

## บทที่ 4

### ปัญหาเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันของไทย

#### 4.1 ความเป็นไปได้ของแหล่งภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความสำคัญต่อสินค้าต่างๆ เป็นอย่างมาก เพราะสามารถเป็นสิ่งที่ยอมรับประกันคุณภาพของสินค้าได้เป็นอย่างดี หากมีการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ จะทำให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้มากขึ้นซึ่งในส่วนของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย พ.ศ. 2546 ได้ให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยมีการพิสูจน์ถึงความสัมพันธ์ของสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์ แต่มิได้คำนึงถึงการขึ้นทะเบียนเพื่อคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน จึงทำให้ผู้บริโภคสับสนเข้าใจผิด เกี่ยวกับคุณภาพ ชื่อเสียงหรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน

โดยพระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย พ.ศ. 2546 ได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันเฉพาะสินค้าเฉพาะอย่างตามมาตรา 29

“ในกรณีที่สินค้าเฉพาะอย่างที่กำหนดในกฎกระทรวงมีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เหมือนหรือพ้องกันแต่เป็นสินค้าที่มีแหล่งภูมิศาสตร์ต่างกัน เมื่อมีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้านั้นแล้ว ให้การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในกรณีนี้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง” การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันของไทย

จะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนหรือพ้องกันที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ต่างกันเฉพาะสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น โดยมีข้อกำหนดในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน กรณีสินค้าทั่วไปที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือพ้องกันที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ต่างกันที่มีชื่อตำบลหรืออำเภอหน่วยการปกครองที่คล้ายกันและไม่สามารถหลบหลีกที่จะไม่ให้ใช้ชื่อที่เหมือนหรือคล้ายกันได้ สมมุติตัวอย่างเช่น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถปลูกมะม่วงได้ร่อยกว่ามะม่วงที่มาจากจังหวัดอื่น เนื่องจากดินในอำเภอดังกล่าวมีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การปลูกมะม่วง ผู้ปลูกมะม่วงในอำเภอดังกล่าวจึงมาขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “มะม่วงเฉลิมพระเกียรติ” สามารถขายได้ราคาดี เนื่องจากผู้บริโภคพึงพอใจในรสชาติ และเมื่อผู้บริโภคเห็นว่า

ละมุดติดผลากว่า “ละมุดเฉลิมพระเกียรติ” ผู้บริโภคก็ยินดีซื้อแม้ว่าจะมีราคาแพงกว่าละมุดธรรมดาทั่วไปก็ตาม ดังนั้น อาจจะเป็นไปได้ว่าผู้ปลูกละมุดในจังหวัดอื่น เช่น จังหวัดนครราชสีมา หรือ จังหวัดบุรีรัมย์ แต่บังเอิญอยู่ในอำเภอที่มีชื่อว่าอำเภอเฉลิมพระเกียรติเช่นเดียวกันและปลูกละมุดเช่นเดียวกันก็จะแสดงชื่อ “ละมุดเฉลิมพระเกียรติ” สำหรับสินค้าละมุดของตนด้วย จะเห็นได้ว่าการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันตาม ความเป็นจริงในแง่ของชื่อพื้นที่นั้นเป็นการกระทำที่เข้าลักษณะการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยการทำให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า เนื่องจากประชาชนหรือผู้บริโภคอาจเข้าใจว่าเป็นละมุดที่มาจากอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครราชสีมาและหากผู้ปลูกละมุดในจังหวัดอื่นซึ่งมีเขตทางภูมิศาสตร์ที่มีชื่อเดียวกันหรือคล้ายกันประสงค์จะขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เดียวกันหรือคล้ายกันนั้นเพื่อใช้สำหรับสินค้าของพื้นที่ของตน การขอขึ้นทะเบียนในกรณีนี้ก็ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อื่น เพื่อให้สามารถใช้กับสินค้าในแหล่งภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันนั้น ไม่มีบทบัญญัติในพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้กระทำได้ จึงทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในแหล่งภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันนั้นไม่ได้รับความคุ้มครอง ซึ่งกฎหมายที่มีบัญญัติไว้เฉพาะกรณีสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น

สำหรับกรณีที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับการยื่นคำขอ ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกัน ตามเลขที่คำขอ 47200001 วันที่ 27 สิงหาคม 2547 โดยมีคำขอขึ้นทะเบียน PISCO อักษรโรมันอ่านว่า “พิสโก” ซึ่งเป็นชื่อเมืองทางชายฝั่งตะวันตกของประเทศเปรู อันมีชื่อเสียงในฐานะที่เป็นแหล่งผลิตเหล้าองุ่น ในขณะที่เดียวกันก็มีคำขอของผู้ประกอบต่างราย ตามคำขอเลขที่ 50200030 วันที่ 11 มกราคม 2550 เพื่อขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “พิสโก” (PISCO) ซึ่งเป็นแหล่งผลิตเหล้าในประเทศชิลี<sup>1</sup> จะเห็นได้ว่าแหล่งภูมิศาสตร์ในคำขอขึ้นทะเบียนทั้งสองคำขอเป็นแหล่งภูมิศาสตร์ต่างกันแต่มีชื่อพ้องกัน ณ ปัจจุบัน กรมทรัพย์สินทางปัญญา还没有มีคำสั่งให้ประเทศชิลีจดทะเบียน PISCO เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ เนื่องจากมีปัญหาทางด้านข้อกฎหมายเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งก่อนหน้านี้กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้รับจดทะเบียน PISCO ของประเทศเปรูไปแล้ว

<sup>1</sup> กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. ใบคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกัน เลขที่ 47200001. วันที่ 27 สิงหาคม 2547.

## 4.2 ปัญหาจากความสับสนหรือเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพ ชื่อเสียงหรือคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน

จากที่ได้กล่าวไว้ในบทก่อน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์หรือ ชื่อ สัญลักษณ์ ที่ใช้ประกอบกับสินค้าเพื่อแสดงให้ผู้ซื้อหรือผู้ให้บริโภคได้ทราบว่าสินค้าที่มาจากแหล่งกำเนิดนั้นๆ มีคุณภาพ ชื่อเสียงและคุณลักษณะพิเศษ และตามบทบัญญัติการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มาตรา 25 กล่าวไว้ว่า

“เมื่อมีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าใดแล้ว ผู้ผลิตสินค้านั้นซึ่งอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้นดังกล่าว หรือผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้นมีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขึ้นทะเบียนกับสินค้าที่ระบุ ตามเงื่อนไขที่นายทะเบียนกำหนด”

ตามบทบัญญัติดังกล่าว จะเห็นว่า บุคคลที่สามารถใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขึ้นทะเบียนมี 2 กลุ่ม คือ ผู้ผลิตสินค้า ซึ่งมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว และผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้น และเมื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ใดได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว มาตรา 27 ยังมีบทบัญญัติ ว่า

“การกระทำต่อไปนี้ถือว่าเป็นการกระทำโดยมิชอบ” กล่าวคือ

1) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อแสดงหรือทำให้บุคคลอื่นหลงเชื่อว่าสินค้าที่มิได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าวซึ่งบุคคลที่ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประการนี้ คือการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าที่ไม่ได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ตัวอย่างเช่น การใช้ชื่อ “มะขามเพชรบูรณ์” กับมะขามที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่ หรือการใช้ชื่อ “ส้มโอนครชัยศรี” กับส้มโอที่มาจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

องค์ประกอบที่สำคัญของการกระทำที่เป็นความผิดตามบทบัญญัติในส่วนนี้คือ การกระทำดังกล่าวจะก่อให้เกิดผู้บริโภคหรือบุคคลอื่นหลงเชื่อว่าสินค้านั้นมาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ได้ระบุไว้บนฉลาก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทำให้ผู้บริโภคสับสนเข้าใจผิดว่าสินค้านั้นมาจากท้องถิ่นที่ได้ระบุไว้บนฉลาก ทั้งที่ความเป็นจริงสินค้านั้นไม่ได้มาจากท้องถิ่นนั้นแต่ประการใด

ดังนั้น หากมีการระบุข้อความอื่นที่จะช่วยให้ผู้บริโภคหรือบุคคลอื่นไม่สับสนเข้าใจผิดแหล่งที่มาของสินค้านั้น การกระทำนั้น (การใช้ชื่อท้องถิ่นบนฉลากสินค้าโดยที่สินค้านั้นไม่ได้มาจากท้องถิ่นนั้นจริง) ไม่ถือว่าเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยมิชอบ ตัวอย่างเช่นในกรณี

ข้างต้น หากมีการใช้ชื่อ “มะขามหวานเพชรบูรณ์” กับมะขามหวานที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่ แต่ได้มีการระบุไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นมะขามหวานที่มาจากจังหวัดเชียงใหม่ หรือปลูกในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นไม่ถือว่าเป็นการใช้ชื่อ “มะขามหวานเพชรบูรณ์” เป็นการกระทำโดยมิชอบ เพราะถือว่าผู้บริโภคหรือประชาชนไม่สับสนหรือเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้านั้น นอกจากนี้ การระบุว่า “มะขามประเภท/ชนิดเดียวกับมะขามหวานเพชรบูรณ์” ก็ถือว่าไม่ทำให้ผู้บริโภคหรือประชาชนสับสนหรือเข้าใจผิดแล้ว ดังนั้น การบัญญัติให้การกระทำในประการนี้เป็นความผิด จึงไม่ค่อยจะได้ผลในทางปฏิบัติเนื่องจากผู้ผลิตสินค้าจะใช้วิธีการดังกล่าวข้างต้นหลบเลี่ยงความรับผิดชอบตามมาตรฐาน โดยถือว่าการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของตนไม่ทำให้ประชาชนสับสนหรือเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้า

การกระทำในประการนี้ มักจะกระทำโดยที่ผู้ผลิตที่อยู่นอกแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุไว้ใน การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้านั้น หรือโดยผู้ประกอบการค้าที่จำหน่ายสินค้าที่คล้ายคลึงกับสินค้าที่ระบุไว้ใน การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากผู้ผลิตและผู้ประกอบการดังกล่าวต้องการแสวงหาผลประโยชน์จากชื่อนั้นให้แก่สินค้าของตน ซึ่งไม่มีชื่อเสียงเท่ากับสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นจริงๆ จึงเท่ากับเป็นการหาประโยชน์จากชื่อที่ตนไม่มีสิทธิใช้โดยไม่ชอบด้วยกฎหมายนั้น

2) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพชื่อเสียง หรือคุณลักษณะนั้นเพื่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการค้ารายอื่น<sup>2</sup>

การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประการนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยผู้ผลิตที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นหรือผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้น

โดยทั่วไปผู้ผลิตสินค้าและผู้ประกอบการสินค้านั้นจะเป็นผู้มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้านั้นโดยชอบด้วยกฎหมาย แต่ในกรณีที่ผู้ผลิตสินค้านั้นไม่ได้ผลิตสินค้าตามข้อกำหนดและวิธีการที่ได้ระบุในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้ผลิตนั้นก็จะมีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าว ดังนั้น การที่ผู้ผลิตสินค้าที่มีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ได้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนสำหรับสินค้าใด โดยไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดในการผลิตสินค้านั้น จะถือว่าเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นของสินค้านั้น เนื่องจากการผลิตสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้แล้ว ย่อมจะมีการควบคุม

<sup>2</sup> ธนพจน์ เอกโยคยะ. (2547) กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. วิทยุชน. หน้า 84-87.

คุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งทำให้สินค้านั้นมีลักษณะเฉพาะ ดังนั้นการไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ จึงเป็นการทำให้ลักษณะเฉพาะของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เมื่อมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าที่ไม่ได้ผลิตตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ จึงถือได้ว่าเป็นการหลอกลวงประชาชน และเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยมิชอบ

2.2) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยผู้ผลิตที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ที่มีชื่อป้องกันกับแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุไว้ในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ในกรณีนี้เป็นเหตุทำให้ประชาชนเกิดความสับสนเข้าใจผิดเกี่ยวกับคุณภาพชื่อเสียงหรือคุณลักษณะของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน สมมุติ ตัวอย่าง เช่น อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถปลูกละมุดได้ร่อยกว่าละมุดที่มาจากจังหวัดอื่น เนื่องจากดินในอำเภอดังกล่าวมีแร่ธาตุอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การปลูกละมุด ผู้ปลูกละมุดในอำเภอดังกล่าวจึงมาขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ละมุดเฉลิมพระเกียรติ” สามารถขายได้ราคาดีเนื่องจากผู้บริโภคพึงพอใจในรสชาติ และเมื่อผู้บริโภคเห็นว่าละมุดคิดฉลาดกว่า “ละมุดเฉลิมพระเกียรติ” ผู้บริโภคก็ยินดีซื้อแม้ว่าจะมีราคาแพงกว่าละมุดธรรมดาทั่วไปก็ตาม ดังนั้น อาจจะเป็นไปได้ว่าผู้ปลูกละมุดในจังหวัดอื่น เช่น จังหวัดนครราชสีมา หรือจังหวัดบุรีรัมย์ แต่บังเอิญอยู่ในอำเภอที่มีชื่อว่าอำเภอเฉลิมพระเกียรติเช่นเดียวกันและปลูกละมุดเช่นเดียวกันก็จะแสดงชื่อ “ละมุดเฉลิมพระเกียรติ” สำหรับสินค้าละมุดของตนด้วย กรณีเช่นนี้ ก็จะเป็นการกระทำที่เข้าลักษณะการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ทำให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าได้ เนื่องจากประชาชนผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นละมุดที่มาจากอำเภอเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช

อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่า กฎหมายใช้คำว่า “ทำให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพ ชื่อเสียง...” จึงอาจเกิดข้อโต้เถียงว่า จะต้องทำให้ประชาชนสับสนเข้าใจผิดทั้งในแหล่งภูมิศาสตร์และคุณภาพของสินค้า จึงจะเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มิชอบหรือไม่ ในกรณีนี้เห็นว่า ในทางทฤษฎีการทำให้สับสนเข้าใจผิดในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งก็น่าจะเป็นการเพียงพอแล้วที่จะทำให้การกระทำนั้นเป็นความผิด แต่อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติเมื่อแหล่งภูมิศาสตร์ที่เป็นแหล่งที่มาของสินค้าแตกต่างกันแล้ว คุณภาพของสินค้านั้นย่อมแตกต่างกัน ดังนั้นการใช้คำว่า “และ” แม้จะไม่เหมาะสมทางทฤษฎี แต่ก็ไม่น่าจะเกิดปัญหาในทางปฏิบัติ

แต่อย่างไรก็ตาม กฎหมายก็ได้กำหนดข้อยกเว้นไว้ว่า หากการกระทำดังกล่าวได้เกิดขึ้นมาแล้วตั้งแต่วันที่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นได้รับการขึ้นทะเบียน การกระทำดังกล่าวก็ไม่เป็นความผิดแต่ประการใดแม้ว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นได้รับการขึ้นทะเบียนภายหลัง ทั้งนี้เนื่องจากกฎหมายเล็งเห็นว่า มีผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าเป็นจำนวนมากที่ได้ใช้สิ่งบ่งชี้ทาง

ภูมิศาสตร์กับสินค้าของตน โดยหารู้ไม่ว่าการกระทำเช่นนั้นอาจจะเป็นความผิดได้ในอนาคต ดังนั้นจึงไม่เป็นการสมควรและไม่เป็นธรรมที่จะบัญญัติให้กฎหมายมีผลย้อนหลังไปทำลายอาชีพของคนเหล่านั้น

#### 4.3 วิเคราะห์จากพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 จากการเปรียบเทียบกับกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534

เครื่องหมายการค้าเป็นสิ่งที่ใช้เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์และชื่อเสียงทางการค้าของผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายและในขณะเดียวกันก็ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคเพราะผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ โดยดูจากเครื่องหมายการค้าที่ปรากฏอยู่ที่ตัวสินค้า ซึ่งจำกัดความของเครื่องหมายการค้า ในมาตรา 4 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ว่า “เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้เป็นที่หมาย หรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น” ซึ่งสิ่งที่จะเป็นเครื่องหมายการค้าได้นั้นจะต้องอยู่ภายใต้ความหมายของคำว่า “เครื่องหมาย” ซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 4 วรรคแรก เช่น ภาพ ถ่าย ตัวหนังสือ ตัวเลข รูปร่างหรือรูปทรงวัตถุ รูปร่างหรือกลุ่มสีของผลิตภัณฑ์ เช่น ขวด กลุ่มสีของ 7 Eleven ก็อาจนำมาจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ จึงอาจกล่าวได้ว่าหน้าที่หลักของเครื่องหมายการค้า คือ บ่งชี้ตัวสินค้า (Identify) ว่าเป็นของผู้ผลิตรายใด และแยกแยะตัวสินค้า (Distinguish) จากสินค้าผู้ผลิตอีกรายหนึ่ง การที่เครื่องหมายการค้าต้องมีหน้าที่บ่งชี้หรือแยกแยะตัวสินค้า กฎหมายจึงกำหนดว่าเครื่องหมายการค้าที่นำมาจดทะเบียนจะต้องมีลักษณะปะเฉพาะ กล่าวคือ มีลักษณะเด่นของเครื่องหมายการค้าที่แตกต่างไปจากเครื่องหมายการค้าอื่นสำหรับสินค้าในประเภทเดียวกัน ทั้งนี้ ก็เพื่อให้เครื่องหมายการค้าทำหน้าที่หลักได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้เครื่องหมายการค้ายังมีหน้าที่อื่นอีกด้วย เช่น หน้าที่บ่งบอกคุณภาพของสินค้า เป็นต้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และเมื่อพิจารณาในมาตรา 13 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มีบทบัญญัติ ห้ามมิให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกับเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วหรือคล้ายกันกับเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วจนอาจทำให้สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า ทั้งนี้ เมื่อปรากฏว่าเป็นการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าจำพวกเดียวกัน หรือต่างจำพวกกันที่นายทะเบียนเห็นว่า มีลักษณะอย่างเดียวกัน ห้ามมิให้นายทะเบียนรับจดทะเบียน ตามมาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไข

เพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 มาตรา 13 ดังกล่าว บัญญัติไว้ว่า “ภายใต้บังคับมาตรา 27<sup>3</sup> ในกรณีที่เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนนั้น นายทะเบียนเห็นว่า

(1) เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นที่ได้รับจดทะเบียนไว้แล้ว หรือ

(2) เป็นเครื่องหมายการค้าที่คล้ายกับเครื่องหมายของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วจนอาจทำให้ประชาชนสับสนหรือเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า

ถ้าเป็นการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับจำพวกเดียวกันหรือต่างจำพวกกันที่ นายทะเบียนเห็นว่ามียุทธศาสตร์เดียวกัน ห้ามมิให้นายทะเบียนจดทะเบียน”

ตาม (1) หากเป็นเครื่องหมายที่เหมือนกับเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นที่จดทะเบียนไว้แล้ว ไม่จำเป็นต้องพิจารณาว่าประชาชนจะเข้าใจสับสนเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือไม่ และถ้าผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายที่เหมือนกับเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของบุคคลอื่นสำหรับสินค้าจำพวกเดียวกัน กรณีนี้นายทะเบียนต้องห้ามมิให้จดทะเบียน แต่ถ้าเป็นการขอจดทะเบียนสินค้าต่างจำพวกหรือต่างชนิดกับที่จดทะเบียนไว้ก่อนแล้ว หากสินค้าต่างจำพวกนั้น นายทะเบียนเห็นว่าไม่มีลักษณะอย่างเดียวกัน ผู้ขอมีสิทธิขอจดได้ แต่ถ้านายทะเบียนเห็นว่ามียุทธศาสตร์เดียวกัน กฎหมายให้ดุลยพินิจนายทะเบียนที่อาจจะไม่รับจดทะเบียน โดยนายทะเบียนมีหลักพิจารณาว่าหากรับจดทะเบียนแล้วจะก่อให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดแก่ประชาชนว่าสินค้านั้นเป็นของเจ้าของเดียวกัน หรือมีแหล่งกำเนิดมาจากแหล่งเดียวกันหรือไม่ ตัวอย่าง สินค้าต่างจำพวก แต่มีลักษณะเดียวกัน เช่น จำพวกที่ 23, 24, 25 จำพวกที่ 23 เส้นด้ายดิบ และเส้นด้ายที่ใช้ทอในการทอหรือเย็บผ้า จำพวกที่ 24 ผ้าและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้อยู่ในจำพวกอื่น จำพวกที่ 25 เสื้อผ้ารองเท้า

ตาม (2) สำหรับเครื่องหมายที่คล้ายกันจนอาจทำให้สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า หลักการพิจารณาว่าคล้ายกันหรือไม่ ศาลจะพิจารณาภาพรวมของเครื่องหมายทั้งหมดและองค์ประกอบหลายอย่างเข้าด้วยกัน เช่น คุณลักษณะของเครื่องหมายค่านั้นคล้ายกันหรือไม่ เช่น ความคล้ายกันทางสายตา ความคล้ายกันทางเสียงเรียกขาน ความคล้ายกันทางความหมาย ดูการวางรูปรอยประดิษฐ์ ดูสำเนียงเรียกขาน คุณลักษณะเด่น และลักษณะสำคัญของเครื่องหมายการค้า หากมีการเลียนแบบในจุดเด่นหรือลักษณะเด่นที่ฟังว่าคล้ายกัน ปัญหาว่าคล้ายกันหรือไม่เป็นปัญหาข้อกฎหมาย คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1742/2527

<sup>3</sup> สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. เข้าถึงได้จาก: <http://web.krisdika.go.th/data/law/law2/%a447/%a447-20-9999-update.pdf>. (2012, March 29). (ออนไลน์).

วินิจฉัยว่า เครื่องหมายการค้าของ โจทก์เป็นตัวการ์ตูน มีหมวก ตา ปาก มือ เท้า และลำตัว ซึ่งดัดแปลงมาจากขวดน้ำมันพืชกึ่ง ส่วนเครื่องหมายการค้าของจำเลยเป็นรูปตุ๊กตาประติมากรรม มีหมวก ตา ปาก มือ เท้า และลำตัว มือขวาถือตะหลิวหงายขึ้น ทรงลำตัวเป็นรูปกระบอก โดยจำเลยลอกเลียนเอาจุดเด่นของรูปการ์ตูนที่ประติมากรรมของ โจทก์ไปดัดแปลงบางส่วน และเมื่อพิจารณาโดยรวมทั้งภาพของเครื่องหมายแล้วจะเห็นว่าเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายของ โจทก์อย่างเห็นได้ชัดถือว่าการลงสาธารณชน ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้านั้นๆ

ในส่วนของการวินิจฉัยและตัดสินคดี ศาลอาจจะดูข้อเท็จจริงเป็นเรื่องราวไป ซึ่งในการวินิจฉัยว่าเครื่องหมายคล้ายกันหรือไม่นั้น ศาลฎีกากำหนดคกฏเกณฑ์ในการพิจารณา ดังต่อไปนี้

- 1) การพิจารณาจากส่วนประกอบหลักหรือส่วนประกอบสำคัญ
- 2) พิจารณาลักษณะเด่นหรือสาระสำคัญของเครื่องหมายการค้า
- 3) พิจารณาเสียงเรียกขาน
- 4) คำเดียวกันแต่เขียนต่างกัน
- 5) คำต่างกันแต่เขียนให้คล้ายกัน
- 6) พิจารณาภาพรวมของเครื่องหมาย

ในการพิจารณาว่าเครื่องหมายการค้าเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นจนทำให้ผู้บริโภคหรือสาธารณชนสับสนเข้าใจผิดนั้น จะต้องพิจารณาส่วนประกอบทั้งหมดของเครื่องหมายการค้าทั้งหมดรวมกัน ผู้เขียนขอยกตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาคดีเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกันหรือคล้ายกันซึ่งการพิจารณาว่าเป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกันหรือไม่นั้น เป็นเรื่องที่ใช้ดุลยพินิจในการพิจารณา ดังนี้

1) ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 97/2512 การวินิจฉัยว่าประชาชนหลงเชื่อว่าเครื่องหมายการค้าอันหนึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าอีกอันหนึ่งหรือไม่นั้น ต้องพิจารณาถึงความรู้สึกของวิญญูชนทั่วไปมิใช่จากความรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

2) ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1138/2529 เครื่องหมายการค้าของโจทก์เป็นรูปหัวและคอม้าลายและคำว่าม้าลายกับตัวอักษรโรมันว่า HEAD ZEBRA ส่วนของจำเลยเป็นรูปม้าลายยืนทั้งตัวอยู่ในวงกลมและคำว่าตราม้าลาย ตัวอักษรโรมันว่า ZEBRA BRAND สาระสำคัญของเครื่องหมายการค้าของ โจทก์และจำเลยคือรูปม้าลาย ประชาชนผู้ซื้อสินค้าอาจเรียกว่า ตราม้าลายเมื่อใช้กับสินค้าชนิดเดียวกัน จะทำให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดในแหล่งผลิตได้

3) ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 5134/2531 เครื่องหมายการค้ารายหนึ่งจะเหมือนกันหรือคล้ายกันกับเครื่องหมายการค้าอีกรายหนึ่งจนถึงนับได้ว่าเป็นการลงสาธารณชน



หรือไม่ ต้องพิจารณาองค์ประกอบหลายอย่างเข้าด้วยกัน การที่จำเลยขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อใช้กับสินค้าประเภทเดียวกับสินค้าของโจทก์ คือสินค้าจำพวก 1 รายการสินค้าสีทาบ้าน สีพ่น สีพ่นรด ภาชนะใส่สีเป็นกระป๋องลักษณะเหมือนกัน สีของกระป๋องก็เป็นสีเดียวกัน ลักษณะการใช้เครื่องหมายการค้าประทับ เป็นตัวอักษร โรมันอยู่บนพื้นสีดำรูปสี่เหลี่ยมคางหมู และอยู่ทางส่วนบนของกระป๋องเหมือนกัน เครื่องหมายการค้าที่เป็นตราพวงมาลัยรถยนต์ของจำเลยก็อยู่ที่เดียวกับตราใบพัดลมของ โจทก์และอยู่บนพื้นที่ขาว รูปสี่เหลี่ยมคางหมูได้ตัวอักษร โรมันในลักษณะเดียวกันด้านตรงข้ามเครื่องหมายการค้าดังกล่าว จะมีพื้นสีขาวรูปคางหมูรีเหมือนกัน มีคำอธิบายเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเหมือนกัน ขนาดตัวอักษรเท่ากัน ฝากระป๋องก็มีลักษณะและสีพื้นสีเดียวกันมีรูปเครื่องหมายการค้าขนาดเท่ากันอยู่ตรงกึ่งกลาง มีอักษรภาษาไทยด้านล่างเหมือนกันว่า “คุณภาพเชื่อถือได้” จะต่างกันเฉพาะข้อความภาษาไทยว่า “สีเท็มโก้” กับ “สีเซฟโก้” และอักษร โรมัน “TEMCO” กับ “SEFCO” เท่านั้น ดังนั้นเครื่องหมายการค้าของจำเลยเหมือนกันหรือคล้ายกันกับเครื่องหมายการค้าของ โจทก์จนนับได้ว่าเป็นการลวงสาธารณชน

4) ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 4549/2533 เครื่องหมายการค้าของจำเลยเป็นรูปจระเข้มีตัวหนังสืออักษรไทยว่า แกรนด์ แสลม (GRAND SLAM) และตัวหนังสืออักษร โรมันว่า GRAND SLAM (แกรนด์ แสลม) ส่วนเครื่องหมายการค้าของ โจทก์เป็นรูปจระเข้ และมีตัวหนังสือ โรมันว่า LACOSTE (ลาคอสต์) แม้เครื่องหมายการค้าของจำเลยจะมีรูปจระเข้เป็นสาระสำคัญส่วนหนึ่งและอาจเรียกได้ว่าตราจระเข้เช่นเดียวกับเครื่องหมายการค้าของ โจทก์ แต่เครื่องหมายการค้าของ โจทก์มีตัวหนังสือ โรมันเป็นชื่อยี่ห้อสินค้าอ่านออกเสียงว่า ลาคอสต์ (LACOSTE) ประกอบด้วยจระเข้ยื่นือตัวหนังสือดังกล่าว ส่วนเครื่องหมายการค้าของจำเลยนอกจากตัวหนังสือ โรมันแล้ว ยังมีตัวหนังสือภาษาไทยอ่านได้ชัดเจนว่า แกรนด์ แสลม (GRAND SLAM) อยู่เหนือตัวหนังสือ โรมันด้วย อันเป็นการบอกให้ทราบแน่ชัดว่าสินค้าของจำเลยเรียกชื่อยี่ห้อว่า แกรนด์ แสลม (GRAND SLAM) ชื่อ ยี่ห้อ และการอ่านออกเสียงเรียกขานเครื่องหมายการค้าของจำเลยจึงแตกต่างจากของ โจทก์เป็นอันมาก ย่อมเป็นที่สังเกตของสาธารณชนทั่วไป และไม่ทำให้สาธารณชนทั่วไปที่ซื้อสินค้ายี่ห้อ แกรนด์ แสลม (GRAND SLAM) เข้าใจผิดว่าสินค้านั้นเป็นสินค้า ยี่ห้อ ลาคอสต์ (LACOSTE) ของ โจทก์

5) ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2196/2538 เครื่องหมายการค้าของ โจทก์และจำเลย ในส่วนของรูปกระทิง มีลักษณะการประดิษฐ์เหมือนกัน กล่าวคือ เป็นภาพลายเส้นรูปวัวกระทิงหัน ด้านข้าง ด้านหลังอยู่ลึกเข้าไป หันหน้ามาทางหน้า ยืนตัวตรง ยกขาซ้ายหน้า หางยาวผิดปกติโดย ยกขึ้นเป็นอักษรรูปตัว “S” คงต่างกันเฉพาะ เครื่องหมายการค้าของจำเลยเป็นรูปวัวกระทิงอยู่ภายในรูปสามเหลี่ยมด้านเท่า มีอักษร ไทยว่า “ตราวัวกระทิง” อยู่ใต้รูปวัวกระทิง ส่วนเครื่องหมาย

การค้าของโจทก์ไม่มีอักษรไทยและรูปสามเหลี่ยมดังกล่าว ดังนั้น ถือว่าเครื่องหมายการค้าทั้งสองมีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกัน อาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสนเข้าใจผิด ในเครื่องหมายการค้าได้

6) ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 5567/2548 เครื่องหมายการค้าของโจทก์เป็นรูปช้างอยู่ในรูปเฟือง ไม่มีปีก ส่วนของจําเลยเป็นรูปช้างมีปีก อยู่ในรูปเฟืองและคำว่าช้างบิน สำคัญของเครื่องหมายการค้าของ โจทก์และจําเลยคือรูปช้างอยู่ในรูปเฟืองเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างหลายประการคือ รูปช้างของ โจทก์ไม่มีปีก แต่รูปช้างของจําเลยอยู่ในท่าทะยานบิน ได้รูปมีอักษรคำว่าช้างบิน ขนาดใหญ่กำกับไว้ด้วย จะเห็นได้ว่ารูปลักษณะองค์ประกอบโดยรวมแตกต่างกัน สาธารณชนสามารถมองเห็นความแตกต่างนั้น ได้เมื่อพิจารณาถึงการเรียกขาน เครื่องหมายการค้าของ โจทก์อาจเรียกขานได้ว่า คราช้างหรือช้างในเฟือง แต่ของจําเลยอาจเรียกขานได้ว่าคราช้างบินหรือช้างบินในเฟือง จะเห็นได้ว่าเครื่องหมายการค้าของ โจทก์และจําเลยมีเสียงเรียกขานที่แตกต่างกัน สาธารณชนที่ได้เห็นหรือ ได้ยินเสียงเรียกขานย่อมเห็นและรู้ได้ว่าเครื่องหมายการค้าของจําเลยไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของ โจทก์ จนอาจทำให้สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า

7) ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 7936-7937/2547 เครื่องหมายการค้าของ โจทก์ คือคำว่า ทวิสต์ ในลักษณะประคิษฐ์ และคำว่า TWIST ในลักษณะประคิษฐ์ มีผู้คัดค้านว่าเครื่องหมายการค้าของ โจทก์ทั้งสองเครื่องหมายหรือคล้ายกับคำว่า TWISTER ที่ใช้กับสินค้าจําพวกที่ 30 รายการ ไอศกรีมหวานเย็น เครื่องหมายการค้าของ โจทก์จะเป็นตัวอักษรประคิษฐ์ขนาดของตัวอักษรเรียงลำดับจากตัวแรกที่มีขนาดใหญ่ที่สุด ไปจนถึงอักษรตัวสุดท้าย ซึ่งมีขนาดเล็กที่สุด แต่ของผู้คัดค้านเป็นตัวพิมพ์ใหญ่และขนาดเท่ากันทุกตัว เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วเครื่องหมายการค้าของ โจทก์และผู้คัดค้านมีอักษร 5 ตัวแรกเป็นสำคัญสำคัญเป็นตัวอักษรเดียวกันอ่านออกเสียง 2 พยางค์แรกเป็นเสียงเดียวกัน เพียงแต่ผู้คัดค้านมีอักษร ER ต่อท้ายอ่านว่า “เตอร์” เป็นพยางค์ที่ 3 เครื่องหมายทั้งสองเรียกขานจะเห็นว่าใกล้เคียงกันมาก บุคคลไม่คุ้นเคยภาษาต่างประเทศอาจไม่สังเกตถึงความแตกต่างได้ ประกอบกับสินค้าทั้ง 2 ฝ่ายใช้กับสินค้าจําพวกเดียวกัน จึงอาจทำให้สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดในความเป็นเจ้าของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าได้ ซึ่งในส่วนของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้ามีบทบัญญัติโดยตรงซึ่งห้ามมิให้รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้แล้ว (มาตรา 13)

ในเรื่องนี้จึงมีข้อพิจารณาว่าหากเราจะลอกเลียน มาตรา 13 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาใช้ในกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้หรือไม่ เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่าเหตุผลของเรื่องอาจจะไม่เหมือนกัน กล่าวคือ เครื่องหมายการค้าอันเป็นสิทธิของแต่ละบุคคลโดยแท้ (Individual Right) มิใช่เป็นสิทธิร่วมกันหรือสิทธิชุมชน (Community

Right) และไม่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ จึงไม่มีเหตุผลที่จะให้บุคคลใดนำเอาเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกันหรือคล้ายกันมาจดทะเบียนจนทำให้สาธารณชนสับสนเข้าใจผิดในตัวสินค้าได้ แต่สำหรับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิทธิร่วมกันหรือสิทธิชุมชนและเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับพื้นที่หรือแหล่งทางภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้อง จึงมิใช่เรื่องที่จะหลบหลีกมิให้ใช้ชื่อที่เหมือนกันหรือคล้ายกันได้ แต่เป็นเรื่องที่ต้องใช้ชื่อหรือสิ่งแทนชื่อทางภูมิศาสตร์ตามความเป็นจริง กฎหมายจึงน่าจะมิกลไกที่ให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในแหล่งภูมิศาสตร์ตามความเป็นจริงใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันได้ แต่อาจมีกลไกที่ไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสนเข้าใจผิด โดยการแสดงข้อความ โดยเพิ่มเติมใส่ชื่ออำเภอและจังหวัดเข้าไปในฉลากสินค้า

นอกจากนี้กฎหมายก็ควรให้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันได้เช่นเดียวกัน อันที่จริงแล้วแม้กระทั่งกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้ายังมีบทบัญญัติให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน สำหรับสินค้าประเภทเดียวกันได้ หรือต่างจำพวกกันที่นายทะเบียนเห็นว่ามิลักษณะเดียวกัน และหากต่างเจ้าของต่างใช้เครื่องหมายดังกล่าวโดยสุจริต จึงไม่น่าจะมีเหตุผลที่จะห้ามมิให้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน โดยสุจริตตามข้อเท็จจริงอันเป็นจริงเกี่ยวกับความพ้องกันของชื่อเมืองอันเป็นแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ

#### 4.4 ข้อวิเคราะห์จากกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับระบบความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ประเทศต่างๆ มีระบบความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันไป ผู้เขียนขอสรุปและวิเคราะห์มาตรการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากกฎหมายต่างประเทศ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 ประเทศ คือ ประเทศฝรั่งเศส ประเทศอินเดีย และประเทศสหรัฐอเมริกา

##### 4.4.1 วิเคราะห์จากกฎหมายของประเทศฝรั่งเศส

ประเทศฝรั่งเศสให้ความสำคัญคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้ง โดยระบบกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยเฉพาะและการคุ้มครองภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า ประเทศฝรั่งเศสให้ความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์เฉพาะและมีคุณสมบัติหรือชื่อเสียงที่ได้มาจากสถานที่ ที่เป็นแหล่งกำเนิดนั้นซึ่งโดยส่วนมากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะประกอบไปด้วย ชื่อของสถานที่ที่มีแหล่งกำเนิดของสินค้า ผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ที่มีคุณสมบัติมาจากสถานที่ที่ทำการเพาะปลูกและได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยเฉพาะของท้องถิ่น เช่น สภาพ อากาศ ดิน จะเห็นได้ว่าการใช้ชื่อสินค้ามักมีความสัมพันธ์กับพื้นที่ทาง

ภูมิศาสตร์ของประเทศฝรั่งเศสเป็นอย่างมาก ผู้ผลิตในประเทศฝรั่งเศสมักนำ “ชื่อทางภูมิศาสตร์” มาตั้งเป็นเครื่องหมายการค้า เนื่องจากเป็นชื่อที่จดจำได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าในชื่อของพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ไปด้วย เช่น ชื่อไวน์ Bordeaux โดยรสชาติของไวน์ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศของเมือง Bordeaux และภายใต้ความตกลงด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (TRIPS) ในกรอบ WTO ชื่อไวน์และสุราที่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์มีระบบคุ้มครองระดับระหว่างประเทศที่สูงกว่าสินค้าอื่นๆ ประเทศฝรั่งเศสจึงมีแนวคิดในการคุ้มครองสิทธิเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างเข้มงวดตามกฎหมายภายในประเทศ และกฎหมายระหว่างประเทศในฐานะสมาชิกของอนุสัญญากรุงปารีสว่าด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม ปี ค.ศ. 1883 ความตกลงกรุงมาดริดว่าด้วยการปราบปรามสิ่งบ่งชี้แหล่งที่มาของสินค้าที่ใช้ไม่ถูกต้องหรือปลอมแปลง ปี ค.ศ. 1891 และความตกลงกรุงลิสบอนว่าด้วยการคุ้มครองเครื่องหมายแหล่งกำเนิดและการจดทะเบียนระหว่างประเทศ ปี ค.ศ. 1958 และยังมีกฎหมายว่าด้วยสิ่งเรียกขานแหล่งกำเนิด กล่าวคือ Appellation of Origin คือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ชนิดพิเศษที่ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเฉพาะซึ่งมีอยู่เฉพาะตัว และขาดมิได้ อันเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่ผลิตภัณฑ์นั้น ได้รับการผลิตขึ้น ซึ่งตามกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศฝรั่งเศส ต้องประกอบไปด้วย

- 1) ชื่อทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ภูมิภาค หรือสถานที่ที่เป็นสิ่งระบุว่าเป็นผลิตภัณฑ์นั้นมีแหล่งกำเนิดมาจากสถานที่ดังกล่าว
- 2) คุณภาพ คุณสมบัติ หรือลักษณะเฉพาะของสินค้า อันเนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ รวมไปถึงปัจจัยทางธรรมชาติ และมนุษย์ด้วย

กฎหมายว่าด้วยสิ่งเรียกขานแหล่งกำเนิด (Appellation of Origin) เป็นบทบัญญัติทั่วไปที่มีวัตถุประสงค์ในการคุ้มครอง เพื่อระงับและปราบปรามการใช้ที่ไม่ถูกต้อง เพื่อความเป็นธรรมทางการค้าทั้งด้านเกษตรและอาหารรวมถึงอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังเป็นการวางรากฐานเพื่อการยอมรับความดั้งเดิมและคุณภาพสินค้า ซึ่งกฎหมายฉบับนี้มิได้ให้ความคุ้มครอง หรือกล่าวถึง Appellation of Origin โดยตรง เพียงแต่ระบุถึงลักษณะของการกระทำผิดกฎหมายเท่านั้น เช่น บทบัญญัติที่ว่า “ผู้ใดหลอกลวงหรือพยายามจะหลอกลวงคู่สัญญาเกี่ยวกับลักษณะ (Nature) รายละเอียด คุณภาพ องค์ประกอบ หรือหลักเกณฑ์ที่สำคัญของสินค้าในทางการค้าทั้งหมด หรือที่มาตามธรรมชาติ หรือความดั้งเดิม.....ต้องถูกลงโทษ”<sup>4</sup> กฎหมายการคุ้มครอง Appellation of Origin จะเน้นการคุ้มครองสินค้าเกษตร โดยบทบัญญัติเพื่อใช้แก้ปัญหาในการคุ้มครอง Appellation of Origin สำหรับสินค้าไวน์โดยเฉพาะเพื่อป้องกันมิให้สิ่งเรียกขานแหล่งกำเนิด กลายสภาพเป็นชื่อ

<sup>4</sup> ชนิตา ฉายิเนตร. (2548). *กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. หน้า 26.

สามัญ และยังเป็นกำหนัดห้ามการใช้ชื่อทางภูมิศาสตร์หรือสิ่งบ่งชี้ที่เป็นการแนะนำการใช้ต่อสินค้าที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ยกเว้นในกรณีที่มีชื่อถูกบัญญัติ โดยบทบัญญัติที่ใช้บังคับในอนาคตและยังเป็นกำหนัดห้ามใช้ชื่อแชมเปญในสินค้าประเภทยาสูบ ซึ่งถือเป็นการใช้สิ่งเรียกขานแหล่งกำเนิดผลิตภัณฑ์

จากกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือสิทธิที่เกี่ยวข้องในประเทศฝรั่งเศส พบว่าประเทศฝรั่งเศสให้ความสำคัญในการคุ้มครองสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากประเทศฝรั่งเศสมีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีชื่อเสียงเป็นจำนวนมาก และสินค้าที่สำคัญของประเทศมีลักษณะโดดเด่นของแต่ละพื้นที่เฉพาะตัว เช่น ไวน์ ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและเป็นสินค้าหลักของประเทศฝรั่งเศส กฎหมายการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นสิ่งสำคัญ จะสังเกตได้ว่ากฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นการคุ้มครองสินค้าเฉพาะอย่าง เช่น ไวน์ ซึ่งเป็นสินค้าเศรษฐกิจ ซึ่งบทบัญญัติในการคุ้มครอง สิ่งเรียกขานแหล่งกำเนิด (Appellation of Origin) ให้ความสำคัญเพื่อการควบคุมสิ่งเรียกขานแหล่งกำเนิด (Appellation of Origin) ในเขตแดน เพื่อป้องกันมิให้มีการใช้พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ผิดวัตถุประสงค์ เช่น หากมีการคุ้มครองโดยอนุมัติให้พื้นที่ดังกล่าวผลิตไวน์ เจ้าของพื้นที่ที่ได้รับการอนุมัติจะต้องใช้พื้นที่เฉพาะเพื่อการผลิตไวน์เท่านั้น ห้ามนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น จะเห็นได้ว่าอนุมัติจะต้องใช้พื้นที่เฉพาะเพื่อการผลิตไวน์เท่านั้น ห้ามนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์อื่น จะเห็นได้ว่ากฎหมายที่ให้ความสำคัญคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศฝรั่งเศสมีได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันในประเทศฝรั่งเศสอาจมีน้อยมากซึ่งต่างจากกรณีตามกฎหมายพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์พ.ศ. 2546 ของประเทศไทย

#### 4.4.2 วิเคราะห์จากกฎหมายของประเทศอินเดีย

ประเทศอินเดียเป็นหนึ่งในประเทศกำลังพัฒนาและเป็นเจ้าของความหลากหลายทางชีวภาพหรือเป็นศูนย์กลางความหลากหลายทางชีวภาพ เนื่องจากเป็นประเทศที่มีพื้นที่กว้างขวางมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูงและมีการกระจายอำนาจในรัฐต่างๆ ประเทศอินเดียให้คำนิยามเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวกับสินค้า หมายถึง สิ่งที่ใช้บ่งบอกตัวสินค้าว่าเป็นสินค้าทางการเกษตรสินค้าตามธรรมชาติหรือสินค้าที่ถูกผลิตขึ้นในแหล่งกำเนิด หรือถูกผลิตในอาณาเขตของประเทศ หรือในแหล่งดินแดนหรือสถานที่ในอาณาเขตแห่งหนึ่ง จนได้รับการยอมรับถึงความมีคุณภาพ ความมีชื่อเสียง หรือความมีคุณลักษณะของสินค้าเฉพาะอย่าง จนทำให้สินค้านั้นเป็นสินค้าประจำภูมิศาสตร์ ดินแดน หรือท้องถิ่นนั้น ที่ซึ่งกระบวนการผลิตหรือกระบวนการเตรียมการสินค้านั้นอยู่ หรือเกิดขึ้นในอาณาเขตภูมิประเทศนั้นด้วย และชื่อของสินค้าใด แม้จะไม่มีชื่อของอาณาเขตภูมิศาสตร์ หรือท้องถิ่นของประเทศประกอบอยู่ด้วย แต่ก็สามารถพิจารณาให้เป็นสินค้าที่มี

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของอาณาเขตนั้นได้ ถ้าสินค้าตัวนั้นได้ถูกใช้ หรือสินค้านั้นมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ โดยมีต้นกำเนิดมาจากประเทศดินแดนหรือท้องถิ่นนั้นด้วย

ประเทศอินเดียใช้กฎหมายเฉพาะในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงมีมาตราในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อไม่ให้ผู้อื่นนำไปใช้ประโยชน์โดยมิชอบด้วยกฎหมายหรือกระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิของผู้ได้รับการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยการลงทะเบียนการจดทะเบียนสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตามพระราชบัญญัติการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2542 The Geographical Indications of Goods Registration and Protection Act, 1999 และใช้กฎเกณฑ์การจดทะเบียนและการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2545 The Geographical Indications of Goods (Registration and Protection) Rules, 2002) และด้วยความที่เป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ เพื่อเป็นการป้องกันมิให้ผู้อื่นนำไปใช้โดยมิชอบอินเดียจึงได้ปรับปรุงกฎหมายภายในเพื่อคุ้มครองทรัพยากรชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีการปรับปรุงกฎหมายการคุ้มครองพันธุ์พืชและสิทธิเกษตรกร 2001 ซึ่งเป็นการให้ความคุ้มครองสิทธิเกษตรกร โดยเกษตรกรมีสิทธิที่จะเก็บพันธุ์พืชจากการเก็บเกี่ยวไปปลูกต่อได้ในฤดูถัดไป และยังสามารถขายเมล็ดพันธุ์ที่มีการจดทะเบียนคุ้มครองได้ตราบใดที่ไม่มีการนำพันธุ์ดังกล่าวไปจำหน่ายภายใต้ชื่อของสินค้าที่มีการคุ้มครอง เพื่อคุ้มครองภูมิปัญญาของเกษตรกรและแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกษตรกรควรจะได้รับจากการพัฒนาพันธุ์พืชใหม่ โดยในกฎหมายได้ระบุให้ผู้พัฒนาพันธุ์พืชต้องเปิดเผยข้อมูลทั้งหมดถึงแหล่งที่มาและแหล่งกำเนิดของพันธุ์พืชรวมทั้งรายละเอียดที่สมบูรณ์ของพันธุ์พืชที่ถูกปรับปรุงขึ้น นอกเหนือจากนี้ การคุ้มครองทรัพยากรชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นของอินเดียยังรวมถึงการแก้ไขกฎหมายสิทธิบัตรไปพร้อมๆ กันด้วย โดย The Patent Second Amendment Act Adopted in 2002 ได้บัญญัติเพิ่มเติมว่าคำขอสิทธิบัตรใดๆ นั้น ต้องเปิดเผยแหล่งที่มาของวัตถุดิบชีวภาพที่ใช้ในนวัตกรรมที่ยื่นขอรับความคุ้มครอง (Section 10) กฎหมายยังอนุญาตให้ผู้คัดค้านสามารถยื่นคัดค้านหากคำขอสิทธิบัตรไม่เปิดเผยข้อมูลหรือให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง เกี่ยวกับแหล่งหรือที่มาทางภูมิศาสตร์ (Geographical Origin)

จากการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศอินเดีย จะเห็นได้ว่าประเทศอินเดียให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วยกัน 2 ระบบ คือ ได้รับความคุ้มครองโดยอัตโนมัติอันเกิดจากการใช้ตามระบบกฎหมายจารีตประเพณี (Common Law) และมีการจดทะเบียนตามกระบวนการในการขอรับความคุ้มครองตามกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของอินเดีย จะเห็นได้ว่ากฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของอินเดีย จะเน้นไปที่การคุ้มครองทางชีวภาพเป็นหลัก แต่ถึงอย่างนั้น ยังมีบริษัทต่างประเทศฉกฉวยชื่อเสียงทางภูมิศาสตร์ของอินเดีย ไปใช้เกี่ยวกับข้าวบาสมาดิ (Basmati Rice) ภายใต้ชื่อการค้า คำว่า “บาสมาดิ” เป็นข้าวขาวเมล็ดยาวที่รู้จัก

ค่อนข้างแพร่หลาย ซึ่งคำว่า “ บาสมาติ” เป็นภาษาฮินดูมีความหมายคือราชินีแห่งความหอม โดย เช่น บริษัทไรซ์เทค บริษัทประเทศตะวันตก ได้ ผลิตยี่ห้อทางภูมิศาสตร์ โดยการใช้ชื่อพันธุ์ข้าว บาสมาติของอินเดีย เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าข้าวที่ตนจำหน่ายมีที่มาจากข้าวพันธุ์บาสมาติของ อินเดีย จากเหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นประเทศกำลังพัฒนารวมทั้งอินเดีย เสนอให้มีการทบทวน ความตกลงทริปส์ ในเรื่องนี้ใหม่ โดยให้มีการขยายความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปสู่สินค้า อื่นนอกเหนือจากไวน์และสุรา

นอกจากนี้ สหภาพยุโรปซึ่งได้รับการสนับสนุนจากประเทศกำลังพัฒนา ยังเสนอให้มีการ จัดทำระบบทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระหว่างประเทศ เพื่อใช้สำหรับการพิสูจน์ว่าชื่อใด เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการคุ้มครองและหากชื่อนั้น ได้ถูกขึ้นทะเบียนระหว่างประเทศ เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ชื่อนั้นจะได้รับการคุ้มครองในประเทศสมาชิก WTO ทุกประเทศโดย ทันที

#### 4.4.3 วิเคราะห์จากกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่มีระบบการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการเฉพาะแต่ กฎหมาย Lanham Act (United States Code, Title 15 – Trademarks, as last amended by Public Law No. 105-330, October 1998) จะกำหนดให้เครื่องหมายการค้าที่เป็นหรือประกอบด้วยสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์หรือระบุถึงแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า (Geographic Connotation) เป็นเครื่องหมายที่ไม่มี ลักษณะบ่งเฉพาะอันไม่สามารถรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ ซึ่งสิ่งที่ได้รับการคุ้มครอง ภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า ได้แก่ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และเครื่องหมายร่วม

โดยทั่วไปแล้วเครื่องหมาย หมายรวมรวมถึง คำ ชื่อ วลีหรือสัญลักษณ์ หรือสิ่งเหล่านี้ อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน ทั้งนี้ รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ หรือเสียงถือเป็น เครื่องหมายที่อาจขอรับการจดทะเบียนได้

เครื่องหมายการค้า หมายความว่า เครื่องหมายที่บุคคลได้ใช้หรือมีเจตนาโดยสุจริตที่จะ ใช้ในทางการค้ากับสินค้า เพื่อแสดงหรือระบุถึงความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวพันระหว่างสินค้าที่ใช้ เครื่องหมายการค้านั้นกับเจ้าของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายบริการ หมายความว่า เครื่องหมายที่บุคคลได้ใช้หรือมีเจตนาโดยสุจริตที่จะ ใช้ในทางการค้ากับบริการ เพื่อแสดงหรือระบุถึงความสัมพันธ์หรือความเกี่ยวพันระหว่างบริการที่ ใช้เครื่องหมายบริการนั้นกับเจ้าของเครื่องหมายบริการ

เครื่องหมายรับรอง หมายความว่า เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้หรือมีเจตนาโดยสุจริตที่จะใช้ เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด วัตถุประสงค์ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น

เครื่องหมายร่วม หมายความว่า เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้โดยสมาชิกในสมาคม หรือองค์กร หรือบริษัทในกลุ่มหรือเครือเดียวกัน

ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศสมาชิกของอนุสัญญากรุงปารีสว่าด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม ปี ค.ศ. 1883 ซึ่งมีได้มีการบัญญัติให้การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะ จะเห็นได้ว่ากฎหมายประเทศสหรัฐอเมริกาไม่ยึดติดกับการคุ้มครองสิทธิประเภทนี้โดยตรง และจากการศึกษาเกี่ยวกับกฎหมายของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีการใช้กฎหมายในการคุ้มครองสิทธิเพื่อให้ศาล ได้วางแนวทางเพื่อใช้เป็นการเพิ่มหรือลดระดับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือสิทธิที่เกี่ยวข้อง และเมื่อศึกษาถลกลงไปทำให้ทราบว่าประเทศสหรัฐอเมริกามีบทบัญญัติที่ใช้ในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือสิทธิที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ เช่น กฎเกณฑ์ว่าด้วยการใช้ Appellation of Origin ในสินค้าที่มีได้มีความดั้งเดิมจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ หลักการว่าด้วยเครื่องหมายการค้า กฎเกณฑ์ว่าด้วยการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นชื่อสามัญในสินค้า กฎเกณฑ์ว่าด้วยเครื่องหมายรับรอง กฎเกณฑ์ว่าด้วยฉลากและการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม แต่ไม่มีการให้ความคุ้มครองโดยตรงแต่อย่างใด มีเพียงหลักเกณฑ์การคุ้มครองที่ผ่อนปรนกล่าวคือสามารถใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นชื่อสามัญหรือชื่อกึ่งสามัญได้ ตลอดจนเนื้อหาจะเน้นไปที่การคุ้มครองผู้บริโภคจากการสับสนเข้าใจผิดในสินค้ามากกว่าที่จะคุ้มครองผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการดังเช่นในประเทศฝรั่งเศส

แต่อย่างไรก็ตามประเทศสหรัฐอเมริกาก็ยังมีกฎเกณฑ์เพื่อมิให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่จดทะเบียนเป็นเครื่องหมายรับรองกลายสภาพไปเป็นชื่อสามัญ โดยมีหน่วยงาน BATF (The Bureau of Alcohol Tobacco & Firearms) ทำหน้าที่ให้ความเห็นชอบเกี่ยวกับฉลากของไวน์ เบียร์ และสุรา และหน่วยงาน FTC (Federal Trade Commission) ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคจากการปฏิบัติในทางการค้าของผู้จำหน่ายสินค้า ซึ่งทั้งสองหน่วยงานทำหน้าที่ในการคุ้มครองผู้บริโภค และน่าจะเป็นหลักเกณฑ์ที่มีประสิทธิภาพต่อการให้ความคุ้มครองสิทธิลักษณะนี้ของประเทศสหรัฐอเมริกา และจากการศึกษาความตกลงการค้าเสรี ได้กำหนดหลักพื้นฐานให้ประเทศคู่ค้าให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าทุกชนิด โดยใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องหมายการค้า หรือนำเอาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้า ซึ่งหลักการดังกล่าวเป็นหลักกฎหมายเครื่องหมายการค้าของสหรัฐ ซึ่งจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เนื่องจากการใช้ชื่อ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายการค้าอันเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศอื่น



ในสหรัฐมีจำนวนมาก สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงกลายเป็นชื่อสามัญ (Generic Name) สำหรับสินค้าชนิดนั้นๆ ไปแล้ว ซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นก็ไม่สามารถนำมาจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้ แต่ผู้ประกอบการในประเทศสหรัฐอเมริกา นำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศอื่นที่ไม่ได้เป็นชื่อสามัญสำหรับสินค้าประเภทหนึ่งประเภทใดมาของจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า กรณีเช่นนี้ จะเห็นได้ว่ากฎหมายเครื่องหมายการค้าของประเทศไทยเปิดโอกาสให้มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องหมายการค้าได้ แม้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นจะได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายในประเทศอื่นก็ตาม ซึ่งหลักการดังกล่าวนี้มีความขัดแย้งกับหลักการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในความตกลง TRIPS และกฎหมายเครื่องหมายการค้า โดยความตกลง TRIPS ข้อ 22.3 ได้กำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องปฏิเสธไม่รับจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องหมายการค้า หากการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องหมายการค้า นั้นจะก่อให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดต่อสาธารณชนในทำนองเดียวกันตามมาตรา 8 (12) แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ก็ได้กำหนดหลักการทำนองเดียวกันว่าห้ามมิให้นายทะเบียนรับจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการจดทะเบียนตามกฎหมายเป็นเครื่องหมายการค้า แม้เงื่อนไขในการอนุญาตให้มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องหมายการค้าได้นั้นจะมีใช้บังคับ แต่เป็นเพียงบทบัญญัติที่ให้สิทธิแก่ประเทศคู่สัญญาเท่านั้น หากแต่ประเทศไทยยอมตกลงตามเงื่อนไขดังกล่าว ประเทศสหรัฐอเมริกาอาจใช้ช่องนี้บีบบังคับให้ไทยต้องแก้ไขหลักการ ในกฎหมายเครื่องหมายการค้าได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่ออย่างน้อย 2 ประการ กล่าวคือ

ประการแรก คือ ผู้ประกอบการในสหรัฐจะสามารถนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยไปจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนเข้าใจผิดในแหล่งกำเนิดของสินค้า และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยก็จะขาดความน่าเชื่อถือ

ประการที่สอง คือ กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยจะเป็นกฎหมายที่ขาดประสิทธิภาพในการใช้บังคับเพราะแม้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ใดจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย แต่บุคคลอื่นก็อาจนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นมาจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้ แม้ว่าสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า นั้นจะมีได้มีแหล่งที่มาจากพื้นที่อันเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นก็ตาม

จากการวิเคราะห์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากกฎหมายต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นประเทศฝรั่งเศส ประเทศอินเดีย และประเทศสหรัฐอเมริกา จะเห็นได้ว่าในแต่ละประเทศไม่มีกฎหมายตัวใดที่ใช้บังคับหรือให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันหรือพ้องกัน ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าในต่างประเทศมีชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันไม่มากนัก และหากนำมาเปรียบเทียบกับกฎหมายไทย กฎหมายพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่มีอยู่การคุ้มครองยังไม่เพียงพอเนื่องจากมิได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน

ในกรณีที่เป็นสินค้าทั่วไป ที่นอกเหนือจากสินค้าเฉพาะที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มีบทบัญญัติคุ้มครองเฉพาะสินค้าเฉพาะอย่างเท่านั้น เช่น ข้าว ไข่ ไวน์และสุรา

#### 4.5 แนวทางการดำเนินการกับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน: แนวทางการ/ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายไทย

พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย พ.ศ. 2546 เป็นกฎหมายที่ยังขาดความสมบูรณ์ครบถ้วนในเรื่องเกี่ยวกับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน อันทำให้เกิดความสับสนเข้าใจผิดในบรรดาผู้บริโภคสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกัน และเพื่อประโยชน์ของผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันและผู้บริโภคสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น ทางรัฐบาลไทยจึงสมควรแก้ไขและปรับปรุงพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ดังนี้ คือ

1. พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย พ.ศ. 2546 เป็นกฎหมายทางทรัพย์สินทางปัญญาที่มีความสลับซับซ้อนในเชิงปฏิบัติเป็นอย่างมาก ดังนั้น ควรจะมีกฎเกณฑ์และเงื่อนไขในการให้การคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของชุมชนที่เกี่ยวกับสินค้าที่ผลิตขึ้นที่เหมือนหรือพ้องกัน แต่มีแหล่งภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน เช่น การแสดงตราสัญลักษณ์ หรือการระบุแหล่งที่มาที่ชัดเจนในฉลากบนสินค้านั้นๆ

2. กฎหมายควรให้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกันได้ เช่นเดียวกัน ตามที่พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มาตรา 29 สำหรับสินค้าเฉพาะอย่างที่มีแหล่งภูมิศาสตร์เหมือนหรือพ้องกันแต่เป็นสินค้าที่มีแหล่งภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน การขึ้นทะเบียนให้เป็นไปตามวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ซึ่งในกรณีสินค้าทั่วไปที่เหมือนหรือพ้องกัน แต่มีแหล่งภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน ควรให้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้เช่นกัน ซึ่งอันที่จริงแล้วแม้กระทั่งกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้าก็ยังมีบทบัญญัติให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน สำหรับสินค้าประเภทเดียวกันได้ หรือต่างจำพวกกันที่นายทะเบียนเห็นว่าไม่ลักษณะเดียวกัน หากต่างเจ้าของต่างใช้เครื่องหมายดังกล่าวโดยสุจริต จึงไม่น่าจะมีเหตุผลที่จะห้ามมิให้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน โดยกฎหมายอาจจะมีกลไกที่ไม่ทำให้ผู้บริโภคสับสนเข้าใจผิดในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน ที่มีแหล่งภูมิศาสตร์ที่ต่างกัน ซึ่งเป็นความจริงเกี่ยวกับความพ้องของชื่อเมืองอันเป็นแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ