

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

เครื่องหมายการค้ามีบทบาทที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน โดยเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ๆ ได้มีการนำไปใช้กับสินค้าหลากหลายชนิด เครื่องหมายการค้ามีได้ทำหน้าที่เพียงเพื่อชี้ถึงแหล่งกำเนิดและความเป็นเจ้าของสินค้าอีกต่อไป ทั้งนี้เนื่องจากระบบเศรษฐกิจที่เติบโตจำนวนของผู้ผลิต และผู้บริโภคก็มากขึ้น ผู้บริโภคในปัจจุบันไม่อยู่ในฐานะที่จะทราบได้ว่าใครคือผู้ผลิตสินค้า เพราะเจ้าของเครื่องหมายการค้าอาจจะอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้าของตน หรือเจ้าของเครื่องหมายการค้าอาจจะให้บุคคลอื่นผลิตสินค้าโดยใช้เครื่องหมายการค้าของตน ในขณะที่ตามข้อเท็จจริงแล้ว ผู้บริโภคเองก็ได้ให้ความสาคัญว่าใครคือผู้ผลิตสินค้า สิ่งที่เป็นสื่อระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคจึงเป็นตัวเครื่องหมายการค้าโดยตรง กล่าวคือทางฝ่ายเจ้าของเครื่องหมายการค้า จะใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อบ่งบอกถึงคุณภาพของสินค้าและกรณีเป็นเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย เครื่องหมายการค้าจะทำหน้าที่ในการรับประกัน หรือรับรองคุณภาพสินค้า โดยไม่ว่าสินค้านั้นจะผลิตโดยผู้ใด หรือมาจากแหล่งใด หากเป็นสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันแล้ว ผู้บริโภคอาจจะสันนิษฐานได้เนื่อบื้องต้นว่าสินค้านั้นมีคุณภาพในระดับเดียวกัน สำหรับผู้บริโภค ผู้บริโภคใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อแยกแยะคุณภาพของสินค้าที่ต้องการ อันทำให้เครื่องหมายการค้าได้พัฒนาเป็นสิ่งที่บ่งชี้ลักษณะบ่งเฉพาะทางคุณภาพ (distinctive quality)

นอกจากนี้ เครื่องหมายการค้ายังมีบทบาทที่สำคัญในการโฆษณา และการส่งเสริมการขาย โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้ใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อเป็นสื่อในการโฆษณา เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถสังเกตและจดจำสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้ง่ายขึ้น และเพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงความมีอยู่ของสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า จากการใช้และการโฆษณา เครื่องหมายการค้ามาเป็นระยะเวลาหนึ่ง ท้าให้ผู้บริโภคสามารถจดจำเครื่องหมายการค้าได้

อันเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เครื่องหมายการค้าได้มาซึ่งค่านิยม และชื่อเสียง อย่างไรก็ดี นอกเหนือจากความรู้สึก ความนิยมของผู้บริโภคแล้ว ค่านิยมในเครื่องหมายการค้าจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้า โดยสินค้าที่มีคุณภาพดีจะสื่อไปถึงเครื่องหมายการค้า และจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเมื่อเห็นเครื่องหมายการค้าอันแจ่มแจ้งนั้น ดังนั้น การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ จึงทำให้ผู้บริโภคมีความพอใจในเครื่องหมายการค้า และได้ซื้อสินค้าเนื่องจากสินค้าดังกล่าวปรากฏเครื่องหมายการค้าเป็นอย่างดี และสามารถที่จะบ่งชี้ถึงลักษณะบ่งเฉพาะทางคุณภาพของเครื่องหมายการค้านั้น

อนึ่ง สิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ (symbol) และตัวแทน (represent) ของค่านิยม ก็คือเครื่องหมายการค้า เนื่องจากทั้งเจ้าของเครื่องหมายการค้าและผู้บริโภคนต่างก็สื่อถึงกันโดยการเข้าเครื่องหมายการค้าเป็นตัวกลางดังที่เด็กกล่าวมาข้างต้นแล้ว ค่านิยมในเครื่องหมายการค้าจึงมีความสำคัญ และมีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก การให้ความคุ้มครองแก่ค่านิยมในเครื่องหมายการค้าจึงเป็นเรื่องที่น่าจะพิจารณาและศึกษา

ในเอกสารการวิจัยเรื่องการให้ความคุ้มครอง เพื่อป้องกันการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม (Protection Against Unfair Competition) ซึ่งจัดทำโดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ในปี 1994 เอกสารการวิจัยดังกล่าวได้จัดทำขึ้นโดยการวิเคราะห์จากสถานการณ์ในปัจจุบันเกี่ยวกับเรื่องการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมในประเทศต่างๆ ทั่วโลก ได้แบ่งลักษณะของการกระทำอันเป็นการเข้าเครื่องหมายการค้า ที่นอกเหนือจากการกระทำอันเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าออกเป็น 2 ประเภทคือ การแข่งขันอันไม่เป็นธรรมในทางการค้า และการกระทำอื่น ๆ ซึ่งการกระทำอื่น ๆ นี้ได้รวมถึงการกระทำอันก่อให้เกิดการเสื่อมโทรม และการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าโดยมิชอบ จากการศึกษาและการรวบรวมข้อมูลประกอบกับในบางประเทศ มีการพัฒนาเรื่องดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน เช่น การพัฒนาแนวคิดเรื่องการเสื่อมโทรมของเครื่องหมายการค้า (Trademark Dilution) ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การเสื่อมโทรมของเครื่องหมายการค้า และการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าโดยมิชอบ เป็นเรื่องสำคัญที่สามารถจะพัฒนาเป็นแนวคิดที่จะนำมาใช้เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ค่านิยมในเครื่องหมายการค้าต่อไปในอนาคต

ดังนั้น ผู้วิจัยจึง ได้แบ่งแนวคิดในการให้ความคุ้มครองคำนิยามในเครื่องหมายการค้า ออกเป็นแนวคิดที่สำคัญ 3 แนวคิดด้วยกัน คือ การป้องกันการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าโดยมิชอบ และการป้องกันการเลื่อมทอนของ เครื่องหมายการค้า

1. แนวคิดเรื่องการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า (unfair competition)

เป็นแนวคิดในการให้ความคุ้มครอง เพื่อสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้าระหว่างผู้ประกอบการค้าด้วยกัน โดยห้ามมิให้พ่อค้ากระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งอันเป็นการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมทางการค้า เพื่อให้ผู้ที่ได้รับความเสียหายจากการแข่งขันดังกล่าวมีสิทธิที่จะฟ้องคดีเรียกค่าเสียหาย และขอให้ศาลออกคำสั่งห้ามคู่แข่งกระทำการอันไม่เป็นธรรมนั้นเสีย

1.1 ความแตกต่างของการละเมิดเครื่องหมายการค้ากับการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม

การละเมิดเครื่องหมายการค้า กับการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม มีแนวคิดที่เหมือนกันในบางประการ แตกต่างก็เป็นกฎหมายที่ห้ามมิให้บุคคลทำให้เกิดการเข้าใจผิดว่า สินค้าของตนเป็นสินค้า หรือธุรกิจของบุคคลอื่น อย่างไรก็ตามกฎหมายการแข่งขันอันไม่เป็นธรรมมีขอบเขตที่กว้างกว่า และครอบคลุมทุกอย่าง โดยอาจจะอธิบายถึงความแตกต่างได้ง่าย ๆ ได้ว่า

คำว่า " ละเมิด " เครื่องหมายการค้า เป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิด (violation) ในเครื่องหมายการค้าอันได้มาจากการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เช่น การทำซ้ำ การลอกเลียนแบบ การปลอมเครื่องหมายการค้า เป็นต้น

ส่วนคำว่า "การแข่งขันอันไม่เป็นธรรม" ครอบคลุมถึงการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย (wrongful acts) ในการแข่งขัน นอกเหนือจากการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้า เช่น การสร้างข้อมูลเท็จเกี่ยวกับสินค้าของคู่แข่ง เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดเกี่ยวกับสินค้าของคู่แข่ง หรือการสร้างข้อมูลเพื่อลดความน่าเชื่อถือของคู่แข่ง เป็นต้น

1.2 ลักษณะของการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม

การกระทำที่ถือว่าถือว่าเป็นการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม"ทางการค้ามีมากมายหลายรูปแบบ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ ๆ ด้วยกัน โดยพิจารณาจากผลของการกระทำอันได้แก่ *

ก. การกระทำที่ก่อให้เกิดการสับสนหลงผิด (Causing Confusion) อันได้แก่ ความสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดและความเป็นเจ้าของสินค้า (commercial source) ความสับสนหลงผิดว่า มีความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับเจ้าของเครื่องหมายการค้า โดยอาจจะเป็นบริษัทสาขา (affiliation) ของเจ้าของเครื่องหมายการค้า หรือความสับสนหลงผิดว่า เป็นสินค้าของบริษัทที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าให้การสนับสนุน (sponsorship)

ข. การกระทำอันก่อให้เกิดการเข้าใจผิด (Misleading) ได้แก่ การกระทำใด ๆ ที่ลวงให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด หรือทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ผิดเบี่ยงเบนจากความจริง

ค. การกระทำอันทำให้ความเชื่อถือของคู่แข่งทางการค้าลดลง (Discrediting Competitors) ได้แก่ การกล่าวเท็จใด ๆ เกี่ยวกับคู่แข่งทางการค้า อันน่าจะเป็นอันตรายต่อค่านิยมทางการค้า (commercial goodwill) และทำให้คู่แข่งเสื่อมเสียชื่อเสียง หรือผู้บริโภคลดความเชื่อถือในตัวคู่แข่ง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

* แบ่งตามเอกสารการวิจัยเรื่องการค้าที่คุ้มครองการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม ซึ่งจัดทำโดยองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ในปี 1994

2. แนวความคิดในการป้องกันการแสวงหาประโยชน์จากค่านิยมในเครื่องหมายการค้า

(Misappropriation Use of Trademark Goodwill) เป็นแนวความคิดในการป้องกันมิให้มีการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้อย่างไม่เหมาะสม เช่น การนำเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นไปใช้เพื่อเสริม ประดับ หรือประกอบกับเครื่องหมายการค้าของตน ซึ่งแม้จะมีได้มาเครื่องหมายการค้าดังกล่าวไปใช้เพื่อเป็นเครื่องหมายการค้า แต่การนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ดังกล่าวก็เป็นการแสวงหาประโยชน์จากค่านิยม ชื่อเสียงในเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นโดยมิชอบ

2.1 ลักษณะการกระทำอันเป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า

ลักษณะการกระทำอันเป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า สามารถแบ่งออกเป็นสองลักษณะใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ

2.1.1 การใช้ประโยชน์จากชื่อเสียงของบุคคลอื่น (exploitation of another's reputation) หรือการใช้ประโยชน์จากความสำเร็จของบุคคลอื่นโดยมิชอบด้วยกฎหมาย (Taking Undue Advantage of Another's Achievement) ได้แก่การกระทำใด ๆ อันเป็นการใช้ประโยชน์จากค่านิยม ชื่อเสียง และ เกียรติคุณในเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นโดยมิเสียค่าตอบแทน เช่น การนำเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง ไปใช้กับสินค้าอื่น ๆ ซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับสินค้าที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าได้จดทะเบียนไว้ ซึ่งเมื่อนำเครื่องหมายการค้าดังกล่าวไปใช้ จะทำให้ค่านิยม ชื่อเสียงที่ดีที่อยู่กับเครื่องหมายการค้าทาสหน้าทีในการดึงดูดผู้บริโภค แม้จะเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าโดยบุคคลอื่นที่มีใจเจ้าของเครื่องหมายการค้า การใช้ประโยชน์จากชื่อเสียงของบุคคลอื่นอาจเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ เช่น

ก). การใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นเพื่อประโยชน์แก่สินค้า หรือกิจการของตนเอง (capitalization) ได้แก่ การสร้างภาพพจน์ของสินค้าว่ามีส่วนเกี่ยวข้อง หรือมีความสัมพันธ์ทางใดทางหนึ่งกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง เช่น การใช้วิธีการโฆษณาที่คล้ายกัน เป็นต้น

ข). การใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นเพื่อช่วยในการดึงดูดผู้บริโภค (capture) เช่น การนำเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงมาใช้เพื่อประกอบกับเครื่องหมายการค้าของตนเพื่อให้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงทำหน้าที่ในการดึงดูดผู้บริโภค และเครื่องหมายการค้าที่นำมาใช้นี้จะทำให้สินค้าของผู้ใช้มีความได้เปรียบ หรือมีลักษณะเด่นที่ได้รับสนใจจากผู้บริโภคมากกว่าสินค้าชนิดเดียวกันของผู้ผลิตรายอื่น ๆ

2.1.2 การเลียนแบบความสำเร็จของบุคคลอื่น หรือการเลียนแบบความสำเร็จของบุคคลอื่นโดยไม่มีลักษณะสร้างสรรค์เป็นของตนเอง (slavish imitation) เช่น การผลิตสินค้าเลียนแบบสินค้าของบุคคลอื่นซึ่งประสบความสำเร็จทางการตลาด และใช้กับเครื่องหมายการค้าที่แตกต่างกับเครื่องหมายการค้าแรก

การกระทำอันมีลักษณะหนึ่งก็คือเป็นการเลียนแบบความสำเร็จของบุคคลอื่น ได้แก่ การกระทำอันเป็นปรสิต (parasitic acts) เช่น การส่งสินค้าตัวอย่างจากเจ้าของเครื่องหมายการค้า เพื่อเป็นต้นแบบในการผลิตสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง

2.1.3 การโฆษณาเปรียบเทียบ (comparative advertising) เป็นการนำเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นมาใช้ในการโฆษณาสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นการเปรียบเทียบในด้านบวก เช่น สินค้าของตนมีคุณภาพที่ดีกว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่นำมาเปรียบเทียบ หรือในด้านลบ เช่น การเปรียบเทียบว่าสินค้าของตนมีคุณภาพดีในระดับเดียวกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าที่นำมาเปรียบเทียบ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการนำเปรียบเทียบในด้านใด ย่อมเป็นการนำเครื่องหมายการค้ามาใช้อย่างไม่เหมาะสม และเป็นการแสวงหาประโยชน์จากค่านิยมในเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นโดยมิชอบ



2.2 กฎหมายการให้ความคุ้มครองการเอาเปรียบในทางการค้าและการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าโดยมิชอบ

กฎหมายที่นำมาให้ความคุ้มครองแนวคิดทั้งสอง เป็นกฎหมายในลักษณะเดียวกันโดยสามารถที่จะแยกออกได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

ก. การให้ความคุ้มครองโดยใช้กฎหมายพิเศษ (specific Legislation) เป็นการให้ความคุ้มครองภายใต้กฎหมายเฉพาะ (special statutes) เช่น ออกเป็นพระราชบัญญัติ หรือบัญญัติเป็นบทบัญญัติเฉพาะ (specific provisions within broader Statutes) นอกจากนี้ อาจจะเป็นการใช้กฎหมายเฉพาะร่วมกับกฎหมายทั่วไป เช่น การใช้บทบัญญัติในประมวลกฎหมายแพ่ง ร่วมกับ กฎหมายการเอาเปรียบคู่แข่งชั้นในทางการค้า

ข. การให้ความคุ้มครองโดยใช้หลักกฎหมายทั่วไปเรื่องละเมิด และ/หรือกฎหมายเกี่ยวกับการลวงขาย (passing off)

ในกลุ่มประเทศคอมมอนลอว์ ได้แก่ ประเทศในกลุ่มสหราชอาณาจักร ศาลจะนำหลักคอมมอนลอว์เรื่องการลวงขาย และการละเมิดความลับในทางการค้า มาใช้เพื่อให้ความคุ้มครองการเอาเปรียบคู่แข่งชั้นในทางการค้า นอกจากนี้ อาจจะมีการบัญญัติกฎหมายเพิ่มเติมแยกต่างหากในแต่ละกรณี เช่น การโฆษณาอันทำให้เข้าใจผิด การเปรียบเทียบราคา ลอตเตอรี่ เกมล์ และเบิ้ลต่าง ๆ โดยกฎหมายเหล่านี้จะให้ความคุ้มครองอย่างแยกเทศจากกฎหมายแพ่งและหลักคอมมอนลอว์

ส่วนการให้ความคุ้มครองการแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ โดยมากจะใช้หลักในเรื่องลวงขาย (passing off) ประกอบกับหลักเรื่องการสาแดงเท็จ (Misrepresentation) โดยถือว่า การที่บุคคลภายนอกได้นำเครื่องหมายการค้าดังกล่าวไปใช้ เป็นการแอบอิงแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบจากค่านิยมและชื่อเสียง ของเครื่องหมายการค้า และเป็นการกระทำอันมิชอบด้วยกฎหมาย

ค. การให้ความคุ้มครองโดยการรวมทั้งสองรูปแบบ กล่าวคือ การให้ความคุ้มครองโดย
ใช้หลักกฎหมายทั่วไปร่วมกับกฎหมายพิเศษ เช่น

ในประเทศสหรัฐอเมริกา การให้การเยียวยาเพื่อการป้องกันการเอาเปรียบทางการค้าจะเริ่มต้นจากกฎหมายของมลรัฐก่อน โดยผ่านคณะกรรมการการค้าแห่งมลรัฐ หรือใช้กฎหมายเครื่องหมายการค้าแห่งมลรัฐ (Lanham Act) มาตรา 43 (a) ซึ่งเป็นบทบัญญัติเกี่ยวกับการเสนอสินค้าอันทำให้เกิดการเข้าใจผิด และกฎหมายที่แยกต่างหาก เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายธุรกิจ พระราชบัญญัติ little FCT act

3. แนวคิดในการป้องกันการเสื่อมทอนของเครื่องหมายการค้า (Trademark Dilution) เป็นการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง หรือเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่กล่าวมีสิทธิที่จะห้ามบุคคลอื่นมิให้กระทำการอันจะทำให้เครื่องหมายการค้าของตนต้องเสื่อมเสียหรือเสื่อมทอน โดยจะให้ความคุ้มครองแม้จะไม่มีปรากฏความน่าจะสับสนหลงผิด หรือแม้ว่าจะการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้ใช้คนหลังจะ ไม่ก่อให้เกิดอาการเกิดความสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิด และความเป็นเจ้าของสินค้า

3.1 การเสื่อมทอนอาจเกิดขึ้นได้จากสาเหตุที่สําคัญ 4 ประการ คือ

ก. การที่ลักษณะเด่นเฉพาะของเครื่องหมายการค้าลดลงทีละน้อย (whittling away) การที่มีผู้ใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ทำให้สาธารณชนระสํกถึงลักษณะเด่นเฉพาะของเครื่องหมายการค้าน้อยลง เพราะกลายเป็นสิ่งทีพบเห็นบ่อย ๆ เครื่องหมายการค้าจึงลดความสามารถในการดึงดูดลูกค้าลง

ข. การแพร่กระจาย (dispersion) ของลักษณะเด่นเฉพาะของเครื่องหมายการค้า โดยทำให้ลักษณะเด่นเฉพาะนั้นขาดความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ค. การเสื่อมค่า (vitiatio) ของเครื่องหมายการค้า เนื่องจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่สามารถควบคุมคุณภาพของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าโดยมิได้รับอนุญาต จึงก่อให้เกิดการลดระดับทางคุณภาพของเครื่องหมายการค้า รวมตลอดถึงการเกิดภาพพจน์ในทางลบ

ง. การเสื่อมภาพพจน์ของเครื่องหมายการค้า การใช้เครื่องหมายการค้าโดยมิได้รับอนุญาตทำให้เกิดภาพพจน์ของเครื่องหมายการค้าเปลี่ยนแปลง หรือส่งผลในทางลบ ที่ให้ความนิยมลดลง

3.2 ลักษณะของการกระทำที่ก่อให้เกิดการเสื่อมทอนแก่เครื่องหมายการค้า

ก. การนำเครื่องหมายการค้าไปใช้และทำให้เกิดความเสื่อมเสีย (tarnishment) หรือลดคุณค่า (degrade) ของเครื่องหมายการค้าให้ตกต่ำลง

ข. การนำไปใช้โดยการทำให้เกิดการเลือนลวม (blurring) หรือทำให้เกิดความสามารถของเครื่องหมายการค้าในการบ่งชี้ถึงสินค้าลดลง (weakening)

ค. การนำไปใช้อันทำให้เกิดเครื่องหมายการค้าสูญเสียลักษณะบ่งเฉพาะ (loss of distinctiveness)

3.3 หลักเกณฑ์การให้ความคุ้มครอง

ก. ทฤษฎีการนำไปใช้อันก่อให้เกิดการเสื่อมทอน (Dilution Doctrine) โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงมีสิทธิที่จะห้ามบุคคลอื่นมิให้กระทำการอันจะทาให้เครื่องหมายการค้าของตนต้องเสื่อมลง แม้จะไม่สามารถกล่าวถึงความคล้ายคลึงกันของสินค้า

ข. ทฤษฎีการขยายขอบเขตความน่าจะเป็นที่สับสนหลงผิด (Expansion of Likelihood) โดยจะขยายขอบเขตการให้ความคุ้มครองแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้าในการปกป้องสิทธิใน



ศูนย์วิทยทรัพยากร

ธุรกิจของคนหรือสินค้าของคน โดยจะขยายขอบเขตในการ"ให้ความคุ้มครอง"ไปถึงสินค้า หรือ ธุรกิจที่ผู้บริภคสามารถคาดเดาได้ว่า เจ้าของ เครื่องหมายการค้าอาจจะมีส่วนเกี่ยวข้อง กล่าวคือ หากผู้บริภคสามารถคาดเดาได้ว่าธุรกิจหรือสินค้าดังกล่าว เจ้าของ เครื่องหมายการค้ามีความ เกี่ยวข้อง การ"ใช้"เครื่องหมายการค้ากับสินค้าที่กล่าวข้อมถือว่ามีความน่าจะ สับสนหลงผิดเกิดขึ้น

4. การ"ให้ความคุ้มครอง"คำนิยม"ในเครื่องหมายการค้าตามกฎหมายไทย

ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว"ในบทที่ 2 ว่า เครื่องหมายการค้าเป็นตัวแทน หรือเป็นสัญลักษณ์ ของคำนิยม การ"ให้ความคุ้มครอง"คำนิยม"ในเครื่องหมายการค้า จึงสามารถทำได้โดยการบงอ้ง มิให้มีการ"ใช้"เครื่องหมายการค้า การพิจารณาการ"ให้ความคุ้มครอง"คำนิยม"ในเครื่องหมาย การค้า ตามกฎหมายไทยอาจพิจารณาได้จากบทกฎหมายที่"ให้ความคุ้มครอง"แก่เครื่องหมายการค้า ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการนำกฎหมายไทยมา"ใช้"เพื่อ"ให้ความคุ้มครอง"แก่คำนิยมนั้นมีอุปสรรค"ในบาง ประการ อันได้แก่

4.1 กรณีเป็นการจดทะเบียน"เพื่อ"ใช้กับสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว (entirely different goods)

กฎหมายจะ"ให้ความคุ้มครอง"แก่เจ้าของ เครื่องหมายการค้า เฉพาะสินค้าชนิดหรือ จาพวกที่ได้จดทะเบียนเอาไว้เท่านั้น ดังนั้น การ"ให้ความคุ้มครอง"จึง"ให้ความคุ้มครอง" เฉพาะสิน ค้าที่เจ้าของ เครื่องหมายการค้าได้จดทะเบียนไว้ หรือกรณีเป็นการ"ใช้กับสินค้าที่เหมือนหรือคล้าย กันอันอาจจะก่อให้เกิดการสับสนหลงผิดเกิดขึ้น ดังนั้น การนำ เครื่องหมายการค้า ไปใช้กับสินค้า ชนิดอื่น จึงไม่ได้รับความคุ้มครอง ประกอบกับกฎหมาย เครื่องหมายการค้าไทยมิได้ระบุการ กระทำอันเป็นการละเมิด เครื่องหมายการค้าอย่างชัดเจน "นกรู้ดี" เจ้าของ เครื่องหมายการค้า จึงไม่อาจที่จะฟ้องผู้"ใช้" เครื่องหมายการค้าว่า"ละเมิด"ได้ เพราะ ไม่มีมาตราใด"แย้ง"ลัทธิ"แต่อย่าง"ใด และ เจ้าของ เครื่องหมายการค้าข้อม เมื่ออาจจะอ้าง ได้ว่าตนได้รับความเสียหาย เนื่องจากสินค้าของ ทั้งสองฝ่ายแตกต่างกัน

4.2 การปฏิเสธการรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ตามมาตรา 8 (11)

เท่าที่ปรากฏยังไม่เห็นหลักเกณฑ์ที่แน่นอน ในการพิจารณาความแพร่หลายของเครื่องหมายการค้า ดังนั้น จึงขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของนายทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นสำคัญ และอาจทำให้มีการรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่แพร่หลายได้

4.3 การฟ้องคดีเพื่อเพิกถอนทะเบียนเครื่องหมายการค้า โดยอาศัยมาตรา 61 นั้น

จะต้องปรากฏข้อเท็จจริงว่า สินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของโจทก์มีขายในประเทศไทยอย่างแพร่หลาย มาก่อนที่จำเลยจะได้รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ศาลจึงจะพิพากษาว่าโจทก์มีสิทธิในเครื่องหมายการค้าดีกว่าจำเลย ตามแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 1274/2501, 2586/2522, 1361/2527 และ 3688/2528 โจทก์ซึ่งเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีสินค้านำเข้าจำหน่ายในประเทศไทย มีโอกาสที่จะชนะคดีได้ยาก

4.4 การให้ความคุ้มครองเรื่องลวงขายตามมาตรา 46 วรรคสอง การให้ความคุ้มครอง

คุ้มครองตามหลักกฎหมายเรื่องลวงขาย ยึดถือหลักเกณฑ์เรื่องความสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดและความเป็นเจ้าของสินค้าเป็นสำคัญ โดยโจทก์จะต้องพิสูจน์ว่ามีการลวงขายสินค้า หรือจะต้องนำสืบให้ศาลเห็นว่า มีความสับสนหลงผิดเกิดขึ้น มิฉะนั้นแล้ว จะไม่ได้รับความคุ้มครองตามมาตรา 46 ตามแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 659/2495 , 1140/2501 และ 712/2500 อันทำให้การใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นโดยไม่ก่อให้เกิดความสับสนหลงผิด ไม่สามารถขอรับความคุ้มครองตามหลักเรื่องลวงขายได้และเป็นช่องทางให้มีการแสวงหาประโยชน์จากค่านิยม ชื่อเสียง และเกียรติคุณ ในเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นโดยมิชอบ

4.5 กรณีเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าโดยไม่ก่อให้เกิดความสับสนหลงผิด เนื่องจาก

การให้ความคุ้มครองตามกฎหมายไทย ยึดถือเกณฑ์เรื่องความสับสนหลงผิด ดังนั้น หากปรากฏว่าการใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวไม่ก่อให้เกิดความสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดหรือความเป็นเจ้าของสินค้าแล้ว การใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวย่อมกระทำได้ เช่น การนำเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นมาใช้เพื่อประกอบกับเครื่องหมายการค้าของตนเอง เป็นต้น

4.6 การให้ความคุ้มครองการละเมิดเครื่องหมายการค้า กฎหมายเครื่องหมายการค้าของไทย ไม่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการกระทำอันเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าโดยเฉพาะ ดังนั้น จึงต้องนำหลักเรื่องละเมิด ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 420 และ 421 มาใช้บังคับ ซึ่งการนำหลักกฎหมายดังกล่าวมาใช้ ซึ่งทำให้มีปัญหาในการตีความว่าการกระทำใดเป็นละเมิดหรือไม่ นอกจากนี้หลักดังกล่าวยังไม่สามารถนำมาปรับใช้ได้ในทุกกรณี เช่น กรณีมิได้เป็นการใช้เครื่องหมายการค้าค้ากับสินค้า หรือกรณีเป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าโดยมิชอบ รวมทั้งกรณีเป็นการเอาเปรียบคู่แข่งชั้นแนวทางการค้า

5. ข้อเสนอแนะในการนำแนวคิดในการให้ความคุ้มครองค่านิยมมาปรับใช้

จากการศึกษาในส่วนของกฎหมายต่างประเทศ จะเห็นได้ว่ากฎหมายเครื่องหมายการค้ามีแนวโน้มที่จะพัฒนาในทิศทางที่ให้ความคุ้มครองแก่ตัวเครื่องหมายการค้า และคุณค่าที่ซ่อนอยู่ในเครื่องหมายการค้า อันได้แก่ ค่านิยม และชื่อเสียง มากยิ่งขึ้น กล่าวคือ แนวคิด การให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้า จะเป็นการให้ความคุ้มครองเพื่อป้องกันมิให้สาธารณชนสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดและความเป็นเจ้าของสินค้าเป็นสำคัญ หรือป้องกันมิให้มีการวางขายสินค้าตั้งต้นกฎหมายที่ใช้เพื่อให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าจึงยึดถือหลักเกณฑ์เรื่องความสับสนหลงผิด กล่าวคือ หากปรากฏว่าการใช้เครื่องหมายการค้าก่อให้เกิดการสับสนหลงผิดแล้ว เจ้าของเครื่องหมายการค้าย่อมได้รับความคุ้มครอง

ต่อมา เมื่อเครื่องหมายการค้ามีบทบาทในการค้าในธุรกิจมากขึ้น ประกอบการทรคมนาคม และเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น เครื่องหมายการค้าเป็นกลไกในการค้าในธุรกิจ และช่วยให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จ เครื่องหมายการค้าหนึ่ง ๆ มิได้มีความแพร่หลายในประเทศใดประเทศหนึ่งเท่านั้น แต่จะเป็นการแพร่หลายที่ข้ามไปถึงในประเทศอื่น ๆ ด้วย มีการนำเครื่องหมายการค้ามาใช้กับสินค้าหลายชนิดหลายประเภท จำนวนผู้ผลิตและผู้บริโภคมากขึ้น ผู้บริโภคไม่อยู่ในฐานะที่จะทราบได้ และไม่เห็นความสำคัญว่า สินค้าผลิตโดยผู้ใด แต่จะมุ่งไปที่คุณภาพของสินค้า เครื่องหมายการค้าจึงมิได้ทำหน้าที่เพียงการบ่งชี้ถึงแหล่งที่มาเท่านั้น แต่เครื่องหมายการค้าจะทำหน้าที่ในการบ่งชี้ถึงคุณภาพของสินค้า (distinctive quality)

ประกอบกับการโฆษณาโดยการใช้เครื่องหมายการค้าเป็นสื่อ เครื่องหมายการค้าจึงทำหน้าที่ในการดำเนินกลไกทางการตลาด ความสำคัญของเครื่องหมายการค้าจึงมีมากขึ้น และในขณะที่เดียวกันการให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้า จึงผันตามความสำคัญและบทบาทของเครื่องหมายการค้า ดังเช่นที่ปรากฏในแนวคิดเรื่องการให้ความคุ้มครองการแข่งขันอันไม่เป็นธรรม การแสวงหาประโยชน์จากค่านิยมในเครื่องหมายการค้า และการเสื่อมทอนของเครื่องหมายการค้า ซึ่งแนวคิดที่กล่าวมามีได้อยู่บนหลักเกณฑ์เรื่องความสับสนหลงผิด ซึ่งทำให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าได้รับความคุ้มครองในกรณีที่มีการใช้เครื่องหมายการค้าโดยไม่รู้ตัวให้เกิดความสับสนหลงผิด

ผู้วิจัยเห็นว่า การเสื่อมทอนของเครื่องหมายการค้าเป็นแนวคิดที่อาจจะพัฒนาเป็นหลักเกณฑ์ในการให้ความคุ้มครองแก่ค่านิยมในเครื่องหมายการค้าที่สำคัญต่อไปในอนาคต เนื่องจากแนวคิดดังกล่าว เป็นแนวคิดที่มุ่งที่จะให้ความคุ้มครองแก่ตัวเครื่องหมายการค้า โดยไม่มีลักษณะความสับสนหลงผิด และเป็นแนวคิดที่จะทำให้เครื่องหมายการค้าคงคุณค่าและความสามารถในการบ่งชี้ถึงสินค้า หรือคุณภาพของสินค้า หรือคุณค่าในการโฆษณา ซึ่งมีความสำคัญต่อเจ้าของเครื่องหมายการค้าในการดำเนินธุรกิจ และเป็นแนวคิดในการให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าที่มีความสอดคล้องกับความสำคัญ และบทบาทของเครื่องหมายการค้าในยุคปัจจุบัน

ในปัจจุบัน ประเทศต่าง ๆ มีการยอมรับแนวคิดเรื่องการเสื่อมทอนของเครื่องหมายการค้า และได้พัฒนาแนวคิดดังกล่าวไปใช้ในรูปแบบต่าง ๆ กัน เช่น การให้ความคุ้มครองกรณีเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง ไปใช้กับสินค้าประเภทที่มิแข่งขันกันทางการค้า ดังที่ปรากฏในประเทศเวเนซุเอลา บราซิล ฝรั่งเศส เม็กซิโก อินเดนีเซีย ยูโกสลาเวีย

หรือในประเทศาบลิเวีย โคลัมเบีย เอกวาดอร์ และเปรู (Andean Pact Country) ซึ่งได้ประกาศใช้เป็นกฎหมาย คำสั่งที่ 312 (Decision 312 of Cartagena Agreement) อันเป็นบทบัญญัติที่ให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง นอกเหนือจากจําพวกสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว โดยมีเงื่อนไขในการบังคับใช้กรณีเป็นเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงระดับ

นานาชาติเครื่องหมายการค้าดังกล่าวจะได้รับความคุ้มครองก็ต่อเมื่อประเทศต้นกำเนิด (Home Country) ของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงมีบทบัญญัติที่ให้ความคุ้มครองแน่นอนเดียวกัน

ประเทศอังกฤษ เดนมาร์ก ฮอลแลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ และเบลเยียมต่างก็ให้การคุ้มครองเครื่องหมายการค้า (Anti-Dilution)

การนำแนวความคิดดังกล่าวมาใช้เพื่อให้ความคุ้มครองแก่ค่านิยมในเครื่องหมายการค้า ตามกฎหมายจึง เป็นสิ่งที่น่าจะพิจารณาเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะแนวความคิดดังกล่าวจะนำมาใช้ใน ดังนี้

5.1 การแข่งขันอันไม่เป็นธรรมในทางการค้า (Unfair Competition) กฎหมายไทยเราไม่มีบทบัญญัติเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองการเอาเปรียบคู่แข่งในทางการค้า การให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้า เป็นการนำหลักในเรื่องการลงขาย และหลักเรื่องละเมิดในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาใช้ ดังได้กล่าวไว้ในข้างต้น ดังนั้น การกระทำอันไม่เป็นธรรม หรือการเอาเปรียบคู่แข่งในทางการค้า จึง ไม่สามารถได้รับการบำบัดภายใต้หลักดังกล่าวได้ ผู้เขียนจึง เห็นว่าน่าจะมีการบัญญัติกฎหมายเรื่องดังกล่าวโดยเฉพาะ

5.2 ผู้เขียนได้เสนอแนะ ให้มีการนำแนวคิดในการป้องกันการแสวงหาประโยชน์จากค่านิยมในเครื่องหมายการค้ามาใช้ เพื่อป้องกันมิให้มีการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้อย่างไม่เหมาะสม หรือนำไปใช้ประโยชน์โดยมิชอบ โดยถือว่าการนำเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นไปใช้โดยมิได้รับความยินยอมนั้นเป็นการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย และเป็น การแอบอิงแสวงหาประโยชน์จากค่านิยม ชื่อเสียงและเกียรติคุณในเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น แม้ว่าจะเป็นการนำเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นไปใช้เพื่อประกอบ ประดับ ตกแต่ง หรือเสริมแต่งเครื่องหมายการค้าของตนเองก็ตาม และแม้จะเป็นการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้กับสินค้าที่มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง และไม่ก่อให้เกิดการสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดและความเป็นเจ้าของของเครื่องหมายการค้าก็ตาม

อนึ่ง หลักดังกล่าวสามารถนำมาปรับใช้ได้ โดยการพิจารณาตีความหลักกฎหมายใน มาตรา 421 ประกอบกับหลักสุจริตในมาตรา 5 กล่าวคือ การแสวงหาประโยชน์จากค่านิยม ชื่อเสียง และเกียรติคุณในเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น เป็นการใช้สิทธิโดยไม่สุจริต และ เป็นการใช้สิทธิซึ่งมีแต่จะให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่น

อย่างไรก็ตาม การนำแนวคิดเรื่องการให้ความคุ้มครองการแสวงหาประโยชน์จากค่านิยมในเครื่องหมายการค้า มีข้อนำพิจารณาถึงขอบเขตการกระทำที่จะถือว่าเป็นการแสวงหาประโยชน์จากค่านิยมในเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น อย่างไรจึงจะถือว่าเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น โดยมุ่งจะแสวงหาประโยชน์จากค่านิยมในเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น และการใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นจะไม่สามารถทำได้ในทุกกรณี หรือควรที่จะมีข้อยกเว้นหรือไม่

ผู้วิจัยเห็นว่า การใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นนั้นสามารถที่จะกระทำได้ แต่จะต้องกระทำภายในขอบเขต คือ มิได้กลายเป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น เนื่องจากการที่จะห้ามมิให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายการค้าโดยเด็ดขาดนั้น เป็นหลักที่มี ด้อิงอยู่บนพื้นฐานในการให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าตามกฎหมาย ซึ่งมุ่งที่จะให้ความ คุ้มครองแก่เจ้าของ เครื่องหมายการค้าสำหรับรายการสินค้า หรือจากวงสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ ดังนั้น ปัญหาในส่วนนี้ ก็คือ การพิจารณาว่า การใช้เครื่องหมายการค้าอย่างใดจึงจะถือว่าเป็น การแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นโดยมิชอบ

ตัวอย่างเช่น การโฆษณาสินค้ายารกยนต์ของเครื่องหมายการค้า Michelin ว่า ซึ่งโฆษณาว่า แม้แต่รกยนต์เบนซ์ยังเลือกใช้

ในกรณีนี้ เป็นการโฆษณาโดยกล่าวพาดพิงถึง เครื่องหมายการค้ารายอื่น ซึ่ง จะ เห็นได้ว่า แม้แต่ให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิด และความเป็นเจ้าของสินค้าอย่างแน่นอน เพราะมิได้เป็นการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ เพื่อชี้ถึงแหล่งกำเนิดสินค้า ขณะเดียวกันก็ได้เป็น

การลงขายสินค้า ดังนั้นจึงมีปัญหาว่า กรณีนี้จะกล่าวว่าการกระทำของเจ้าของ เครื่องหมายการค้า Michelin เป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า เบนซ์ ได้หรือไม่

ข้อเท็จจริงปรากฏว่า 'เนลสหรัฐอเมริกา บริษัท Michelin เป็นบริษัทผู้ผลิตยางรถยนต์ที่ประสบความสำเร็จอันดับ 1 และเครื่องหมายการค้า Michelin ก็เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง และสามารถที่จะดึงดูดหรือจูงใจนายสินค้าของตนเองได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องหมายการค้าเบนซ์ เพื่อช่วยในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าแต่อย่างใด 'ในทางตรงกันข้าม การโฆษณาดังกล่าวกลับจะเป็นการช่วยโฆษณาเครื่องหมายการค้า เบนซ์ เสียอีก เพราะเบนซ์ไม่ต้องเสียค่าเช่าจ่ายใด ๆ นอกจากนี้ การโฆษณาดังกล่าว อาจจะส่งผลดีต่อเครื่องหมายการค้า เบนซ์ โดยชื่อเสียงและค่านิยมในเครื่องหมายการค้า Michelin จะช่วยส่งเสริมการขายสินค้าของเครื่องหมายการค้าเบนซ์ โดยเฉพาะชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า Michelin 'ในด้านที่เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน มีความปลอดภัยสูงซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจมากขึ้น

ดังนั้น เมื่อมองจากกล่าวได้ว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้า Michelin ได้รับประโยชน์จากการใช้เครื่องหมายการค้าเบนซ์ และ ไม่ปรากฏว่ามีความสับสนหลงผิด หรือปรากฏว่าเครื่องหมายการค้า เบนซ์ได้รับความเสียหายต่อชื่อเสียงแต่อย่างใด การใช้ในกรณีนี้จึง ไม่อาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

ข้อนำพิจารณาอีกคือ การใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นโดยเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง ดังเช่นในกรณีของเครื่องหมายการค้า Michelin กับ เครื่องหมายการค้าเบนซ์ เป็นการยากที่จะกล่าวอ้างว่า ฝ่ายใดได้ประโยชน์มากกว่ากัน หรือเป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

'ในทางตรงกันข้าม หากเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นโดยเจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่ไม่เป็นที่รู้จัก (no name) ในกรณีจะเห็นได้ชัดกว่าว่ามี การแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น เพราะฝ่ายที่ไม่มีชื่อเสียงย่อมได้รับประโยชน์จากการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง เช่น ผู้ผลิตรายใหม่ผลิตถ่านนาฬิกา ใช้เครื่องหมาย

การค้า "ก" หมายความว่าถ้านาฬิกาของคนใช้ได้กับนาฬิกา SEIKO รุ่น..., OMEGA รุ่น... ฯลฯ
 "เนกรี้"นี้อาจพิจารณาได้ว่า เจ้าของเครื่องหมายการค้า "ก" ได้รับความเสียหายจากการใช้
 เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น โดยการอ้างถึง เครื่องหมายการค้ารายอื่นทำให้ผู้บริโภครู้จัก
 สินค้าเร็วขึ้น ทั้งๆ ที่เป็นผู้ผลิตรายใหม่

อย่างไรก็ตามเป็นเรื่องที่ยากจะพิสูจน์ได้ว่า การใช้เครื่องหมายการค้า "เนกรี้" ที่กล่าว
 เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่เป็นที่รู้จัก (no name) ได้รับความเสียหายจากการอ้างถึง
 เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นจริง เนื่องจากข้อเท็จจริงอาจจะปรากฏว่าผู้บริโภคมิได้เลือก
 ใช้สินค้าดังกล่าว เพราะการอ้างถึง และนอกจากนี้ การอ้างถึง "เนกรี้" ก็มีได้ทำให้เจ้า
 ของเครื่องหมายการค้าได้รับความเสียหายแก่ชื่อเสียงแต่อย่างใด ทั้งอาจจะ เป็นประโยชน์หาก
 มองว่า การอ้างถึงถึง เครื่องหมายการค้าอื่นดังกล่าว เป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค
 เพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่ใช้สินค้าของ
 เครื่องหมายการค้าที่อ้างถึง เพราะผู้บริโภคจะสามารถหาซื้อสินค้าที่นาฬิกาได้ง่ายและสะดวกขึ้น

ดังนั้น การพิจารณาว่าการใช้เครื่องหมายการค้าอย่างใดจึงจะถือว่าเป็นการแสวงหา
 ประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น จึงน่าจะพิจารณาถึงความมีชื่อเสียงของ เครื่อง
 หมายการค้าของทั้งสองฝ่าย เพื่อพิจารณาว่าฝ่ายใดได้รับความเสียหายหรือเป็นการแสวงหาประโยชน์
 จากเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นหรือไม่ ซึ่งหากปรากฏว่าเป็นเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อ
 เสียงเป็นที่รู้จักทั้งสองฝ่าย การจะกล่าวอ้างว่าฝ่ายใดได้รับความเสียหายย่อมจะหาได้ยาก ใน
 ทางตรงข้าม การใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงโดยเจ้าของ เครื่องหมายการค้าที่ไม่เป็นที่รู้จัก
 โอกาสที่จะถูกอ้างว่า เป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าของอีกฝ่ายหนึ่งย่อมมี
 ความเป็นไปได้ ในขณะที่เดียวกัน ก็พึงพิจารณาประกอบกับเรื่องอื่น ๆ อีกด้วย เช่น การพิจารณา
 ว่าการใช้ เครื่องหมายการค้าดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของ เครื่องหมายการค้าหรือไม่
 กล่าวคือ การใช้เครื่องหมายการค้าโดยบุคคลอื่นนั้น หากไม่ทำให้เจ้าของ เครื่องหมายการค้า
 ได้รับความเสียหายแล้วก็น่าจะหาได้ แต่หากปรากฏว่า เจ้าของ เครื่องหมายการค้า ได้รับความ
 เสียหายต่อชื่อเสียง เกียรติคุณ และค่านิยมในเครื่องหมายการค้าหรือธุรกิจแล้ว การกระทำดัง

กล่าว ม่น่าจะกระทำได้ และน่าจะพิจารณาว่าเป็นการแสวงหาประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า
ของบุคคลอื่น

5.3 ผู้เขียนได้เสนอแนะให้นำเอาแนวคิดในการป้องกันการเสื่อมทอน (dilution)
ของเครื่องหมายการค้ามาใช้เพื่อให้ความคุ้มครองแก่เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง หรือเป็นที่รู้จัก
แพร่หลาย ไม่ว่าเครื่องหมายการค้าดังกล่าวจะจดทะเบียนไว้หรือไม่ โดยแนวคิดดังกล่าวจะนำ
มาใช้เมื่อมีการนำเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงของบุคคลอื่นไปใช้ และก่อให้เกิดการเสื่อมทอน
หรือมีความเสียหายขึ้นแก่ตัวเครื่องหมายการค้า แม้จะ ไม่ปรากฏความสับสนหลงผิดเกิดขึ้น

ศาลอาจนำหลักดังกล่าวมาปรับใช้ได้โดยการพิจารณาตีความมาตรา 420 โดยถือว่า
ความเสียหายที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความเสื่อมเสีย การลดทอนคุณค่า หรือการสูญเสียลักษณะบ่ง
เฉพาะของ เครื่องหมายการค้า อันจะทให้เจ้าของ เครื่องการค้าได้รับการเยียวยา

นอกจากนี้ เนวนที่เกี่ยวกับการกำหนดค่าเสียหาย ตามมาตรา 438 แห่งประมวล
กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ซึ่งให้ศาลมีอำนาจในการกำหนดค่าเสียหาย ดังนั้น ศาลจึงอาจใช้ดุลยพินิจ
และพิจารณาถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเจ้าของ เครื่องหมายการค้า และตัวเครื่องหมายการค้า
เช่นการเสื่อมทอนการเสื่อมเสีย หรือการสูญเสียลักษณะบ่งเฉพาะของ เครื่องหมายการค้า โดย
คำนึงคุณค่าของ เครื่องหมายการค้า อันได้แก่ ค่านิยม ชื่อเสียง และเกียรติคุณ ในเครื่องหมาย
การค้า ซึ่งจะทให้เจ้าของ เครื่องหมายการค้าได้รับการเยียวยาที่เป็นธรรมและ เหมาะสมมากขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

