

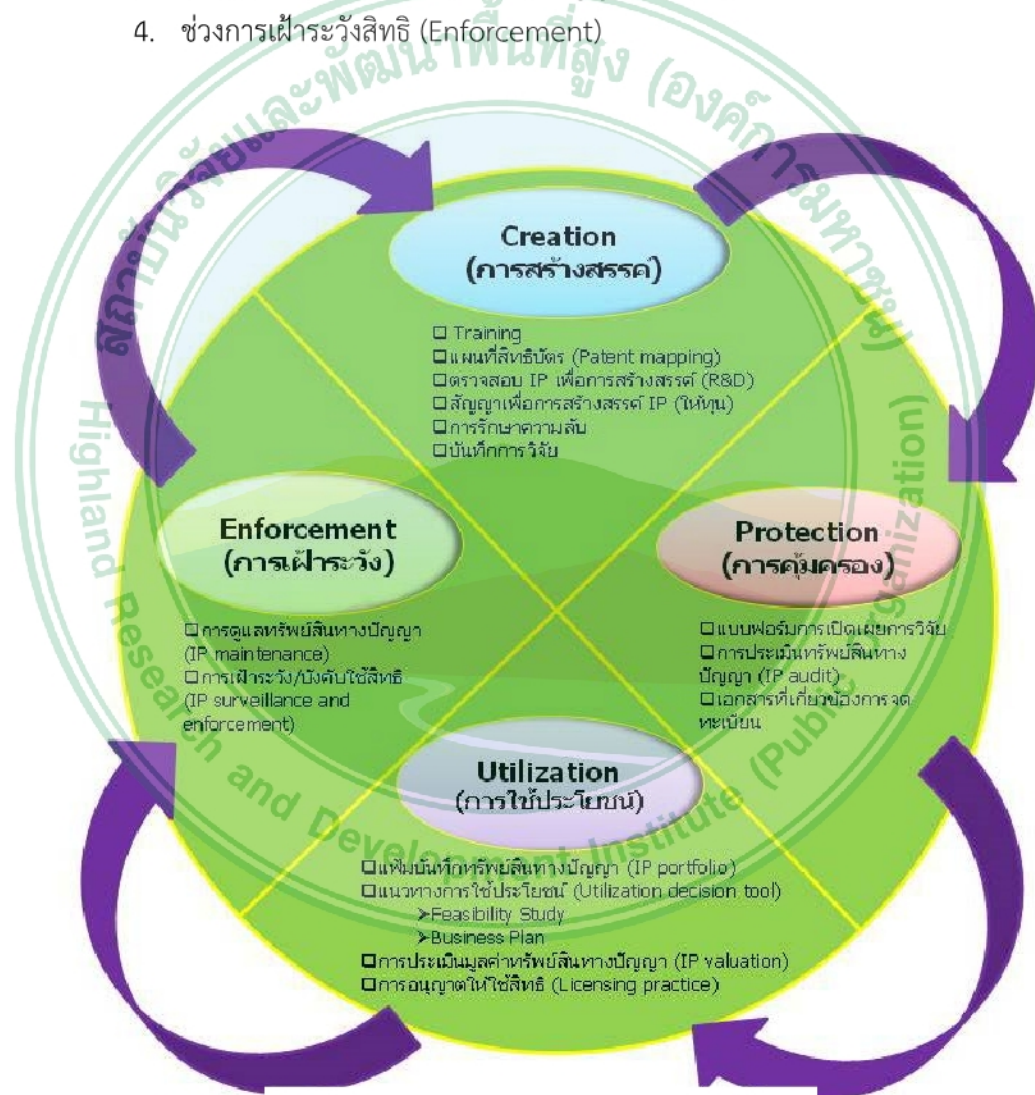
## บทที่ 2

### ทบทวนเอกสารและองค์ความรู้ในงานทรัพย์สินทางปัญญา

#### 2.1 แนวทางการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

เครื่องมือการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ตามวงจรการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

1. ช่วงการสร้างสรรคทรัพย์สินทางปัญญา (Creation)
2. ช่วงการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Protection)
3. ช่วงการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญา ( Utilization)
4. ช่วงการเฝ้าระวังสิทธิ (Enforcement)



ภาพ วงจรการสร้างสรรคทรัพย์สินทาง

1. ช่วงการสร้างสรรคทรัพย์สินทางปัญญา (Creation)

เน้นการอบรมให้ความรู้แก่นักวิจัยในด้านทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยและสิทธิต่างๆของชุมชน ที่สามารถจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาได้

## 2. ช่วงการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Protection)

ดำเนินการกระบวนการประเมินทรัพย์สินทางปัญญา (IP Audit) ก่อน เพื่อคัดแยกออกเป็นสามกลุ่ม คือ (1) องค์ความรู้/เผยแพร่ (2) มีศักยภาพสามารถวิจัยและพัฒนาต่อยอด (3) พร้อมจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาและนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

## 3. ช่วงการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญา (Utilization)

ศึกษาแนวทางการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา โดยใช้เครื่องมือศึกษาความเป็นไปได้ (Feasibility Study) และการทำแผนธุรกิจ (Business Plan) โดยดำเนินการเพื่อรักษาชั้นความลับของผลงานวิจัย และการฝึกอบรมฯ ซึ่งประกอบไปด้วย นักวิจัยเจ้าของโครงการ เจ้าหน้าที่ทรัพย์สินทางปัญญา และฝ่ายตลาด โดยหลักสูตรการศึกษาความเป็นไปได้นั้นจะใช้เวลา 3-5 วันแล้วแต่ความพร้อมของข้อมูล ซึ่งจะต้องมีการเตรียมข้อมูลสำหรับการฝึกอบรมพอสมควร

## 4. ช่วงการเฝ้าระวังสิทธิ (Enforcement)

เป็นขั้นตอนของการดูแลทรัพย์สินทางปัญญา และการเฝ้าระวัง/บังคับใช้สิทธิกรณีมีการละเมิดสิทธิ ซึ่งจะต้องใช้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาหรือนักกฎหมาย ในขั้นตอนนี้จะต้องมีการเตรียมการในทางเลือกไว้ว่าจะดำเนินการเองหรือจ้างหน่วยงานภายนอก

## 2.2 องค์ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา

จากการสังเคราะห์เอกสารและการเข้ารับการอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างๆ ในช่วงปีงบประมาณที่ผ่านมา สามารถสรุปรายละเอียดและความรู้ต่างๆ ได้ดังนี้

### 2.2.1 IP for SMEs ทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับผู้ประกอบการ

โดยมี ผศ.ดร. อัครวิทย์ กาญจนโอภาส ผู้อำนวยการอุทยานวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นวิทยากร มีรายละเอียด ดังนี้

#### 1) ทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญต่อการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) เป็นผลงานอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ซึ่งแสดงออก ในรูปแบบใดก็ตามทรัพย์สินทางปัญญานี้ อาจเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ดังเช่น ระบบ จอห์นที่ฝึก สถานที่ท่องเที่ยว หรือทฤษฎี ลิขสิทธิ์ นาฏกรรม ศิลปกรรม วรรณกรรม หรือ ความคิด แนวคิด การออกแบบลวดลาย กรรมวิธีและอื่นๆ ทรัพย์สินทางปัญญายังอาจปรากฏในรูปแบบที่จับต้องได้ เช่นการประดิษฐ์ สินค้าหรือสื่อรูปแบบอื่นที่จับต้องได้นอกจากนี้ ทรัพย์สินทางปัญญายังอาจรวมถึงความรู้ การค้นพบ หรือการสร้างสรรค์อีกด้วย เช่น สไตล์ การแต่งผม (hairstyles) หรือ men hairstyles จะเห็นได้ว่า ความหมายอย่างกว้างของทรัพย์สินทางปัญญานี้ เน้น ที่ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญของมนุษย์ โดยไม่ได้คำนึงถึงชนิดของการสร้างสรรค์ หรือวิธีการสร้างสรรค์หรือวิธีการในการแสดงออกแต่อย่าง ในปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทของทรัพย์สินทางปัญญาได้ดังนี้

○ ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม ได้แก่

- สิทธิบัตร (Patent)/อนุสิทธิบัตร (Petty Patent) หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ (Invention) การออกแบบผลิตภัณฑ์

(Product Design) หรือ ผลิตภัณฑอรรถประโยชน์ (Utility Model) ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด

- เครื่องหมายการค้า (Trademark) หมายถึง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์หรือตราที่ใช้กับสินค้า หรือบริการ ได้แก่ เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) เครื่องหมายบริการ (Service Mark) เครื่องหมายรับรอง (Certification mark) เครื่องหมายร่วม (Collective Mark)
- แบบผังภูมิของวงจรรวม (Layout - Designs Of Integrated Circuit) หมายถึง แผนผังหรือแบบที่ทำขึ้น เพื่อแสดงถึงการจัดวางและการเชื่อมต่อวงจรไฟฟ้า เช่น ตัวนำไฟฟ้า หรือตัวต้านทาน เป็นต้น
- ความลับทางการค้า (Trade Secrets) หมายถึง ข้อมูลการค้าที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป และมีมูลค่าในเชิงพาณิชย์เนื่องจากข้อมูลนั้นเป็นความลับ และการดำเนินการตามความสมควรเพื่อรักษาข้อมูลนั้นไว้เป็นความลับ
- ชื่อทางการค้า (Trade Name) หมายถึง ชื่อที่ใช้ในการประกอบกิจการ เช่น โกดัก พุจี เป็นต้น
- สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication) หมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์นั้น เช่น มีดอรัญญิก ส้มบางมด ผ้าไหมไทย แชมเปญ คอนยัค เป็นต้น
- ลิขสิทธิ์ (Copyright and Related Right) หมายถึง งานหรือความคิดสร้างสรรค์ สาขาวรรณกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม งานภาพยนตร์ หรืองานอื่นใดในแผนกวิทยาศาสตร์ลิขสิทธิ์ยังรวมทั้ง สิทธิข้างเคียง (Related Right) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Computer Program หรือ Computer Software) งานฐานข้อมูล (Data Base) คือ ข้อมูลที่ได้รับเก็บรวบรวมขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ด้านต่างๆ

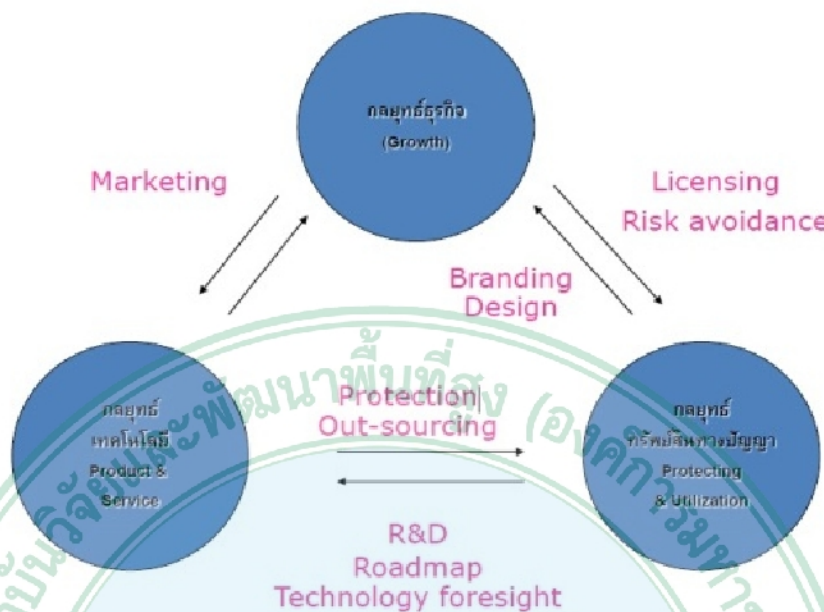
## 2) ความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาต่อการประกอบธุรกิจ

ทรัพย์สินทางปัญญามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจ หากผู้ประกอบการไม่มีความรู้ทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาก็เปรียบเสมือน “การเข้าสู่สนามรบทางธุรกิจโดยไม่มีอาวุธ” เนื่องจากองค์ประกอบทุกอย่างของธุรกิจล้วนแต่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น ผลิตภัณฑ บรรจุภัณฑ์ ฉลาก ยี่ห้อ เครื่องหมายการค้า ป้ายชื่อ กรรมวิธีการผลิต การวางแผนการตลาด การประชาสัมพันธ์ ฯลฯ ซึ่งหากผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา ก็จะสามารถกำหนดทิศทาง และกลยุทธ์ของธุรกิจได้ ทำให้ลดความเสี่ยง ความล้มเหลว ตลอดจนความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต และทำให้ธุรกิจนั้นๆสามารถแข่งขันในตลาดได้ดียิ่งขึ้น



### 3) กลยุทธ์ทรัพย์สินทางปัญญา

#### กลยุทธ์ทรัพย์สินทางปัญญา (IP strategy)



เนื่องจากในปัจจุบันการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา และนวัตกรรมมีความสำคัญกับธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง เพราะฉะนั้นการวางกลยุทธ์ทางธุรกิจก็ต้องคำนึงถึงการวางกลยุทธ์ทางทรัพย์สินทางปัญญา และกลยุทธ์ทางเทคโนโลยีควบคู่ไปด้วย เป็นวงจรเชื่อมโยงกัน ทั้งในด้านการตลาด การออกแบบแบรนด์ การขอใบอนุญาตต่างๆ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการปกป้องคุ้มครองเทคโนโลยีของตนเอง ตามภาพ เนื่องจากกลยุทธ์ทั้งสามส่วนจะสนับสนุน เกี่ยวโยงกันให้ธุรกิจดำเนินไปแบบมีทิศทางที่ถูกต้อง และสามารถเจริญเติบโตต่อไปได้

### 4) การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา

การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาเป็นการประเมินมูลค่าปัจจุบัน (Present Value: PV) ของทรัพย์สินทางปัญญานั้นๆ ซึ่งผู้ประเมินจะต้องระบุถึงวัตถุประสงค์ของการประเมินทุกครั้ง เช่น การประเมินเพื่อขอสินเชื่อ การประเมินเพื่อขาย เป็นต้น เนื่องจากวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันย่อมมีมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาที่แตกต่างกัน ผู้ประเมินควรระบุรายละเอียด วิธีการ ตลอดจนค่านิยามของการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาในเบื้องต้นให้ชัดเจน วิธีการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ได้แก่ การประเมินจากต้นทุน (Cost approach) การประเมินจากมูลค่าของตลาด (Market approach) การประเมินจากศักยภาพทางเศรษฐกิจ (Economic approach) หรือการใช้มากกว่า 1 วิธีร่วมกัน

### 5) กรณีศึกษาของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา

- ❖ บริษัท มาม่า ได้จ้างบริษัทในประเทศจีน ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์มาม่าในประเทศจีน แต่เมื่อบริษัทมาม่าต้องการที่จะเข้าไปตั้งโรงงานผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของมาม่าเองในประเทศจีน กลับพบว่าบริษัทซัพพลาย



เออ ที่มามีเคยจ้างผลิตกลับไปจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้าของมามีเอาไว้ก่อน ทำให้มามีไม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้าของแบรนด์ตนเองได้ ทำให้มามียกเลิกแผนที่จะเข้าไปผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในจีน ทำให้สูญเสียตลาดในประเทศจีน

- ❖ บริษัท แอปเปิ้ล ไม่สามารถใช้แบรนด์ iPad ในการจัดจำหน่ายในประเทศจีนได้ เนื่องจากบริษัทซัพพลายเออในประเทศจีน ไปยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายทางการค้า iPad ไว้ก่อนแล้ว ทำให้แอปเปิ้ลต้องยอมเสียเงินกว่า 60 ล้านดอลลาร์ เพื่อให้เครื่องหมายการค้าของตนเองในประเทศจีน

## 6) การประดิษฐ์ นวัตกรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

ในปัจจุบันโลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การทำธุรกิจไม่จำเป็นต้องอาศัยโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ที่ดิน การลงทุนก่อสร้าง คน ทรัพยากรธรรมชาติ เหมือนในอดีต เนื่องจากในปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารที่ง่าย และรวดเร็วขึ้น ทำให้โลกแคบลง และตลาดผู้บริโภคกว้างขึ้น ดังนั้น การทำธุรกิจในยุคปัจจุบันผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้เร็วขึ้น มองตลาดในอนาคตให้ออก อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองอยู่เสมอ มีการวิจัยและพัฒนาวัตกรรมใหม่ให้สามารถแข่งขันได้ ซึ่งมีตัวอย่างของบริษัทที่ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ จนต้องพบกับความล้มเหลว เช่น โกดัก ไม่เชื่อว่าการถ่ายภาพดิจิทัลจะเข้ามาแทนฟิล์มถ่ายภาพได้ จึงไม่มีนโยบายในการพัฒนากล้องดิจิทัล จนทำให้ในปัจจุบันโกดักต้องปิดตัวไป หรือในกรณีของโนเกียที่ไม่สามารถพัฒนาโทรศัพท์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จึงต้องเสียส่วนแบ่งการตลาดให้ iPhone และซัมซุง จนเสียตำแหน่งผู้นำตลาดไป

### 2.2.2 หลักสูตรสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์” ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

**หัวข้อที่ 1 กรณีศึกษาการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่กับ “บุญมีक्रमมือถือ”** โดยวิทยากร คุณกระรัต จุงศิริวัฒน์ เจ้าของผลิตภัณฑ์ “क्रमมือถือ”

“क्रमมือถือ” เป็นอุปกรณ์ขนาดเล็กสำหรับปรุงอาหารไทยด้วยวิธีบดหรือทุบเครื่องเทศให้แหลกก่อนนำไปปรุงอาหาร ที่ผสมผสานวัฒนธรรมการกินแบบไทยเข้ากับการใช้งานแบบโมเดิร์น เกิดจากการสังเกตเห็นชาวตะวันตกยุคใหม่ มักนำ Gadget (แกดเจ็ต) มาใช้ให้เกิดความสนุกสนานในการทำอาหาร ส่วนครัวไทย ทุกยุคจะมีลักษณะเด่นที่รสชาติและกรรมวิธีในการทำ เลยเกิดความคิดตั้งทั้ง 2 จุดนี้มาใช้ในการออกแบบ ภายใต้นแนวคิด เรียบง่าย สนุก และมีฟังก์ชัน (function) และเคยได้รางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบดี หรือ Design Excellence Award (DEmark) เมื่อปี 2013 และ รางวัล Good Design Award 2013 (G-mark) จาก Japan Institute of Design Promotion (JDP) โดยที่วิทยากรได้เล่าประสบการณ์+แรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการทำการตลาดของ “क्रमมือถือ” จนสามารถมีแบรนด์เป็นของตนเอง

**หัวข้อที่ 2 ความสำคัญของการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่กับธุรกิจ SME** โดยวิทยากร อาจารย์จักรกริช ฉิมนอก สังกัดสาขาศิลปกรรม สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

**ความหมายของผลิตภัณฑ์** คือ สิ่งใดๆที่นำเสนอแก่ตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นเจ้าของ การใช้ หรือการบริโภค ซึ่งสนองต่อความต้องการหรือความจำเป็นของผู้ซื้อให้ได้รับความพอใจ โดยผลิตภัณฑ์นั้น เป็นได้ทั้งที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้

ความสำคัญของการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน(ใหม่)กับธุรกิจ แบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ

- 1) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการขยายสายการผลิตโดยใช้กระบวนการผลิตที่มีอยู่ แต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อเพิ่มมูลค่า และขยายฐานลูกค้า
- 2) การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม
- 3) ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่
- 4) ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว
- 5) ผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่
- 6) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม
- 7) ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์

เมื่อผลิตภัณฑ์ถูกนำออกสู่ตลาด แสดงถึงการเริ่มต้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาที่ผ่านไปจะมียอดขายเพิ่มขึ้นมากบ้าง น้อยบ้าง เป็นการแสดงถึงการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์นั้น หากผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากตลาดเป็นอย่างดียอดขายจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เมื่อผู้ซื้อไม่ต้องการผลิตภัณฑ์นั้น ยอดขายจะตกต่ำลง ในที่สุดผลิตภัณฑ์นั้นก็จะหายไปจากตลาด แต่จะมีผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาสู่ตลาดแทนผลิตภัณฑ์เก่าที่ล้าสมัยซึ่งผู้ต้องการซื้ออีกต่อไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนหนึ่งอาจได้รับการต้อนรับจากตลาด แต่ผลิตภัณฑ์อีกหลายชนิดไม่สามารถเข้าสู่ตลาดจนลูกค้ายอมรับได้ ดังนั้นระยะเวลาที่ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะอยู่ในตลาดจึงไม่เท่ากัน เป็นการแสดงให้เห็นวงจรชีวิตที่สั้นหรือยาวของผลิตภัณฑ์ซึ่งคล้ายกับวงจรชีวิตของคนเรา และจะเกิดวงจรชีวิตใหม่ เข้ามาแทนที่วงจรเดิมอย่างนี้ตลอดไปเรื่อย ๆ วงจรใหม่ที่เกิดขึ้นอาจจะมาจากผลิตภัณฑ์ใหม่มีเทคโนโลยีสูงกว่า มีประสิทธิภาพดีกว่า หรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle) แบ่งได้เป็น

- ระยะที่ 1 เป็นระยะที่ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ระยะที่ 2 เป็นระยะที่แนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทสู่ท้องตลาด
- ระยะที่ 3 เป็นระยะเติบโต
- ระยะที่ 4 เป็นระยะที่ยอดขายผลิตภัณฑ์ถึงจุดสูงสุดและเริ่มอึมครึม
- ระยะที่ 5 เป็นระยะที่ยอดขายผลิตภัณฑ์ลดลง

การศึกษารายละเอียดของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์จะมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ การเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าหรือผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ช่วยให้สามารถวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้ถูกต้องและเหมาะสม

กรอบของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

- กำหนดเป้าหมายและขอบเขตของโครงการ
- รวบรวมแนวคิดสำหรับสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์
- คัดเลือกแนวคิดสำหรับผลิตภัณฑ์
- กำหนดรายละเอียดผลิตภัณฑ์
- รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

- ประเมินค่าใช้จ่ายและประเมินโครงการ
- สร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
- วิเคราะห์ความเป็นไปได้
- พัฒนาระบบการผลิต
- วิเคราะห์จุดวิกฤตของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต
- วางแผนการผลิตขั้นสุดท้ายและการตลาด
- ประเมินความเป็นไปได้อ้างอิงการตลาดและการผลิตขั้นสุดท้าย
- เตรียมความพร้อมนำเสนอผลิตภัณฑ์
- นำเสนอผลิตภัณฑ์สู่ตลาด

#### รูปแบบการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

- รูปแบบมาก่อนประโยชน์ใช้สอย
- ประโยชน์ใช้สอยมาก่อนรูปแบบ
- การตลาดมาก่อนการออกแบบ
- อารมณ์ความรู้สึกมาก่อนรูปแบบ
- รูปแบบนิยมความน้อย เรียบง่าย
- รูปแบบอนาคตกาล ใช้จินตนาการมาก

#### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

- มูลค่าตลาด
- โอกาสเติบโต
- สภาพการแข่งขัน
- ความชำนาญในตลาด
- ความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

**หัวข้อที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาและการบริหารจัดการ** โดยวิทยากร ดร.สรพรพรรณ วิทยาคัย ผู้จัดการหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและถ่ายทอดเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระบบ/กฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา มีขึ้นเพื่อให้สิทธิเด็ดขาดแก่ผู้สร้างสรรค์ในช่วงระยะเวลาหนึ่งในการแสวงหาประโยชน์จากการคิดค้นและพัฒนา โดยทั่ว ๆ ไปคนไทยส่วนมากจะคุ้นเคยกับคำว่า “ลิขสิทธิ์” และจะใช้เรียกทรัพย์สินทางปัญญาทุกประเภท โดยที่ถูกต้องแล้ว ในทางสากลทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property) และลิขสิทธิ์ (Copyright)

#### ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property)

หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรมต่าง ๆ ความคิดสร้างสรรค์นี้ อาจเป็นความคิดในการประดิษฐ์คิดค้น ซึ่งอาจจะเป็นกระบวนการหรือเทคนิคในการผลิตที่ได้ปรับปรุงหรือคิดค้นขึ้นใหม่ หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรมที่เป็นองค์ประกอบและรูปร่างของตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังรวมถึงเครื่องหมายการค้าหรือยี่ห้อ ชื่อและถิ่นที่อยู่ทางการค้า



รวมถึงแหล่งกำเนิดและการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมจึงสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

- สิทธิบัตร (Patent)/อนุสิทธิบัตร (Petty Patent)/สิทธิบัตรการออกแบบ (Industrial Designs)
- แบบผังภูมิของวงจรรวม (Layout - Design of Integrated Circuit)
- เครื่องหมายการค้า (Trademark)
- ความลับทางการค้า (Trade Secret)
- ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications)
- พันธุ์พืช

#### ลิขสิทธิ์ (Copyright)

หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวของผู้สร้างสรรค์ที่จะกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้นตามประเภทลิขสิทธิ์ที่กฎหมายกำหนด ได้แก่ งานวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ ไม่ว่างานลักษณะดังกล่าวจะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างใด นอกจากนั้น กฎหมายลิขสิทธิ์ยังให้ความคุ้มครองถึงสิทธิของนักแสดงด้วย

**หัวข้อที่ 4 การคุ้มครองสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยวิทยากร คุณดนัย เลี้ยงเจริญ** นักวิชาการตรวจสอบสิทธิบัตรชำนาญการ กรมทรัพย์สินทางปัญญา

แบบผลิตภัณฑ์ หมายถึงรูปร่างของแบบผลิตภัณฑ์ หรือองค์ประกอบของลวดลาย หรือสีของแบบผลิตภัณฑ์ อันมีลักษณะพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถใช้เป็นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมรวมทั้งหัตถกรรมได้ วิทยากรได้ยกตัวอย่างแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถจดสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้และไม่ได้ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเข้าใจถึงแนวคิดของการออกแบบผลิตภัณฑ์

**หัวข้อที่ 5 การสืบค้นสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยวิทยากร คุณดนัย เลี้ยงเจริญ** นักวิชาการตรวจสอบสิทธิบัตรชำนาญการ กรมทรัพย์สินทางปัญญา

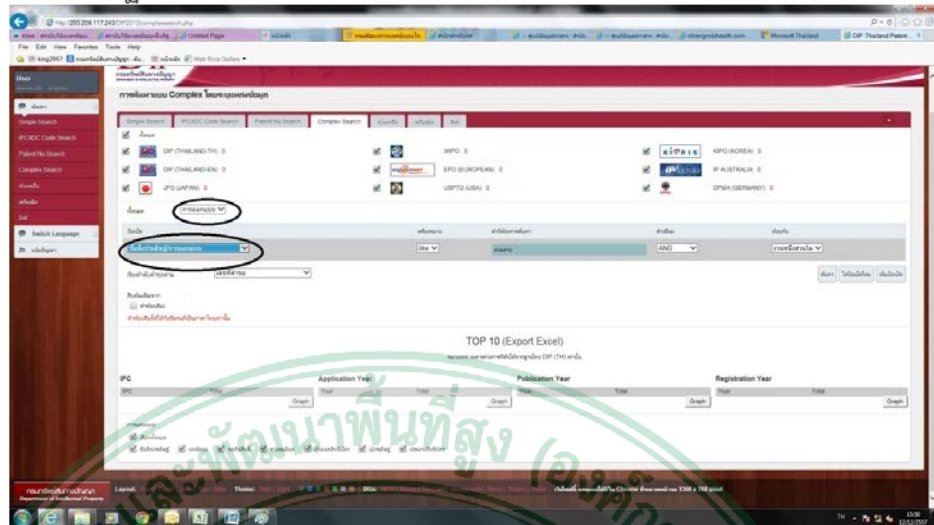
การสืบค้นสิทธิการออกแบบ จากระบบสืบค้นข้อมูลออนไลน์

<http://203.209.117.243/DIP2013/complexsearch.php>

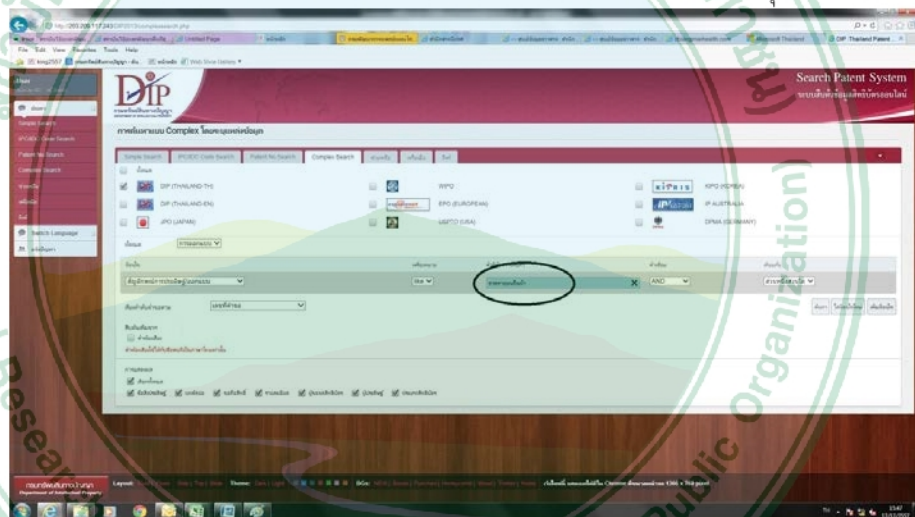
1) เข้าระบบสืบค้นสิทธิบัตรทั่วโลก



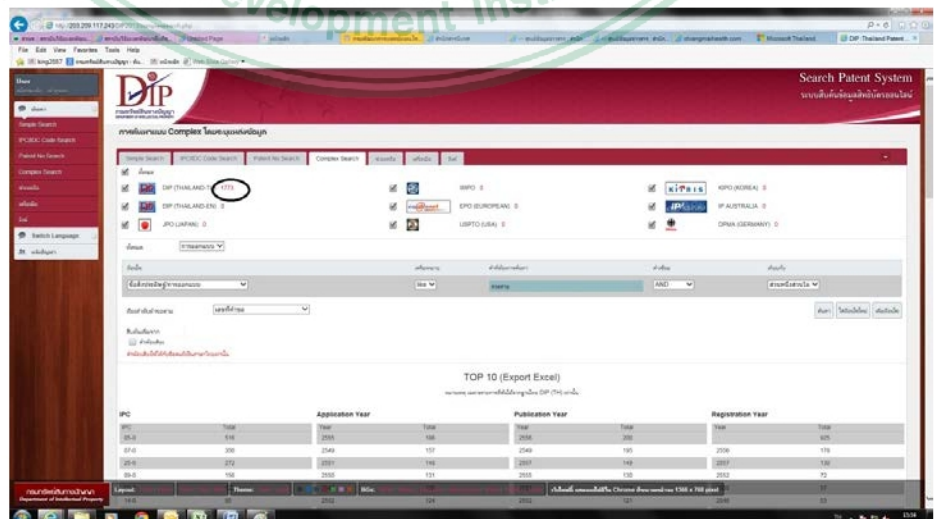
- 2) เลือกการค้นหาให้เป็น “ออกแบบ” ส่วนตรงเงื่อนไขให้เลือกเป็น “สัญลักษณ์การประดิษฐ์และออกแบบ”



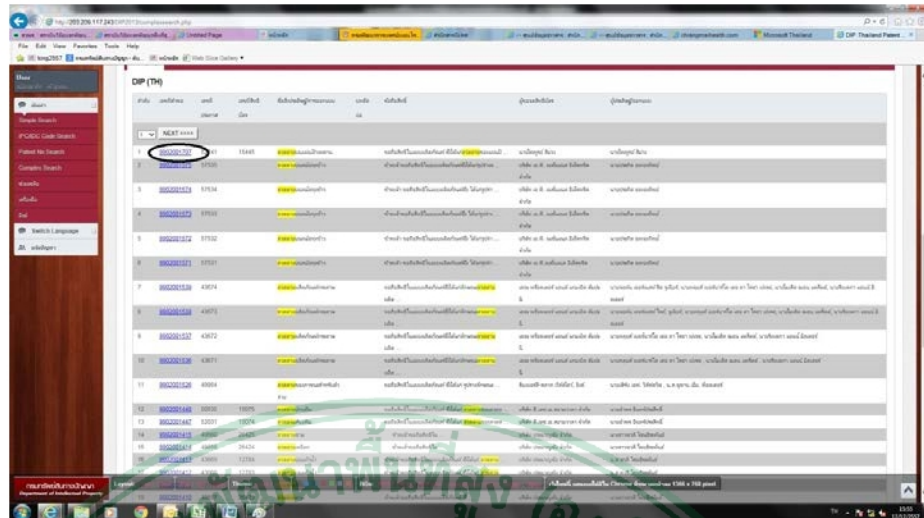
- 3) ใส่ชื่อสิ่งที่ต้องการค้นหา เช่น ลวดลาย ขวด ขนมห ฯลฯ จากนั้นกดปุ่ม ค้นหา



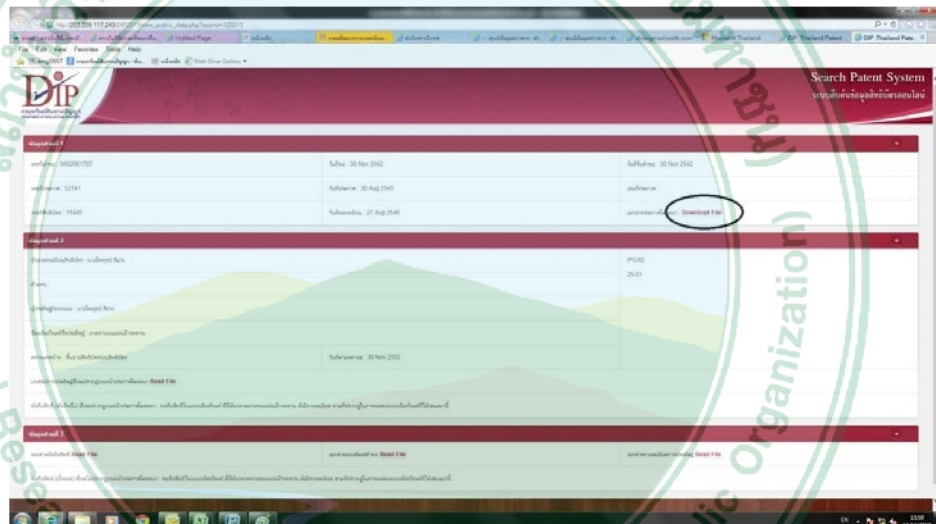
- 4) ผลลัพธ์ที่ได้จะแสดงออกมาเป็นตัวเลข ตามตัวอย่าง



5) เมื่อเลื่อนเมาท์ลงไปด้านล่าง จะพบสิทธิบัตรการออกแบบ ตามตัวอย่าง



6) เมื่อคลิกเข้าไปในแต่ละสิทธิบัตร จะมีช่องให้ดาวน์โหลดเอกสาร ตามตัวอย่าง



หัวข้อที่ 6 การจัดเตรียมภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ตามหลักวิชาการเขียนแบบ โดย วิทยากร คุณดนัย เลี้ยงเจริญ นักวิชาการตรวจสอบสิทธิบัตรชำนาญการ กรมทรัพย์สินทางปัญญา

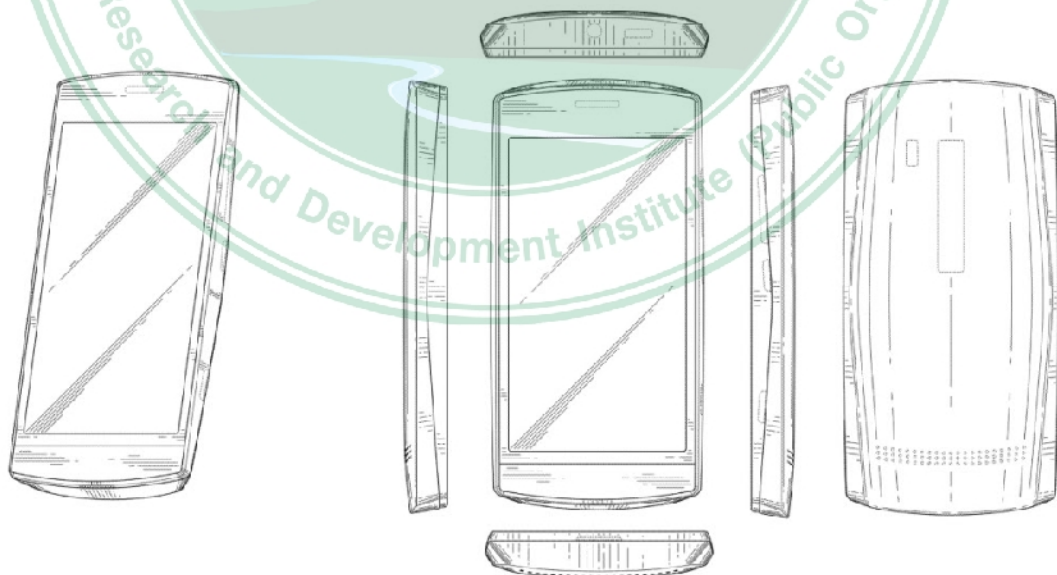
1. ผู้ประกอบการสามารถกรอกแบบฟอร์มคำขอรับสิทธิบัตร แบบสป/สผ/อสป/001-ก จำนวน 2 ชุดกรอกข้อมูลให้ครบถ้วน
2. ข้อถือสิทธิ ควรระบุว่าการถือสิทธิในส่วนใด ได้แก่รูปร่าง ลักษณะ ลวดลาย หรือสีของผลิตภัณฑ์ โดยชัดเจนและสอดคล้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ และระบุข้อถือสิทธิเพียงข้อเดียว ตามตัวอย่างเช่น “ข้อถือสิทธิในแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งได้แก่ รูปร่าง ลักษณะของ(ชื่อผลิตภัณฑ์) ดังมีรายละเอียดตามที่ปรากฏในภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ยื่นมาพร้อมนี้”
3. ภาพที่ใช้ประกอบการขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรเป็นรูปเขียน หรือภาพถ่ายที่แสดงการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้องประกอบไปด้วย ภาพ 7 ภาพ ที่แสดงด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้าย ด้านขวา ด้านหน้า ด้านหลัง และภาพ 3 มิติของผลิตภัณฑ์



- รูปเขียนควรเป็นไปตามหลักการเขียนแบบหรือลายเส้น หากเป็นบรรจุภัณฑ์ก็ไม่ควร มีลวดลาย
  - ภาพถ่าย ควรเป็นภาพแสดงผลผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปวาดดำ เว้นแต่กรณีที่ต้องการถือสิทธิ์ แบบผลิตภัณฑ์ที่ประกอบด้วยองค์ประกอบของสี อย่างเฉพาะเจาะจง
4. คำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี) ใช้ในกรณีที่ผู้ขอประสงค์จะชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับ แบบผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมเพื่อให้เจ้าหน้าที่ หรือบุคคลอื่นเข้าใจแบบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับ สิทธิบัตรได้ดีขึ้น กฎหมายไม่ได้กำหนดให้ผู้ยื่นคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการ ออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ ซึ่งปกติอาจจะแสดงให้เห็นได้ โดยละเอียดและชัดเจนโดยภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว แต่ถ้าหากผู้ขอประสงค์ที่ จะยื่นคำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น ก็ควรเขียนเพียงสั้นๆ ไม่ควรเกิน 100 คำ
5. เอกสารอื่น
- กรณียื่นในนามนิติบุคคล ใช้หลักฐานต้นฉบับหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ขอคัดไม่เกิน 6 เดือน 1 ฉบับ กรณียื่นในนามบุคคลธรรมดา ใช้หลักฐานสำเนาบัตรประจำตัว 1 ฉบับ พร้อมลงลายมือชื่อรับรองสำเนาถูกต้องหมายเหตุ
  - ค่าธรรมเนียม 250 บาท/ 1 คำขอ

**หัวข้อที่ 7 ฝึกปฏิบัติการจัดเตรียมคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (workshop)** โดยวิทยากร คุณดนัย เลี้ยงเจริญ นักวิชาการตรวจสอบสิทธิบัตรชำนาญการ กรมทรัพย์สินทางปัญญา และ ดร.สรพวรรธ วิทยาศัย ผู้จัดการหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและ ถ่ายทอดเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตัวอย่างการแนบรูปภาพในแบบคำขอ



### 2.2.3 หลักสูตร “การสร้างแบรนด์ด้วยเครื่องหมายการค้า” ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

หัวข้อที่ 1 “ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า” และ “การจัดเตรียมคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า” โดย คุณธิปไตย ศรีนวลขาว นักทรัพย์สินทางปัญญา

#### 1) ความหมายและความสำคัญของเครื่องหมายการค้า

“เครื่องหมาย” หมายความว่า ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประดิษฐ์ ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ กลุ่มของสี รูปร่าง หรือรูปร่างของวัตถุ หรือสิ่งเหล่านี้อย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน “เครื่องหมายการค้า” จะบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ที่แสดงตัวตนของสินค้า ซึ่งมีความสำคัญคือ บ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างของสินค้า บ่งบอกแหล่งกำเนิดของสินค้า บ่งบอกคุณภาพของสินค้า และส่งเสริมการโฆษณาหรือการจำหน่าย

#### 2) ประเภทของเครื่องหมายการค้า

- เครื่องหมายการค้า  
ใช้เป็นเครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น รวมทั้งสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพตามต้องการ
- เครื่องหมายบริการ  
เป็นเครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับบริการ เพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายของบุคคลอื่น เช่น สายการบิน ธนาคาร โรงแรม เป็นต้น
- เครื่องหมายรับรอง  
ใช้รับรองคุณภาพสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้านั้น หรือเพื่อรับรองเกี่ยวกับสภาพคุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น
- เครื่องหมายร่วม  
เครื่องหมายการค้า หรือเครื่องหมายบริการที่ใช้ หรือจะใช้โดยบริษัท หรือรัฐวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกันหรือโดยสมาชิกของสมาคม สหกรณ์ สหภาพ สมาพันธ์ กลุ่มบุคคล หรือองค์การอื่นใดของรัฐหรือเอกชน

#### 3) ลักษณะของเครื่องหมายการค้า

ลักษณะเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้ ต้องประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

- มีลักษณะบ่งเฉพาะ  
ลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเอง คือ เครื่องหมายการค้าที่มีหรือประกอบด้วยลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งอันเป็นสาระสำคัญต่อไปนี้ให้ถือว่าเป็นลักษณะบ่งเฉพาะ
  - ✓ ชื่อตัว ชื่อสกุลของบุคคลธรรมดา ชื่อเดิมนิติบุคคล หรือชื่อในการทางการค้าที่แสดงโดยลักษณะพิเศษและไม่เล็งถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง
  - ✓ คำหรือข้อความที่ไม่ได้เล็งถึงคุณลักษณะ หรือคุณสมบัติของสินค้านั้นโดยตรงและไม่เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ที่รัฐมนตรีกำหนด
  - ✓ กลุ่มของสีที่แสดงโดยลักษณะพิเศษ หรือตัวหนังสือ หรือตัวเลข หรือคำที่ประดิษฐ์ขึ้น (โดยที่กลุ่มของสีต้องมีลักษณะดังนี้ ต้องมีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไป/ต้อง

ไม่เป็นสิริมงคลของสินค้านั้นๆ/ต้องไม่เป็นสิ่งที่เกิดจากการทำงานหรือการใช้งานของสินค้า/ต้องไม่ใช่แถบสีที่จัดเรียงกันในลักษณะธรรมดา)

- ✓ ลายมือชื่อของผู้จดทะเบียนหรือเจ้าของเดิมของกิจการของผู้จดทะเบียนหรือลายมือชื่อของบุคคลอื่นโดยได้รับอนุญาตจากบุคคลนั้นแล้ว
- ✓ ภาพของผู้จดทะเบียนหรือของบุคคลอื่นโดยได้รับอนุญาต
- ✓ ภาพที่ประดิษฐ์ขึ้น/ลวดลายประดิษฐ์
- ✓ เครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นรูปร่างรูปทรงของวัตถุ

ลักษณะบ่งเฉพาะในการใช้ คือ เครื่องหมายการค้าที่มีการจำหน่าย/โฆษณาแพร่หลายในประเทศไทย คนไทยรู้จัก และมีหลักฐานการจำหน่าย/โฆษณา

- ไม่มีลักษณะต้องห้ามตาม พรบ.เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายที่มีลักษณะต้องห้ามได้แก่

- ✓ ตราแผ่นดิน พระราชลัญจกร ลัญจกรในราชการ ตราจักรี ตราเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ตราประจำตำแหน่ง ตรากระทรวง ทบวง กรม หรือตราประจำจังหวัด



- ✓ ธงชาติ ธงพระอิสริยยศ หรือธงราชการ



- ✓ พระ ปรมาลิไธย พระนามาลิไธย พระปรมาลิไธยย่อ หรือนามพระราชวงศ์



- ✓ พระบรมฉายาลักษณ์ หรือพระบรมสาทิสลักษณ์ของพระมหากษัตริย์ พระราชินี หรือรัชทายาท





- ✓ เครื่องหมายที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรม หรือรัฐประศาสนบาย



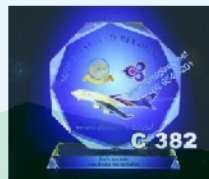
- ✓ เครื่องหมายราชการ เครื่องหมายกาชาด นามกาชาด หรือกาชาดเจนีวา



สภากาชาดไทย  
The Thai Red Cross Society



- ✓ เครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายกับเหรียญ ใบสำคัญ หนังสือรับรอง ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายอื่นใด อันได้รับเป็นรางวัลในการแสดงหรือประกวดสินค้า



- ✓ ธงชาติ หรือเครื่องหมาย ประจำชาติของรัฐต่างประเทศ องค์การระหว่างประเทศ



- ✓ เครื่องหมายอื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดเป็นสัญลักษณ์ประจำชาติ



โลโก้ช้างไทย (Elephant logo) (Sri Lanka)



ราชยวเดย์ (Rachayuwadee) (Sri Lanka)

- ✓ เครื่องหมายที่เหมือนกับเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนดหรือคล้ายกับ เครื่องหมายดังกล่าว



- ✓ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น



- ไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายของบุคคลอื่นที่จดทะเบียนแล้ว ซึ่งมีหลักเกณฑ์การพิจารณาความเหมือน/คล้าย ได้แก่
  - ✓ พิจารณาตัวเครื่องหมายการค้า : เปรียบเทียบกัน (เสียงเรียกขาน/รูปลักษณะ/การวางรูป)
  - ✓ พิจารณาตัวสินค้า
  - ✓ พิจารณาเจตนาของผู้จดทะเบียน
  - ✓ พิจารณาลักษณะและสภาวะของผู้ซื้อสินค้า
- 4) ความคุ้มครองตามกฎหมาย
  - 4.1) เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วจะมีอายุการคุ้มครอง 10 ปี ตั้งแต่วันที่ยื่นขอจดทะเบียน และต่ออายุได้คราวละ 10 ปี
  - 4.2) การต่ออายุให้ยื่นคำขอภายใน 90 วัน ก่อนวันสิ้นอายุ
  - 4.3) สิ่งที่ได้รับ ความคุ้มครอง ได้แก่
    - (1) สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายสำหรับสินค้าหรือบริการของตนตามรายการสินค้าที่ได้ขอจดทะเบียนไว้
    - (2) สิทธิที่จะโอนเครื่องหมาย หรืออนุญาตให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายของตนสำหรับสินค้าหรือบริการที่ได้จดทะเบียนไว้ทั้งหมดหรือบางส่วนทั้งนี้โดยจะมีค่าตอบแทนหรือไม่ก็ได้
    - (3) สิทธิที่จะเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนต่อผู้ละเมิดสิทธิในเครื่องหมายของตน
    - (4) สิทธิที่จะฟ้องร้องคดีอาญาแก่ผู้กระทำความผิดเครื่องหมายการค้าของตน

หัวข้อที่ 2 “การสร้างแบรนด์ด้วยเครื่องหมายการค้า” โดย คุณพีรพงศ์ จาตุรงค์กุล  
ผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างแบรนด์

#### 1) ความหมายของ Brand

“Brand คือ ชื่อเสียง จากทุกสิ่งทุกอย่าง ที่เป็นประสบการณ์รวมที่เกี่ยวกับสินค้า หรือบริษัท”

“Brand คือ เรื่องที่เกี่ยวข้องกับทุกสิ่งทุกอย่างของการทำธุรกิจ ทั้งด้านองค์กร การบริหารจัดการ ฝ่ายผลิต ฝ่ายพัฒนาสินค้า การตลาด การขาย การรับพนักงาน การฝึกอบรมพนักงาน ฯลฯ”

“Brand คือ จุดศูนย์กลางของการทำธุรกิจ”

ซึ่งการสร้างเครื่องหมายการค้า คือ การสร้างสิ่งที่เป็นรูปธรรมสิ่งหนึ่งเพื่อใช้แทนสินค้า หรือเจ้าของสินค้าหรือชื่อสินค้า เพื่อให้ผู้ซื้อจดจำสินค้าหรือเจ้าของสินค้านั้นได้

## 2) บทบาทของเครื่องหมายการค้า

- ✓ เป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมสิ่งหนึ่งที่จะใช้เป็นตัวแทนเพื่อสื่อให้ผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย รับรู้และจดจำสินค้า/องค์กรได้
- ✓ เป็นสิ่งที่สื่อถึงบุคลิกสินค้าหรือองค์กรนั้นๆที่เป็นด้านดี
- ✓ เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างเอกลักษณ์องค์กร

## 3) ความสำคัญของเครื่องหมายการค้า

- ✓ ความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า
  - ระบุชื่อ เพื่อแสดงความเป็นตัวตนของผู้ที่เป็นเจ้าของสินค้า
  - ระบุกิจกรรม บริการอะไร ประเภทของกิจการที่ทำ
  - สร้างความแตกต่างกับตราสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น เนื่องจากการสร้างตราสินค้า จะต้องสื่อถึงบุคลิกของสินค้า ซึ่งแต่ละสินค้าก็จะมีบุคลิกแตกต่างกัน ทำให้แต่ละตราสินค้าที่เอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคแยกความแตกต่างของแต่ละตราสินค้าได้
- ✓ ความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของสินค้า
  - สร้างคุณค่าให้กับสินค้า ถ้าแบรนด์เป็นที่ยอมรับ ตราสินค้าก็เป็นเหมือนตัวแทนสินค้าที่มีคุณค่าต่อผู้บริโภค
  - ตราสินค้าเป็นตัวแทนของแบรนด์ ที่สามารถให้เข้าได้และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย
- ✓ ความสำคัญต่อผู้บริโภค
  - เมื่อผู้บริโภคเห็นตราสินค้า ก็จะนึกออกว่าตราสินค้านี้เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอะไร มีคุณลักษณะใด มีความพิเศษใด มีบุคลิกสินค้าแบบใด
  - ในทางกลับกันถ้าผู้บริโภคนึกถึงผลิตภัณฑ์ ก็สามารถนึกถึงตราสินค้าที่เป็นตัวแทนของแบรนด์ที่ภักดี

## 4) การตั้งชื่อเครื่องหมายการค้า การตั้งชื่อที่ดีควรมีลักษณะดังนี้

- ✓ สั้น กระชับ
- ✓ ออกเสียงง่าย
- ✓ มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว ไม่ซ้ำหรือใกล้เคียงเครื่องหมายการค้าอื่น
- ✓ เป็นชื่อที่ร่วมสมัย
- ✓ เป็นชื่อที่แนะนำบุคลิกหรือจุดเด่นของสินค้าได้



5) การสร้างเอกลักษณ์ให้เครื่องหมายการค้าอย่างเป็นระบบ

การหาจุดยืนที่แตกต่างของแบรนด์ + บุคลิกภาพของแบรนด์ = เอกลักษณ์ของแบรนด์  
(พฤติกรรมของแบรนด์เป็นสิ่งที่แสดงถึง “ความเป็นแบรนด์” และเป็นตัวสร้างความผูกพันระหว่างแบรนด์กับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง) ดังนั้นการสร้างเอกลักษณ์ให้เครื่องหมายการค้าจะต้องประกอบไปด้วย ส่วนต่างๆดังนี้

- ✓ การสร้างแบรนด์
- ✓ การสร้างความแตกต่าง อาจสร้างด้วยตัวผลิตภัณฑ์ หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- ✓ การสร้างจุดจดจำ เป็นได้ทั้งรูป รส กลิ่น เสียง ซึ่งคุณสมบัติของจุดจดจำที่ดี ต้องมีความแตกต่างและโดดเด่น ตัวอย่างจุดจดจำ เช่น ชื่อ โลโก้ สโลแกน

## 2.2.4 หลักสูตร “ความรู้ทั่วไป และการขอรับความคุ้มครองสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์” และ “กรณีศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ”

1) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

ทรัพย์สินทางปัญญา คือ ผลงานอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่รัฐรับรองสิทธิให้มีค่าและนำไปใช้ประโยชน์ในทางพาณิชย์ได้ แบ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ต้องจดทะเบียนถึงจะได้รับความคุ้มครอง ได้แก่ สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร แบบผังภูมิวงจรรวม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และเครื่องหมายทางการค้า และทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่ต้องจดทะเบียนก็ได้รับความคุ้มครองอยู่แล้ว แต่ผู้สร้างสรรค์สามารถไปจดทะเบียนไว้เพื่อเป็นหลักฐานกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า และภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย ซึ่งทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภทมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป โดยที่การอบรมในวันนี้จะเน้นไปที่ “สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์” ซึ่งกฎหมายจะคุ้มครองรูปร่างของผลิตภัณฑ์ หรือองค์ประกอบของลวดลาย หรือสีของผลิตภัณฑ์อันมีลักษณะพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถใช้เป็นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมรวมทั้งหัตถกรรมได้ โดยที่ผลิตภัณฑ์นั้นๆจะต้องไม่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีหรือใช้แพร่หลายอยู่แล้วในประเทศ/เปิดเผยสาระสำคัญหรือรายละเอียด ทั้งในหรือนอกประเทศแล้ว/เคยประกาศโฆษณาแล้ว/คล้ายกับแบบผลิตภัณฑ์ข้างต้น/ผลิตภัณฑ์ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน/ผลิตภัณฑ์ที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา

2) ตัวอย่างการเขียนข้อถือสิทธิในแบบขอรับความคุ้มครอง

กรณีขอความคุ้มครองรูปร่าง

: ข้อถือสิทธิในแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่รูปร่างลักษณะของ โทรศัพท์มือถือ ดังมีรายละเอียดตามที่ปรากฏในภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ยื่นมาพร้อมกันนี้

กรณีขอความคุ้มครองรูปร่างและลวดลาย

: ข้อถือสิทธิในแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่รูปร่างลักษณะและลวดลายของ โทรศัพท์มือถือ ดังมีรายละเอียดตามที่ปรากฏในภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ยื่นมาพร้อมกันนี้

กรณีขอความคุ้มครองรูปร่างและสี

: ข้อถือสิทธิในแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่รูปร่างลักษณะและสีของ โทรศัพท์มือถือ ดังมีรายละเอียดตามที่ปรากฏในภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ยื่นมาพร้อมกันนี้

กรณีขอความคุ้มครองรูปร่างและลวดลายและสี

: ขอถือสิทธิในแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่รูปร่างลักษณะ ลวดลาย และสีของ โทรศัพท์มือถือ ดังมีรายละเอียดตามที่ปรากฏในภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ยื่นมาพร้อมกันนี้

กรณีขอความคุ้มครองลวดลาย

: ขอถือสิทธิในแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ลวดลายของ โทรศัพท์มือถือ ดังมีรายละเอียดตามที่ปรากฏในภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ยื่นมาพร้อมกันนี้

กรณีขอความคุ้มครองลวดลายและสี

: ขอถือสิทธิในแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ลวดลาย และสีของ โทรศัพท์มือถือ ดังมีรายละเอียดตามที่ปรากฏในภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้ยื่นมาพร้อมกันนี้

3) กรณีศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ

เปรียบเทียบระหว่างบริษัท พร็อพพาแกนด์ จำกัด และ บริษัท นิวอราวา จำกัด ซึ่งมีแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน แต่ละบริษัทก็ยังคงเอกลักษณ์การออกแบบที่แบบสไตล์เฉพาะของแต่ละบริษัทเอาไว้ได้ชัดเจน

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท พร็อพพาแกนด์ จำกัด



ผลิตภัณฑ์ของบริษัท นิวอไรวา จำกัด



2.2.5 หลักสูตร “การยกร่างคำขอสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร และสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์” ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

หัวข้อ “ความรู้ทั่วไปสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรและการยื่นความคุ้มครองสิทธิบัตรในระบบ PCT (Patent Cooperation Treaty)” โดยคุณจิตติยุทธ เขี่ยมยกกุล

สิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร

สิทธิบัตร คือ หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ หรือแบบผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะตามที่กำหนด



**อนุสิทธิบัตร** คือ หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ซึ่งยังไม่มีถึงขั้นได้มาตรฐานการประดิษฐ์ขั้นสูง (Inventive Step) เพียงพอที่จะขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์ได้ แต่มีลักษณะของการประดิษฐ์ขั้นใหม่และสามารถประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรม

#### ผลงานที่เข้าข่ายได้รับความคุ้มครองสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

- ผลิตภัณฑ์: คุ้มครองกลไก โครงสร้าง ส่วนประกอบ ของสิ่งของเครื่องใช้ เช่น กลไกของกล้องถ่ายรูป กลไกของเครื่องยนต์ ยารักษาโรค เป็นต้น
- กรรมวิธี: การคิดค้นกรรมวิธีในการผลิตสิ่งของ เช่น วิธีการในการผลิตสินค้า วิธีการเก็บรักษาพืชผักผลไม้ไม่ให้เน่าเสียเร็วเกินไป เป็นต้น
- แบบผลิตภัณฑ์: การออกแบบรูปร่างลวดลาย หรือสีสันทึ่มองเห็นได้จากภายนอก เช่นการออกแบบรูปร่างลักษณะรถยนต์ เป็นต้น

#### การประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรไม่ได้

- 1) จุลชีพและส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งของจุลชีพที่มีอยู่ตามธรรมชาติ สัตว์ พืช หรือสารสกัดจากสัตว์หรือพืช เช่น แบคทีเรียที่มีอยู่ตามธรรมชาติ, พืชสมุนไพร, ยารักษาโรคที่สกัดจากสมุนไพร เป็นต้น
- 2) กฎเกณฑ์และทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ เช่น สูตรคูณ เป็นต้น
- 3) ระบบข้อมูลสำหรับการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ เป็นต้น
- 4) วิธีการวินิจฉัย บำบัด หรือรักษาโรคนุชย์ หรือสัตว์
- 5) การประดิษฐ์ ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี อนามัย หรือ สวัสดิภาพของประชาชน เช่น การคิดสูตรยาบ้า เป็นต้น

#### ลักษณะของสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรที่ขอรับความคุ้มครองได้ สิทธิบัตร

- ๑) เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ คือ ยังไม่เคยมีจำหน่ายหรือขายมาก่อน หรือยังไม่เคยเปิดเผยรายละเอียดของสิ่งประดิษฐ์ในเอกสารสิ่งพิมพ์ใดๆ ในโทรทัศน์ หรือในวิทยุ มาก่อน เว้นแต่การตีพิมพ์เผยแพร่ของเอกสารนั้นจะเป็นส่วนหนึ่งของการเผยแพร่เพื่อสาธารณประโยชน์ในการสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ที่จัดขึ้นโดยรัฐฯ
- ๒) มีขั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น คือ ไม่เป็นขั้นตอนการประดิษฐ์ที่สามารถทำได้ง่าย โดยผู้พบเห็นทั่วไป หรืออาจพูดได้ว่า มีการแก้ไขปัญหาด้านเทคนิคของสิ่งประดิษฐ์ที่มีมาก่อน
- ๓) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม และพาณิชย์กรรมได้

### อนุสิทธิบัตร

- ๑) เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ คือ ยังไม่เคยมีจำหน่ายหรือขายมาก่อน หรือยังไม่มีใครเปิดเผยรายละเอียดของสิ่งประดิษฐ์ในเอกสารสิ่งพิมพ์ใดๆ ในโทรทัศน์ หรือวิทยุ มาก่อน
- ๒) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หัตถกรรม เกษตรกรรม และพาณิชย์กรรมได้

### สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

- ๑) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีหรือขายมาก่อน หรือยังไม่มีใครเปิดเผยในเอกสารสิ่งพิมพ์ใดๆ ในทีวี หรือในวิทยุมาก่อน
- ๒) สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม หรือหัตถกรรมได้

### เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร และสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

| สิทธิบัตร                                                                                      | อนุสิทธิบัตร                                                                        | สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| -ใหม่<br>-มีชั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น<br>-มีประโยชน์ในเชิงอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือ เกษตรกรรม | -ใหม่<br>-มีประโยชน์ในเชิงอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือ เกษตรกรรม                      | -ใหม่                                                  |
| -มีการตรวจสอบการประดิษฐ์ก่อนการออกสิทธิบัตร                                                    | -ไม่มีการตรวจสอบการประดิษฐ์ก่อนการออกอนุสิทธิบัตร                                   | -ไม่มีการตรวจสอบ                                       |
| -อายุการคุ้มครอง 20 ปีนับจากวันที่ยื่นขอรับการคุ้มครอง                                         | -อายุการคุ้มครอง 6 ปีนับจากวันที่ยื่นขอรับการคุ้มครอง (ต่ออายุได้ 2 ครั้งๆ ละ 2 ปี) | -อายุการคุ้มครอง 10 ปีนับจากวันที่ยื่นขอรับการคุ้มครอง |
| -ไม่จำกัดจำนวนข้อถือสิทธิ                                                                      | -ข้อถือสิทธิมีได้ไม่เกิน 10 ข้อ                                                     | -ไม่มีข้อถือสิทธิ                                      |

**การประดิษฐ์ใหม่** คือ การประดิษฐ์ที่ไม่เป็นงานที่ปรากฏอยู่แล้ว  
งานที่ปรากฏอยู่แล้ว

- การประดิษฐ์ที่มีหรือใช้แพร่หลายอยู่แล้วในประเทศไทยก่อนวันรับสิทธิบัตร
- การประดิษฐ์ที่ได้มีการเปิดเผยสาระสำคัญหรือรายละเอียดแล้วไม่ว่าในหรือนอกประเทศไทยก่อนวันขอรับสิทธิบัตร

- การประดิษฐ์ที่ได้รับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรแล้วไม่ว่าในหรือนอกประเทศไทย
- การประดิษฐ์ที่มีผู้ขอรับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรไว้แล้วนอกประเทศไทยเป็นเวลาเกินสิบแปดเดือน
- การประดิษฐ์ที่มีผู้ขอรับสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรไว้แล้วไม่ว่าในหรือนอกราชอาณาจักรและได้ประกาศโฆษณาแล้ว

#### ข้อยกเว้น

- การเปิดเผยสาระสำคัญหรือรายละเอียดที่เกิดขึ้นหรือเป็นผลมาจากการกระทำอันมิชอบด้วยกฎหมาย
- แสดงผลงานของผู้ประดิษฐ์ในงานแสดงสินค้าระหว่างประเทศ หรือในงานแสดงต่อสาธารณชนของทางราชการและการเปิดเผยสาระสำคัญหรือรายละเอียดดังกล่าวได้กระทำภายในสิบสองเดือนก่อนที่จะมีการขอรับสิทธิบัตร

การประดิษฐ์ที่มีชั้นการประดิษฐ์สูงขึ้น คือ การประดิษฐ์ที่ไม่เป็นที่ประจักษ์โดยง่ายแก่บุคคลที่มีความชำนาญในระดับสามัญสำหรับงานประเภทนั้น โดยมีแนวทางในการพิจารณา คือ

- บุคคลที่มีความชำนาญในระดับสามัญได้พิจารณาการประดิษฐ์ที่ขอรับสิทธิบัตรแล้ว ได้มีความเห็นว่าตนเองไม่เคยคิดว่าจะเกิดผลลัพธ์ใหม่นั้นเลย ความคิดสร้างสรรค์อันก่อให้เกิดการประดิษฐ์ดังกล่าวเป็นสิ่งใหม่ ที่แม้แต่ตนเองก็คาดไม่ถึง
- ความสำคัญไม่ได้อยู่ที่การเปลี่ยนแปลงลักษณะทางโครงสร้างหรือองค์ประกอบของการประดิษฐ์นั้น ความสำคัญไม่ได้อยู่ที่ว่าสิ่งนั้นแตกต่างไปจากสิ่งที่มีอยู่แล้วมากน้อยแค่ไหน แต่ความสำคัญอยู่ที่ว่าสิ่งนั้นแตกต่างไปจากการประดิษฐ์เดิมหรือไม่ หากผลที่ได้รับเป็นผลที่แตกต่างไปจากเดิมมาก ก็ถือว่าการประดิษฐ์นั้นมีชั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น

#### ตัวอย่างแนวทางการพิจารณาชั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น

- การมีชั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้นต้องบังเกิดผลในด้านการออกแบบและรูปแบบสูงเป็นพิเศษ ตัวอย่างเช่น ยาสีฟันที่มีแถบสีการทำให้เกิดผลของแถบสีในยาสีฟันนี้ถือว่ามีชั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น
- เป็นการปรับปรุงกระบวนการทางเทคนิคเพียงเล็กน้อยแต่สามารถลดค่าใช้จ่าย หรือมีข้อดี เช่น วิธีการสามารถป้องกันไม่ให้สารประกอบที่ไม่ต้องการออกมาปนกับผลิตภัณฑ์ที่ได้ หรือการติดตั้งชิ้นส่วนของเครื่องมือที่รู้กันแล้วภายในเครื่องจักร แต่ให้ข้อดีในแง่ของการเพิ่มพลังงาน



- มีความสำเร็จทางเศรษฐกิจถึงแม้ไม่ถือว่าเป็นงานสร้างสรรค์แต่เป็นผลสะท้อนให้เห็นถึงความฉลาดในเชิงพาณิชย์ตัวอย่างเช่น ทามาโก๊ต ดูไม่มีชั้นการประดิษฐ์สูงขึ้นสำหรับผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น แต่เมื่อพิจารณาถึงความสำเร็จจากการที่ได้ๆ ชอบและเป็นที่ยอมรับกันกว้างขวาง ก็ให้ถือว่ามีการประดิษฐ์สูงขึ้นได้
- ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ระยะเวลาสั้นลง ให้ถือว่ามีการประดิษฐ์สูงขึ้น
- มีการทดลองมากมายเพื่อที่จะค้นพบสารประกอบทางเคมีที่ให้ผลพิเศษเด่นชัด ให้ถือว่ามีการประดิษฐ์สูงขึ้น
- ให้ผลที่น่าทึ่งหรือคาดไม่ถึง(Surprising results) ผลที่น่าทึ่ง หรือคาดไม่ถึง โดยเฉพาะในขอบเขตทางเคมีหรือทางเภสัช ให้พิจารณาดังนี้
  - ❖ ปริมาณผลิตภัณฑ์ให้ผลผลิตดีกว่า
  - ❖ ผลิตภัณฑ์ที่ได้สุดท้ายให้ผลดี
  - ❖ บังเกิดผลในทางเภสัชใหม่

การประดิษฐ์ที่สามารถประยุกต์ในทางอุตสาหกรรม คือ สามารถนำสิ่งประดิษฐ์ไปใช้ประโยชน์ในการผลิตทางอุตสาหกรรม สามารถผลิตซ้ำและให้ผลออกมาเช่นเดิม ตัวอย่างการประดิษฐ์ที่ไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้ทางอุตสาหกรรม เช่น วิธีการนวด วิธีการตรวจดูสภาวะของอวัยวะภายในของร่างกายมนุษย์ การประดิษฐ์ประยุกต์ใช้เพียงบุคคล เช่น วิธีการสูบบุหรี่ เป็นต้น

#### อายุการคุ้มครอง

| ประเภทสิทธิบัตร             | อายุคุ้มครอง                                                                                     |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| สิทธิบัตรการประดิษฐ์        | มีอายุ 20 ปี นับจากวันยื่นคำขอรับสิทธิบัตร                                                       |
| อนุสิทธิบัตร                | มีอายุ 6 ปี นับจากวันยื่นคำขอรับอนุสิทธิบัตร สามารถต่ออายุได้ 2 ครั้ง ครั้งละ 2 ปี รวมเป็น 10 ปี |
| สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ | มีอายุ 10 ปี นับแต่วันยื่นคำขอรับสิทธิบัตร                                                       |

#### ผู้มีสิทธิขอรับความคุ้มครอง

- 1) ผู้ประดิษฐ์หรือทายาท
- 2) นายจ้าง
- 3) หน่วยงานราชการ
- 4) องค์การของรัฐ
- 5) รัฐวิสาหกิจ

#### 6) ผู้รับโอนสิทธิ

หมายเหตุ: ข้อ 2) สามารถมีการตกลงเป็นอย่างอื่นได้

ข้อ 2), 3), 4), 5) ลูกจ้างหรือผู้ประดิษฐ์ มีสิทธิรับบำเหน็จพิเศษหากนายจ้างหรือหน่วยงานของรัฐได้รับประโยชน์จากสิ่งประดิษฐ์

#### สิทธิของผู้ทรงสิทธิบัตร

- 1) ในกรณีสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ สิทธิในการผลิต ใช้ ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย หรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งผลิตภัณฑ์ตามสิทธิบัตร
- 2) ในกรณีสิทธิบัตรกรรมวิธี สิทธิในการใช้กรรมวิธีตามสิทธิบัตร ผลิตใช้ ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขายหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยใช้กรรมวิธีตามสิทธิบัตร
- 3) ใช้คำว่า สิทธิบัตรไทย หรือ อักษร สบพ ให้ปรากฏที่ผลิตภัณฑ์ ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อของผลิตภัณฑ์หรือในการโฆษณาการประดิษฐ์ตามสิทธิบัตร
- 4) อนุญาตให้บุคคลอื่นใช้สิทธิ (Licensing)/ไม่อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ
- 5) โอนสิทธิบัตร (ขายสิทธิบัตร)

#### สิทธิของผู้ทรงสิทธิบัตรร่วม

ผู้ทรงสิทธิบัตรร่วมกัน ถ้ามิได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น ผู้ทรงสิทธิบัตรร่วมแต่ละคน มีสิทธิใช้สิทธิของตนได้ โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ทรงสิทธิบัตรร่วมคนอื่น แต่การอนุญาตให้ใช้สิทธิตามสิทธิบัตรหรือการโอนสิทธิบัตรให้บุคคลภายนอก ต้องได้รับความยินยอมจากผู้ทรงสิทธิบัตรร่วมทุกคน

#### หน้าที่ของผู้ทรงสิทธิ

- ใช้การประดิษฐ์ที่ได้รับความคุ้มครองให้เกิดประโยชน์
- ชำระค่าธรรมเนียมรายปี

#### ข้อยกเว้นการละเมิดสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร

- การกระทำใดๆเพื่อประโยชน์ทางการศึกษา ค้นคว้า ทดลอง หรือวิจัย
- การกระทำใดๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ได้มาโดยสุจริต
- การผลิตผลิตภัณฑ์ หรือใช้กรรมวิธีด้วยเครื่องมือเครื่องใช้โดยสุจริตก่อนวันยื่นคำขอรับสิทธิบัตรของผู้ขอรับจดทะเบียน
- การเตรียมยาเฉพาะรายตามใบสั่งแพทย์
- การกระทำใดๆเกี่ยวกับการขอขึ้นทะเบียนยา ซึ่งผู้ขอมีความประสงค์จะผลิต จำหน่าย หรือนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาหลังจากสิทธิบัตรสิ้นอายุ

### การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ

- 1) การอนุญาตให้ใช้สิทธิตามสิทธิบัตรและการโอนสิทธิบัตรต้องทำเป็นหนังสือและจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่
- 2) ผู้ทรงสิทธิบัตรจะกำหนดเงื่อนไขข้อจำกัดสิทธิหรือค่าตอบแทนในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่ชอบธรรมไม่ได้ เช่น
  - กำหนดให้ผู้รับอนุญาตจัดหาวัสดุเพื่อใช้ในการผลิตทั้งหมดหรือบางส่วนจากผู้ทรงสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร หรือจากผู้จำหน่ายที่ผู้ทรงสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตรกำหนด เว้นแต่วัสดุที่ไม่สามารถหาได้จากแหล่งอื่นใดในราชอาณาจักร
  - กำหนดให้ผู้รับอนุญาตจำกัดปริมาณการผลิต การขาย หรือการจำหน่ายผลิตภัณฑ์
  - กำหนดให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิตามสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรชำระค่าตอบแทนสำหรับการใช้การประดิษฐ์หรือแบบผลิตภัณฑ์ตามสิทธิบัตรหรือ อนุสิทธิบัตร หลังจากสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตรนั้นสิ้นอายุ
- 3) การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท
  - การอนุญาตให้ใช้สิทธิแบบไม่เด็ดขาด เป็นการอนุญาตที่ผู้ทรงสิทธิบัตรยังคงมีสิทธิที่จะอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้สิทธิบัตรนั้นได้อีกรวมถึงผู้ทรงสิทธิบัตรเอง
  - การอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว เป็นการอนุญาตให้ผู้หนึ่งผู้ใดมีสิทธิในการใช้สิทธิในสิทธิของตนแต่เพียงผู้เดียว ผู้ทรงสิทธิบัตรไม่สามารถให้บุคคลอื่นมาใช้สิทธิในสิทธิบัตรในขณะเดียวกันได้ แต่ผู้ทรงสิทธิบัตรยังคงมีสิทธิในสิทธิบัตรนั้น
  - การอนุญาตให้ใช้สิทธิบัตรอย่างเด็ดขาด เป็นการอนุญาตให้ผู้หนึ่งผู้ใดมีสิทธิในการใช้สิทธิบัตรของตนแต่เพียงผู้เดียว โดยที่แม้แต่ผู้ทรงสิทธิบัตรเองก็ไม่มีสิทธิมาใช้สิทธิบัตรของตนตลอดระยะเวลาของสัญญา

### การบังคับให้อนุญาตใช้สิทธิ

เมื่อพ้นกำหนด 3 ปี นับแต่วันออกสิทธิบัตรหรือ 4 ปี นับแต่วันยื่นขอรับสิทธิบัตรแล้วแต่ระยะเวลาใดจะสิ้นสุดลงทีหลัง บุคคลอื่นจะยื่นคำขอมีพฤติการณ์แสดงว่าผู้ทรงสิทธิบัตร ไม่ใช้สิทธิโดยชอบดังต่อไปนี้

- 1) ไม่มีการผลิตผลิตภัณฑ์หรือไม่มีการใช้กรรมวิธีตามสิทธิบัตรภายในราชอาณาจักร โดยไม่มีเหตุผลอันสมควร หรือ
- 2) ไม่มีการขายผลิตภัณฑ์ตามสิทธิบัตรหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้กรรมวิธีตามสิทธิบัตร หรือมีการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในราคาสูงเกินควรหรือไม่พอสสนองความต้องการของประชาชนภายในราชอาณาจักรโดยไม่มีเหตุผลอันสมควร



ทั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นกรณีตาม (1) หรือ (2) ผู้ขอใช้สิทธิจะต้องแสดงว่าผู้ขอได้พยายามขออนุญาตใช้สิทธิตามสิทธิบัตรจากผู้ทรงสิทธิบัตรโดยได้เสนอเงื่อนไขและค่าตอบแทนที่เพียงพอแล้ว แต่ไม่สามารถตกลงกันได้

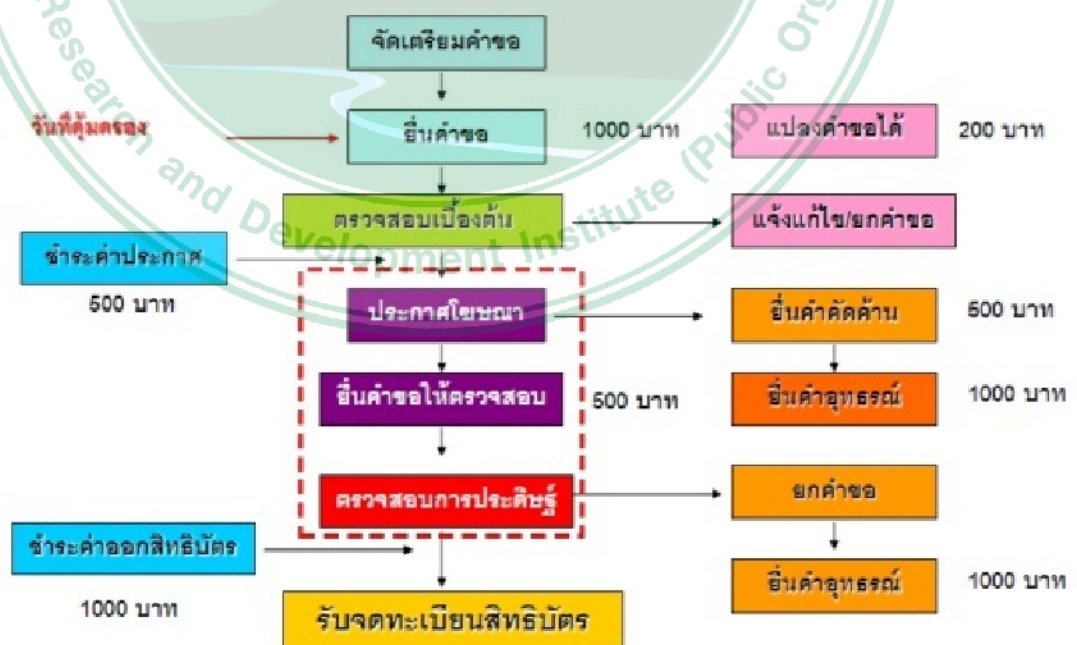
เพื่อประโยชน์ในการประกอบกิจการอันเป็นสาธารณูปโภคหรือการจำเป็นในการป้องกันประเทศ หรือการสงวนรักษาหรือการได้มาซึ่งทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อม หรือป้องกันหรือบรรเทาการขาดแคลนอาหาร ยา หรือสิ่งอุปโภคบริโภคอย่างอื่นอย่างรุนแรง ในภาวะสงครามหรือในภาวะฉุกเฉิน หรือเป็นการจำเป็นในการป้องกันประเทศและรักษาความมั่นคงแห่งชาติ รัฐสามารถบังคับใช้สิทธิตามสิทธิบัตรใดๆ โดยเสียค่าตอบแทนที่เป็นธรรมแก่ผู้ทรงสิทธิบัตร

### บทลงโทษ

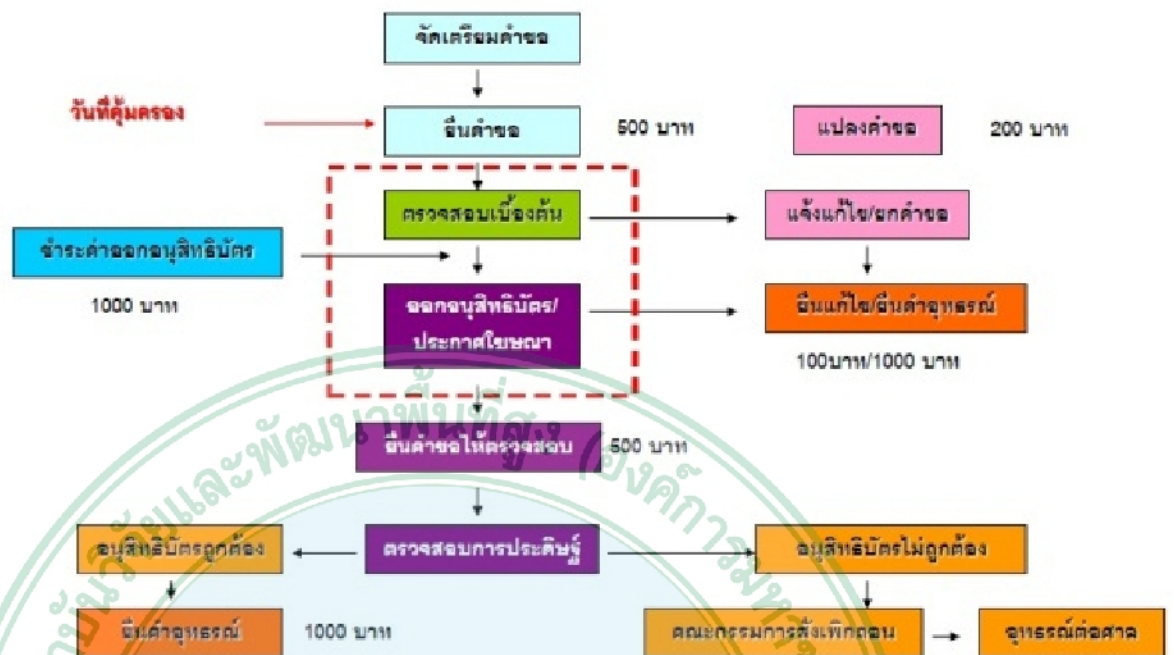
**ผู้ละเมิด** บุคคลผลิต ใช้ ขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขายหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งผลิตภัณฑ์ตามสิทธิบัตร โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ทรงสิทธิบัตร ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

**ผู้ยื่นขอรับสิทธิ** บุคคลใดยื่นขอรับสิทธิบัตรการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์หรืออนุสิทธิบัตร โดยการแสดงข้อความอันเป็นเท็จแก่พนักงานเจ้าหน้าที่เพื่อให้ได้ซึ่งสิทธิบัตรหรืออนุสิทธิบัตร ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกินห้าพันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ

### ขั้นตอนการจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์



## ขั้นตอนการจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร



## ขั้นตอนการขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

1. การยื่นคำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ จะต้องยื่นคำขอพร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียม ในคำขอต้องประกอบด้วย

- ❖ แบบพิมพ์คำขอ (แบบ สป/สผ/001-ก)
- ❖ คำพรรณนาผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)
- ❖ ข้อถ้อยสิทธิ
- ❖ รูปเขียน หรือภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)
- ❖ เอกสารอื่นๆ (ถ้ามี)
- กรณีที่ผู้ขอเป็นผู้ประดิษฐ์ จะต้องยื่นหนังสือรับรองสิทธิตามแบบ แบบ สป/สผ/อสป/001-ก (พ) (ไม่จำเป็นต้องยื่นสำเนาบัตรประชาชนและสำเนาทะเบียนบ้าน)
- กรณีที่ผู้ขอเป็นผู้รับโอนสิทธิจากผู้ประดิษฐ์ จะต้องยื่นหนังสือโอนสิทธิ
- กรณีที่ผู้ขอเป็นนายจ้างผู้ประดิษฐ์ จะต้องยื่นหนังสือแสดงการเป็นนายจ้างของผู้ประดิษฐ์
- ถ้าผู้ขอเป็นนิติบุคคล จะต้องยื่นหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือน
- ในกรณีที่ผู้ขอประสงค์จะขอถ้อยสิทธิวันยื่นให้เป็นวันเดียวกับที่ยื่นขอไว้ครั้งแรกในต่างประเทศ ให้ยื่นคำขอถ้อยสิทธิให้ถ้อยวันยื่นคำขอในต่างประเทศเป็นครั้งแรก เป็นวันยื่นคำขอในประเทศไทย (แบบ สป/สผ/อสป/002-ก)

2. เมื่อยื่นคำขอตามข้อ 1 แล้วถ้ามีสิ่งบกพร่องที่พอจะแก้ไขได้เจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ขอหรือตัวแทนของผู้ขอทราบ เพื่อให้ทำการแก้ไขให้ถูกต้อง ทั้งนี้จะมีเงื่อนไขว่าจะต้องดำเนินการภายใน 90 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง หากดำเนินการไม่ทันก็สามารถขอผ่อนผันได้ หากพ้นระยะเวลาจะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอ

3. ในการแก้ไขเพิ่มเติม ผู้ขอจะต้องใช้แบบ สป/สผ/อสป/003-ก ในการยื่นขอแก้ไขเพิ่มเติมพร้อมทั้งต้องชำระค่าธรรมเนียม

4. ในกรณีคำขอตามข้อ 1 ถูกต้องหรือได้แก้ไขถูกต้องตามข้อ 3 แล้ว เจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ขอมาดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมการประกาศโฆษณา โดยเจ้าหน้าที่จะแจ้งสองครั้งๆ ละ 60 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง หากพ้นระยะเวลาจะถือว่าผู้ขอละทิ้งคำขอ และให้จัดส่งคำขอรับสิทธิบัตรชุดล่าสุดอีกหนึ่งชุดเพื่อเปิดโอกาสให้มีการคัดค้าน กรณีที่ผู้ยื่นเห็นว่าสิ่งที่ยื่นขอสิทธิบัตรนั้นไม่เป็นไปตามเงื่อนไขของกฎหมาย หรือผู้ขอไม่ได้เป็นผู้คิดค้นแอบเอาของผู้คิดค้นซึ่งเป็นผู้ประดิษฐ์มาจดทะเบียน

5. กรณีสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้ ผู้ขอไม่ต้องยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์ ซึ่งจะใช้เฉพาะกรณีการประดิษฐ์เท่านั้น เมื่อประกาศโฆษณาครบ 90 วันแล้วเจ้าหน้าที่จะทำการสืบค้นว่าเคยมีแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมือนหรือคล้ายกันแพร่หลายมาก่อนหรือไม่ ถ้าคำขอถูกต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎหมาย จะแจ้งให้ผู้ขอมาชำระค่าธรรมเนียมการรับจดทะเบียน และออกสิทธิบัตรให้ผู้ขอต่อไป หากไม่ถูกต้องจะยกคำขอ

#### การยื่นคำขอรับสิทธิบัตรผ่านระบบ PCT (Patent Cooperation Treaty)

PCT เป็นความตกลงระหว่างประเทศสำหรับการขอรับความคุ้มครองการประดิษฐ์ในประเทศที่เป็นสมาชิก เพื่ออำนวยความสะดวก และลดภาระของผู้ขอรับสิทธิบัตรแทนที่จะต้องไปยื่นคำขอรับสิทธิบัตรในประเทศต่างๆ แต่ละประเทศที่ผู้ขอประสงค์จะขอรับความคุ้มครอง โดยสามารถที่จะยื่นคำขอที่สำนักงานสิทธิบัตรภายในประเทศของตน สำนักงานสิทธิบัตรก็จะส่งคำขอไปดำเนินการตามขั้นตอนของระบบ PCT ที่องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO)

ระบบ PCT นี้ ไม่ได้เป็นระบบการจดทะเบียนสิทธิบัตรที่จะส่งผลให้ประเทศที่เป็นสมาชิกต้องรับจดทะเบียนตามไปด้วย เนื่องจากระบบ PCT จะมีการดำเนินการในขั้นตอนต้นๆของการขอรับสิทธิบัตรเท่านั้นไม่มีการจดทะเบียนแต่อย่างใด การจดทะเบียนสิทธิบัตร PCT เป็นอำนาจอธิปไตยของแต่ละประเทศที่ผู้ขอประสงค์จะขอความคุ้มครองซึ่งจะมีการตรวจสอบตามขั้นตอนและเงื่อนไขของกฎหมายภายในประเทศนั้นๆก่อนรับจดทะเบียนสิทธิบัตรต่อไป



ระบบ PCT ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินการ 2 ขั้นตอน คือ

- 1) ขั้นตอนระหว่างประเทศ (International Phase) เป็นขั้นตอนที่ผู้ขอต้องดำเนินการในเรื่องต่างๆที่ระบบกำหนดไว้ เช่น การยื่นคำขอระหว่างประเทศ การแก้ไขข้อมูล(ถ้ามี) การยื่นขอให้ตรวจสอบระหว่างประเทศ (ถ้าผู้ขอประสงค์) การสำรวจตลาดเป้าหมายและวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย การเตรียมตัว/เอกสารในการขอความคุ้มครองการประดิษฐ์ในประเทศเป้าหมาย เป็นต้น
- 2) ขั้นตอนในประเทศ (National Phase) เป็นขั้นตอนการขอความคุ้มครองในประเทศต่างๆที่ต้องการ

ข้อดี-ข้อเสียของการยื่นคำขอผ่านระบบ PCT

ข้อดี

- สามารถยื่นขอรับการคุ้มครองได้หลายประเทศด้วยการยื่นคำขอครั้งเดียว (ยังมีความหมายมากในกรณีที่ไกล่หมดสิทธิยื่นภายใต้ Paris Convention)
- ได้ข้อมูลสำรวจคุณสมบัติของคำขอจาก ISR ทำให้สามารถตัดสินใจยื่นคำขอในต่างประเทศที่สนใจได้ดีขึ้นและประหยัดค่าใช้จ่าย
- มีระยะเวลาในการตัดสินใจและศึกษาความเป็นไปได้ และการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้นจาก 12 เดือน เป็น 30 เดือน
- การยื่นคำขอสามารถใช้ภาษาไทยได้ (แต่ต้องแปลภายในระยะเวลาที่กำหนด)
- คุณภาพของ IP Portfolio ที่สูงกว่า

ข้อเสีย

- ใช้ระยะเวลานานขึ้นกว่าที่จะได้สิทธิ
- ค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น (ขึ้นอยู่กับจำนวนประเทศที่ยื่นคำขอ)

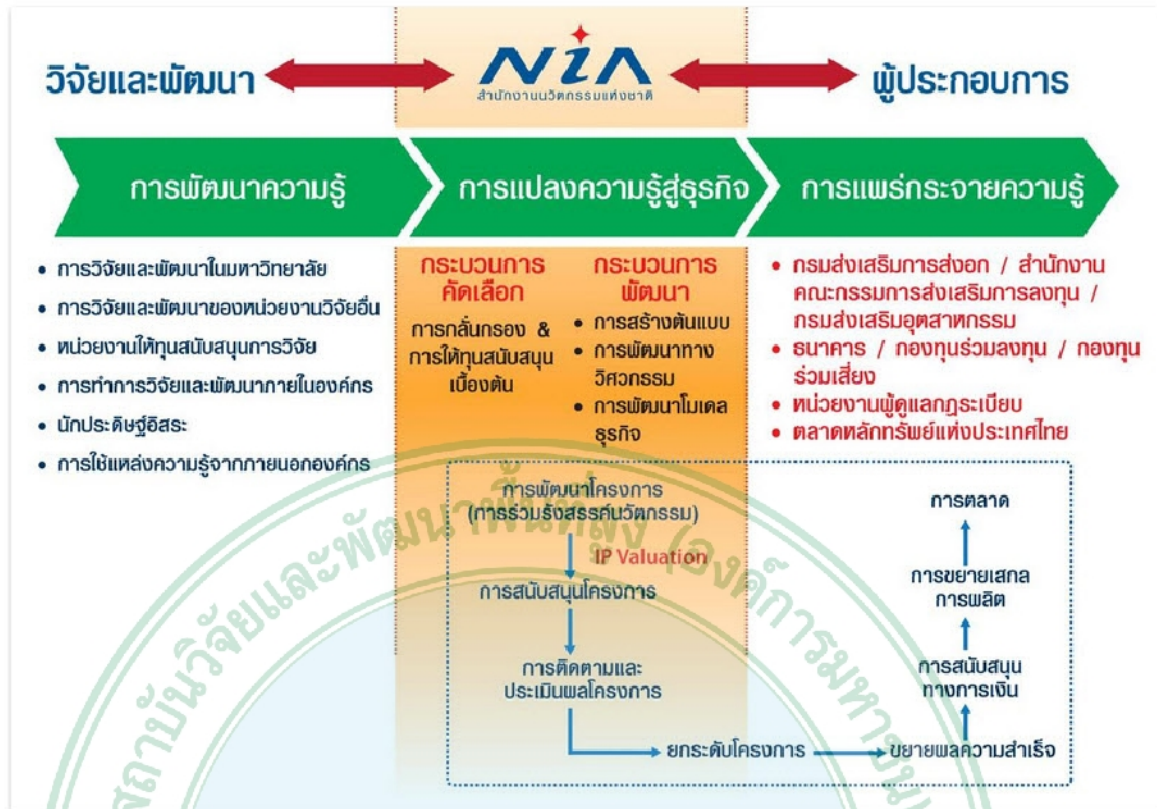
## 2.2.6 โครงการพัฒนางานวิจัยสู่นวัตกรรมและการบริหารจัดการทรัพยากรทางปัญญา

การสัมมนา “โครงการพัฒนางานวิจัยสู่นวัตกรรมและการบริหารจัดการทรัพยากรทางปัญญา” ณ ห้องประชุม LRC1 ชั้น 8 อาคารศูนย์ทรัพยากรการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา วันที่ 14-15 กรกฎาคม 2558 เป็นความร่วมมือกันระหว่าง อุทยานวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เพื่อแนะนำหน่วยงาน และเผยแพร่ โครงการของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เช่น โครงการแปลงเทคโนโลยีเป็นทุน โครงการ R4i โครงการนวัตกรรมดีไม่มีดอกเบี้ย โครงการคูปองนวัตกรรม เป็นต้น ซึ่งโครงการต่างๆเหล่านี้จะเป็น ประโยชน์กับนักวิจัยหรือนักวิชาการที่มีองค์ความรู้ในด้านต่างๆแต่ยังขาดการนำไปใช้ประโยชน์ในวง กว้างหรือการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เพื่อให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานงานในการติดต่อกับ ภาคเอกชนหรือแหล่งทุนในการผลักดันงานวิจัยและนวัตกรรมต่างๆให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง และประเทศสูงสุด



สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เป็นองค์กรหลักในการดำเนินการสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม ของประเทศในเชิงระบบ ทั้งในด้านการปรับปรุงและบุกเบิก เพื่อส่งเสริมการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยเฉพาะการพัฒนาโครงการนวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์และ โครงสร้างนวัตกรรมรายอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจทั้งในระดับนโยบาย และปฏิบัติรวมทั้งการส่งเสริมวัฒนธรรม นวัตกรรม และการสร้างระบบนวัตกรรมเพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วย นวัตกรรม ซึ่งมีพันธกิจในการ “ดำเนินกิจกรรมเพื่อเร่งรัดให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมในภาคการผลิต ภาครัฐ และภาคสังคมโดยรวมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน” ภายใต้การดำเนินงานดังต่อไปนี้

1. ยกระดับความสามารถด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยเฉพาะในสาขาอุตสาหกรรม ยุทธศาสตร์ของประเทศ โดยการวิเคราะห์และประเมินสถานภาพของอุตสาหกรรมและศักยภาพของ นวัตกรรม ตลอดจนการแสวงหาเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและพัฒนานวัตกรรมเชิงยุทธศาสตร์ ทั้งใน ระดับประเทศและนานาชาติ



โดยที่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติมีเป้าหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

- มุ่งเน้นการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ภาคเอกชนเพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจนวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรม
- การนำงานวิจัยของภาครัฐไปทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ มีการจ่ายค่าถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือค่าใช้สิทธิ ให้กับมหาวิทยาลัยหรือเจ้าของผลงานวิจัย
- มีการประสานความร่วมมือกับภาคเอกชนและภาคการวิจัยในระยะยาว เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดเทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง

2. เชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจอย่างบูรณาการ โดยให้การสนับสนุนทั้งทางด้านวิชาการและการเงิน และเป็นหุ้นส่วนพันธมิตรในการดำเนินงานทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติ อันจะนำไปสู่การสร้างให้เกิด “ระบบนิเวศนวัตกรรมแห่งชาติ” ขึ้นโดยเร็ว

3. สนับสนุนด้านวิชาการและการเงิน เพื่อช่วยการพัฒนาโครงการในระยะหลังการวิจัยและพัฒนา หรือการต่อยอดจากงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์สู่เชิงพาณิชย์ ได้แก่ การสนับสนุนการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โครงการ หรือโรงงานนำร่อง การทดสอบในกระบวนการผลิตจริง เพื่อการวิเคราะห์และประเมินทางการตลาด และการจัดทำแผนธุรกิจ เป็นต้น





4. สนับสนุนการยกระดับทักษะความสามารถด้านเทคนิคและการบริหารจัดการ ได้แก่ การจัดการผู้เชี่ยวชาญ การจัดการประชุมและสัมมนา และการพัฒนาความรู้

5. ส่งเสริมเพื่อสร้างความตื่นตัวด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดวัฒนธรรมนวัตกรรมทั้งในระดับอุตสาหกรรม ระดับองค์กร และระดับประชาชนทั่วไป

ตัวอย่างงานวิจัยที่เข้าร่วมโครงการกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

