ผู้ประกอบการไทยต้องแบกรับภาระดังกล่าว ทั้งยังต้องเผชิญปัญหาการละเมิดเครื่องหมายการอยู่เช่นเดิมในบางประเทศ

อย่างไรกรณีประเทศพม่า หรือสหภาพเมียนมาร์ไม่มีกฎหมายภายในประเทศที่เป็นกฎหมายเฉพาะ ทั้งไม่มีกฎหมายกำหนดไว้ชัดเจน ในการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้า รวมถึงวิธีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าซึ่งมีความแตกต่างไปจากประเทศในกลุ่มอาเซียนอีกทั้งประเทศพม่าเองก็มิได้เข้าเป็นสมาชิกพหุสารมาดริด หากต้องการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อได้สิทธิและรับความคุ้มครอง ผู้ประกอบการไทยก็ต้องไปดำเนินการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าประเทศพม่าแม้ประเทศพม่าเป็นสมาชิกขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization – WIPO) แต่มิได้เป็นภาคีของอนุสัญญาระหว่างประเทศใด ๆ รวมทั้งไม่มีข้อตกลงในเรื่องการขอถือสิทธิในวันขึ้นคำขอซ้อนหลังกับประเทศไทยและระบบการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในสหภาพพม่าที่อื่นอีกทั้งประเทศพม่า ใช้ระบบผู้มาก่อนมีสิทธิดีกว่า ซึ่งจากหลักการตามกฎหมายจารีตประเพณีของประเทศพม่า ตราบใดที่เครื่องหมายการค้าอันมีการใช้จริงในท้องตลาดเพื่อเป็นการชี้ให้ผู้ซื้อเห็นว่าสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวผลิตมาจากบริษัทใดบริษัทหนึ่งโดยเฉพาะ เครื่องหมายการค้าก็จะเป็เอกลักษณ์ของบริษัทนั้น ๆ และบุคคลอื่นไม่มีสิทธิที่จะลอกเลียนเครื่องหมายการค้าอันหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของเครื่องหมายการค้า เช่นนี้หากเกิดกรณีดังเช่นมีผู้ประกอบการบางรายที่ใช้เครื่องหมายการค้าของไไทยนั้น ทำการว่าจ้างให้บริษัทอื่นผลิตสินค้ายี่ห้อเดียวกันออกมาแข่งขัน ทำให้เจ้าของที่แท้จริงไม่สามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายได้ หรือบางกรณีจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและห้ามสินค้าของจริงเข้าไปจำหน่ายในประเทศพม่าโดยสินค้ามิได้เป็นสินค้าภายใต้เครื่องหมายของผู้ประกอบการไทย แต่เครื่องหมายกลับเป็นของผู้ประกอบการไทยที่ได้สรรสร้างขึ้น เช่นนี้จะทำให้เกิดความเสียหายอย่างมาก แม้ถึงว่าผู้ประกอบการไทยจะจดทะเบียนตามพหุสารมาดริดก็หาได้รับความคุ้มครองและมีสิทธิในเครื่องหมายการค้าของตนในประเทศพม่าแต่อย่างใด

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามพหุสารมาดริดผู้ประกอบการไทยจะได้รับประโยชน์และความสะดวกในการยื่นขอจดทะเบียนในครั้งเดียว แต่ได้รับความคุ้มครองหลายประเทศทั้งในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเอง หรือประเทศสมาชิกพหุสารมาดริด แต่ในทางกลับกันการจดทะเบียนตามพหุสารมาดริดก็ยังไม่สามารถขยายขอบเขตความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าเพื่อให้อุปสรรคทุกประเทศในอาเซียนได้

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามพิธีสารมาดริดยังเอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรายย่อย (SME) หรือผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นที่ผลิตสินค้าโอท็อปอีกด้วย เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยของไทยนั้นมีเงินทุนหมุนเวียนไม่มากนัก ดังนั้นหากต้องดำเนินการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีอัตราค่าใช้จ่ายที่สูงมาก เป็นผลผู้ประกอบการรายย่อยของไทยไม่ให้ความสนใจในการจดทะเบียนเพื่อได้รับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้ามากนัก จึงทำให้สินค้าไทยถูกละเมิดเครื่องหมายการค้าจากประเทศเพื่อนบ้านอยู่บ่อยครั้ง ซึ่งในบางครั้งกลับกลายเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่แท้จริงของไทยเป็นผู้ละเมิดเครื่องหมายการค้าของตนเองในที่สุด

4.1.2 การรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการศึกษาการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของไทย การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศ การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามพิธีสารมาดริดระบบการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าประเทศสหรัฐอเมริกา และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของสหภาพยุโรป ผู้เขียนพบว่าหากนำการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวมาเชื่อมโยงกัน จะทำให้ผู้ประกอบการไทยได้รับประโยชน์ ลดค่าใช้จ่ายและอุปสรรคในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า อีกทั้งสามารถลดการละเมิดเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศลงได้แม้ว่าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีโครงสร้างการทำงานของอาเซียน เป็นแบบ Intergovernmental Method ซึ่งแต่ละรัฐมีฐานะเท่าเทียมกันเป็นในลักษณะร่วมมือกันไม่ก้าวล่วงในกิจการภายในของรัฐใด ซึ่งแตกต่างกับสหภาพยุโรป ที่มีรูปแบบองค์กรระหว่างประเทศเหนือรัฐมาตั้งแต่เริ่มแรก คือมี Supra-National Authority ที่มีอำนาจในการตัดสินใจแทนรัฐสมาชิกภายในขอบอำนาจและมีผลผูกพันรัฐสมาชิก ประเทศสมาชิกจึงควรทำความเข้าใจถึงรายละเอียดและปัญหาที่เกิดจากทรัพย์สินทางปัญญาที่ผู้ประกอบการภายในประเทศตนเองได้รับความเสียหายอย่างต่อเนื่องเรื่อยมาจากการละเมิดด้วยวิธีการต่างๆ

ในประเทศสหรัฐอเมริกาเองมีระบบจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าอยู่ 2 ระบบใหญ่ๆ คือระบบการจดทะเบียนสำหรับแต่ละมลรัฐ (State registration) ซึ่งเจ้าของเครื่องหมายการค้าจะได้รับความคุ้มครองแต่เฉพาะในมลรัฐที่ตนได้รับการจดทะเบียนเอาไว้เท่านั้นและระบบการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากลาง (Federal Trademark Registration) โดยจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับสำนักเครื่องหมายการค้าและสิทธิบัตรสหรัฐอเมริกา (United States Trademark and Patent Office) การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในระบบนี้นอกจากจะได้รับความคุ้มครองในมลรัฐต่าง ๆ ทั้ง 50 มลรัฐของสหรัฐอเมริกาแล้ว การคุ้มครองยังครอบคลุมถึงดินแดน อเมริกัน ซามัว (American Samoa), เกาะกวม (Guam), เขตคลองปานามา (Panama Canal Zone), เกาะเวอร์จินส์ (Virgin Islands), เปอร์โตริโก (Puerto Rico) และเกาะนอร์ทเทอร์นมาเรียนา

(Northern Mariana Islands) การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระบบเครื่องหมายการค้ากลาง (Federal Trademark Registration) เป็นเครื่องหมายการค้าที่ใช้ในทางการค้าระหว่างรัฐ และเป็นการแจ้งให้สาธารณชนได้รับรู้ รวมถึงเป็นข้อสันนิษฐานว่าเครื่องหมายการค้านี้มีเจ้าของที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า นั้น และเจ้าของมีสิทธิใช้เครื่องหมายการค้า นั้นกับสินค้า หรือบริการที่จดทะเบียนไว้ ซึ่งการจดทะเบียนการค้านี้เป็นพื้นฐานในการนำไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ⁶

ในกรณีที่หากประเทศไทยเข้าเป็นสมาชิกพิธีสารมาดริด แต่ยังคงไม่สามารถได้สิทธิและจดทะเบียนเพื่อได้รับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้งหมดได้ กรณีนี้หากกลุ่มประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีความร่วมมือกัน โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกันเพื่อปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของกลุ่มสมาชิกด้วยกัน โดยนำแบบอย่างการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของกลุ่มสหภาพยุโรปมาเป็นแนวทาง คือ กลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรป มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลการจดทะเบียนให้เฉพาะกลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรปเรียกว่า (Office for Harmonization in the Internal Market (Trademark and Design) มีชื่อย่อว่า OHIM ซึ่งเป็นสำนักงานจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของสหภาพ (community Trademark) ประกอบกับแนวทางการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากลางของสหรัฐอเมริกา (Federal Trademark Registration) ที่สามารถได้รับความคุ้มครองรวมทั้งหมดถึง 50 มลรัฐ ในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพียงครั้งเดียว อีกทั้งยังเป็นการแสดงให้เห็นสาธารณชนรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของในเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนนั้น มีสำนักเครื่องหมายการค้าและสิทธิบัตรสหรัฐอเมริกา (United States Trademark and Patent Office) เป็นหน่วยงานที่ดูแลกิจการดังกล่าว

ขั้นตอนการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากลุ่มสมาชิกสหภาพยุโรปนั้น เป็นการยื่นคำขอจดทะเบียนครั้งเดียว แต่ได้รับการคุ้มครองในประเทศต่างๆของสหภาพยุโรป และสิทธิในเครื่องหมายการค้าของผู้เป็นเจ้าของยังคงได้สิทธิในความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า แต่เพียงผู้เดียว และบังคับใช้เครื่องหมายการค้ากับบรรดาประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป รวมถึงข้อบังคับต่างๆในเครื่องหมายการค้าที่อยู่ภายใต้การควบคุม กำกับ ดูแลโดย OHIM มีความคล้ายคลึงกันกับกฎหมายภายในประเทศสมาชิกสหภาพยุโรป

เช่นนี้หากสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนร่วมมือกันจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในกลุ่มสมาชิกด้วยกัน โดยให้เงื่อนไขและข้อบังคับสอดคล้องกับสิทธิและความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของกฎหมายภายในแต่ละประเทศสมาชิก และการจดทะเบียน

⁶ สุรพล คงลาภ. การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในสหรัฐอเมริกา. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://elib.coj.go.th/Article/intellectual4.pdf>.

เครื่องหมายการค้าผ่านองค์กรกลางของหน่วยงานที่ดูแลจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านั้น ต้องมีการแจ้งให้สาธารณชนที่อยู่ในกลุ่มประเทศสมาชิกได้รู้ถึงความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า ที่จดทะเบียน และกรณีหากประเทศสมาชิกใดยังมีได้มีกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาอย่างชัดเจน หรือมีข้อบกพร่องอันเป็นการกระทบต่อสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศสมาชิกอื่น เช่นนี้ ควรทำความเข้าใจต่อประเทศสมาชิกทั้งหมดถึงผลดีผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการของตนเอง และมีความร่วมมือกันให้เป็นเอกภาพในการจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งนอกเหนือจากการที่ ผู้ประกอบการในชาติตนจะได้รับประโยชน์ในทางการค้าแล้ว ยังส่งเสริมวิวัฒนาการและความหลากหลายของสินค้า รวมถึงคุณภาพสินค้าให้มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นจนสามารถ สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศที่อยู่นอกประชาคมได้อย่างเข้มแข็ง ทั้งนี้ ด้วยความร่วมมือกันในกลุ่มประเทศสมาชิกยังทำให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะจดทะเบียนเครื่องหมาย การค้าตามพิธีสารมาดริด หรือภายใต้หน่วยงานของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังคงได้รับความคุ้มครองในเครื่องหมายการค้า แม้บางประเทศสมาชิกจะยังมิได้เข้าเป็นสมาชิกพิธีสารมาดริด ก็ตาม หากแต่ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้า ไม่ว่าจะอยู่ภายใต้การจดทะเบียนในแบบใดจะต้องมีการเชื่อมโยงกันในทุกแบบ

4.2 การสันติวิธีและการนำเข้าซ้อนของเครื่องหมายการค้า

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ไม่มีบทบัญญัติในเรื่องของการสันติวิธี ในเครื่องหมายการค้าไว้โดยเฉพาะ กำหนดไว้แต่เพียงว่า บุคคลใดนำมาในราชอาณาจักร จำหน่าย เสนอจำหน่าย หรือมีไว้เพื่อจำหน่าย ซึ่งสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าปลอม หรือที่เลียนเครื่องหมาย การค้าของบุคคลอื่น⁷ ย่อมเป็นความผิดแต่มิได้บัญญัติว่า หากกรณีมีผู้นำเข้าสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าที่แท้จริงเข้ามาขายแข่งขันกับ ตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับสิทธิอย่างถูกต้องจากเจ้าของ เครื่องหมายการค้าว่ามีอยู่อย่างไร เช่นนี้เมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะทำให้อาเซียน เป็นภูมิภาคที่เป็นตลาดการค้าที่ใหญ่และมีศักยภาพมากขึ้น ดังนั้นจะมีสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดอยู่ใน สมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งหากสินค้านั้นได้รับความนิยมอย่างมาก หรือแม้จะไม่ได้ ได้รับความนิยมมากมายนักในประเทศไทย ผู้เขียนพบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นคือ การนำเข้าเครื่องหมาย การค้าซ้อนภายในประเทศ ด้วยตัวแทนจำหน่ายสินค้าต่างประเทศที่ได้รับสิทธิในการนำสินค้าเข้า มาในประเทศไทยแต่เพียงผู้เดียว มีการกำหนดราคาขายของสินค้าที่สูงมาก จึงทำให้มีบุคคลนำเข้า สินค้าที่ได้รับความนิยมดังกล่าวเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยในราคาที่ต่ำกว่า อันเป็นการแข่งขัน

⁷ พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534. มาตรา 110.

กับตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องหรือแม้แต่จำหน่ายแข่งขันกับผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการเองโดยตรงเช่นนี้ ซึ่งเป็นเพราะบุคคลที่นำเข้าซื่อนั้นสามารถซื้อสินค้าที่เป็นเครื่องหมายจริงจากตัวแทนจำหน่ายที่อยู่ต่างประเทศได้ในราคาที่ถูกลงกว่าเจ้าของเครื่องหมายหรือ อาจถูกลงกว่าตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศ จึงสามารถนำเข้ามาขายในราชอาณาจักรและแข่งขันทางด้านราคากับตัวแทนจำหน่ายหรือแม้แต่สามารถแข่งขันทางด้านราคากับเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น เช่นนี้จะถือเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าหรือไม่เมื่อวิเคราะห์แล้วผู้เขียนพบว่าการสิ้นสิทธิในเครื่องหมายการค้าและการนำเข้าซื่อนั้นมีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ส่วนของเครื่องหมายการค้ามิได้บัญญัติในประเด็นดังกล่าวไว้

ผู้เขียนเห็นว่า เนื่องจากการนำเข้ามาสินค้าซื่อนในกรณีที่เป็นเครื่องหมายการค้าที่แท้จริง ผู้นำเข้ามิได้นำสินค้าที่เป็นการปลอม หรือลอกเลียนแบบเครื่องหมายการค้าเข้ามาจำหน่ายแต่อย่างใด เมื่อผู้นำเข้ามาโดยมิได้รับอนุญาตจากเจ้าของเครื่องหมายการค้า แต่สินค้าที่นำเข้ามาเป็นสินค้าที่มาจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นผู้ผลิตโดยตรง แต่ผู้นำเข้าที่มีได้รับอนุญาต ก็หาใช่เป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้า อีกทั้งผู้ทรงสิทธิในเครื่องหมายการค้ามิได้เสียประโยชน์แต่อย่างใด และยังคงได้รับประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าของตน^๖ ดังนั้นสิทธิในเครื่องหมายการค้า แต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนย่อมสิ้นสุดลงนับแต่วันที่เจ้าของเครื่องหมายการค้า นำสินค้านั้นออกจำหน่ายในต่างประเทศ

การที่มีผู้นำเข้ามาจำหน่ายแข่งขันกับตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตถูกต้อง ในราคาที่ต่ำกว่า จะเกิดการแข่งขันทางด้านราคา รวมทั้งไม่เป็นการเปิดโอกาสให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่แท้จริง หรือตัวแทนจำหน่ายผูกขาดสินค้าโดยการกำหนดราคา หรือปริมาณการผลิตสินค้านั้นไว้แต่เพียงผู้เดียว ซึ่งทำให้เกิดการผูกขาดราคานั้นโดยไม่มี การควบคุมจะทำให้เจ้าของเครื่องหมายการค้ากำหนดราคาขายต่อสินค้าหนึ่งหน่วยเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดได้อย่างเต็มที่ ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมานั้น คือ ผู้บริโภคต้องซื้อสินค้าและบริการในราคาที่สูงมากและอาจไม่ได้รับสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับจำนวนเงินที่เสียไปในการซื้อสินค้าและบริการนั้นทำให้ผู้บริโภคไม่มีทางเลือกในการบริโภคเพราะต้องซื้อสินค้าและบริการจากผู้ผลิตรายเดียวหรือเฉพาะตัวแทนจำหน่ายเท่านั้น^๗ แต่หากมีการควบคุมการผูกขาดอันเกิดจากการสิ้นสิทธิดังกล่าว

^๖คำพิพากษาฎีกาที่ 2817/2543. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://deka.in.th/view-29152.html>[2558, 20 มิถุนายน]

^๗เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์.(กุมภาพันธ์ 2550).*จะแก้ปัญหาการผูกขาดจากการจดสิทธิบัตรอย่างไร*

(*How to solve monopoly problem due to patent right protection?*) (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=3266>[2558, 20 มิถุนายน]

ผลได้รับคือ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์ในด้านราคาสินค้าที่ถูกกลงและได้ประโยชน์สูงสุด ทั้งยังได้สินค้าที่มีคุณภาพเดียวกับกันสินค้าที่ขายในภูมิภาคอื่น เนื่องจากการที่ราคาสินค้าต่างกันตามแต่ละภูมิภาคหรือแต่ละประเทศที่เจ้าของเครื่องหมายได้มีการจำหน่ายออกไปในราคาที่แตกต่างกัน ทำให้คุณภาพสินค้าย่อมแตกต่างกันไปด้วย อย่างไรก็ตาม การกำหนดเงื่อนไขการสิ้นสุดสิทธิในเครื่องหมายการค้าเป็นการกดดันให้ตัวแทนจำหน่ายหรือเจ้าของเครื่องหมายการค้ากำหนดราคาขายให้ถูกลง อันเนื่องมาจากการแข่งขันทางด้านราคาของตัวแทนจำหน่ายสินค้า กับผู้นำเข้าสินค้าอิสระจนอาจกลายเป็นกลไกทางตลาด เป็นผลทำให้มีการกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าเท่ากันทุกภูมิภาคของโลก โดยไม่มีการเลื่อมล้ำรวมถึงยังเป็นการกำหนดคุณภาพของสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้านั้นให้มีคุณภาพเท่าเทียมกันไม่ว่าจะจำหน่ายในภูมิภาคใดหรือประเทศใดก็ตาม