

บทที่ 3

การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมายไทย

3.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541

ภายใต้ข้อตกลง TRIPs มีบทบัญญัติที่กล่าวถึงการคุ้มครองผู้บริโภคตามมาตรา 2 วรรค (a) ซึ่งเป็นการป้องกันการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในลักษณะที่ทำให้สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้า เช่นเดียวกับประเทศไทยมีพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคเช่นกัน แต่จะครอบคลุมไปถึงการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันสำหรับสินค้าทั่วไปที่นอกเหนือจากสินค้าเฉพาะอย่างที่กำหนดในกฎกระทรวง ด้วยหรือไม่ ซึ่งต้องพิจารณาจากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ดังต่อไปนี้

คำนิยามศัพท์ตามมาตรา 3 ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มี ดังนี้

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่ผลิตหรือมีไว้ขาย

“ผู้บริโภค” หมายความว่า ผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ หรือผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจเพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการและหมายความรวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ แม้มิได้เป็นผู้เสียค่าตอบแทนก็ตาม

“ผู้ประกอบธุรกิจ” หมายความว่า ผู้ขาย ผู้ผลิตเพื่อขาย ผู้ส่ง หรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อขายหรือผู้ซื้อเพื่อขายต่อซึ่งสินค้า หรือผู้ให้บริการ และความหมายรวมถึงผู้ประกอบการโฆษณาด้วย

“ข้อความ” หมายความว่ารวมถึง การกระทำที่ปรากฏด้วยอักษร ภาพ ภาพยนตร์ แสง เสียง เครื่องหมายหรือการกระทำอย่างใด ที่ทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าใจความหมายได้

“โฆษณา” หมายความว่า กระทำการไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็นหรือทราบข้อความ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า

“สื่อโฆษณา” หมายความว่า สิ่งที่ใช้เป็นสื่อในการโฆษณา เช่น หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ไปรษณีย์โทรเลข โทรทัศน์ หรือป้าย

“ฉลาก” หมายความว่า รูป รอยประดิษฐ์ กระจกหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้า หรือสอดแทรก หรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อบรรจุสินค้าและหมายความรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบกับสินค้า ป้ายที่ตั้ง หรือแสดงไว้ที่สินค้า หรือภาชนะบรรจุหีบห่อบรรจุสินค้านั้น

“สัญญา” หมายความว่า ความตกลงกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ประกอบธุรกิจเพื่อซื้อและขายสินค้าหรือให้และรับบริการ

จากคำนิยามศัพท์ดังกล่าว ทำให้สามารถทราบเจตนารมณ์ของบทบัญญัติมาตรา 2 ซึ่งบัญญัติว่า “การ โฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ...” ตามบทบัญญัติดังกล่าวนี้จะถือได้ว่าเป็นการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทางหนึ่ง เช่นกัน แต่จุดมุ่งหมายที่แท้จริงพระราชบัญญัติฉบับนี้ คือการให้ความคุ้มครองต่อผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าหากข้อความที่ใช้ไม่ได้เป็นข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือเข้าใจผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด เช่น การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ควบคู่กับการระบุที่แท้ที่แท้จริง ดังตัวอย่างผู้ขายระบุไว้ชัดเจนว่าเป็นมะขามหวานเพชรบูรณ์ซึ่งปลูกในระยะเวลาการกระทำนี้อาจเป็นการทำให้ชื่อเสียงหรือ Good Will ของผู้ค้าอีกรายหนึ่งหรือของสินค้านั้นเสียหายได้ แต่ก็อาจถือได้ว่าเป็นผลเสียต่อสังคมโดยรวม ดังนั้นจึงถือได้ว่าการกระทำดังกล่าวไม่เป็นการผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 แต่เมื่อพิจารณาในแง่ของการค้าแล้ว จะเห็นได้ว่าเป็นการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งผู้ประกอบการที่มีสิทธิที่แท้จริงในการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นควรจะมีสิทธิที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์อันเกิดจากชื่อเสียงและ Good Will ของสินค้าตน ในการศึกษาบทบัญญัติตามมาตรา 22 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ดังกล่าวจะศึกษาเฉพาะ (1) และ (2) ดังนี้

ข้อความโฆษณาที่ต้องห้ามตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มาตรา 22 (1) ข้อความที่เป็นเท็จหรือเกินความจริงถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจ

ก่อนผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ต้องอาศัยการพิจารณาจากข้อเท็จจริงเป็นกรณีๆ ไป แนวที่ถือว่า โฆษณาหลวงคือ โฆษณาที่แสดงข้อความแตกต่างจากความจริง และผลแห่งการแสดงผลเช่นนั้นทำให้ พฤติกรรมการบริโภคหันเหไปในทางที่ข้อความนั้นมุ่งหมาย ข้อความที่แสดงนั้นอาจเป็นเท็จหรือ หลงอยู่ในตัวเองหรือแม้ไม่มีสิ่งแสดงว่าน่าจะเท็จ แต่ความหมายที่ผู้รับรู้ข้อความนั้นเข้าใจอาจเป็น เท็จก็ถือว่าเป็นการหลงได้ แต่ถ้าข้อความนั้นเป็นข้อความที่บุคคลส่งไปสามารถรู้ได้ว่าเป็นข้อความ ที่ไม่อาจเป็นความจริงได้โดยแน่แท้ ก็ไม่อาจเป็นข้อความที่ต้องห้าม¹

ข้อความโฆษณาที่ต้องห้ามตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไข เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มาตรา 22 (2) “ข้อความที่ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ไม่ว่าจะกระทำโดยใช้หรืออ้างอิง รายงานทางวิชาการสถิติหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันไม่เป็นความจริงหรือเกินความจริงหรือไม่ก็ตาม ถือว่าเป็นข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภคหรือเป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อ สังคมเป็นส่วนรวม” บทบัญญัติดังกล่าวไม่ถึงขนาดเป็นเท็จแต่ให้ผู้โฆษณามีโอกาสพิสูจน์ความ เป็นจริงของรายงานทางวิชาการผลการวิจัย สถิติ การรับรองของสถาบันหรือบุคคลอื่นใดให้ปรากฏ แก่คณะกรรมการด้านโฆษณาได้ หากไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าเป็นความจริงตามที่อ้างให้ คณะกรรมการออกคำสั่งอย่างใดอย่างหนึ่งดังที่บัญญัติไว้ในมาตรา 27 เป็นวิธีการที่จะดำเนินการต่อ การโฆษณาที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งมีอยู่หลายวิธี ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงแต่ละกรณีว่าสมควรใช้วิธีใด² การโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม โดยข้อความนั้นเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือ บริการ สามารถคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น แต่ไม่สามารถนำ พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 มาใช้คุ้มครองสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ทั้งหมด

นอกจากนี้ยังมีบทบัญญัติอื่นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไข เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ ได้แก่ เรื่องของฉลากของสินค้าที่ควบคุม ตามมาตรา 31 ซึ่งกำหนดให้มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

¹ วิมาน เหล่าคุสิต. (2539). *แนวทางคุ้มครองสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยตามข้อตกลง Trips*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 92.

² ชนิตา ฉายีเนตร. (2548). *กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะ นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. หน้า 89.

(1) ใช้ข้อความที่ตรงต่อความจริง และไม่มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

(2) ต้องระบุข้อความอันจำเป็น ซึ่งหากมิได้กล่าวเช่นนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติขอบเขตของมาตรา 31 ไว้อย่างกว้างๆ โดยกำหนดให้ระบุข้อความจำเป็น ซึ่งมีคณะกรรมการว่าด้วยฉลากเป็นผู้กำหนดเงื่อนไขและรายละเอียดตลอดจนเงื่อนไขที่เป็นการข้อยกเว้นไม่อยู่ในบังคับเกี่ยวกับฉลากสินค้า โดยให้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา บัญญัติตามมาตรา 31 จากพระราชบัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมสินค้าที่ปิดฉลากอยู่แล้วให้ใช้ข้อความให้ถูกต้อง หากผู้ประกอบการกิจการเกี่ยวกับฉลากไม่ปฏิบัติตามมาตรา 31 คณะกรรมการว่าด้วยฉลากมีอำนาจสั่งให้ผู้ประกอบการเลิกใช้ฉลากดังกล่าว หรือดำเนินการแก้ไขฉลากนั้นให้ถูกต้องได้ตามมาตรา 33

หากจะนำมาตรา 31 จากพระราชบัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาใช้คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ก็น่าจะใช้ในกรณีของการคุ้มครองผู้บริโภคจากการเข้าใจผิดเกี่ยวกับเขตทางภูมิศาสตร์ที่แท้จริงของสินค้า เนื่องจากบทบัญญัติดังกล่าวบังคับให้ผู้ประกอบการต้องระบุข้อความที่ตรงต่อความจริง และจำเป็นไว้ในฉลาก เพื่อป้องกันมิให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในสาระสำคัญเกี่ยวกับสินค้า ดังนั้น หากสินค้าผลิต ณ ท้องถิ่นหรือแหล่งภูมิศาสตร์ใด ผู้ประกอบการก็จะต้องระบุให้ชัดเจนตรงกับแหล่งผลิต หรือที่มาของสินค้านั้น ซึ่งถือเป็นการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้อีกทางหนึ่ง

จากการศึกษาทำให้ทราบว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ไม่ได้กำหนดมาตรการในการบังคับผู้ฝ่าฝืน ตลอดจนวิธีการแก้ปัญหาหรือหนทางในการป้องกันผู้ละเมิดบทบัญญัติเกี่ยวกับข้อความที่ใช้ในการโฆษณาตามมาตรา 22 หรือการควบคุมฉลากของสินค้าตามมาตรา 31 แต่อย่างใด เพียงแต่กำหนดให้มีสมาคมผู้บริโภคหรือสมาคมที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครองผู้บริโภค หรือต่อต้านการแข่งขันไม่เป็นธรรมทางการค้า มีสิทธิและอำนาจดำเนินคดีเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค อันได้แก่ ฟ้องคดีแพ่ง คดีอาญา หรือดำเนินกระบวนการพิจารณาใดๆ ในคดีเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และให้มีอำนาจฟ้องเรียกค่าเสียหายแทนสมาชิกของสมาคมได้ มาตรา 40 เท่านั้น ซึ่งเป็นเพียงการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น

3.2 การให้ความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย พ.ศ. 2546

ประเทศไทยมีสินค้าที่มีความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์และมีคุณลักษณะเฉพาะของแต่ละชุมชนซึ่งมีชื่อเสียงอยู่จำนวนมาก หากแต่ละชุมชนมีการสร้างหรือพัฒนาคุณภาพสินค้าดังกล่าวในชุมชนให้มีศักยภาพตลอดจนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง จะทำให้สามารถจดทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อันส่งผลให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจและการค้าของชุมชนยิ่งขึ้น ตลอดจนแสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านในชุมชน และเป็นการส่งเสริมความหลากหลายในการทำเกษตรกรรมและความยั่งยืนในเขตชนบท ทั้งยังเป็นการสร้างงานให้คนในชุมชนซึ่งถือเป็นการสร้างสรรค์สิ่งที่มีค่าต่อสังคมไทย และช่วยทำให้ผู้บริโภคสามารถได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะเฉพาะและแหล่งกำเนิดของสินค้า ด้วยเหตุต่าง ๆ จึงทำให้ประเทศไทยต้องมีเป้าหมายในการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อคุ้มครองการละเมิดสิทธิในการใช้ชื่อและการทำเลียนแบบ โดยการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ออกมาใช้บังคับเพื่อคุ้มครองสิทธิของประชาชนการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นอกจากจะเป็นการคุ้มครองผู้ผลิต และผู้มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในชุมชนแล้ว ยังเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคจากการสับสนเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้าดังกล่าวอีกด้วย โดยชุมชนผู้ผลิตดังกล่าวสามารถใช้มาตรการทางกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อลงโทษต่อผู้กระทำละเมิดได้

ตารางที่ 1 ประโยชน์ของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค และการพัฒนาพื้นที่ชุมชน ดังนี้

ผู้ผลิต	ผู้บริโภค	การพัฒนาพื้นที่
1. คุ้มครองจากละเมิดสิทธิ และแข่งขันอย่างไม่เป็นธรรม	1. ได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เป็นของแท้ และมีคุณภาพ	1. ส่งเสริมความหลากหลายของการทำเกษตรกรรม
2. พัฒนาเทคนิคการผลิต การนำเสนอสินค้า การติดฉลาก การตลาด และการ โฆษณา	2. ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ แหล่งกำเนิดและคุณภาพของ สินค้า ความปลอดภัยและการ สืบย้อนกลับ	2. สร้างงานและสร้างชีวิต ให้กับพื้นที่ชนบท
3. สร้างมูลค่าเพิ่ม	3. ความพึงพอใจและวัฒนธรรม	3. ป้องกันการย้ายถิ่นฐาน
4. พัฒนาการขายและการ ส่งออก		4. สร้างความยั่งยืน

3.2.1 การคุ้มครองตามความหมายและการคุ้มครองสิทธิที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ได้นิยามคำว่า “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” หมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์และที่สามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว จากคำนิยาม “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” ทำให้สามารถอนุมานได้ว่า สินค้าที่จะได้รับความคุ้มครองสิทธิในฐานะเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต้องเข้าหลักเกณฑ์ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ดังนี้

“แหล่งภูมิศาสตร์” หมายความว่า พื้นที่ของประเทศ เขต ภูมิภาค และท้องถิ่นและให้หมายความรวมถึงทะเล ทะเลสาบ แม่น้ำ ลำน้ำ เกาะ กูเขา หรือพื้นที่อื่นทำนองเดียวกันด้วย

“สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่สามารถซื้อขาย แลกเปลี่ยน หรือ โอนกันได้ไม่ว่าจะโดยธรรมชาติ หรือเป็นผลผลิตทางการเกษตร รวมตลอดถึงผลิตภัณฑ์ทางหัตถกรรมและอุตสาหกรรม

ทั้งคำว่า “แหล่งภูมิศาสตร์” และ “สินค้า” มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กล่าวคือ การที่จะได้รับความคุ้มครองในฐานะเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต้องเป็นสินค้าที่มีชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และที่สามารถบ่งบอกว่าเกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ซึ่งมีองค์ประกอบหรือคุณสมบัติครบถ้วน 3 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1) เป็นชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์
- 2) เป็นชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์สามารถบ่งบอกว่าเป็นสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น
- 3) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือ คุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์นั้น

3.2.2 ระบบการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มาตรา 20 มีบัญญัติให้การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีผลตั้งแต่วันยื่นคำขอขึ้นทะเบียน³ ซึ่งผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนจะได้รับการคุ้มครองสิทธิ ก็ต่อเมื่อสินค้านั้นมีความสัมพันธ์หรือความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าเกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นหรือไม่ ซึ่งนายทะเบียนจะรับขึ้นทะเบียนต่อเมื่อสินค้านั้นมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. ด้านคุณภาพ ผู้ขอขึ้นทะเบียนต้องพิสูจน์ให้เห็นว่า สินค้านั้นได้ผลิตขึ้นตามมาตรฐาน หรือคุณภาพที่แหล่งภูมิศาสตร์หรือท้องถิ่นนั้นได้กำหนดไว้ เช่น การผลิตไข่เค็มไชยาจะต้องใช้วัตถุดิบและกรรมวิธีตามที่ท้องถิ่นนั้นได้กำหนดไว้

³ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. เข้าถึงได้จาก: www.ipthailand.go.th (2012, March 29). (ออนไลน์)

2. ด้านชื่อเสียง ผู้ขอขึ้นทะเบียนต้องพิสูจน์ให้เห็นว่าสินค้ามีชื่อเสียงของแหล่งภูมิศาสตร์หรือท้องถิ่นนั้น เช่น ร่มบ่อสร้างมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งความมีชื่อเสียงอาจต้องใช้เวลาในการรับรู้และยอมรับของสังคม

3. ด้านคุณลักษณะเฉพาะ เช่น ความเป็นกรด/ด่าง ของดิน ปริมาณน้ำฝน หรือแร่ธาตุที่ละลายอยู่ในน้ำบาดาลบริเวณนั้น ความแรงของลม หรือความชื้นสัมพัทธ์ในท้องถิ่นอุณหภูมิและความกดอากาศขึ้นอยู่กับระดับความสูงเหนือระดับน้ำทะเลของท้องถิ่นนั้น

การที่จะพิสูจน์ว่าสินค้ามีคุณลักษณะตามที่กล่าวมาข้างต้นหรือไม่ ผู้พิจารณามีความจำเป็นที่จะต้องทราบความหมายของคำว่า “สินค้า” ซึ่งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 ได้ให้นิยามคำว่า “สินค้า” หมายความว่า สิ่งของที่สามารถซื้อขาย แลกเปลี่ยน หรือโอนกันได้ ไม่ว่าจะเกิดโดยธรรมชาติ หรือเป็นผลผลิตทางการเกษตร รวมตลอดถึงผลิตภัณฑ์ทางหัตถกรรมและอุตสาหกรรม ซึ่งคำจำกัดความของ “สินค้า” ดังกล่าวให้ความหมายกว้าง โดยหมายถึงทั้ง สินค้าทางการเกษตร หัตถกรรม หรืออุตสาหกรรมโดยสินค้าที่ได้รับความคุ้มครองชื่อทางภูมิศาสตร์ส่วนใหญ่มักจะเป็นสินค้าเกษตร เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับดินฟ้าอากาศโดยตรงต่อคุณภาพของสินค้า

3.2.2.1 ผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์⁴ มีดังนี้

1) ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือ องค์กรอื่นของรัฐที่เป็นนิติบุคคลซึ่งมีเขตรับผิดชอบครอบคลุมบริเวณแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น

2) บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น

3) กลุ่มผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น

3.2.2.2 ผู้ที่มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน ได้แก่

1) ผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น

2) ผู้ประกอบการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น

3.2.2.3 หลักฐานที่ใช้ในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1) คำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (สช.01) พร้อมสำเนา รวม จำนวน

2 ชุด

⁴ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. เข้าถึงได้จาก: www.ipthailand.go.th (2012, March 29). (ออนไลน์)

2) หลักฐานอื่นๆ ของผู้ขอ เช่น สำเนาบัตรประชาชน, หนังสือรับรองนิติบุคคล
เป็นต้น

3) สำเนาหนังสือมอบอำนาจ และสำเนาบัตรประจำตัวผู้มอบอำนาจ

4) ภาพถ่ายของสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขอขึ้นทะเบียน

5) ต้นฉบับ สำเนาหรือภาพถ่ายฉลากสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขอขึ้น

ทะเบียน

6) เอกสารอื่นๆ ได้แก่

6.1) เอกสารยืนยันความมีคุณภาพ ชื่อเสียง คุณสมบัติหรือคุณลักษณะอื่น

ของสินค้า

6.2) เอกสารยืนยันถึงความเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ หรือ

ต้นกำเนิดภูมิศาสตร์

6.3) ภาพถ่ายแผนที่แสดงขอบเขตพื้นที่ของแหล่งภูมิศาสตร์ที่ขอขึ้น

ทะเบียน

6.4) เอกสารยืนยันว่าสินค้ามีแหล่งกำเนิดมาจากพื้นที่แหล่งภูมิศาสตร์

3.2.2.4 ขั้นตอนการได้มาซึ่งความคุ้มครองในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1) กลุ่มผู้บริโภคนโยบายการผลิต ศึกษาความเป็นไปของการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และกำหนด Specification ของสินค้า รวมทั้งมุมมองทางการตลาดว่า การขึ้นทะเบียนดังกล่าวจะให้ผลคุ้มค่าต่อกลุ่มหรือไม่ เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในระบบมาตรฐาน และจะมีแผนการทำแผนการตลาดในการประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นอย่างไร เพื่อให้คิดตลาด

2) นำร่าง Specification มาขอรับกับหน่วยงานรับรอง ว่าได้มาตรฐานหรือไม่ พร้อมทั้งยกร่าง มาตรการควบคุมการผลิตสินค้า GI นั้นๆ เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขอขึ้นขึ้นทะเบียน

3) กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการผลิต (Zoning or Boundary Setting) ตามสภาพของพื้นที่ที่เอื้อในการผลิตสินค้านั้นจริง

4) ยกร่างคำขอขึ้นทะเบียนพร้อมทั้งจัดทำคู่มือปฏิบัติงานเพื่อใช้เป็นหลักฐานประกอบในการขอขึ้นขึ้นทะเบียนตามกฎหมาย

5) ยื่นคำขอจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา

6) จัดสร้างระบบการควบคุมการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(Control Plan) ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในคำขอขึ้นทะเบียน ทั้งระบบการควบคุมภายในและระบบการควบคุม

ภายนอกและ/หรือนำร่างมาตรฐานการผลิตมาขอรับรองกับหน่วยงานรับรอง (Certification Body: CB) ว่าได้มาตรฐานหรือไม่

7) ดำเนินการจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น โดยใช้คุณลักษณะพิเศษของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นตัวนำ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดภาพลักษณ์เชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะพิเศษกับพื้นที่แหล่งผลิตสินค้าที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3.2.2.5 การส่งเสริมการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

หากปรากฏว่ามีผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา นายทะเบียนอาจมีคำสั่งให้ระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเป็นระยะเวลาไม่เกินสองปีนับจากวันที่ได้รับแจ้งคำสั่ง⁵

3.2.2.6 การเพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น เมื่อได้ขึ้นทะเบียนแล้วก็จะได้รับความคุ้มครองตลอดไปโดยไม่มีกำหนดระยะเวลา เว้นแต่ถ้าปรากฏเหตุใดเหตุหนึ่งดังต่อไปนี้ในภายหลัง ผู้มีส่วนได้เสียหรือพนักงานเจ้าหน้าที่อาจร้องขอให้เพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้⁶

1) การขอขึ้นทะเบียนหรือการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้กระทำไปโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรืออำพราง หรือมีรายการข้อความผิดจากความเป็นจริงในขณะที่รับขึ้นทะเบียน

2) สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปและการเปลี่ยนแปลงนั้น ทำให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีลักษณะต้องห้ามตามที่กฎหมายกำหนด หรือทำให้รายการเกี่ยวกับแหล่งภูมิศาสตร์หรือรายการอื่นเปลี่ยนแปลงไปจากที่ลงไว้ในทะเบียน

3.2.2.7 ประโยชน์ของการขอขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

- 1) เพิ่มมูลค่าของสินค้า และเป็นเครื่องมือทางการตลาด
- 2) ให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้า
- 3) ส่งเสริมอุตสาหกรรมรากหญ้า และ SMEs
- 4) สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน รักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 5) เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

⁵ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. เข้าถึงได้จาก: www.ipthailand.go.th (2012, March 29). (ออนไลน์)

⁶ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. เข้าถึงได้จาก: www.ipthailand.go.th (2012, March 29). (ออนไลน์)

3.2.2.8 ประโยชน์ของการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

- 1) เพื่อเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะจากแหล่งภูมิศาสตร์
- 2) เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคทั่วไปไม่ให้สับสนเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้า
- 3) เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

3.2.3 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ไม่อาจขอรับความคุ้มครองได้ มีดังนี้

2.2.3.1 ข้อจำกัดทั่วไป ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มาตรา 5 ในเบื้องต้นจะเห็นได้ว่ามีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อยู่ 2 ประเภท ที่จะนำมาขึ้นทะเบียนขอรับความคุ้มครองไม่ได้⁷ หากแต่พิจารณาเป็นรายละเอียดแล้วจะเห็นว่า มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อยู่ 4 ประเภทที่จะนำมาขึ้นทะเบียนไม่ได้⁸ กล่าวคือ

1) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เป็นชื่อสามัญของสินค้านั้น หากชื่อใดนำมาขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว จะไม่ตกเป็นชื่อสามัญโดยผลของกฎหมาย

2) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยของประชาชน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยของประชาชน จะไม่สามารถนำมาขึ้นทะเบียนได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น รูปลักษณะค่อนกับเคียว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการปกครองคอมมิวนิสต์ ซึ่งอาจจะมีการยื่นขอขึ้นทะเบียนเพื่อใช้กับสินค้าที่มาจากประเทศที่มีการปกครองในระบบคอมมิวนิสต์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภทนี้อาจจะถูกปฏิเสธไม่ให้ขึ้นทะเบียนเพราะถือว่าขัดต่อความสงบเรียบร้อยของประชาชนได้

3) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชนก็สามารถถูกปฏิเสธไม่รับขึ้นทะเบียนได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น การนำรูปหินดาบมา⁹ มาเป็นสัญลักษณ์ เพื่อใช้บ่งชี้ว่าสินค้านั้นมีแหล่งกำเนิดที่เกาะสมุย แทนที่จะใช้ชื่อว่าเกาะสมุยเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

⁷ มาตรา 5 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขอขึ้นทะเบียนสำหรับสินค้าใดต้องไม่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(1) เป็นชื่อสามัญของสินค้าที่จะใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น

(2) เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือนโยบาย

แห่งรัฐ

⁸ ธนพจน์ เอกโชค. (2547). *กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์*. วิญญูชน. หน้า 24.

⁹ หินดาและหินขยาเป็นหินที่อยู่ตามชายทะเลเกาะสมุย หินดามีรูปร่างคล้ายอวัยวะเพศชายที่แข็งตัวในลักษณะตั้งตรง ส่วนหินขยามีรูปร่างลักษณะคล้ายช่องคลอดในลักษณะนอนหงายและถ่างออก

4) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อนโยบายแห่งรัฐ

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภทสุดท้ายที่อาจจะถูกปฏิเสธไม่รับขึ้นทะเบียน คือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อนโยบายแห่งรัฐ เช่น การใช้สัญลักษณ์รูปดอกฝิ่น¹⁰ กับสินค้าที่มาจาก คอยต่างๆ ทางภาคเหนือ เป็นต้น

2.3.3.2 ข้อจำกัดเฉพาะสำหรับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของต่างประเทศ ตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มาตรา 6¹¹

มาตรา 6 เป็นการกำหนดเงื่อนไขการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของ ต่างประเทศในประเทศไทย ซึ่งต้องเข้าองค์ประกอบ 2 ประการ ดังนี้

1. สิ่งบ่งชี้ขึ้นนั้นจะต้องได้รับความคุ้มครองในต่างประเทศแล้ว กล่าวคือ จะต้องมีการขึ้นทะเบียนตามกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศนั้น หรือได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายอื่น เช่น กฎหมายเครื่องหมายการค้า สำหรับประเทศที่ให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า หรือกฎหมายการแข่งขันทางการค้า หรือกฎหมาย หรือกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หรือกฎหมายว่าด้วยการแสดงฉลากบนสินค้า สำหรับประเทศที่ให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ภายใต้กฎหมายเหล่านั้น

2. ต้องมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นติดต่อกันตลอดมาจนถึงวันยื่นคำขอขึ้นทะเบียนในประเทศไทย หากเคยขึ้นทะเบียนตามกฎหมายต่างประเทศไว้แล้ว แต่ข้อเท็จจริงปรากฏว่ามีได้มีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเลย ก็จะไม่สามารถนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นมาขึ้นทะเบียนตามกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

¹⁰ เนื่องจากดอกฝิ่นได้ปลูกมากทางแถบภาคเหนือของประเทศไทย เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นจึงอาจจะเป็นได้ว่ามีผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าคนที่มีแหล่งกำเนิดที่จังหวัดเชียงใหม่โดยขอใช้ดอกฝิ่นเป็นสัญลักษณ์แทนจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ขอใช้ดอกฝิ่นเป็นสัญลักษณ์บนฉลากของผ้าไหมที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่ แทนที่จะใช้ข้อความว่า “ผ้าไหมจากเชียงใหม่” เป็นต้น ในกรณีเช่นนี้ นายทะเบียนอาจปฏิเสธไม่รับขึ้นทะเบียนดอกฝิ่นดังกล่าวเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ โดยเหตุที่ว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวขัดต่อศีลธรรมอันดีของประชาชน เนื่องจากฝิ่นเป็นยาเสพติดที่รัฐบาลมีนโยบายปราบปรามให้หมดสิ้นไปจากสังคมไทย

¹¹ มาตรา 6 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของต่างประเทศที่จะได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัตินี้ จะต้องปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายต่างประเทศนั้นและมีการใช้สืบเนื่องตลอดจนถึงวันที่ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนในประเทศไทย

ผู้ที่มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์¹² จะต้องมีความรู้ในขั้นตอนวิธีการผลิต รวมถึงคุณภาพหรือลักษณะของสินค้าเป็นอย่างดี โดยผู้ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไม่เป็น ผู้มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แต่เพียงผู้เดียวแต่จะเป็นบุคคลที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ทุกคน ซึ่งบุคคลดังกล่าวที่กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ให้สิทธิในการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนตามมาตรา 25 มี 2 กลุ่ม คือผู้ผลิตสินค้าซึ่งมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว และผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้น หากผู้ที่มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์รายใด ไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขเกี่ยวกับการผลิตสินค้านั้น ก็ไม่สมควรจะใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อีกต่อไป เนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภคสับสนเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้านั้นๆ และทำให้สินค้าเสื่อมเสียชื่อเสียงเนื่องจากคุณภาพของสินค้าจะแตกต่างไปจากที่ได้กำหนดไว้ กฎหมายจึงให้อำนาจนายทะเบียนระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของบุคคลนั้นได้¹³

3.2.4 ลักษณะการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยมิชอบ

เมื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ใดได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว มาตรา 27 บัญญัติว่าการกระทำดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นการกระทำโดยมิชอบ

“การกระทำดังต่อไปนี้ถือว่าเป็นการกระทำโดยมิชอบ

- (1) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อแสดงหรือทำให้บุคคลอื่นหลงเชื่อว่าสินค้าที่ได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว
- (2) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นของสินค้านั้น เพื่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการค้ารายอื่น

การกระทำดังกล่าวตามวรรคหนึ่ง ถ้าได้กระทำก่อนวันขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ให้ถือว่าเป็นการกระทำโดยมิชอบ”

¹² มาตรา 7 ผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีดังนี้

- (1) ส่วนราชการ หน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หรือ องค์กรอื่นของรัฐที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งมีเขตรับผิดชอบครอบคลุมบริเวณแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า
- (2) บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการค้าเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า
- (3) กลุ่มผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

¹³ มาตรา 26 วรรค 1 ในกรณีที่บุคคลตามมาตรา 25 ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ ให้นายทะเบียนมีหนังสือแจ้งให้บุคคลนั้นปฏิบัติตามเงื่อนไขภายในเวลาที่นายทะเบียนกำหนด หากยังไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขโดยไม่มีเหตุอันสมควรภายในเวลาดังกล่าว นายทะเบียนอาจมีคำสั่งเป็นหนังสือระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของบุคคลนั้นเป็นระยะเวลาไม่เกินสองปีนับแต่วันที่รับแจ้งคำสั่ง

ตามบทบัญญัติข้างต้น เห็นได้ว่ากฎหมายได้บัญญัติการกระทำไว้ 2 ประเภทที่ถือว่าเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ดังนี้

3.2.4.1 การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อแสดงหรือทำให้บุคคลอื่นหลงเชื่อว่าสินค้าที่มีได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว

การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประการแรกนี้ คือ การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าที่ไม่ได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ตัวอย่าง เช่น การใช้ชื่อ “มะขามหวานเพชรบูรณ์” กับมะขามหวานที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่ หรือการใช้ชื่อ “ส้มโอนครชัยศรี” กับส้มโอที่มาจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

องค์ประกอบที่สำคัญของการกระทำที่จะเป็นความผิดตามบทบัญญัติในส่วนนี้คือการกระทำดังกล่าวจะต้องก่อให้เกิดผู้บริโภคหรือบุคคลอื่นหลงเชื่อว่าสินค้านั้นมาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ได้ระบุไว้บนฉลาก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทำให้ผู้บริโภคสับสนเข้าใจผิดว่าสินค้านั้นมาจากท้องถิ่นที่ได้ระบุไว้บนฉลาก ทั้งที่ในความเป็นจริงสินค้านั้นไม่ได้มาจากท้องถิ่นนั้นแต่ประการใด

ดังนั้น หากมีการระบุข้อความอื่นใดที่จะช่วยให้ผู้บริโภคหรือบุคคลอื่นไม่สับสนเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้านั้น การกระทำนั้น (การใช้ชื่อท้องถิ่นบนฉลากสินค้าโดยที่สินค้านั้นไม่ได้มาจากท้องถิ่นนั้นจริง) ไม่ถือว่าเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยมิชอบ ตัวอย่างเช่น ในกรณีข้างต้น หากมีการใช้ชื่อ “มะขามหวานเพชรบูรณ์” กับมะขามมาจากจังหวัดเชียงใหม่ แต่ได้มีการระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นมะขามหวานที่มาจากเชียงใหม่ หรือปลูกในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้ ถือว่าผู้บริโภคหรือประชาชน ไม่สับสนเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้านั้น นอกจากนี้ การระบุว่า “มะขามประเภท/ชนิดเดียวกับมะขามหวานเพชรบูรณ์” ก็ถือว่าไม่ทำให้ผู้บริโภคหรือประชาชนสับสนเข้าใจผิดแล้ว ดังนั้น การบัญญัติให้การกระทำดังกล่าวนี้ จึงไม่ค่อยจะได้ผลในทางปฏิบัติ เนื่องจากผู้ผลิตสินค้าจะใช้วิธีการดังกล่าวข้างต้นหลบเลี่ยงความรับผิดชอบตามมาตรา นี้ โดยถือว่า การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของตนไม่ทำให้ประชาชนหรือผู้บริโภคสับสนเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้าการกระทำในประการแรกนี้ มักจะกระทำโดยผู้ผลิตที่อยู่นอกแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุไว้ในคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้านั้น หรือโดยผู้ประกอบการการค้าที่จำหน่ายสินค้าที่คล้ายคลึงกับสินค้าที่ระบุไว้ในคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการดังกล่าว ต้องการแสวงหาประโยชน์จากชื่อนั้นให้แก่สินค้าของตน ซึ่งไม่มีชื่อเสียงเท่ากับสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น จึงเท่ากับเป็นการแสวงหาประโยชน์จากชื่อที่ตนไม่มีสิทธิใช้โดยชอบด้วยกฎหมายนั่นเอง

3.2.4.2 การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นของสินค้านั้นเพื่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการค้ารายอื่น

การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประการที่สองนี้อาจแบ่งเป็นออกได้เป็น 2 ลักษณะ¹⁴ ดังนี้

1) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยผู้ผลิตที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นหรือผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้น

โดยทั่วไปผู้ผลิตสินค้าและผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้นจะเป็นผู้ที่มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้านั้นโดยชอบด้วยกฎหมาย แต่ในกรณีที่ผู้ผลิตสินค้าตามข้อกำหนดและวิธีที่ได้ระบุไว้ในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้ผลิตสินค้านั้นก็จะไม่มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าว

ดังนั้น การที่ผู้ผลิตสินค้าที่มีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ได้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนสำหรับสินค้าใด โดยไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในการผลิตสินค้านั้น จะถือว่าเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพชื่อเสียง หรือคุณลักษณะ อื่นของสินค้านั้น เนื่องจากการผลิตสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้แล้ว ย่อมจะมีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานซึ่งทำให้สินค้านั้นมีลักษณะเฉพาะ

ดังนั้นการไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ จึงเป็นการทำให้ลักษณะเฉพาะของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เมื่อมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าที่ไม่ได้ผลิตตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ จึงถือว่าเป็นการหลอกลวงประชาชน และเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยมิชอบ ดังตัวอย่างกรณีที่เกิดขึ้นจริง กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้รับการร้องเรียนจากผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี มีร้านค้าขายชมพูในตลาด อตก.นนทบุรี ตลาด อตก.จตุจักร รวมถึงห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ได้นำชมพูเพชรสุวรรณมาแอบอ้างติดป้าย ชมพูเพชร หรือชมพูเพชรพันธุ์สายรุ้ง มาจำหน่ายในท้องตลาดเพื่อให้มีราคาสูง ซึ่งเข้าข่ายละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาเนื่องจากชมพูเพชร พันธุ์สายรุ้ง ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ซึ่งการกระทำดังกล่าวถือเป็นการแอบอ้างและโฆษณาให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดคิดว่า ชมพูดังกล่าวเป็นชมพูเพชรแท้ ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าว ผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ตามมาตรา 27 ที่ระบุว่า

¹⁴ ธนพจน์ เอกโยคะ. (2547). *อ้างแล้ว*. หน้า 86.

กระทำดังต่อไปนี้ถือเป็นการกระทำโดยมิชอบ ได้แก่ การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อแสดงหรือทำให้บุคคลอื่นหลงเชื่อว่า สินค้าที่มีได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียนสินค้าที่มาจาก แหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว และการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า และในคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นของสินค้านั้น เพื่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการการค้ารายอื่น

2) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยผู้ผลิตที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ที่มีชื่อพ้องกับแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุไว้ในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ในกรณีนี้ เป็นการฉกฉวยโอกาสของผู้ผลิตสินค้าที่คล้ายคลึงกันและผู้ผลิตนั้น บังเอิญอยู่ในท้องถิ่นที่มีชื่อตรงกับชื่อท้องถิ่นที่ได้ระบุไว้ในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตัวอย่าง เช่น ละครมุกที่ปลูกในอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถปลูกละครมุกได้ อร่อยกว่าที่มาจากจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากดินในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การปลูกละครมุก ผู้ปลูกละครมุกในอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงมาขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ว่า “ละครมุกเฉลิมพระเกียรติ” สามารถขายได้ราคาดี เนื่องจากผู้บริโภคตั้งใจในรสชาติ และเมื่อผู้บริโภคเห็นว่าละครมุกที่ติดฉลาก “ละครมุกเฉลิมพระเกียรติ” ก็จะซื้อทันทีแม้ว่าจะมีราคาแพงกว่าละครมุกธรรมดาทั่วไปก็ตาม ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าผู้ปลูกละครมุกในจังหวัดอื่น เช่น นครราชสีมา หรือจังหวัดบุรีรัมย์ แต่บังเอิญอยู่ในอำเภอที่มีชื่อว่าอำเภอเฉลิมพระเกียรติเช่นเดียว เห็นว่าการใช้ชื่อเช่นนั้นจะทำให้ละครมุกของตนขายดีไปด้วย จึงติดชื่อ “ละครมุกเฉลิมพระเกียรติ” บนละครมุกของตนเองด้วย ซึ่งกรณีเช่นนี้ ก็จะเป็นการกระทำที่เข้าลักษณะการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าได้ เนื่องจากประชาชนหรือผู้บริโภคอาจจะเข้าใจว่าเป็นละครมุกที่มาจากอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

มีข้อสังเกตว่า กฎหมายใช้คำว่า “ทำให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพชื่อเสียงหรือคุณลักษณะอื่นของสินค้านั้นเพื่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการการค้ารายอื่น” อาจมีข้อโต้แย้งว่า จะต้องทำให้ประชาชนสับสนเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์และคุณภาพของสินค้า จึงจะเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มิชอบหรือไม่ ซึ่งในกรณีนี้จะเห็นได้ว่าในทางทฤษฎีการทำให้สับสนเข้าใจผิดในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง น่าจะเป็นการเพียงพอแล้วที่จะทำให้การกระทำนั้นเป็นความผิด แต่ในทางปฏิบัติเมื่อแหล่งภูมิศาสตร์ที่เป็นแหล่งที่มาของสินค้าแตกต่างกัน คุณภาพของสินค้านั้นก็ย่อมที่จะแตกต่างกันด้วยการใช้คำว่า “และ” อาจดูไม่เหมาะสมในทางปฏิบัติ แต่ก็ไม่น่าจะเกิดปัญหาในทางปฏิบัติ

อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ตาม มาตรา 27 ได้กำหนดข้อยกเว้น หากการกระทำดังกล่าวในข้างต้นได้เกิดขึ้นมาแล้วก่อนวันที่สิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์นั้นได้รับการขึ้นทะเบียนถือว่าการกระทำดังกล่าวไม่เป็นความผิดแต่ประการใด แม้ว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นจะได้รับการขึ้นทะเบียนในภายหลัง เนื่องจากกฎหมายตามมาตรา ดังกล่าว ย่อมเล็งเห็นว่ามีผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าจำนวนมากที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้า ของตน โดยไม่รู้ว่าการกระทำเช่นนั้นอาจจะเป็นความผิดได้ในอนาคต จึงไม่เป็นการสมควรและไม่ เป็นธรรมที่จะบัญญัติให้กฎหมายมีผลย้อนหลังเพื่อไปทำลายอาชีพของผู้คนเหล่านั้น

3.2.5 ความคุ้มครองพิเศษในกรณีสินค้าเฉพาะอย่าง

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าบางชนิดอาจได้รับความคุ้มครองเพิ่มขึ้นมากกว่า ธรรมดา เมื่อรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ได้ออกกฎหมายกระทรวงกำหนดให้สินค้านั้นเป็น สินค้าเฉพาะอย่างตามที่กฎหมายกำหนดไว้ในมาตรา 28 วรรคหนึ่ง ดังนี้

“รัฐมนตรีอาจประกาศให้สินค้าประเภทใดเป็นสินค้าเฉพาะอย่างก็ได้ โดยกำหนดใน กระทรวง”

รัฐมนตรีอาจจะออกกฎกระทรวงกำหนดให้สินค้าไวน์และสุรา เป็นสินค้าเฉพาะอย่างอัน เป็นการปฏิบัติตามพันธกรณีตามความตกลงก่อตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ในเรื่องของความตกลงทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights: TRIPS) นอกจากนี้รัฐมนตรีอาจจะออกกฎกระทรวงกำหนดให้ข้าว ใหม และกล้วยไม้เป็นสินค้าเฉพาะอย่างด้วยก็ได้ เมื่อรัฐมนตรีเห็นว่าสินค้านั้นสมควรได้รับการ คุ้มครองเป็นพิเศษ ซึ่งอาจจะมีเหตุผลหลายอย่างในการสนับสนุนการให้ความคุ้มครองเป็นพิเศษ เช่น เป็นสินค้าที่ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศเป็นผู้ผลิต เช่น ในกรณีของข้าว หรือเป็นสินค้าที่ เป็นสินค้าเศรษฐกิจที่ทำชื่อเสียงให้กับประเทศไทย เช่น ใหม และกล้วยไม้ หรือ อาจจะเป็นสินค้าที่ พบว่ามีการลักลอบนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นไปใช้กับสินค้าที่คล้ายคลึงกันมาก โดยอาศัยช่องว่าง ของกฎหมายในการให้ความคุ้มครองในระดับธรรมดาที่ผู้ผลิตเพียงแต่ระบุแหล่งที่มาที่แท้จริงก็ไม่สามารถเอาผิดกับผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นได้ เช่น อัญมณี สมุนไพร เป็นต้น

การให้ความคุ้มครองแก่สินค้าเฉพาะอย่าง เป็นการให้ความคุ้มครองที่ เพิ่มขึ้นมากกว่า ธรรมดาหรือที่เรียกว่าการให้ความคุ้มครองในระดับพิเศษ ซึ่งจะให้แก่สินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น หรืออาจกล่าวได้ว่าการให้ความคุ้มครองในระดับพิเศษคือ การที่กฎหมายเอาผิดกับผู้ที่น่าสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์มาใช้โดยไม่ตรงกับความเป็นจริง ถึงแม้ว่าจะได้มีการระบุถึงแหล่งที่มาที่แท้จริงของ สินค้าก็ตาม เช่น ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ไวน์เซียงราย” กับไวน์ที่ผลิตจากพะเยา ถึงแม้ว่าจะ ได้ระบุแหล่งที่มาที่แท้จริงของไวน์นั้นว่ามาจากพะเยาหรือผลิตที่พะเยาก็ตาม ซึ่งหากสมมติว่าไวน์

ไม่ได้เป็นสินค้าเฉพาะอย่างตามที่รัฐมนตรีกำหนด การระบุที่มาที่แท้จริงของไวน์นั้น กล่าวคือ “ผลิตภัณฑ์พะเยา” จะไม่ทำให้การใช้ชื่อ “ไวน์เชียงราย” กับไวน์ที่ผลิตในจังหวัดพะเยาเป็นความคิดแต่อย่างใด แต่ข้อเท็จจริงปรากฏว่าไวน์เป็นสินค้าที่รัฐมนตรีกำหนดให้เป็นสินค้าเฉพาะอย่าง ดังนั้น การระบุแหล่งที่มาที่แท้จริง ก็ไม่ทำให้การกระทำนั้นไม่เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการให้ความคุ้มครองระดับพิเศษนี้ จะไม่คำนึงว่าผู้บริโภคสับสนหลงผิดหรือไม่ เพียงการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ถูกต้องตรงตามที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ก็เป็นความผิดทั้งสิ้น

นอกจากนี้ การให้ความคุ้มครองในระดับพิเศษยังรวมถึงการห้ามมิให้ใช้คำว่า “ชนิด” “ประเภท” “แบบ” หรือคำหรือสิ่งทำนองเดียวกันประกอบกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นด้วย เช่น การใช้คำว่า “ไวน์แบบเดียวกับไวน์เชียงราย” กับไวน์ที่ผลิตจากพะเยา ก็ถือเป็นความผิด

อย่างไรก็ดี กฎหมายได้กำหนดข้อยกเว้นไว้ว่า หากมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าเฉพาะอย่างนั้น โดยระบุแหล่งที่มาที่แท้จริง มาเป็นระยะเวลา 10 ปีติดต่อกันหรือโดยสุจริต ก่อนวันที่ 15 เมษายน 2537 อันเป็นวันที่ประเทศสมาชิก องค์การการค้าโลก (World Trade Organization) หรือ WTO ได้ลงนามในความตกลงมาร์ราเกช (Marrakesh) ประเทศโมร็อกโก ก็สามารถใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น โดยระบุแหล่งที่มาที่แท้จริงต่อไปได้ เช่น สุราไทยยี่ห้อหนึ่ง พิมพ์ข้อความว่า “Scotch Whisky” ลงบนฉลากของสุราดังกล่าว โดยที่สุรานั้นไม่ได้ผลิตในสกอตแลนด์แต่อย่างใด แต่ได้ใช้ข้อความนั้นมาตั้งแต่ปี 2520 ในกรณีเช่นนี้สุราไทยยี่ห้อนั้นยังคงใช้ข้อความดังกล่าวต่อไปได้โดยไม่ถือว่าเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546

มีข้อสังเกตว่า ในกรณีแรกเป็นการใช้โดยไม่สุจริต แต่เนื่องจากได้มีการใช้มาเป็นระยะเวลานานกล่าวคือ ตั้งแต่ วันที่ 15 เมษายน 2527 หรือก่อนหน้านั้น ก็ถือว่าได้รับอนุญาตให้ใช้ต่อไปได้ ส่วนในกรณีที่สองเป็นการใช้โดยสุจริต จึงไม่ต้องมีเงื่อนไขเข้ามาเกี่ยวข้อง เพียงแต่ได้ใช้ก่อนวันที่ 15 เมษายน 2537 ก็เป็นอันใช้ได้

นอกจากนี้ ในกรณีที่สินค้าที่รัฐมนตรีได้กำหนดเป็นสินค้าเฉพาะอย่าง มีหรือใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือพ้องกัน แต่สินค้าทั้งสองชนิดมีแหล่งภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าทั้งสองชนิดดังกล่าว จะถูกกำหนดโดยกฎเกณฑ์วิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งจะกำหนดให้ผู้ที่จะใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น ระบุข้อความอื่นที่จะทำให้ผู้บริโภคทราบแน่ชัดว่าเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของแหล่งพื้นที่ใด ตัวอย่างเช่น ระบุชื่อประเทศของแหล่งภูมิศาสตร์นั้น เช่น Canterbury England หรือ Canterbury New Zealand เป็นต้น หรืออำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น

ทั้งนี้ คั้งที่ได้บัญญัติไว้ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มาตรา 29 กล่าวคือ

“ในกรณีที่ดินค้าเฉพาะอย่างที่กำหนดในกฎกระทรวงมีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เหมือนหรือพ้องกันแต่เป็นสินค้าที่มีแหล่งภูมิศาสตร์ต่างกันเมื่อมีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้านั้นแล้ว ให้การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในกรณีนี้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง”

3.2.6 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ระหว่างการเร่งพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศไทยมีโอกาสพัฒนาเศรษฐกิจจริง (Real Economy) มากมายหลายสาขา โดยเฉพาะรากฐานทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย รัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีได้มีการกำหนดนโยบายหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล เช่นเดียวกับหลายประเทศที่กำลังดำเนินนโยบายอยู่ เช่น การผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเมืองโออิตะของประเทศญี่ปุ่น ให้อาหารล่อปลาว่ายทวนน้ำเพื่อเนื้อปลาที่แน่นอร่อย ซึ่งนโยบายหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลดังกล่าวเป็นการใช้ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ หรือ การนำจุดแข็งของประเทศที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาสร้างสรรค์เพื่อผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นกระบวนการเพิ่มคุณค่า (Value Creation) ที่นำความรู้เข้าไปใส่ภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น เพราะการนำสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติของคนไทยหรือสิ่งของคนไทยสืบทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมกันมา จะช่วยสร้างสินค้าใหม่ที่มีคุณค่าที่ผู้ประกอบการในประเทศอื่นจะเลียนแบบ ทำให้ประเทศไทยสามารถขายสินค้าในราคาสูงได้ตามต้องการ โดยไม่ต้องกลัวการแข่งขันหรือตัดราคาอีกต่อไป นโยบายหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลดังกล่าวเป็นการส่งเสริมสินค้าที่มาจากธรรมชาติหรือภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนในท้องถิ่นนั้นๆ สอดคล้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ซึ่งหมายความถึง ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใด ที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว โดยสินค้านั้นต้องเป็นสิ่งของที่สามารถซื้อขาย แลกเปลี่ยนหรือโอนกันได้ ไม่ว่าจะเกิดโดยธรรมชาติหรือเป็นผลผลิตทางการเกษตร รวมถึงตลอดถึงผลิตภัณฑ์ทางหัตถกรรมและอุตสาหกรรม

จากนิยามศัพท์ดังกล่าวทำให้เห็นว่า สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลที่มาจากธรรมชาติหรือเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของคนในท้องถิ่นนั้นๆ มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว สามารถพัฒนาเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ แต่สินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลดังกล่าวต้องครบองค์ประกอบตามหลักเกณฑ์การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามที่

พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 บัญญัติไว้ รวมถึงต้องพิจารณาจากปัจจัยทางธรรมชาติหรือปัจจัยทางมนุษย์ หรือทั้งปัจจัยทางด้านธรรมชาติและปัจจัยทางด้านมนุษย์ประกอบด้วย

ดังนั้น การที่ประเทศไทยให้ความสำคัญกับสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลจึงถือเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดศิลปวัฒนธรรมที่มีมาแต่ดั้งเดิมของไทย ทั้งยังเป็นการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงทริปส์ซึ่งประเทศไทยเป็นภาคีสมาชิกด้วย

3.3 กฎหมายเครื่องหมายการค้าตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534

เครื่องหมายการค้า ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 4 ให้คำนิยามของคำว่า “เครื่องหมาย” และ “เครื่องหมายการค้า” ไว้ดังนี้¹⁵

“เครื่องหมาย” หมายความว่า ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประติมากรรม ชื่อ คำ ตรา ข้อความ ตัวเลข ตัวหนังสือ ลายมือชื่อ กลุ่มของสี รูปทรงหรือรูปร่าง หรือสิ่งเหล่านี้โดยอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างรวมกัน

“เครื่องหมายการค้า” หมายความว่า เครื่องหมายการค้าที่ใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของของเครื่องหมายนั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

หน้าที่หลักของเครื่องหมายการค้าคือ แยกแยะความแตกต่างให้แก่ผู้บริโภคระหว่างสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการรายหนึ่งกับสินค้าหรือบริการของผู้ประกอบการรายอื่นๆ ซึ่งหน้าที่ในการแยกแยะความแตกต่างของสินค้าและบริการระหว่างผู้บริโภคต่างๆ จะนำไปสู่สาระสำคัญของเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ (Distinctive Character) มาตรา 7 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ได้อธิบายเครื่องหมายการค้าอันมีลักษณะที่ทำให้ประชาชนหรือผู้ใช้สินค้านั้นๆ ทราบและเข้าใจว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างไปจากสินค้าอื่น เพื่อป้องกันการสับสน (Confusion) ของผู้บริโภคและไม่ทำให้ผู้บริโภคถูกหลงให้เข้าใจผิด (Mislead) ในสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้อง

3.3.1 ลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่รับจดทะเบียนได้

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 6 บัญญัติว่า “เครื่องหมายการค้าอันที่รับจดทะเบียนได้ ต้องประกอบด้วยลักษณะ ดังต่อไปนี้

- 1) เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ

¹⁵ นันทน อินทนนท์. (2547). *ทรัพย์สินทางปัญญาในยุคโลกาภิวัตน์ เล่ม 1*. จีระการพิมพ์. หน้า 246.

- 2) เป็นเครื่องหมายการค้าที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามพระราชบัญญัตินี้ และ
 3) ไม่เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่บุคคลอื่นได้จดทะเบียนไว้แล้ว”

3.3.1.1 มีลักษณะบ่งเฉพาะ

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 7 บัญญัติหลักเกณฑ์อันเกี่ยวกับลักษณะบ่งเฉพาะของเครื่องหมายการค้าไว้¹⁶ กล่าวคือ

มาตรา 7 วรรคแรก กำหนดความหมายของเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะได้แก่ เครื่องหมายการค้าอันมีลักษณะที่ทำให้ประชาชนหรือผู้ใช้สินค้านั้นทราบและเข้าใจว่า สินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างไปจากสินค้าอื่น

นอกจากนี้ มาตรา 7 วรรคสอง บัญญัติลักษณะของเครื่องหมายการค้าซึ่งมีลักษณะบ่งเฉพาะอยู่ในตัวของเครื่องหมายการค้า (Inherent Distinctiveness) กล่าวคือ เครื่องหมายการค้าที่ไม่มีความหมายเกี่ยวข้องกับสินค้าซึ่งได้ใช้เครื่องหมายดังกล่าวอยู่ แต่เกิดจากการสร้างสรรค์ทางความคิด โดยเฉพาะให้เครื่องหมายที่มีลักษณะพิเศษต่าง ๆ กัน (WIPO 1988: 154)¹⁷ กำหนดเครื่องหมายการค้าที่ประกอบด้วยลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งอันเป็นสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้ให้ถือเป็นลักษณะบ่งเฉพาะ

ก) ชื่อตัว ชื่อสกุลของบุคคลธรรมดาที่ไม่เป็นชื่อสกุลตามความหมายอันเข้าใจกันโดยธรรมดาชื่อเต็มของนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยกันนั้น หรือชื่อในทางการค้าที่แสดงโดยลักษณะพิเศษและไม่เล็งลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง

นอกจากชื่อของบุคคลและชื่อของนิติบุคคลตามกฎหมายดังกล่าว จะต้องมิลักษณะพิเศษแล้ว ยังต้องไม่เล็งถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าโดยตรงอีกด้วย มิฉะนั้นจะกลายเป็นการชี้นำทางการตลาดในตัวสินค้าต่อประชาชน ก่อให้เกิดการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เช่น ชื่อในทางการค้า “ปวดหาย” สำหรับสินค้าประเภทยารักษาโรค เป็นต้น

กรณีนี้ ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าจะต้องเป็น “ชื่อ” ของบุคคลหรือนิติบุคคลที่มีตัวตน มิใช่ชื่อที่นึกขึ้นตามจินตนาการ หรือชื่อในวรรณคดี โดยอาจเข้าหลักเกณฑ์ในอนุมาตราอื่น เช่น พระอภัยมณี และสโนไวท์ (Snow White) เป็นต้น

ชื่อตัว ชื่อสกุล ชื่อเต็มของนิติบุคคล หรือชื่อในทางการค้าดังกล่าว ต้องมีการแสดงโดยลักษณะพิเศษด้วย ส่วนลักษณะพิเศษ หมายถึงลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้

¹⁶ ไชยยศ เหมะรัชตะ. (2545). *ลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาพื้นฐานความรู้ทั่วไป*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นิติธรรม . หน้า 273-27.

¹⁷ *กรมทรัพย์สินทางปัญญา*. เข้าถึงได้จาก: www.ipthailand.go.th (2012, March 29). (ออนไลน์)

- 1) ตัวอักษรที่เขียนต่างจากตัว พิมพ์ธรรมดา และตัวคอมพิวเตอร์
- 2) ตัวอักษรที่ไม่มีลักษณะเกาะเกี่ยวกัน
- 3) ตัวอักษรที่มีลักษณะเป็นตัวโปร่งและตัวทึบ
- 4) ตัวอักษรที่เขียนเป็นลวดลาย
- 5) ตัวอักษรที่เขียนเป็นเส้นหนาบางไม่เท่ากัน

บทบัญญัติมาตรา 7 วรรคสาม กำหนดให้ชื่อใดที่ไม่มีลักษณะอันถือว่าจะมีลักษณะบ่งเฉพาะอยู่ในตัวตามที่บัญญัติไว้ในมาตรา 7 (1) นี้ หากมีการจำหน่ายเผยแพร่หรือโฆษณาสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นจนแพร่หลายแล้ว ตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ประกาศกำหนดไว้ และพิสูจน์ได้ว่าปฏิบัติถูกต้องตามหลักเกณฑ์นั้นแล้ว ให้ถือว่าเครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีลักษณะบ่งเฉพาะ โดยให้รวมไปถึงการได้ลักษณะบ่งเฉพาะโดยการใช้อย่าง (Acquisition of Distinctiveness through Use)

ส่วนหลักเกณฑ์ในการพิสูจน์ลักษณะบ่งเฉพาะตามมาตรา 7 วรรคสาม ให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2534) ดังต่อไปนี้

- 1) สินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้น ได้มีการจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณา จนทำให้สาธารณชนที่จำหน่าย เผยแพร่ หรือ โฆษณาสินค้านั้น รู้จักและเข้าใจว่าแตกต่างไปจากสินค้าอื่น
 - 2) การจำหน่าย เผยแพร่ หรือ โฆษณาสินค้าใดจนทำให้เครื่องหมายมีการแพร่หลาย ให้ถือว่าเครื่องหมายมีลักษณะเฉพาะบ่งเฉพาะเพียงใช้กับชื่อสินค้านั้นเท่านั้น
 - 3) ในการพิสูจน์ข้อเท็จจริง ตามข้อ 1) และ ข้อ 2) ให้ผู้จดทะเบียนนำส่งพยานหลักฐานเกี่ยวกับการจำหน่าย เผยแพร่ หรือ โฆษณาสินค้าที่ใช้เครื่องหมายที่ประสงค์จะขอจดทะเบียน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ในส่งของ ใบโฆษณาสินค้า ตัวอย่างสินค้า หรือพยานหลักฐานอื่น ๆ รวมทั้งพยานบุคคล เป็นต้น
 - 4) ในการส่งหลักฐานตามข้อ (3) ให้ผู้จดทะเบียนส่งหลักฐานพร้อมการยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมาย ในกรณีที่ไม่อาจกระทำได้ให้ผู้จดทะเบียนทำหนังสือขอผ่อนผันแนบพร้อมคำขอจดทะเบียน และให้นายทะเบียนผ่อนผันได้ไม่เกิน 30 วัน หากผู้จดทะเบียนมิได้ส่งหลักฐานภายในกำหนดเวลาที่นายทะเบียนผ่อนผัน ก็ให้นายทะเบียนพิจารณาดำเนินการแก้คำขอจดทะเบียนนั้นต่อไป โดยรับฟังข้อเท็จจริงเพียงเฉพาะหลักฐานเท่าที่ผู้จดทะเบียนได้ส่งให้แก่ นายทะเบียน
- ข) คำหรือข้อความ อันไม่ได้ถึงถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้านั้นโดยตรง และไม่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด

เครื่องหมายการค้า “JEAN PIQUE” เป็นคำที่มีความหมายสองคำราวกันโดยคำว่า JEAN แปลว่าผ้าฝ้ายชนิดหนึ่ง เนื้อหนาสำหรับตัดเสื้อกางเกง คำว่า PIQUE แปลว่าผ้าชาวชนิดเป็นทางใช้ทำปกแข็งเสื้อเชิ้ตสตรี รวมกันคำว่า JEAN PIQUE อาจมีความหมายว่า ผ้าชนิดหนึ่ง เนื้อหนา สำหรับตัดเสื้อผ้า เมื่อนำมาใช้กับสินค้าในจำพวก 25 รายการสินค้า ได้แก่ เสื้อเชิ้ตสตรี กระโปรงสตรี เสื้อฮาวายสตรี กางเกงขาสั้นสตรี ชุดเอี๊ยมสตรี นับว่าเป็นคำที่เล็งถึงลักษณะของสินค้าโดยตรงตามมาตรา 7 (2) (จากตัวอย่างคำวินิจฉัยอุทธรณ์ของคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าที่ 18/2537) ซึ่งทางภูมิศาสตร์ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ประกาศกำหนดไว้ ตามมาตรา 7 (2) อันไม่สามารถจดทะเบียนดังกล่าว ให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2535) ได้แก่ชื่อทางภูมิศาสตร์ ต่อไปนี้

- 1) ชื่อประเทศรวมทั้งเขตอิสระซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับประเทศ ชื่อกลุ่มประเทศที่รู้จักแพร่หลาย หรือชื่อภูมิภาค
- 2) ชื่อทวีป หรืออนุทวีป
- 3) ชื่อมหาสมุทร
- 4) ชื่อเมืองหลวงของประเทศ
- 5) ชื่อทางภูมิศาสตร์อื่น ๆ เช่น ชื่อเมืองท่า จังหวัด อำเภอ ตำบล มณฑล เกาะ ภูเขา แม่น้ำ ทะเล หรือทะเลสาบ ที่ประชาชนโดยทั่วไปรู้จัก

ชื่อทางภูมิศาสตร์ทั้ง 5 ข้อข้างต้น ให้หมายความรวมถึงชื่อย่อ และคำที่ใช้เรียกขานทั่วไปทั่วไปโดยไม่จำกัดเฉพาะชื่อในทางราชการ

อย่างไรก็ตาม บทบัญญัติมาตรา 7 วรรคสาม กำหนดให้คำหรือข้อความที่ไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะอยู่ในตัวตามมาตรา 7(2) หากได้มีการจำหน่าย เผยแพร่ หรือโฆษณาสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นจนแพร่หลายแล้วตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ประกาศกำหนดไว้ และพิสูจน์ได้ว่าปฏิบัติถูกต้องตามหลักเกณฑ์นั้นแล้วให้ถือว่ามีลักษณะบ่งเฉพาะ โดยหลักเกณฑ์ดังกล่าวให้เป็นไปตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2535) ซึ่งมีสาระสำคัญเช่นเดียวกับที่กล่าวมาในกรณีมาตรา 7 (1)

ก) กลุ่มของสีที่แสดง โดยลักษณะพิเศษ หรือตัวหนังสือ ตัวเลข หรือคำที่ประดิษฐ์ขึ้น

กลุ่มของสีที่แสดง โดยลักษณะพิเศษ เป็นสิ่งที่เพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องกับคำนิยามของ “เครื่องหมาย” ซึ่งได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมเช่นเดียวกัน เช่น การนำสีแดงและสีน้ำเงินมาตัดกันบนพื้นรูปวงกลมสีขาว เป็นต้น

ตัวหนังสือ และตัวเลขนี้ เป็นสิ่งที่ประชาชนใช้ในการเขียน จึงไม่ควรให้บุคคลใดผูกขาดใช้แต่เพียงผู้เดียว เช่น คำว่า “ก๊วก” (COOK) หมายถึง พ่อครัวทำกับข้าวฝรั่งซึ่งเป็นคำสามัญที่มีคำแปล ไม่ก่อให้เกิดโจทก์เป็นผู้มีสิทธิใช้คำว่า “ก๊วก” แต่เพียงผู้เดียว บุคคลทั่วไปต่างใช้คำว่า ก๊วก ได้ ตัวอย่าง คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1803/2538 กล่าวคือ เครื่องหมายการค้าของโจทก์มีคำว่า ก๊วก และ COOK ประกอบด้วยรูปการ์ตูนเต็มทั้งตัว แต่งตัวเป็นพ่อครัวลำตัวคล้ายขวด มีมือสองข้างและเท้าสองข้าง คำว่า ก๊วก และ COOK อยู่กลางลำตัว ส่วนเครื่องหมายการค้าที่จำเลยยื่นขอจดทะเบียนเป็นรูปคนอยู่ภายในวงกลมค่อนข้างแคบ แม้จะแต่งตัวเป็นพ่อครัวแต่ก็มีเพียงครึ่งตัวท่อนบนมีมือสองข้างแต่ไม่มีเท้า มีอักษรประดิษฐ์คำว่า PR อยู่ที่หน้าอกของพ่อครัว ลักษณะเด่นของเครื่องหมายการค้าของจำเลยอยู่ที่รูปคนแต่งตัวเป็นพ่อครัวซึ่งมีขนาดใหญ่ มีได้อยู่ที่คำว่า ก๊วกฟิอาร์ ซึ่งมีขนาดเล็กกว่ารูปคนแต่งตัวเป็นพ่อครัวในเครื่องหมายการค้าของจำเลยแตกต่างจากรูปการ์ตูนลักษณะเป็นขวดตามเครื่องหมายการค้าของโจทก์อย่างชัดเจน ประกอบกับตลาดปิดสินค้าขอสงวนสงวนตราฟิอาร์ของจำเลยก็ไม่มีคำว่า ก๊วก ปรากฏอยู่ แต่มีรูปคนแต่งตัวเป็นพ่อครัวและระบุชื่อบริษัทจำเลยเป็นผู้ผลิตพร้อมที่อยู่ได้รูปคนดังกล่าวซึ่งจะเห็นได้อย่างเด่นชัด ทั้งสินค้าที่โจทก์ผลิตออกจำหน่ายในท้องตลาดภายใต้เครื่องหมายการค้าของโจทก์ก็มีเพียงชนิดเดียวคือ น้ำมันพืชเท่านั้น ส่วนสินค้าของจำเลยเป็น ซอส ซีอิ๊ว เต้าเจี้ยว และน้ำปลา ไม่มีน้ำมันพืช ยงถือไม่ได้ว่าจำเลยมีเจตนาที่จะทำให้อาสาสมัครเข้าใจผิด

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเครื่องหมายของจำเลยจึงไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของโจทก์ที่จดทะเบียนไว้ จึงไม่ทำให้อาสาสมัครสับสนเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของแหล่งกำเนิดของสินค้า นอกจากจะมีการประดิษฐ์ตัวหนังสือหรือตัวเลขให้มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากการเขียนแบบธรรมดา เช่น เครื่องหมายการค้า อักษร EWSD เป็นอักษรโรมันตัว พิมพ์ใหญ่ธรรมดาในลักษณะที่บิ มิได้ประดิษฐ์ให้มีลักษณะพิเศษ จึงไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะ ตามมาตรา 7 (3)

ส่วนคำที่ประดิษฐ์มาใหม่นี้ หมายถึงคำเดียวหรือหลายคำที่คิดขึ้น ซึ่งไม่มีคำแปลหรือความหมายในคำนั้น แม้สามารถอ่านออกเสียงได้ก็ตาม อย่างไรก็ตาม เช่น Acer และ Vezet เป็นต้น อย่างไรก็ตาม คำที่เขียนขึ้นโดยเจตนาใช้ตัวอักษรสะกดผิดจากหลักไวยากรณ์ หากพิจารณาสำเนียงเรียกขานแล้วสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจได้ว่าเป็นคำที่มีความหมาย หากความหมายดังกล่าวถึงถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า โดยตรงไม่ถือว่าเป็นคำประดิษฐ์ เช่น ZUPER อ่านได้ตรงกับ SUPER แปลว่าดีที่สุด เป็นต้น และหากคำที่เขียนขึ้นโดยการนำคำที่มีความหมายตั้งแต่สองคำขึ้นไปมารวมกัน หากความหมายของคำถึงถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง ไม่ถือว่าเป็นคำประดิษฐ์ เช่น EATWELL ใช้กับจำพวกรายการสินค้าอาหาร เป็นต้น

ง) ลายมือชื่อของผู้จดทะเบียนหรือเจ้าของเดิมของกิจการของผู้จดทะเบียน หรือ ลายมือชื่อของบุคคลอื่น โดยได้รับอนุญาตจากบุคคลนั้นแล้ว

ลายมือชื่อเป็นสิ่งที่มีความเฉพาะของบุคคล เพราะเป็นถึงระบุดนของบุคคล หนึ่งต่อบุคคลหนึ่ง ไม่ว่าจะเพื่อการใด ๆ ก็จำเป็นต้องมีการแสดงตน ซึ่งถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ที่มี ลักษณะเฉพาะอันนำมาใช้เป็นเครื่องหมายทางการค้าได้ เช่น ลายเซ็นชื่อของแพทย์แผนไทยผู้มี ชื่อเสียงบนซองผลิตภัณฑ์ยารักษาแผนโบราณ เป็นต้น

จ) ภาพของผู้จดทะเบียนหรือของบุคคลอื่น โดยได้รับอนุญาตจากบุคคลนั้นแล้ว หรือในกรณีที่บุคคลนั้นตาย โดยได้รับการอนุญาตจากบุพการี ผู้สืบสันดาน และคู่สมรส ของบุคคล นั้น ถ้ามีแล้ว

กรณีนี้ ภาพที่ถือว่ามีลักษณะบ่งเฉพาะได้ต้องเป็นภาพของคนที่มีตัวตนอยู่อย่าง แท้จริงเท่านั้น ได้แก่ บุคคลของผู้จดทะเบียนหรือของบุคคลใดที่ได้รับอนุญาตแล้ว หากเป็นภาพสัตว์ หรือภาพของคนที่ไม่มีความอันเกิดจากการจินตนาการแล้ว ย่อมไม่เข้ากรณีนี้แต่อย่างใด

ฉ) ภาพที่ประดิษฐ์ขึ้น

ภาพที่ประดิษฐ์ขึ้น หมายถึง ภาพที่คิด ทำ แต่ง สร้าง จินตนาการ หรือดัดแปลง ขึ้น และต้องไม่เป็นภาพที่บรรยายลักษณะของ

ภาพที่ได้รับการประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่ เป็นการสร้างภาพไม่ว่าด้วยวิธีใด เช่น การวาด หรือร่างด้วยฝีมือมนุษย์ และการใช้เทคนิคทางคอมพิวเตอร์ออกแบบทำภาพขึ้นมา โดยภาพที่ทำ ขึ้นมาในภาพที่ดัดแปลงโดยการนำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งประกอบกัน เช่น อาคารที่ใช้ในการ ประกอบกิจการและส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งตัวของสัตว์ประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

3.3.1.2 ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย¹⁸

นอกจากต้องมีลักษณะบ่งเฉพาะ ไม่ว่าจะลักษณะบ่งเฉพาะในตัว หรือลักษณะบ่ง เฉพาะในการใช้ก็ตาม เครื่องหมายการค้าอันจะสามารถรับจดทะเบียนได้ต้องไม่มีลักษณะต้องห้าม ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ด้วย

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 8 กำหนดลักษณะของ เครื่องหมายการค้าที่ต้องห้ามมิให้รับจดทะเบียนไว้ ได้แก่ เครื่องหมายการค้าที่ประกอบด้วย ลักษณะ ดังนี้

ก) ตราแผ่นดิน พระราชลัญจกร ลัญจกรในราชการ ตราเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ตราจักรี ตราประจำตำแหน่ง ตราประจำกระทรวง ทบวง กรม หรือตราประจำจังหวัด

ข) ธงชาติของประเทศไทย ธงพระอิสริยยศ หรือธงราชการ

¹⁸ ไชยยศ เหมะรัชตะ. (2545). อ้างแล้ว. หน้า 278-289.

ค) พระปรมาภิไธย พระนามาภิไธย พระปรมาภิไธยย่อ พระนามาภิไธยย่อ หรือ
นามพระราชวงศ์

ง) พระบรมฉายาลักษณ์ หรือพระบรมสาทิสลักษณ์ของพระมหากษัตริย์พระ
ราชินี หรือรัชทายาท

จ) ชื่อ คำ ข้อความ หรือเครื่องหมายใด อันแสดงถึงพระมหากษัตริย์ พระราชินี
รัชทายาท หรือ ราชวงศ์

ฉ) ธงชาติหรือเครื่องหมายประจำชาติของรัฐต่างประเทศ ธงหรือเครื่องหมาย
องค์การระหว่างประเทศ ตราประจำประมุขของรัฐต่างประเทศ เครื่องหมายราชการและ
เครื่องหมายควบคุมและรับรองคุณภาพสินค้าของรัฐต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศหรือ
ชื่อและชื่อย่อของรัฐต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากผู้ซึ่งมี
อำนาจหน้าที่ของรัฐต่างประเทศ หรือองค์การระหว่างประเทศนั้น

ช) เครื่องหมายราชการ เครื่องหมายกาชาด นามกาชาด หรือตราเจนีวา

ช) เครื่องหมายที่ลักษณะเหมือนหรือคล้ายกับเหรียญ ใบสำคัญ หนังสือรับรอง
ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายอื่นใดยังได้รับเป็นรางวัลในการแสดงหรือประกวดสินค้าที่รัฐบาล
ไทย ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐของประเทศไทย รัฐบาลต่างประเทศหรือ
องค์การระหว่างประเทศได้จัดให้มีขึ้น เว้นแต่ผู้จดทะเบียนจะได้รับเหรียญ ใบสำคัญ หนังสือ
รับรอง ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายเช่นว่านั้น เป็นรางวัลสำหรับสินค้านั้นและใช้เป็นส่วน
หนึ่งของเครื่องหมายการค้า แต่ทั้งนี้ ต้องระบุปฏิทินที่ได้รับรางวัลด้วย

ฉ) เครื่องหมายที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน
หรือรัฐประศาสนโยบาย

ญ) เครื่องหมายการค้าที่เหมือนกับเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ตาม
หลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนด หรือคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าว จนอาจทำให้ประชาชนสับสนหลง
ผิดในความเป็นเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้านั้น ไม่ว่าจะได้รับการจดทะเบียนไว้แล้วก็ตาม

ฎ) เครื่องหมายที่คล้ายกับ (ก) (ข) (ค) (ง) (จ) (ฉ) หรือ (ช)

ฎ) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครอง
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ฏ) เครื่องหมายอื่นที่รัฐมนตรีกระทรวงพาณิชย์ประกาศกำหนด

เครื่องหมายอื่นใดที่รัฐมนตรีกระทรวงพาณิชย์กำหนดขึ้น โดยประกาศไว้ใน
ประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2535) ได้แก่ (1) ชื่อเกดซ์ภัณฑ์สากลที่องค์การอนามัย
โลกได้ขึ้นทะเบียนสงวนสิทธิการครอบครองไว้ (2) เครื่องหมายและคำบรรยายซึ่งอาจทำให้

สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดเกี่ยวกับชนิดของสินค้า หรือสับสนเข้าใจผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดของสินค้า

3.3.1.3 ไม่ลอกเลียนเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้ว

เครื่องหมายการค้าอันสามารถจดทะเบียน คือ ต้องไม่ใช่เครื่องหมายการค้าอันมีลักษณะที่ลอกเลียนเครื่องหมายการค้าซึ่งได้รับการจดทะเบียนแล้วของบุคคลอื่น ซึ่งหมายถึงไม่ เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่บุคคลอื่นได้จดทะเบียนไว้แล้ว ดังจะเห็นได้จากมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 กำหนดห้ามมิให้นายทะเบียนรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าใด ในกรณีที่นายทะเบียนเห็นว่าเครื่องหมายการค้าที่ขอจดทะเบียนนั้น เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นที่ได้รับการจดทะเบียนไว้แล้ว หรือเป็นเครื่องหมายการค้าที่คล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว จนอาจทำให้สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้า หรือแหล่งกำเนิดสินค้า

การพิจารณาว่าเครื่องหมายการค้าใดเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าอื่นจนนับได้ว่าเป็นการทำให้สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดหรือไม่นั้น ต้องพิจารณาส่วนประกอบของเครื่องหมายการค้าทั้งหมดรวมกัน เช่น ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 5725/2531 เครื่องหมายการค้าที่จำเลยยื่นขอจดทะเบียนเป็นเพียงภาพศิลปะที่มุ่งแสดงความหมายซึ่งประชาชนโดยทั่วไป โดยเฉพาะประชาชนในชนบทที่ยังไม่คุ้นเคยกับภาพศิลปะดังกล่าว อาจจะไม่ออกว่าเป็นรูปคน ส่วนเครื่องหมายการค้าของโจทก์นั้นมองได้ง่ายและชัดเจนว่าเป็นรูปคนกระโดดเพราะเป็นภาพธรรมดา ส่วนที่เป็นตัวอักษรเขียนโดยอักษรโรมันที่จำเลยยื่นขอจดทะเบียนมีเพียงพยางค์เดียวอ่านว่า “จัมพ์” แต่ของโจทก์มี 3 พยางค์ อ่านว่า “จัมพ์มาสเตอร์” โดยเขียนเป็นอักษรโรมันเหมือนกับอักษรโรมันของจำเลย แต่ลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่จำเลยยื่นขอจดทะเบียนกับที่โจทก์จดทะเบียนเป็นเจ้าของไว้แล้วไม่ทำให้ประชาชนสับสนหรือเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดสินค้า จึงไม่คล้ายกันจนถึงนับได้ว่าเป็นการลวงสาธารณชน

ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 4559/2533 เครื่องหมายการค้าของจำเลยเป็นรูปกระเช้ามืด มีตัวหนังสือภาษาไทยคำว่า “แกรนด์สแลม” และตัวอักษรโรมันว่า “GRAND SLAM” ส่วนเครื่องหมายการค้าของโจทก์เป็นรูปกระเช้ามืด และมีตัวหนังสืออักษรโรมันว่า “LACOSTE” แม้เครื่องหมายการค้าของโจทก์และจำเลยจะมีรูปกระเช้ามืดเป็นสาระสำคัญส่วนหนึ่งและอาจเรียกได้ว่าตรากระเช้ามืดเช่นเดียวกับเครื่องหมายการค้าของโจทก์ แต่เครื่องหมายการค้าของโจทก์มีตัวหนังสืออักษรโรมันเป็นชื่อยี่ห้อสินค้าอ่านออกเสียงว่า “ลาคอสต์” (LACOSTE) ประกอบด้วยกระเช้ามืดเหนือตัวหนังสือดังกล่าว ส่วนเครื่องหมายการค้าของจำเลยนอกจากตัวหนังสือโรมันแล้ว ยังมี

คิ้วหนังสือภาษาไทยอ่านได้ชัดเจนว่า “แกรนด์ แสลม” (GRAND SLAM) อยู่เหนือตัวอักษร โรมัน ด้วย อันเป็นการบอกให้ทราบแน่ชัดว่าสินค้าของจำเลยเรียกชื่อว่า “แกรนด์ แสลม” (GRAND SLAM) ชื่อ ยี่ห้อ และการอ่านออกเสียงเรียกขานเครื่องหมายการค้าของจำเลยจึงแตกต่างจาก โจทก์ เป็นอันมาก ย่อมเป็นที่สังเกตของสาธารณชนทั่วไป และไม่ทำให้สาธารณชนทั่วไปที่ซื้อสินค้ายี่ห้อ “แกรนด์ แสลม” (GRAND SLAM) เข้าใจผิดว่าสินค้านั้นเป็นสินค้ายี่ห้อ “ลาคอสท์” (LACOSTE) ของโจทก์ จะเห็นได้ว่า คำว่าจระเข้หรือรูปจระเข้มีใช้สิ่งบ่งเฉพาะ เป็นเพียงคำหรือชื่อสามัญทั่วไป โจทก์ไม่มีสิทธิสงวนรูปจระเข้ดังกล่าวไปใช้ไว้สำหรับเครื่องหมายของโจทก์ทั้งเครื่องหมายการค้าของจำเลยใช้กับสินค้าคนละชนิดกับของโจทก์สาธารณชนย่อมไม่เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดในเครื่องหมายการค้าของทั้งสองฝ่าย เครื่องหมายการค้าของจำเลยจึงไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของโจทก์

3.3.2 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกัน

กรณีที่ผู้จดทะเบียนหลายราย ต่างขอยื่นจดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ นายทะเบียนเห็นว่าเหมือนกัน หรือที่นายทะเบียนเห็นว่าคล้ายกันจนอาจทำให้สาธารณชนสับสน เข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของตัวสินค้าสำหรับสินค้าจำพวกเดียวกัน หรือต่างจำพวกกันที่นายทะเบียนเห็นว่า มีลักษณะอย่างเดียวกันมาตรา 20 กำหนดให้ผู้จดทะเบียนที่ยื่นคำขอไว้เป็นรายแรกเป็นผู้มีสิทธิได้รับการจดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

ก) ถ้านายทะเบียนเห็นว่าเครื่องหมายการค้าเหล่านั้นต่างก็เป็นเครื่องหมายการค้าที่มี ลักษณะอันพึงจดทะเบียนได้ตามมาตรา 6 และคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเหล่านั้นต่าง ถูกต้องตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าฉบับนี้ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้ผู้ขอ จดทะเบียนเหล่านั้นตกลงกันว่าจะให้รายหนึ่งรายใดเป็นผู้จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมาย การค้านั้นแต่ผู้เดียวภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งของนายทะเบียนตาม มาตรา 24 และมีหนังสือแจ้งคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเหล่านั้นทราบ โดยไม่ชักช้า

อย่างไรก็ตาม ผู้ขอจดทะเบียนซึ่งเห็นว่าเครื่องหมายการค้าที่ตนขอจดทะเบียนนั้น มิได้เหมือนหรือคล้ายเครื่องหมายการค้ารายอื่นตามมาตรา 20 มีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียน ที่ให้มีการตกลงกันดังกล่าว ต่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ ได้รับ หนังสือแจ้งคำสั่งของนายทะเบียน ทั้งนี้ ให้นำมาตรา 18 และมาตรา 19 มาใช้บังคับโดยอนุโลม (มาตรา 21)

ข) ถ้านายทะเบียนเห็นว่าเครื่องหมายการค้าบางรายเข้าข่ายตามพระราชบัญญัติ เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 15 (1) หรือ (2) หรือมาตรา 17 แต่มีลักษณะอันพึงรับ

จดทะเบียนได้ตามมาตรา 6 และคำขอจดทะเบียนถูกต้องตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าฉบับนี้ ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายที่เข้าข่ายตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 15 (1) หรือ (2) หรือมาตรา 17 ปฏิบัติตามมาตรา 15 หรือมาตรา 17 แล้วแต่กรณี และให้รอการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายที่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้และคำขอจดทะเบียนที่ถูกต้องนั้นไว้ก่อน ให้นายทะเบียนมีหนังสือแจ้งคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเหล่านั้นทราบโดยไม่ชักช้า และผู้ขอจดทะเบียนดังกล่าวมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียน ทั้งนี้ ให้นำมาตรา 18 และมาตรา 19 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ถ้าปรากฏว่าผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายที่นายทะเบียนเห็นว่าเข้าข่ายมาตรา 15 (1) หรือมาตรา 17 ได้ปฏิบัติตามคำสั่งของนายทะเบียนตามมาตรา 15 แล้วหรือได้อุทธรณ์ตามมาตรา 18 วรรคหนึ่ง และคณะกรรมการเครื่องหมายการค้ามีคำวินิจฉัยอุทธรณ์ว่าคำสั่งของนายทะเบียนไม่ถูกต้อง ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนรายนั้น และผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายที่นายทะเบียนให้รอการจดทะเบียนไว้ดังกล่าว ตกลงกันว่า จะให้รายหนึ่งรายใดเป็นผู้ขอจดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายนั้นแต่ผู้เดียวภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งของนายทะเบียนตามมาตรา 24 และมีหนังสือแจ้งคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเหล่านั้นทราบโดยไม่ชักช้า

ค) ถ้านายทะเบียนเห็นว่าเครื่องหมายการค้าเหล่านั้นทุกรายเข้าข่ายมาตรา 15 (1) หรือ (2) หรือมาตรา 17 ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเหล่านั้นปฏิบัติตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 15 หรือ มาตรา 17 แล้วแต่กรณี และรอการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเหล่านั้นไว้ก่อน ให้นายทะเบียนมีหนังสือแจ้งคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเหล่านั้นทราบโดยไม่ชักช้า และผู้ขอจดทะเบียนดังกล่าวมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียนต่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งของนายทะเบียน ทั้งนี้ ให้นำมาตรา 18 และมาตรา 19 มาใช้บังคับโดยอนุโลม

ถ้าปรากฏว่า ผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวนั้นหลายรายได้ปฏิบัติตามคำสั่งของนายทะเบียนตามมาตรา 15 หรือมาตรา 17 แล้ว หรือได้อุทธรณ์ตามมาตรา 18 วรรคหนึ่ง และคณะกรรมการเครื่องหมายการค้ามีคำวินิจฉัยอุทธรณ์ว่าคำสั่งของนายทะเบียนไม่ถูกต้อง ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเหล่านั้นทำการตกลงให้รายใดเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าแต่ผู้เดียวภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งของนายทะเบียนตามมาตรา 24 และมีหนังสือแจ้งคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเหล่านั้นทราบโดยไม่ชักช้า

อย่างไรก็ตาม ถ้าปรากฏว่ามีผู้ขอจดทะเบียนเช่นว่านั้น เพียงรายเดียวที่ได้ปฏิบัติตามคำสั่งของนายทะเบียนตามมาตรา 15 หรือมาตรา 17 หรือได้อุทธรณ์ตามมาตรา 18 วรรคหนึ่ง และ

หากคำขอจดทะเบียนไม่ถูกต้องตามมาตรา 15 หรือมาตรา 17 คณะกรรมการเครื่องหมายการค้าจะมีคำวินิจฉัยอุทธรณ์ว่าคำสั่งของนายทะเบียนไม่ถูกต้อง ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้ประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้นต่อไป (มาตรา 23)

ง) ในกรณีที่นายทะเบียนได้รับภายในกำหนดเวลาตามมาตรา 24 ว่าผู้ขอจดทะเบียนตกลงกันแล้วว่าจะให้รายใดเป็นผู้ขอจดทะเบียน ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้ประกาศคำขอจดทะเบียนของผู้ขอจดทะเบียนรายนั้นต่อไป ถ้านายทะเบียนได้รับแจ้งว่าผู้ขอจดทะเบียนตกลงกันไม่ได้ หรือมิได้รับแจ้งภายในกำหนดเวลาดังกล่าวให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้ประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของผู้ขอจดทะเบียน ซึ่งยื่นขอจดทะเบียนไว้เป็นรายแรก หรือเป็นรายแรกในบรรดาผู้ขอจดทะเบียนซึ่งยังมีได้ละทิ้งคำขอจดทะเบียนแล้วแต่กรณีต่อไป (มาตรา 25)

จ) ในกรณีที่นายทะเบียนได้มีหนังสือแจ้งคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนตกลงกันว่าจะให้รายหนึ่งรายใดเป็นผู้ขอจดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้นแต่ผู้เดียวตามมาตรา 24 แล้วถ้าผู้ขอจดทะเบียนรายอื่นยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ที่นายทะเบียนเห็นว่าเหมือนกับเครื่องหมายการค้าของผู้ขอจดทะเบียนเหล่านั้น หรือนายทะเบียนเห็นว่าคล้ายกับเครื่องหมายการค้า เช่นว่า นั้นจนอาจทำให้สาธารณชนสับสนหรือเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า สำหรับสินค้าจำพวกเดียวกัน หรือต่างจำพวกกันที่นายทะเบียนเห็นว่า มีลักษณะอย่างเดียวกัน ให้นายทะเบียนมีคำสั่งไม่รับคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า นั้น และมีหนังสือแจ้งคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนนั้นทราบโดยไม่ชักช้า โดยผู้ขอจดทะเบียนดังกล่าวมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียนต่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งของนายทะเบียนตามมาตรา 21 วรรคสองดังที่กล่าวมาแล้ว (มาตรา 26)

ฉ) ในกรณีที่มีผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกันสำหรับสินค้าจำพวกเดียวกัน หรือต่างจำพวกกันที่นายทะเบียนเห็นว่า มีลักษณะอย่างเดียวกัน ถ้านายทะเบียนเห็นว่าเป็นเครื่องหมายการค้าซึ่งต่างเจ้าของต่างได้ใช้มาแล้วด้วยกัน โดยสุจริต หรือมีพฤติการณ์พิเศษที่นายทะเบียนเห็นสมควรรับจดทะเบียน นายทะเบียนจะรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกันดังกล่าวให้แก่เจ้าของหลายคนก็ได้ โดยจะมีเงื่อนไขและข้อจำกัดอื่นตามที่นายทะเบียนเห็นสมควรกำหนดด้วยก็ได้ ให้นายทะเบียนมีหนังสือแจ้งคำสั่งนั้นพร้อมด้วยเหตุผลให้ผู้ขอจดทะเบียนและเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนแล้วทราบโดยไม่ชักช้า

ผู้ขอจดทะเบียนหรือเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้รับจดทะเบียนแล้วมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียนดังกล่าว ต่อคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่

ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งของนายทะเบียน โดยคำวินิจฉัยของคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าชั้นให้
เป็นที่สุด (มาตรา 27)