

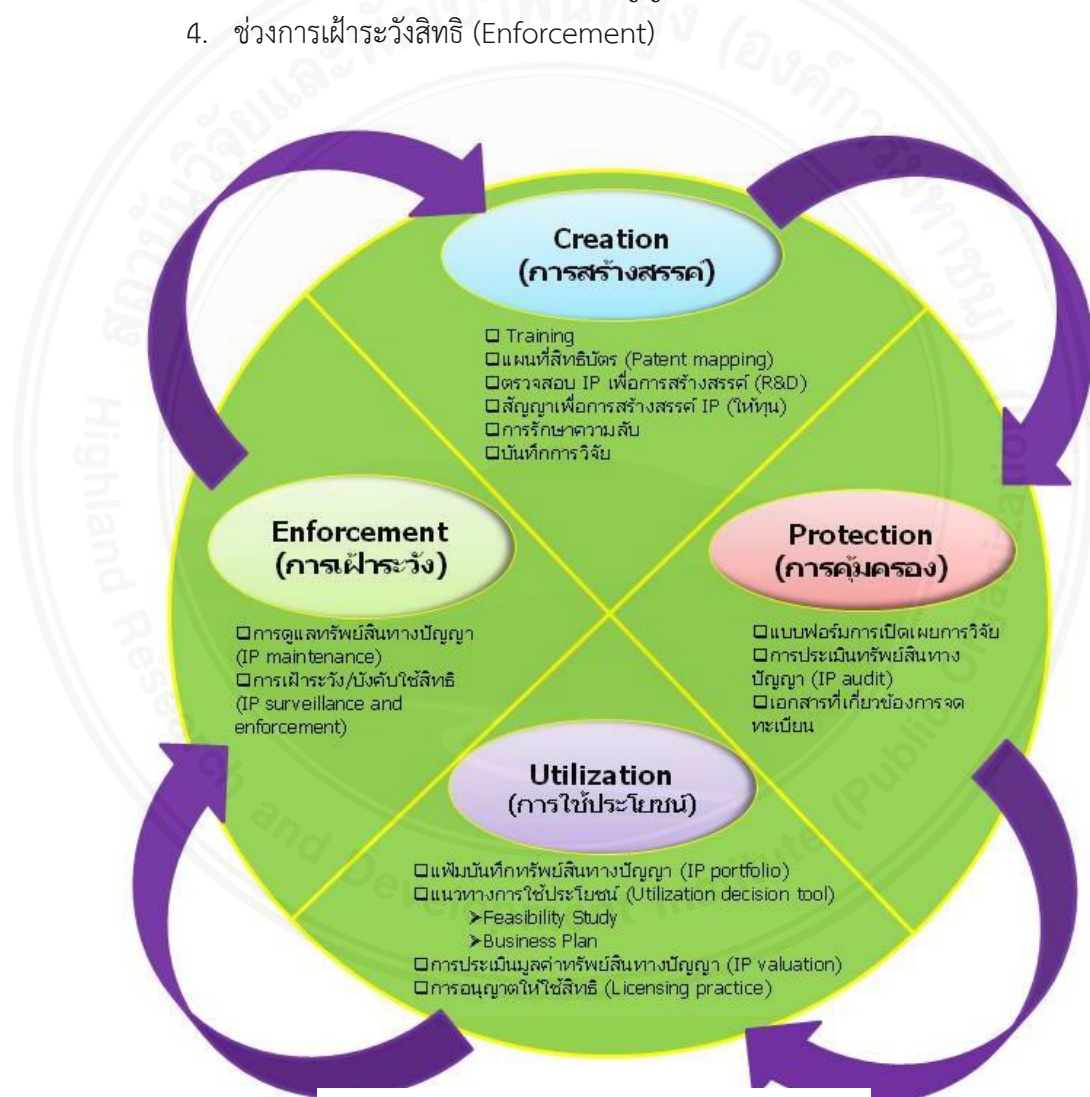
บทที่ 2

ทบทวนเอกสารและองค์ความรู้ในงานทรัพย์สินทางปัญญา

2.1 แนวทางการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา

โดยมีเครื่องมือการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ตามวงจรการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

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



ภาพ วงจรการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทาง

1. ช่วงการสร้างสรรคทรัพย์สินทางปัญญา (Creation)

เน้นการอบรมให้ความรู้แก่นักวิจัยด้านทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่สามารถจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

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 การศึกษาดูงานหน่วยงานทางด้านการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ณ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ.หาดใหญ่ (PSU-BIO)

ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีการจัดตั้งเป็นหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2548 และได้เปิดดำเนินการตั้งแต่วันที่ 22 เมษายน 2548 โดยในตอนเริ่มต้นจะมีภารกิจและวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการผลักดัน ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษาบัณฑิต ศิษย์เก่า บุคลากรในมหาวิทยาลัยและผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยเน้นธุรกิจที่ใช้ความรู้เป็นฐาน และผลักดัน ส่งเสริม สนับสนุนผลงานวิจัย ผลงานวิชาการ นวัตกรรมและผลงานสร้างสรรค์ให้มีศักยภาพ และมีการดำเนินการเชิงพาณิชย์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2549 สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้สนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมบ่มเพาะในลักษณะ 3 ประสาน ซึ่งประกอบด้วย การบ่มเพาะวิสาหกิจ (UBI) การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและถ่ายทอดเทคโนโลยี (TLO) และโครงการวิจัยและพัฒนาภาครัฐร่วมกับเอกชนในเชิงพาณิชย์ จึงได้สนับสนุนการจัดตั้งหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่มหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพและความพร้อมด้านการวิจัยและการดำเนินการเชิงพาณิชย์ได้จำนวน 10 มหาวิทยาลัย ซึ่งมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็น 1 ใน 10 ของมหาวิทยาลัยที่ได้รับการสนับสนุน ภายใต้การดำเนินงานศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ โดยได้เพิ่มการให้บริการด้านการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและถ่ายทอดเทคโนโลยี ครอบคลุมการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์

ปัจจุบันศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจมีวิสัยทัศน์ คือ “สร้าง และพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในระดับสากล ที่สามารถนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ในระดับชั้นนำของประเทศ

พันธกิจของศูนย์

1. เสริมสร้างความรู้และศักยภาพให้กับอาจารย์ นักวิจัย บุคลากร นักศึกษา บัณฑิต ศิษย์เก่า และบุคคลทั่วไป เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่
2. ให้บริการด้านการบ่มเพาะ ประสานงาน และสนับสนุนการประกอบการธุรกิจแบบครบวงจร
3. เชื่อมโยงงานวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมเข้าสู่การจัดการเชิงพาณิชย์
4. ส่งเสริมและผลักดันผู้ประกอบการ ให้เกิดรายได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง และยกระดับการแข่งขันสู่ระดับสากล
5. พัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญในด้านการให้คำปรึกษา และบริการด้านการบ่มเพาะวิสาหกิจ

คำขวัญ คือ PSU-BIC: ส่งเสริม สร้างสรรค์นวัตกรรม สู่สังคมผู้ประกอบการ

การให้บริการของศูนย์บ่มเพาะฯ

- บริการบ่มเพาะวิสาหกิจ
- บริการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและถ่ายทอดเทคโนโลยี
- บริการบ่มเพาะผู้ประกอบการนักศึกษา
- บริการ PSU-Innomart (พื้นที่เช่าสำหรับบริษัทและผู้ประกอบการ)
- บริการ PSU-Innovation Trading Company (บ่มเพาะผู้ประกอบการ)

ภาพถ่ายศูนย์บ่มเพาะฯ





2.3 องค์ความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 6 ประเภท

จากการสังเคราะห์เอกสารและการเข้ารับการอบรมหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างๆ ในช่วงปีงบประมาณที่ผ่านมา สามารถสรุปรายละเอียดและความรู้ต่างๆ ได้ดังนี้

2.3.1 ลิขสิทธิ์กับผลงานวิจัย และผลงานทางวิชาการ¹

1. ความหมายของลิขสิทธิ์ (Copyright) คือ

- สิทธิแต่ผู้เดียว (Exclusive rights) ที่จะกระทำการใดๆ ตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์
- กฎหมายลิขสิทธิ์จะคุ้มครองเฉพาะรูปแบบของการแสดงออกของความคิด (expression of ideas) ไม่คุ้มครองถึงตัวความคิด ซึ่งยังไม่ได้ถ่ายทอดปรากฏออกมา
- งานลิขสิทธิ์ไม่จำเป็นต้องมีความใหม่ (novelty) ขอเพียงแต่ให้เกิดจากความคิดริเริ่มของตนเอง (original) ไม่ลอกเลียนแบบใคร
- กฎหมายคุ้มครองเจ้าของลิขสิทธิ์มิให้ผู้อื่นลอกเลียนแบบหรือทำซ้ำ ตลอดจนห้ามมิให้มีการใช้ประโยชน์จากรูปแบบของการแสดงออกของความคิดของผู้สร้างสรรค์โดยมิได้รับอนุญาต

¹ เอกสารอ้างอิง

1. ความรู้ลิขสิทธิ์: ลิขสิทธิ์คืออะไร กรมทรัพย์สินทางปัญญากระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2547
2. คู่มือการใช้งานลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรม กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

- อายุการคุ้มครองของลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นการแสดงออกของความคิดจึงมีระยะเวลายาวนานกว่าการคุ้มครองตัวความคิด ซึ่งเป็นเรื่องของการคุ้มครองการประดิษฐ์ภายใต้กฎหมายสิทธิบัตร
- กฎหมายลิขสิทธิ์มีวัตถุประสงค์ให้ความคุ้มครองป้องกันผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจและทางศีลธรรม ซึ่งบุคคลพึงได้รับจากผลงานสร้างสรรค์อันเกิดจากความนึกคิด และสติปัญญาของตนเอง แต่ทั้งนี้มิได้หมายความว่า กฎหมายลิขสิทธิ์จะปิดกั้นสาธารณชนที่จะใช้ประโยชน์จากผลงานสร้างสรรค์ ในทางตรงกันข้ามกฎหมายลิขสิทธิ์มุ่งที่จะสร้างดุลยภาพในภาพสร้างสรรค์โดยสาธารณะชนหรือบุคคลอื่นในสังคม
- ตัวอย่างการแสดงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์

2. ลักษณะงานที่กฎหมายลิขสิทธิ์ให้ความคุ้มครอง

- วรรณกรรม เช่น หนังสือหรือสิ่งเขียน สิ่งพิมพ์ต่างๆ สุนทรพจน์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (software) ฯลฯ
- นาฏกรรม เช่น ทำรำ ทำเต้น การแสดงโดยวิธีใบ้ ฯลฯ
- ศิลปกรรม แบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ (1)งานจิตรกรรม (2)งานประติมากรรม (3)งานภาพพิมพ์ (4)งานสถาปัตยกรรม (5)งานภาพถ่าย (6)งานภาพประกอบ และ(7)งานศิลปประยุกต์ (การนำเอาผลงานต่างๆ ตาม (1) ถึง(6) อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น นอกจากชื่นชมในคุณค่าของตัวงาน เช่น นำไปใช้สอน นำไปตกแต่งวัสดุหรือสิ่งของเครื่องใช้)
- ดนตรีกรรม ได้แก่ งานเพลงต่างๆ คำร้อง ทำนอง และการเรียบเรียงเสียงประสาน
- โสตทัศนวัสดุ เช่น วีดีโอเทป
- ภาพยนตร์ และเสียงประกอบของภาพยนตร์
- สิ่งบันทึกเสียง เช่น แผ่นเสียง เทป แผ่นซีดี เป็นต้น
- งานแพร่ภาพแพร่เสียง หมายถึงการกระจายเสียงทางวิทยุกระจายเสียง และการกระจายภาพ และเสียงทางวิทยุโทรทัศน์
- งานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์หรือแผนกศิลปะ กฎหมายได้บัญญัติไว้อย่างกว้างๆ ในกรณีที่อาจมีงานสร้างสรรค์ ซึ่งเกิดจากความคิดริเริ่มของมนุษย์ เป็นงานในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ แต่ยังไม่เข้าข่ายเป็นงานประเภทใดตาม (2.1) ถึง (2.8) ก็อาจจัดเข้าไว้ในงานลิขสิทธิ์ประเภทนี้ได้ และนอกจากงานสร้างสรรค์ทั้ง 9 ประเภทดังกล่าวข้างต้นแล้ว งานดัดแปลงโดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ เช่น หนังสือ ซึ่งถูกดัดแปลงเป็นภาพยนตร์ งานประติมากรรมดัดแปลงเป็นสถาปัตยกรรม และงานรวมเรื่องสั้น งานฐานข้อมูล (Database) ก็ถือเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ที่กฎหมายคุ้มครอง

3. สิ่งที่ไม่ถือเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์

- การคุ้มครองลิขสิทธิ์ไม่ครอบคลุมถึงความคิด ขั้นตอน กรรมวิธี ระบบ วิธีใช้หรือวิธีทำงาน แนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์

- ขาวประจำวันและข้อเท็จจริงต่างๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสาร ไม่ใช่ลักษณะของงานริเริ่มสร้างสรรค์ในแผนวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ
- รัฐธรรมนูญและกฎหมาย
- ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง และหนังสือโต้ตอบของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานของรัฐหรือของท้องถิ่น
- คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัยและรายงานของทางราชการ
- คำแปลและการรวบรวมสิ่งต่างๆ ข้างต้น ที่กระทรวง ทบวง กรมหรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่นจัดทำขึ้น
- ตัวอย่างของสิ่งที่ไม่ถือเป็นลิขสิทธิ์ เช่น รายชื่อของผู้ใช้โทรศัพท์(จาก ก-ฮ) ในสมุดโทรศัพท์ ชื่อทั่วไป ชื่อเรื่อง วลีสั้นๆ คำขวัญ รูปแบบตัวหนังสือ เป็นต้น

4. ลิขสิทธิ์ของเจ้าของลิขสิทธิ์

- กลุ่มของสิทธิ (bundle of rights) ซึ่งประกอบไปด้วยสิทธิใหญ่ 2 ประการ คือ
 1. สิทธิทางเศรษฐกิจ (economic rights) คือ เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการแก่งานของตนดังต่อไปนี้
 - ✚ ทำซ้ำ คือการคัดลอก เลียนแบบ ทำสำเนา ทำแม่พิมพ์ บันทึกเสียง บันทึกภาพ ไม่ว่าโดยวิธีใด ในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ ไม่ว่าทั้งหมด หรือบางส่วน และดัดแปลง คือการทำซ้ำ โดยเปลี่ยนรูปแบบใหม่ ปรับปรุงแก้ไข เพิ่มเติม หรือจำลองงานต้นฉบับในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน
 - ✚ เผยแพร่ต่อสาธารณชน คือการนำงานสร้างสรรค์ออกเผยแพร่ทำให้ปรากฏต่อสาธารณชนโดยวิธีต่างๆ เช่น การแสดง การบรรยาย การทำให้ปรากฏด้วยเสียง ด้วยภาพ การก่อสร้าง การจำหน่าย เป็นต้น
 - ✚ ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียง
 - ✚ ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น
 - ✚ อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิ โดยจะกำหนดเงื่อนไขหรือไม่ก็ได้ แต่เงื่อนไขที่กำหนดจะเป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมไม่ได้
 2. สิทธิทางศีลธรรม (moral rights) คือ ผู้สร้างสรรค์มีสิทธิที่จะแสดงตนว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และห้ามมิให้มีการบิดเบือน ดัดทอน ดัดแปลง หรือกระทำการให้เกิดความเสียหาย ต่อชื่อเสียงของผู้สร้างสรรค์

5. การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

- งานสร้างสรรค์ที่ได้ริเริ่มทำขึ้น จะได้รับการคุ้มครองในทันที (automatic protection) โดยไม่ต้องผ่านพิธีการใดๆ (no formality) รวมถึงการจดทะเบียน หากงานนั้นเข้าข่ายงานอันมีลิขสิทธิ์ตามที่กฎหมายกำหนด (แต่สามารถนำงานที่สร้างสรรค์นี้ไปจดทะเบียนที่กรมทรัพย์สินได้ เพื่อใช้เป็นหลักฐาน หากมีกรณีต้องใช้ในศาล)

หลักสัญชาติ

1. ผู้สร้างสรรค์จะได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานที่ได้สร้างสรรค์ขึ้น หากเป็นพลสัญชาติไทย หรือสัญชาติของประเทศภาคีอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครอง

ลิขสิทธิ์ คือ อนุสัญญากรุงเบอร์ลินและข้อตกลงว่าด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (TRIPS)

2. ในกรณีผู้สร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล นิติบุคคลนั้นต้องจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย หลักดินแดน

1. ในกรณีที่ยังไม่ได้โฆษณา ผลงานส่วนใหญ่สร้างสรรค์ขึ้นในประเทศไทยหรือประเทศภาคีอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองลิขสิทธิ์
2. ในกรณีที่ได้โฆษณางานนั้นแล้ว การโฆษณาครั้งแรกทำขึ้นในประเทศไทยหรือประเทศภาคีอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองลิขสิทธิ์
3. หากมีการโฆษณาไปแล้วครั้งแรกในประเทศที่ไม่ใช่ภาคีดังกล่าว ผู้สร้างสรรค์จะได้รับการคุ้มครองต่อเมื่อมีการโฆษณางานนั้นในประเทศไทย หรือประเทศภาคี ภายใต้นับตั้งแต่วันที่โฆษณาครั้งแรก

6. การโฆษณา

- การทำสำเนาจำลองของงานไม่ว่าในรูปหรือลักษณะอย่างใดที่ทำขึ้นโดยความยินยอมของผู้สร้างสรรค์ออกจำหน่าย โดยสำเนาจำลองนั้นมีปรากฏต่อสาธารณชนเป็นจำนวนมากพอสมควรตามสภาพงานนั้น แต่ทั้งนี้ไม่หมายรวมถึงการแสดงหรือการทำให้ปรากฏซึ่งนาฏกรรม ดนตรีกรรม หรือภาพยนตร์ การบรรยายหรือปาฐกถา ซึ่งวรรณกรรม การแพร่เสียง แพร่ภาพเกี่ยวกับงานใด การนำศิลปกรรมออกแสดงและการก่อสร้างงานสถาปัตยกรรม

7. เจ้าของลิขสิทธิ์

- ในกรณีทั่วไปและกรณีในการจ้างแรงงาน เจ้าของลิขสิทธิ์คือตัวผู้สร้างสรรค์เอง (การจ้างงานในที่นี้ หมายถึงการสร้างสร้งงานในฐานะพนักงานหรือลูกจ้าง) ผู้สร้างสรรค์จะมีลิขสิทธิ์ในงานสร้งสร้งนั้น หากไม่ได้ทำหนังสือตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น อย่างไรก็ตาม นายจ้างมีสิทธิในงานนั้นออกเผยแพร่ต่อสาธารณชนได้ตามวัตถุประสงค์ของการจ้างแรงงานนั้น
- ในกรณีการรับจ้างบุคคลอื่น ผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้มีลิขสิทธิ์ในงานนั้น เว้นแต่จะได้มีการตกลงกันระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้สร้างสรรค์ไว้เป็นอย่างอื่น
- งานสร้งสร้งโดยการจ้างหรือตามคำสั่งของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานของรัฐ หรือของท้องถิ่น ลิขสิทธิ์จะตกเป็นของหน่วยงานดังกล่าว เว้นแต่จะได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่นเป็นลายลักษณ์อักษร
- ในกรณีของการเอางานที่มีลิขสิทธิ์อยู่แล้วมาดัดแปลงโดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ผู้ที่ดัดแปลงจะได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานดัดแปลงที่เกิดขึ้นใหม่ แต่ทั้งนี้จะต้องไม่กระทบกระเทือนสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีอยู่ในงานเดิมที่ถูกดัดแปลง
- กรณีการรวบรวมหรือประกอบเข้ากันของงานอันมีลิขสิทธิ์ที่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือฐานข้อมูล (database) ซึ่งได้รวบรวมโดยการคัดเลือกหรือจัดลำดับ โดยมิได้ลอกเลียนงานของผู้อื่น ลิขสิทธิ์จะตกแก่ผู้รวบรวมนั้น ทั้งนี้จะต้องไม่กระทบกระเทือนสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีอยู่ในงาน หรือข้อมูล หรือสิ่งอื่นใดของผู้สร้างสรรค์ ที่ถูกนำมารวบรวมเข้าด้วยกัน

8. การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิและการโอนลิขสิทธิ์

- การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้ลิขสิทธิ์ ไม่ว่าจะเป็นการให้เช่า คัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน หรือให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียง เป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของผู้สร้างสรรค์
- อาจอนุญาตบุคคลมากกว่าหนึ่งคนให้ใช้สิทธิได้เวลาเดียวกัน เว้นแต่จะมีการกำหนดเป็นหนังสือระบุเป็นข้อห้ามไว้
- การโอนสิทธิ เจ้าของลิขสิทธิ์อาจโอนลิขสิทธิ์ทั้งหมดหรือบางส่วน โดยอาจมีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ หากการโอนมิใช่เป็นทางมรดก เจ้าของลิขสิทธิ์ต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้โอนและผู้รับโอน และหากในสัญญาโอนไม่ได้กำหนดระยะเวลาโอนไว้ ก็ถือว่าโอนนั้นมีกำหนดระยะเวลา 10 ปี

9. อายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

- กฎหมายให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์ในงานทั่วไปตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์และต่อไปอีก 50 ปี หลังจากผู้สร้างสรรค์เสียชีวิต
- งานภาพถ่าย โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง หรืองานแพร่เสียงแพร่ภาพ จะมีอายุคุ้มครอง 50 ปี นับตั้งแต่วันที่สร้างสรรค์
- หากมีการนำงานออกโฆษณา โดยความยินยอมของเจ้าของลิขสิทธิ์ ลิขสิทธิ์จะมีอายุ 50 ปี นับตั้งแต่การโฆษณาครั้งแรก ซึ่งนับในกรณีที่ผู้สร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล ผู้สร้างสรรค์ใช้นามแฝง หรือกรณีของงาน งานศิลปประยุกต์ หรืองานสร้างสรรค์โดยการจ้างหรือตามคำสั่งของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐ หรือท้องถิ่น หรือกรณีที่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตายก่อนที่จะได้มีการโฆษณานั้น

10. การละเมิดลิขสิทธิ์

หมายถึง การที่บุคคลใดกระทำการใดแก่งานลิขสิทธิ์ ซึ่งกฎหมายกำหนดว่าเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่จะกระทำได้ โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ก่อน แบ่งออกได้เป็น

1. การละเมิดลิขสิทธิ์โดยตรง

- การทำซ้ำ คัดแปลง
- การเผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งในกรณีของโสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง และโปรแกรมคอมพิวเตอร์รวมถึง
- การให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางานดังกล่าวโดยไม่ได้รับอนุญาตด้วย

2. การละเมิดลิขสิทธิ์โดยอ้อม ได้แก่ การที่รู้(อยู่แก่ใจ)หรือมีเหตุอันควรรู้(อยู่แก่ใจ)อยู่แล้วว่างานใดได้ทำขึ้น โดยละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่น แต่ยังคงกระทำการเพื่อกำไรจากงานนั้น การกระทำดังกล่าว ได้แก่

- การขาย มีไว้เพื่อขาย เสนอขาย ให้เช่า เสนอให้เช่า ให้เช่าซื้อ หรือเสนอให้เช่าซื้อ
- การเผยแพร่ต่อสาธารณชน
- แจกจ่ายในลักษณะที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของลิขสิทธิ์
- การนำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อการใดๆ นอกจากเพื่อใช้เป็นส่วนตัว

11. ข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์

หลักการ

- ต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์
- ต้องไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร

12. ข้อยกเว้นตามมาตรา 32

การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานอันมีลิขสิทธิ์ตามวรรคหนึ่งมิให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำได้ดังต่อไปนี้

1. วิจัยหรือศึกษางานนั้น อันมิใช่การกระทำเพื่อหาผลกำไร
2. ใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือเพื่อประโยชน์ของตนเองและบุคคลอื่นในครอบครัวหรือญาติสนิท
3. ดิชม วิจารณ์ หรือแนะนำผลงานโดยมีการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานนั้น
4. เสนอรายงานข่าวทางสื่อมวลชน โดยมีการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานนั้น
5. ทำซ้ำ ดัดแปลง นำออกแสดง หรือทำปรากฏ เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาของศาล หรือเจ้าพนักงานซึ่งมีอำนาจตามกฎหมาย หรือในรายงานผลการพิจารณาดังกล่าว
6. ทำซ้ำ ดัดแปลง นำออกแสดง หรือทำให้ปรากฏโดยผู้สอน เพื่อประโยชน์การสอนของตน อันมิใช่การกระทำเพื่อหาผลกำไร
7. ทำซ้ำ ดัดแปลงบางส่วนของงาน หรือตัดทอนหรือทำบทสรุปโดยผู้สอนหรือสถาบันการศึกษา เพื่อแจกจ่ายหรือจำหน่ายแก่ผู้เรียนในชั้นเรียนหรือสถาบันการศึกษา ทั้งนี้ต้องไม่เป็นการกระทำเพื่อหาผลกำไร
8. นำงานนั้นมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการถามและตอบในการสอบ

13. ข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์

การกระทำต่องานอันมีลิขสิทธิ์ของบุคคลต่างๆดังต่อไปนี้ กฎหมายมิให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

1. การทำซ้ำโดยบรรณารักษ์ห้องสมุด (แต่จะต้องเอางานอันมีลิขสิทธิ์นั้นใช้เฉพาะห้องสมุด ห้ามนำออกข้างนอกห้องสมุด)
2. การนำเอางานนาฏกรรม หรือดนตรีกรรมออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยมีได้หากำไร ไม่เก็บค่าเข้าชม ไม่ว่าทางตรงหรือทางอ้อม ไม่ได้ค่าตอบแทนแก่นักแสดง และมีวัตถุประสงค์เพื่อการสาธารณกุศล การศาสนาหรือการสังคมสงเคราะห์
3. การวาดเขียน การเขียนระบายสี การก่อสร้าง การแกะสลัก การพิมพ์ภาพ การถ่ายภาพ การถ่ายภาพยนตร์ การแพร่ภาพศิลปกรรมที่ตั้งเปิดเผยประจำอยู่ในที่สาธารณะ นอกจากงานสถาปัตยกรรม
4. การวาดเขียน การเขียนระบายสี การแกะลายเส้น การปั้น การแกะสลัก การพิมพ์ภาพ การถ่ายภาพยนตร์ หรือการแพร่ภาพงานสถาปัตยกรรม
5. การถ่ายภาพ การถ่ายภาพยนตร์ หรือการแพร่ภาพงานใดๆ ซึ่งศิลปกรรมใดรวมเป็นส่วนประกอบอยู่ด้วย

6. การทำซ้ำบางส่วนของงานศิลปกรรมโดยผู้สร้างสรรค์ร่วม(ในกรณีมีผู้สร้างสรรค์หลายคน) หรือการใช้แบบพิมพ์ภาพร่าง แผนผัง แบบจำลอง หรือข้อมูลที่ได้จากการศึกษาที่ใช้ในการทำศิลปกรรมเดิมโดยมิได้ทำซ้ำหรือลอกแบบในส่วนอันเป็นสาระสำคัญ
 7. การบูรณะสถาปัตยกรรมในรูปแบบเดิม
 8. การนำภาพยนตร์ที่อายุการคุ้มครองสิ้นสุดลงแล้วออกเผยแพร่ต่อสาธารณชน มิให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ในวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม โสตทัศนวัสดุ สิ่งบันทึกเสียง หรืองานที่ใช้จัดทำภาพยนตร์นั้น
 9. การทำซ้ำงานลิขสิทธิ์ที่อยู่ในการครอบครองของทางราชการเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติราชการโดยเจ้าพนักงานซึ่งมีอำนาจตามกฎหมายหรือตามคำสั่งของเจ้าพนักงาน ทั้งนี้ การกระทำทั้ง 9 ประการต้องตั้งอยู่บนหลักการสำคัญ 2 ประการของข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ดังกล่าวมาแล้ว
14. สิทธิข้างเคียง (Neighboring Rights)
- เป็นสิทธิที่คล้ายคลึงใกล้เคียงกับลิขสิทธิ์ เช่น สิทธิของนักแสดง (กลุ่มบุคคลซึ่งถ่ายทอดงานอันมีลิขสิทธิ์ให้แก่สาธารณชนได้รับชม ฟัง เช่น ผู้แสดง นักดนตรี นักร้อง นักเต้น นักรำ และผู้แสดงท่าทาง ร้อง กล่าว พากย์ ฯลฯ)
 - การคุ้มครองสิทธิของนักแสดง นักแสดงจะได้รับการคุ้มครองสิทธิแต่เพียงผู้เดียวเกี่ยวกับการแสดงของตนนั้นๆ คือ
 1. แพร่เสียงแพร่ภาพ หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนในการแสดงของตน
 2. บันทึกการแสดงที่ยังไม่มีการบันทึกไว้
 3. ทำซ้ำสิ่งที่บันทึกการแสดง ที่บันทึกไว้โดยไม่ได้รับอนุญาตหรือได้รับอนุญาต เพื่อวัตถุประสงค์อื่น หรือสิ่งบันทึกการแสดงที่เข้าข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์ของนักแสดง
 - นักแสดงได้รับการคุ้มครองสิทธิในกรณีที่มีการใช้ประโยชน์จากการแสดงของตน (secondary use) คือหากมีการนำเอาสิ่งที่บันทึกเสียงการแสดง ซึ่งได้นำออกเผยแพร่เพื่อการค้าแล้วไปแพร่เสียง หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยตรงจะต้องจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมแก่นักแสดง
15. การใช้ลิขสิทธิ์ในพฤติการณ์พิเศษ
- การให้สิทธิแก่ผู้มีสัญชาติไทยที่ประสงค์จะขอแปลงานต่างชาติเป็นภาษาไทยเพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอนหรือค้นคว้า โดยมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อหากำไร ทั้งนี้ผู้นั้นจะต้องได้เคยขออนุญาตแปลหรือทำซ้ำงานแปลเป็นภาษาไทยจากเจ้าของลิขสิทธิ์แล้ว แต่ไม่ได้รับอนุญาต นอกจากนี้ต้องไม่เคยมีการแปลงานนั้นเป็นภาษาไทยหรือไม่มีสำเนาแปลของงานนั้นในท้องตลาดในระยะเวลา 3 ปี หลังจากโฆษณาครั้งแรก หรือหลังจากจัดพิมพ์งานดังกล่าวครั้งสุดท้าย แล้วแต่กรณี โดยอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา จะเป็นผู้กำหนดค่าตอบแทนที่เป็นธรรมให้แก่เจ้าของสิทธิ อย่างไรก็ตามค่าแปลภาษาไทยจะถูกส่งออกไปนอกราชอาณาจักรไม่ได้เว้นแต่ผู้รับจะมีสัญชาติไทย และงานแปลที่ส่งออกไปนั้น จะต้องใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเรียนการสอนหรือค้นคว้า ไม่ใช่เพื่อการค้า และประเทศผู้ได้รับอนุญาตให้ไทยส่งงานแปลดังกล่าวไปประเทศนั้น
16. เกณฑ์การพิจารณาในการใช้งานลิขสิทธิ์

หลักการ

- ต้องไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์
- ต้องไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร

เกณฑ์การพิจารณา

- วัตถุประสงค์และลักษณะของการใช้งานลิขสิทธิ์
 1. การใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นจะต้องไม่มีลักษณะเป็นการกระทำเพื่อการค้าหรือหากำไร เช่น การนำเพลงของบุคคลอื่นไปทำเทปเพลงเพื่อขายแก่บุคคลทั่วไป หรือ อาจารย์ผู้สอนถ่ายสำเนาตำราเรียนบางตอนเพื่อขายนักศึกษาในชั้นเรียนในราคาเกินกว่าต้นทุน เช่นนี้ไม่ถือว่าเป็นการใช้งานลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรม
 2. การใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นจะต้องไม่มีเจตนาทุจริต เช่นการนำงานลิขสิทธิ์มาใช้โดยไม่อ้างอิงที่มา หรือใช้ในลักษณะที่ทำให้คนเข้าใจว่าเป็นงานของผู้ใช้งานลิขสิทธิ์นั่นเอง
 3. เป็นการใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม โดยนำงานลิขสิทธิ์มาปรับเปลี่ยน (transform) ให้ต่างไปจากลิขสิทธิ์เดิมหรือมีการเพิ่มเติมสิ่งใหม่เข้าไป ซึ่งถ้าหากการปรับเปลี่ยนดังกล่าวก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมก็เป็นการใช้ลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรม เช่นการคัดลอกอ้างอิง (quote) ในงานวิจัยเพื่ออธิบายความคิดเห็นของผู้เขียน หรือการรายงานข่าวที่ย่อคำกล่าว (speech) หรือย่อบทความโดยการคัดลอกอ้างอิงมาเพียงสั้นๆ
- ลักษณะของงานอันมีลิขสิทธิ์
 1. พิจารณาระดับของการสร้างสรรค์งาน เช่น ถ้าเป็นงานที่มีระดับของการสร้างสรรค์งานหรือใช้จินตนาการมาก เช่น นวนิยาย หรือเรื่องเล่าอัตชีวประวัติบุคคล หากผู้อื่นนำไปใช้โอกาสที่จะเป็นการใช้ลิขสิทธิ์ที่ไม่เป็นธรรมจะมากกว่างานลิขสิทธิ์ที่ประกอบด้วย ข้อเท็จจริงจำนวนมาก เช่น รายงานการเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้น
 2. พิจารณาว่าเป็นงานที่มีโฆษณาแล้วหรือไม่ หากงานที่นำมาใช้งานเป็นงานที่ยังไม่มีการโฆษณาจะอ้างว่าเป็นการใช้ที่เป็นธรรมไม่ได้เนื่องจากงานดังกล่าวผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เท่านั้นที่มีสิทธิที่จะเลือกที่จะโฆษณางานของตนเมื่อใดก็ได้ แต่หากการใช้งานลิขสิทธิ์เป็นการใช้ที่มีการโฆษณาแล้ว อาจเป็นการใช้ที่เป็นธรรมได้
- ปริมาณและเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญ
 1. หากนำงานลิขสิทธิ์ของคนอื่นมาใช้ในปริมาณมาก ก็ถือว่าเป็นการใช้ที่ไม่เป็นธรรม
 2. หรือในกรณีที่นำงานลิขสิทธิ์ของคนอื่นมาใช้แม้ปริมาณน้อยก็อาจเป็นการละเมิดได้ หากส่วนนั้นเป็นส่วนที่เป็นสาระสำคัญหรือหัวใจของงานชิ้นนั้น
- ผลกระทบต่อตลาดหรือมูลค่าของงานอันมีลิขสิทธิ์
 1. การใช้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นจะต้องไม่มีผลให้งานลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นดังกล่าวขายไม่ได้ แต่ถ้าไม่มีผลกระทบหรือกระทบเพียงเล็กน้อย ก็อาจถือว่าเป็นการใช้งานลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรมได้

2. ในกรณีที่เป็งานวรรณกรรมที่ไม่ได้พิมพ์จำหน่ายมาเป็นเวลานานแล้วการใช้งานดังกล่าวก็จะไม่กระทบตลาดของเจ้าของลิขสิทธิ์ เพราะไม่ทำให้เจ้าของลิขสิทธิ์ดังกล่าวขายงานของตนเองไม่ได้ เนื่องจากหนังสือไม่มีขายในท้องตลาดแล้ว

17. การใช้งานลิขสิทธิ์ที่เป็นธรรมในการเรียนการสอน

- ลักษณะการใช้งานลิขสิทธิ์ในการเรียนการสอน
- ในการวิจัยหรือศึกษางานอาจมีการทำซ้ำงานวรรณกรรม เช่น บทความจากหนังสือหรืองานศิลปกรรม (เช่นรูปภาพ) จากงานอันมีลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นเพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอน ซึ่งกฎหมายลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นเพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอน ซึ่งกฎหมายลิขสิทธิ์กำหนดให้การกระทำลักษณะต่างๆ ดังกล่าว เป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของลิขสิทธิ์ และเพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าทางการศึกษากฎหมายจึงกำหนดข้อยกเว้นการละเมิดลิขสิทธิ์เพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอนได้ตามสมควร เช่น การทำซ้ำ ดัดแปลงบางส่วนของงานหรือตัดตอน หรือทำบทสรุปโดยผู้สอนหรือสถาบันการศึกษา เพื่อ ประโยชน์ในการเรียนการสอน หรือนำงานนั้นมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการถามและตอบในการสอบ

เกณฑ์การพิจารณา

- คำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการใช้งานลิขสิทธิ์ทั้งหมด 4 ประการประกอบกัน
- วัตถุประสงค์และความเหมาะสมในการใช้งานลิขสิทธิ์
- ลักษณะของงานลิขสิทธิ์
- ปริมาณการใช้งานและสัดส่วนของงาน
- ผลกระทบต่อการตลาดหรือมูลค่าของลิขสิทธิ์

ปริมาณการใช้งานลิขสิทธิ์

- ภาพยนตร์และโสตทัศนวัสดุ
 - การนำออกฉาย ผู้สอนนำออกให้ให้ผู้เรียนในชั้นเรียนชมได้ไม่จำกัดความยาวและจำนวนครั้ง ภายใต้เงื่อนไขดังนี้
 - สำเนาที่นำออกฉายต้องเป็นสำเนาที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้อง
 - เป็นการนำออกฉายในชั้นเรียนโดยไม่แสวงหากำไร
 - เป็นการนำออกฉายเพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอนโดยตรง
 - การทำสำเนา
 - ผู้สอนทำสำเนาทั้งเรื่องที่เป็นต้องใช้ประโยชน์ในการสอน ณ ขณะนั้นได้ หากได้พยายามใช้วิธีการและมีระยะเวลาอันสมควรแล้ว แต่ไม่สามารถจัดซื้อจัดหาสำเนาภาพยนตร์หรือโสตทัศนวัสดุที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมายได้
 - ผู้เรียนทำสำเนาภาพยนตร์หรือโสตทัศนวัสดุเพื่อใช้ในการศึกษาได้ไม่เกินร้อยละ 10 หรือ 3 นาที ของงานแต่ละผลงาน (แล้วแต่ว่าจำนวนใดน้อยกว่า) ทั้งนี้ภาพยนตร์หรือโสตทัศนวัสดุที่ใช้ในการจัดทำสำเนานั้นต้องมีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย
- งานแพร่เสียงแพร่ภาพ (เช่นรายการวิทยุ โทรทัศน์)

- ผู้สอนทำสำเนาและฉายงานแพร่เสียงแพร่ภาพหรือเทปบันทึกภาพงานเพื่อการเรียนการสอนได้ โดยสถาบันการศึกษาใช้เทปบันทึกภาพงานดังกล่าวได้ ระยะเวลาหนึ่งปีการศึกษาหรือสามภาคเรียน
- ดนตรีกรรม
 - การทำสำเนา
 - ผู้สอนทำสำเนาในกรณีเร่งด่วนเนื่องจากไม่สามารถซื้อสำเนางานที่มีลิขสิทธิ์มาใช้ได้ทันการแสดงที่จะมีขึ้น ทั้งนี้จะต้องจัดซื้อสำเนางานที่มีลิขสิทธิ์มาใช้ได้ทันการแสดงที่จะมีขึ้น ทั้งนี้จะต้องจัดซื้อสำเนางานที่มีลิขสิทธิ์มาใช้ทันทีที่ได้
 - ผู้สอนทำสำเนาหนึ่งชุดหรือหลายชุดจากตอนใดตอนหนึ่งของงานเพื่อการศึกษามากกว่าหนึ่งครั้งเพื่อออกแสดง ทั้งนี้ต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของแต่ละงาน และไม่เกิน 1 สำเนาต่อผู้เรียน 1 คน
 - ผู้สอนทำสำเนาสิ่งบันทึกเสียงของงานเพลง จำนวน 1 ชุด โดยสำเนาจากสิ่งบันทึกเสียงที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งผู้สอนหรือสถาบันการศึกษานั้นเป็นเจ้าของของกรรมสิทธิ์งานสิ่งบันทึกเสียงดังกล่าว เพื่อจัดทำเป็นแบบฝึกหัดสำหรับการร้อง การฟัง หรือเพื่อใช้ในการเรียนการสอน
 - การดัดแปลง ดัดแปลงสำเนางานเพื่อประโยชน์ในการเรียนการสอนได้ แต่จะดัดแปลงคุณลักษณะสำคัญของงาน รวมถึงเนื้อร้องไม่ได้
- รูปภาพและภาพถ่าย
 - ใช้ได้อย่างน้อย 1 ภาพ แต่ไม่เกิน 5 ภาพ ต่อผู้สร้างสรรค์ 1 ราย หรือร้อยละ 10 ของจำนวนภาพของผู้สร้างสรรค์ 1 ราย (แล้วแต่ว่าจำนวนใดน้อยกว่ากัน)
 - ผู้สอนและผู้เรียนดาวน์โหลดภาพจากอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้ในการศึกษาได้ในปริมาณเท่ากับข้างต้น แต่จะ upload งานนั้นกลับขึ้นบนอินเทอร์เน็ตไม่ได้ หากไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์
- วรรณกรรม สิ่งพิมพ์
 - การทำสำเนา 1 ชุด สำหรับผู้สอนเพื่อใช้ในการสอน หรือเตรียมการสอน หรือเพื่อใช้ในการวิจัย
 - 1 บท (chapter) จากหนังสือ 1 เล่ม
 - บทความ (article) 1 บท จากนิตยสาร/วารสาร หรือหนังสือพิมพ์
 - เรื่องสั้น (short poem) 1 บท ไม่ว่าจะนำมาจากงานรวบรวมหรือไม่ก็ตาม
 - แผนภูมิ (chart) กราฟ แผนผัง (diagram) ภาพวาด (painting) ภาพถ่ายเส้น (drawing) การ์ตูน รูปภาพ (picture) หรือภาพประกอบหนังสือ (illustration) จากหนังสือ นิตยสาร/วารสาร หรือหนังสือพิมพ์จำนวน 1 ภาพ
 - การทำสำเนาจำนวนมากเพื่อใช้ในห้องเรียน
 - ทำได้ไม่เกิน 1 ชุดต่อนักเรียน 1 คน โดยผู้สอน เพื่อใช้ในการเรียนการสอน หรือการอภิปรายในห้องเรียน โดยสำเนาที่สร้างขึ้น จะต้องไม่ยาวจนเกินไป และต้องมีการระบุข้อความว่าเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ไว้ในสำเนาทุกฉบับด้วยดังนี้

1. ร้อยกรอง

- บทกวี ที่ไม่เกิน 250 คำ และเมื่อพิมพ์แล้วไม่เกิน 2 หน้า (หน้าละ 2000 ตัวอักษร ขนาด 16)หรือ
- บทกวีขนาดยาว ตัดตอนมาได้ไม่เกิน 250 คำ

2. ร้อยแก้ว

- บทความ 1 บท เรื่อง 1 เรื่อง หรือเรียงความ 1 เรื่อง หรือไม่เกิน 2500 คำ
- ตอนใดตอนหนึ่งของร้อยแก้วซึ่งไม่เกิน 1000 คำ หรือ ร้อยละ 10 ของงานนั้น (แล้วแต่ว่าจำนวนใดน้อยกว่ากัน) แต่อย่างน้อย 500 คำ (ยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสม เช่นจบบทกวี)
- แผนภูมิ กราฟ แผนผัง ภาพวาด ภาพลายเส้น การ์ตูน รูปภาพ หรือภาพประกอบหนังสือจากหนังสือนิตยสาร/วารสาร หรือหนังสือพิมพ์ จำนวน 1 ภาพ
- งานที่มีลักษณะเฉพาะงานที่อยู่ในรูปร้อยกรองหรือร้อยแก้ว หรือผสมผสานกันซึ่งมักจะมีภาพประกอบ อาทิ หนังสือเด็ก ทำทั้งฉบับไม่ได้ แต่ใช้ได้ไม่เกิน 2500 คำ และทำสำเนาตอนหนึ่งตอนใดของงานได้ไม่เกิน 2 หน้า พิมพ์ของงานนั้น
- งานของผู้สร้างสรรค์คนเดียวกัน ทำสำหรับบทกวี บทความ เรื่อง หรือเรียงความ ได้ไม่เกิน 1 เรื่องหรือสามารถตัดตอนมาจากผลงานของผู้สร้างสรรค์คนเดียวกันได้ไม่เกิน 2 ตอน หรือ ทำสำเนาผลงานได้ไม่เกิน 3 เรื่อง จากงานรวบรวมเล่มเดียวกัน หรือจากนิตยสาร/วารสารรวมเล่ม ในเวลา 1 ภาคการศึกษา

18. การรับรู้ความเป็นเจ้าของสิทธิ์

จะต้องมีหนังสือรับรองความเป็นเจ้าของงานลิขสิทธิ์ โดยมีเนื้อหาดังตัวอย่าง

● ภาพยนตร์และโสตทัศนวัสดุ

- ชื่อผู้สร้างสรรค์.....
- ภาพจากภาพยนตร์หรือโสตทัศนวัสดุเรื่อง.....
- ปีที่ผลิต.....

●ดนตรีกรรม

- ผู้แต่งคำร้อง /ทำนอง/ ผู้เรียบเรียงเสียงประสาน.....
- ชื่อเพลง.....

●วรรณกรรม

- ชื่อผู้แต่ง ชื่อบรรณาธิการ (ถ้ามี) (ปีที่พิมพ์) ชื่อหนังสือ ครั้งที่พิมพ์ สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์/โรงพิมพ์/เจ้าของลิขสิทธิ์

19. ผลงานวิจัยและทางวิชาการที่ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีลิขสิทธิ์

1. เอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน

- เอกสารหรือสื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในวิชาที่ตนสอน

- รายชื่อบทความ หนังสืออ่านประกอบ บทเรียบเรียงคัดย่อเอกสารที่เกี่ยวข้อง แผนภูมิ (chart) แถบเสียง (tape) หรือภาพเคลื่อนไหว (slide)
- การเผยแพร่ อาจเป็น
 - เอกสารที่จัดเป็นรูปเล่มหรือถ่ายสำเนาเย็บเล่ม หรือ
 - เป็นสื่ออื่นๆ เช่น ซีดีรอม
 - ได้รับการจัดทำเป็นรูปเล่มด้วยการพิมพ์ หรือ ถ่ายสำเนาเย็บเล่ม หรือสื่ออื่นๆ ที่แสดงหลักฐานว่าได้เผยแพร่โดยใช้เป็น “ คำสอน ” ให้แก่ผู้เรียนในวิชานั้นๆ มาแล้ว
- ใช้ประกอบการสอนวิชาใดวิชาหนึ่งในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยมาแล้ว

2. บทความทางวิชาการ

คำนิยาม หมายถึง งานเขียนทางวิชาการซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ต้องการอธิบายหรือวิเคราะห์อย่างชัดเจนทั้งนี้มีการวิเคราะห์ประเด็นดังกล่าวตามหลักวิชาการจนสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ในประเด็นนั้นได้ อาจเป็นการนำความรู้จากแหล่งต่างๆ มาประมวลเรียบเรียงเพื่อวิเคราะห์อย่างเป็นระบบโดยที่ผู้เขียนแสดงทัศนะทางวิชาการของตนไว้อย่างชัดเจนด้วย

- เผยแพร่ในรูปของบทความทางวิชาการในวารสารทางวิชาการ ทั้งนี้วารสารทางวิชาการนั้นอาจเผยแพร่เป็นรูปเล่มสิ่งพิมพ์หรือเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีการกำหนดการเผยแพร่อย่างแน่นอน ชัดเจน
- เผยแพร่ในหนังสือรวมบทความในรูปแบบอื่นที่มีกองบรรณาธิการ ประเมินและตรวจสอบคุณภาพของบทความต่างๆ ในหนังสือนั้น
- เผยแพร่ในหนังสือประมวลผลการประชุมทางวิชาการ (Proceedings) ของการประชุมทางวิชาการในระดับชาติหรือระดับนานาชาติ ที่มีกองบรรณาธิการ ประเมินและตรวจสอบคุณภาพของบทความต่างๆ ที่นำเสนอขึ้น

3. ตำรา

คำนิยาม หมายถึง เอกสารทางวิชาการเรียบเรียงขึ้นอย่างเป็นระบบ ครอบคลุมเนื้อหาสาระของวิชาหรือเป็นส่วนหนึ่งของวิชา หรือของหลักสูตรก็ได้ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการถ่ายทอดวิชาในระดับอุดมศึกษาในการเรียนการสอนในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยมหิดล การเผยแพร่ มีวิธีการเผยแพร่ ดังนี้

1. การเผยแพร่เป็นรูปเล่ม ด้วยวิธีการพิมพ์ โดยโรงพิมพ์ (Printing house) หรือสำนักพิมพ์ (Publishing house) หรือโดยการถ่ายสำเนาเย็บเป็นรูปเล่มหรือทำรูปแบบอื่นๆ
2. การเผยแพร่โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ซีดีรอม

การเผยแพร่งดกล่าว จะต้องเป็นไปอย่างกว้างขวางมากกว่าการใช้ในการเรียนการสอนวิชาต่างๆ ในหลักสูตร เท่านั้น จำนวนพิมพ์เป็นดัชนีหนึ่งที่สามารถแสดงการเผยแพร่อย่างกว้างขวางได้ แต่อาจใช้ดัชนีอื่นวัดความกว้างขวางในการเผยแพร่ได้เช่นกัน ทั้งนี้ต้องได้รับการตรวจสอบและการรับรองการเผยแพร่จากคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย คณะ และ/

หรือสถาบันทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานั้น และต้องใช้ในการเรียนการสอนมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 1 ภาคการศึกษา

4. หนังสือ

คำนิยาม หมายถึง เอกสารทางวิชาการที่เรียบเรียงขึ้นโดยมีรากฐานทางวิชาการที่มั่นคง และให้ทัศนะของผู้เขียนที่สร้างเสริมปัญญาความคิด และสร้างความแข็งแกร่งทางวิชาการให้แก่สามชาตินั้นๆ และ /หรือสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง มีความต่อเนื่องเชื่อมโยงในเชิงเนื้อหาและครอบคลุม โดยไม่จำเป็นต้องนำไปใช้ประกอบการเรียนการสอนในวิชาใดวิชาหนึ่งทั้งนี้เนื้อหาสาระของหนังสือต้องมีความทันสมัย เมื่อพิจารณาถึงวันจัดพิมพ์

1. การเผยแพร่เป็นรูปเล่ม ด้วยวิธีการพิมพ์ โดยโรงพิมพ์ (Printing house) หรือสำนักพิมพ์ (Publishing house)
2. การเผยแพร่โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ซีดีรอม

การเผยแพร่งดงกล่าว จะต้องเป็นไปอย่างกว้างขวางมากกว่าการใช้ในการเรียนการสอนวิชาต่างๆ ในหลักสูตร เท่านั้น จำนวนพิมพ์เป็นดัชนีหนึ่งที่อาจแสดงการเผยแพร่อย่างกว้างขวางได้ แต่อาจใช้ดัชนีอื่นวัดความกว้างขวางในการเผยแพร่ได้เช่นกัน ทั้งนี้ต้องได้รับการตรวจสอบและการรับรองการเผยแพร่จากคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย คณะ และ/หรือสถาบันทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานั้น และต้องใช้ในการเรียนการสอนมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 4 เดือน

5. ผลงานวิจัย

คำนิยาม หมายถึง ผลงานทางวิชาการที่เป็นงานศึกษาหรืองานค้นคว้าอย่างมีระบบ ด้วยวิธีวิทยาการวิจัยที่เป็นที่ยอมรับในสาขาวิชานั้นๆ และมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อให้ได้มาซึ่ง ข้อมูล คำตอบ หรือ ข้อเสนอแนะที่จะนำไปสู่ความก้าวหน้าทางวิชาการ หรือเอื้อต่อการนำวิชาการนั้นไปประยุกต์

- รายงานการวิจัยที่มีความครบถ้วน สมบูรณ์และชัดเจนตลอดทั้งกระบวนการวิจัย
- บทความวิจัย ที่ประมวลสรุปกระบวนการวิจัยในผลงานวิจัยนั้น ให้มีความกระชับและสั้น สำหรับการนำเสนอในการประชุมทางวิชาการหรือในวารสารทางวิชาการ

6. ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

คำนิยาม หมายถึง ผลงานทางวิชาการอย่างอื่น ที่มีใช้ เอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอนบทความทางวิชาการ หนังสือ ตำรา งานวิจัย บทความย่อผลงานวิจัย การเสนอรายงานในการประชุมทางวิชาการโดยปกติให้หมายถึง สิ่งประดิษฐ์หรืองานสร้างสรรค์ อาทิ การประดิษฐ์เครื่องทุ่นแรง ผลงานการสร้างสิ่งมีชีวิตพันธุ์ใหม่ วัคซีน สิ่งก่อสร้าง หรือผลงานด้านศิลปะหรือสาธารณกรรมรวมถึงงานแปลจากตัวงานต้นแบบที่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ที่เป็นงานวรรณกรรมหรืองานด้านปรัชญา หรือประวัติศาสตร์ หรือวิทยาการสาขาอื่นบางสาขาที่มีความสำคัญและทรงคุณค่าในสาขาวิชานั้นไป เมื่อนำมาแปลแล้วจะเป็นการเสริมความก้าวหน้าทางวิชาการที่ประจักษ์ชัดเป็นการแปลจาก

ภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทยหรือจากภาษาไทยเป็นภาษาต่างประเทศหรือแปลจากภาษาต่างประเทศหนึ่งเป็นภาษาต่างประเทศอีกภาษาหนึ่ง

7. ผลงานวิชาการในลักษณะอื่น

รูปแบบ

- อาจจัดเพิ่มได้หลายรูปแบบ ทั้งที่เป็นรูปเล่ม หรือการบันทึกเป็นภาพยนตร์หรือแถบเสียง
- มีคำอธิบาย/ชี้แจงโดยชัดเจนประกอบผลงานนั้น เพื่อชี้ให้เห็นว่าเป็นผลงานที่ทำให้เกิดการพัฒนาและความก้าวหน้าทางวิชาการ หรือเสริมสร้างความรู้หรือก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาขาวิชาหนึ่งๆ หรือหลายสาขาวิชาได้อย่างไร ในแง่ใด
- กรณีผลงานที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ หรือผลงานที่มุ่งในเชิงปฏิบัติ จะต้องผ่านการพิสูจน์หรือแสดงหลักฐานเป็นรายละเอียดให้ครบถ้วนที่แสดงถึงคุณค่าของผลงานนั้นด้วย

8. ผลงานวิชาการในลักษณะอื่น

การเผยแพร่ มีวิธีการเผยแพร่ ดังนี้

- การเผยแพร่เป็นรูปเล่ม ด้วยวิธีการพิมพ์ โดยโรงพิมพ์ (Printing house) หรือสำนักพิมพ์ (Publishing house) หรือโดยการถ่ายสำเนาเย็บเป็นรูปเล่มหรือทำรูปแบบอื่นๆ
- การเผยแพร่โดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ซีดีรอม
- การเผยแพร่โดยการจัดนิทรรศการ การจัดแสดง การจัดการแสดง หรือโดยมีการนำไปใช้หรือประยุกต์อย่างแพร่หลาย
- การเผยแพร่ดังกล่าว จะต้องเป็นไปอย่างกว้างขวางมากกว่าการใช้ในการเรียนการสอนวิชาต่างๆ ในหลักสูตรเท่านั้น ทั้งนี้ต้องได้รับการตรวจสอบและการรับรองการเผยแพร่จากคณะกรรมการของมหาวิทยาลัย คณะ และ/หรือสถาบันทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานั้นและต้องเผยแพร่สู่สาธารณชนมาแล้วไม่น้อยกว่า 4 เดือน

9. งานแปล

คำนิยาม หมายถึง งานแปลจากตัวงานต้นแบบที่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ ที่เป็นงานวรรณกรรม หรืองานด้านปรัชญา หรือ ประวัติศาสตร์ หรือ วิทยาการสาขาอื่นบางสาขาที่มีความสำคัญและทรงคุณค่าในสาขานั้นๆ ซึ่งเมื่อนำมาแปลแล้วจะเป็นการเสริมความก้าวหน้าทางวิชาการที่ประจักษ์ชัด เป็นการแปลจากภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทยหรือแปลจากภาษาต่างประเทศหนึ่งเป็นภาษาต่างประเทศอีกภาษาหนึ่ง (งานแปลนี้จัดเป็นผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่นประเภทหนึ่ง)

เพิ่มเติมจากวิทยากร

- การใช้ผลงานลิขสิทธิ์อย่างเป็นธรรม ตามหลัก Fair Use ซึ่งจะต้องมีการขออนุญาตเจ้าของลิขสิทธิ์ และมีการอ้างอิง เมื่อนำผลงานที่มีลิขสิทธิ์ เช่น รูปภาพ ข้อความมาใช้ประโยชน์
- การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของไทยมีโทษทั้งคดีทางแพ่งและคดีอาญา

2.3.2 การสืบค้นสิทธิบัตรและการทำแผนที่สิทธิบัตร

ความสำคัญของการสืบค้นเอกสารสิทธิบัตรมีหลักการสืบค้น 5 หลักการดังนี้

1. การสืบค้นภูมิหลังการประดิษฐ์ และประเมินความเป็นไปได้ในการจดสิทธิบัตร

ความใหม่ (เหมือนกัน)

- Title (ชื่อการประดิษฐ์)
- Abstract (บทสรุปการประดิษฐ์)
- Claims (ข้อถ้อยสิทธิ)
- Detailed description (รายละเอียดการประดิษฐ์)

ขั้นการประดิษฐ์ (เหมือนคล้าย)

- Claims (ข้อถ้อยสิทธิ)
- Detailed description (รายละเอียดการประดิษฐ์)

2. การรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจ

ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

- ผู้ขอรับสิทธิบัตร ผู้ประดิษฐ์ (Applicants, Inventor, companies)
- แนวโน้มธุรกิจ Strategic trends, development (in specific technical fields or by companies, etc)
- ศักยภาพในแต่ละภูมิภาค หรือประเทศ (National and regional strengths and weakness in know-how)

การติดตามพัฒนาการ (Monitor developments)

- การวิเคราะห์กราฟ หรือ แผนภูมิ Graphical analysis (graphs, maps)
- การใช้ RSS feeds (automatic indication of new information availability)

3. การหลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิในสิทธิบัตรของผู้อื่น

การประดิษฐ์ของท่านละเมิดสิทธิในสิทธิบัตรผู้อื่นหรือไม่ ?

- การสืบค้นสถานะทางกฎหมายของสิทธิบัตร
 1. ออกสิทธิบัตรแล้วหรือยัง หรือว่า สิทธิบัตรนั้นถูกยกคำขอ หรือว่ายังอยู่ในขั้นตอนการตรวจสอบ ?
 2. สิทธิบัตรนั้นหมดอายุแล้วหรือยัง ?
 3. มีการจดสิทธิบัตรในประเทศใดบ้าง ?
- การประเมินข้อถ้อยสิทธิ (claim appraisal)
- ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือขออนุญาตใช้สิทธิ (licensing)

4. การประเมินมูลค่าสิทธิบัตร

การอ้างอิง (Cited)

- จำนวนครั้งที่สิทธิบัตรดังกล่าวถูกอ้างถึงในสิทธิบัตรที่ยื่นจดหลังจากนั้น
 - จำนวนครั้งการอ้างถึงยิ่งมาก มูลค่าของสิทธิบัตรยิ่งมากตามไปด้วย
5. การสืบค้นเพื่อวิเคราะห์แนวโน้มในการพัฒนาของเทคโนโลยี

- วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากเอกสารสิทธิบัตรเพื่อวิเคราะห์แผนที่สิทธิบัตรในเทคโนโลยีสาขาต่างๆ
- ติดตามการเจริญและการเปลี่ยนแปลงในหัวข้อดังต่อไปนี้
- กิจกรรมของสิทธิบัตรในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา
- การกระจายตัวของการยื่นคำขอสิทธิบัตรในประเทศต่างๆ
- สืบค้นว่าประเทศใดหรือองค์กรใดที่มีความเข้มแข็งในเทคโนโลยีใด

เครื่องมือในการสืบค้นฐานข้อมูลสิทธิบัตร

1. โปรแกรมสืบค้นข้อมูลที่มีจำหน่าย/ เสียค่าใช้จ่ายในการสืบค้น Delphion, IPDiscover
2. โปรแกรมที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย (สืบค้นโดยตรงจากแต่ละฐานข้อมูล)
3. ฐานข้อมูลแต่ละสำนักสิทธิบัตร
 - PATENTSCOPE (ข้อมูลสิทธิบัตรที่ยื่นผ่านระบบ PCT)
 - esp@net (สำนักงานสิทธิบัตรยุโรป)
 - USPTO (สำนักงานสิทธิบัตรสหรัฐอเมริกา)
 - JPO IPDL (สำนักงานสิทธิบัตรญี่ปุ่น)
 - DIP (กรมทรัพย์สินทางปัญญา)

วิธีการสืบค้นข้อมูลที่มีจำเพาะสำหรับสิทธิบัตร

- เกณฑ์ในการสืบค้น
 - เอกสารสิทธิบัตร (หมายเลข วันที่)
 - ชื่อผู้ทรงสิทธิ ผู้ประดิษฐ์ (Applicant /inventor names)
 - คำสำคัญ (keywords)
 - หมวดหมู่ของสิทธิบัตร (Patent classification)

หมายเลขเอกสารสิทธิบัตรและวันที่ (Patent Document Numbers and Dates)

- หมายเลขคำขอ (Application number)
- หมายเลขประกาศโฆษณา (Publication number)
- Priority number- if filed initially in another country (ในกรณีที่ยื่นในประเทศอื่นมาก่อนหน้า)
- Date of filing (วันที่ยื่นคำขอ)
- Date of publication (วันที่ประกาศโฆษณา)
- Priority dates (วันที่ยื่นในประเทศอื่นมาก่อนหน้า)

ชื่อผู้ขอและชื่อผู้ประดิษฐ์ (Applicants' or Inventors' Names)

- บมจ. ปูนซีเมนต์ จำกัด, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

- Novartis, BMW, Sony, Mittal, etc.
- นายประดิษฐ์ ทรัพย์ปัญญา
- Dyson, Smith, etc.

* ข้อควรระวัง: ผู้ขอรับสิทธิบัตรบางรายอาจใช้ชื่อที่แตกต่างกัน (Same applicant may use different versions of their names e.g. International Business Machines, IBM Ltd., etc.)

การสืบค้นโดยใช้คำสำคัญ (Keywords)

การสืบค้นโดยใช้คำสำคัญจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะสำคัญทางเทคนิคของการประดิษฐ์ โดยสามารถใช้สืบค้นใน ชื่อการประดิษฐ์ บทสรุปการประดิษฐ์ รายละเอียดการประดิษฐ์ หรือ ข้อถ้อยสิทธิ (Title, abstract, description or claims) แต่มีข้อที่ควรคำนึงถึงคือ

- ตรวจสอบคำพ้อง (Synonyms) โดยเฉพาะใช้พจนานุกรมเฉพาะ (specialized dictionary)
- ค้นหาความหลากหลายของคำที่ใช้ e.g. plow (U.S.) vs plough (GB)
- ภาษาที่ใช้สืบค้นด้วยคำสำคัญเนื่องจาก ภาษาอังกฤษนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของภาษาที่ใช้ในโลก (Only 65% of patents at WIPO is in English)

การสืบค้นด้วยคำสำคัญ (Keyword Searches)

ข้อดี (Advantages)

- ทำได้โดยง่าย
- สามารถรวบรวมรายละเอียดทั้งหมดของการประดิษฐ์

ข้อเสีย (Disadvantages)

- ปัญหาเรื่องคำพ้อง (Problems of synonyms)
- ความหลากหลายของภาษา (Various languages)
- ศัพท์เทคนิคที่แตกต่างกัน (Inconsistent terminology)

การแก้ปัญหา (Solutions) :

- สืบค้นโดยหมวดหมู่ของสิทธิบัตร (Classification based search)

เครื่องมือสำหรับการสืบค้นด้วยคำสำคัญ

การย่อคำ (Truncation/ Word Stemming)

- Elect*=electric, electricity, etc. (but this might include irrelevant words such as election, elect, etc.)
- Phrase searching using “.....”
 - “electrical conductor” “solar cell”

- การใช้เครื่องหมายวงเล็บ (Parentheses หรือ nesting) เพื่อทำให้เกิดความชัดเจนในการสืบค้น
- Wheel AND (steel OR alloy)
- Not wheel AND steel OR alloy)
- Boolean operators: คำสำคัญ (และเกณฑ์ในการสืบค้นอื่นๆ) อาจเชื่อมด้วยคำเชื่อมดังต่อไปนี้ และ, หรือ, (AND, OR,) NOT (ไม่รวมถึง), XOR, NWAR
 1. การใช้ AND (และ) ตัวอย่างเช่น Herb AND Soap (สมุนไพร และ สบู่) หมายความว่าเอกสารสิทธิบัตรที่มีทั้งคำว่า “สมุนไพร” และ “สบู่” อยู่ด้วยกัน
 2. การใช้ OR (หรือ) ตัวอย่างเช่น สมุนไพร หรือ สบู่ (Herb OR Soap) หมายความว่าเอกสารสิทธิบัตรที่มีทั้งคำว่า “สมุนไพร” หรือ “สบู่” คำใดคำหนึ่ง
 3. การใช้ NOT (ไม่รวมถึง) ตัวอย่างเช่น สมุนไพร ที่ไม่รวมถึง สบู่ (ที่มีสมุนไพร) (Herb NOT Soap) หมายความว่า เอกสารสิทธิบัตรที่มีทั้งคำว่า “สมุนไพร” ที่ไม่มีคำว่า “สบู่”
 4. การใช้ XOR หมายความว่า ค้นหาเอกสารสิทธิบัตร ที่มีเฉพาะคำว่า “สมุนไพร” หรือ “สบู่” คำหนึ่งคำใดแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น จะไม่รวมเอกสารสิทธิบัตรที่มีทั้งสองคำอยู่ในเอกสารเดียวกัน
 5. การใช้ Near หมายความว่า เอกสารสิทธิบัตรที่มีทั้งคำว่า “สมุนไพร” และ “สบู่” โดยที่ทั้งสองคำนั้นอยู่ห่างกันหรือมีคำแทรกไม่เกิน 5 คำเท่านั้น ซึ่งมีประโยชน์สำหรับสืบค้นด้วยคำสำคัญที่มากกว่าหนึ่งคำและอาจมีการใช้คำประกอบดังกล่าวที่แตกต่างและหลากหลาย เช่น สบู่สมุนไพร (Herbal soap) หรือ สบู่ที่ทำจากสมุนไพร (Soap made of Herbs) หรือ สบู่ที่มีองค์ประกอบของสมุนไพร (Soap with Herbs)

การสืบค้นโดยหมวดหมู่ของสิทธิบัตร (Classification Based Searches)

ข้อดี (Advantages)

- ให้ผลที่ครบถ้วนสมบูรณ์มากกว่าการค้นด้วยข้อความหรือคำสำคัญ
- ไม่ขึ้นอยู่กับภาษาที่ใช้
- ไม่ขึ้นอยู่กับลักษณะทางเทคนิคของคำที่ใช้ (Independent of changes in terminology)
- ให้ข้อมูลที่มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสีย (Disadvantages)

- โครงสร้างของหมวดหมู่สิทธิบัตรที่ซับซ้อน
- ต้องอาศัยการศึกษาและทำความเข้าใจกับหลักการจัดหมวดหมู่สิทธิบัตร

เทคนิคในการสืบค้น

- กำหนดคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์
- เลือกคำพ้องของคำสำคัญเหล่านี้โดยใช้
 - พจนานุกรมศัพท์เทคนิค (Technical dictionaries)
 - เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์ค้นหาได้เพิ่มเติม
- ค้นหาหมวดหมู่ของสิทธิบัตรจากคำสำคัญซึ่งจะทำให้ได้คำสำคัญเพิ่มเติม
- ทำการสืบค้นเพื่อแสดงผลการสืบค้นอย่างกว้างๆ ซึ่งจะทำให้ได้คำสำคัญและหมวดหมู่สิทธิบัตรเพิ่มเติม
- ค้นหาหมวดหมู่ของสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง โดยใช้คำสำคัญที่เกี่ยวข้องมากที่สุด ด้วย
 - IPC TACSY (<http://www.wipo.int/tacsy/>)
 - esp@cenet (<http://v3.espacenet.com/eclarsch?locale=en> EP)
 - USPTO (<http://www.uspto.gov/go/classification/>)
- ทำการค้นหาเพื่อให้ได้สิทธิบัตรจากหมวดหมู่ของสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้อง
- รวบรวมผลที่ได้จากการสืบค้นด้วยหมวดหมู่ของสิทธิบัตรกับผลที่ได้จากการสืบค้นด้วยคำสำคัญ
- ทำซ้ำกระบวนการข้างต้น
- เริ่มต้นจากการสืบค้นอย่างกว้างๆ และค่อยๆ กำหนดขอบเขตให้แคบลง

การสืบค้นความใหม่ของการประดิษฐ์

- การสืบค้นความใหม่ของ “rotatable building using renewable energy for generating electric power”
- คำสำคัญ (building, rotatable, converting, energy)
- คำพ้องสำหรับคำว่า building: edifice, house, tower, etc.
- ใช้คำย่อ (building*)
- ใช้ Boolean operators (AND, OR, ANDNOT, NEAR)
- ใช้วงเล็บช่วย (build* or edifice* or.....or<< office block>>) and (rota* or spin* or swirl*) and (conver* or generat*) and (energ* or power*)

Website Commercial Databases

- www.delphion.com
- www.patencafe.com
- www.wipsglobal.com
- www.orbit.com
- www.thomsonreuters.com

ตัวอย่างเว็บไซต์ของฐานข้อมูลที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการสืบค้น

- WIPO (PATENTSCOPE® search services) <http://www.wipo.int/pctdb>
- EPO (esp@net) <http://www.espacenet.com>
- JPO IPDL <http://www.ipdl.inpit.go.jp>
- USPTO <http://patft.uspto.gov>
- Google scholar (patent, webpage, journal, article, books) <http://scholar.google.com>
- Scirus (journal articles, patents) <http://www.scirus.com>
- Entrez (journals, books, (biomedical and related fields) chemical structures, protein and gene sequences <http://ncbi.nlm.nih.gov/Entrez/>

2.3.3 สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

วิทยากรให้ความรู้ : นายเสกสรรค์ บุญสุวรรณ ตำแหน่งที่ปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญา กรมทรัพย์สินทางปัญญา (อดีตผู้อำนวยการสำนักสิทธิบัตร และมีประสบการณ์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์กว่า 30 ปี)

หัวข้อการบรรยาย

1. ขอสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ทำได้อย่างไร

กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เป็นการจดทะเบียนประกอบด้วย สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร แบบผังภูมิวงจรรวม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และเครื่องหมายการค้า ส่วนกลุ่มที่เป็นการจดทะเบียนด้วย ลิขสิทธิ์ ความลับทางการค้า และภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย (ปัจจุบันยังไม่มีเป็นกฎหมาย) โดยแต่ละตัวจะมีกฎหมายแต่ละประเภทอยู่ ในการอบรมครั้งนี้จะอธิบายถึงสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร ดังนี้

สิทธิบัตร (Patent) หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการแสวงหาประโยชน์ จากการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจดทะเบียนสิทธิบัตร

อนุสิทธิบัตร (Petty Patent) หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการแสวงหาประโยชน์จากการประดิษฐ์ที่ได้รับการจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร

ผู้ที่มีสิทธิขอรับสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตรจะต้องเป็นผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ หรือผู้รับโอนสิทธิจากผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ หรือนายจ้างของผู้ประดิษฐ์/ผู้ออกแบบ โดยคุณสมบัติของผู้ขอรับสิทธิบัตรจะต้องมีสัญชาติไทย หรือสัญชาติของประเทศที่ให้สิทธิแก่คนไทยขอรับสิทธิในประเทศนั้น หรือมีสัญชาติของประเทศที่เป็นภาคีความตกลงว่าด้วยสิทธิบัตรที่ไทยเป็นภาคี หรือมีภูมิลำเนาหรือประกอบกิจการอย่างจริงจังในประเทศไทยหรือประเทศที่เป็นภาคี

สิทธิบัตรการประดิษฐ์ (Inventions) ให้ความคุ้มครองในผลิตภัณฑ์ (Products) และกรรมวิธีการผลิต (Processes)

สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Industrial designs) ให้ความคุ้มครองในรูปร่าง (Form) ลวดลาย (Line) สี (Color)

เงื่อนไขการขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

- เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่ออุตสาหกรรมและหัตถกรรม
- ต้องไม่มีการใช้ที่แพร่หลายอยู่แล้วในประเทศ
- ต้องไม่เปิดเผยสาระสำคัญ รายละเอียดใน/นอกประเทศแล้ว
- ต้องไม่เคยประกาศโฆษณาแล้ว
- ต้องไม่คล้ายกับแบบผลิตภัณฑ์อื่น

กรณีศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ : วิทยากรได้ยกตัวอย่างให้เห็น บริษัทที่มีการขอขึ้นทะเบียนจดสิทธิบัตรการประดิษฐ์ สิทธิบัตรการออกแบบ และอนุสิทธิบัตร เพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในผลิตภัณฑ์ หรือนวัตกรรมใหม่ๆที่บริษัทคิดค้นประดิษฐ์ขึ้น ดังนี้

- บริษัท อินเด็กซ์ ลิฟวิ่งมอลล์ จำกัด ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์ 1 คำขอ (IP Champion 2009) ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบฯ 286 คำขอ ยื่นจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร 2 คำขอ
- บริษัท โมเดอร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบฯ 146 คำขอ (IP Champion 2009) ยื่นจดทะเบียนอนุสิทธิบัตร 2 คำขอ
- บริษัท เอส. บี. อุตสาหกรรมเครื่องเรือน จำกัด ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการประดิษฐ์ 1 คำขอ (IP Champion 2010) ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบฯ 2 คำขอ
- บริษัท ฟินอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบฯ 309 คำขอ (IP Champion 2009)
- บริษัท ดี.ที.ซี. อินดัสทรี จำกัด ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบฯ 115 คำขอ (IP Champion 2011)
- บริษัท บารูมดีไซน์ จำกัด ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบฯ 10 คำขอ (IP Champion 2011)
- บริษัท เทอร์ม เอ็นจิเนียริง จำกัด ยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบฯ 10 คำขอ (IP Champion 2012)

ฝึกปฏิบัติกร่างคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Workshop) : ได้นำผลิตภัณฑ์ตัวอย่างมาเข้าร่วม Workshop ด้วย คือ การออกแบบลายผ้า จากโครงการหัตถกรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะดำเนินการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาประเภทสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว ดิฉันจึงถือโอกาสนี้นำผลิตภัณฑ์มาร่วม Workshop การฝึกปฏิบัติร่างคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 แบบ ซึ่งได้รับคำแนะนำจากวิทยากร ดังนี้

- ให้ใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ “ลวดลายผ้า”
- ข้อถ้อยสิทธิ ถ้อยสิทธิเฉพาะ ลวดลายผ้า โดยไม่ต้องระบุสี
- หากไม่ถ้อยสิทธิใน “สี” ให้ใช้ภาพถ่ายขาวดำ ซึ่งจะไม่จำกัดสิทธิในสีใดสีหนึ่งเท่านั้น

2.3.4 ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2.3.4.1 ความหมายความสำคัญระบบการคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่น

(วิทยากรโดย ดร.ธนิต ชังถาวร สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน))

ประเทศไทยเป็นแหล่งหล่อหลอมวัฒนธรรมที่หลากหลาย ทั้ง ขอม เขมร อินเดีย จีน และชนชาติอื่นๆ คนไทยนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพของภูมิศาสตร์ในแต่ละภูมิภาค คนในชุมชนตั้งแต่อดีตได้สั่งสมองค์ความรู้ ผ่านการทดลอง ทดสอบ หรือจะเรียกว่านวัตกรรมชาวบ้าน/ชุมชน แล้วสืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น จนกลายมาเป็นสิ่งที่เรียกว่า “ภูมิปัญญา” ซึ่งในทางสากลยังไม่มีคำนิยามที่เป็นกลาง นวัตกรรมชาวบ้าน/ชุมชนจะเกิดขึ้นใหม่เสมอ แต่ก็ไม่ใช่ทุกอย่างที่จะกลายเป็น ภูมิปัญญา ซึ่งต้องอาศัยการทดลอง ทดสอบ และการใช้ในวงกว้างจนกลายเป็นสิ่งที่คนในชุมชนยอมรับ และส่งต่อรุ่นสู่รุ่น

ชุมชนหรือชาวบ้านสร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้นมา และมีการนำไปใช้หรือเผยแพร่จนเป็นที่ยอมรับในท้องถิ่นหรือชุมชนจนกลายเป็น ภูมิปัญญาหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น

นวัตกรรมชุมชนเป็นองค์ความรู้สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ ดังนั้นบางนวัตกรรมอาจได้รับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และเกิดเป็นสิทธิส่วนบุคคล

ทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อหมดอายุการคุ้มครองแล้ว และมีการนำไปใช้ประโยชน์หรือเผยแพร่จนเป็นที่ยอมรับในท้องถิ่นหรือชุมชนจนกลายเป็นภูมิปัญญา

ภูมิปัญญาได้ถูกนำมาปฏิบัติใช้ โดยผสมผสานกับคติความเชื่อ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม และแนวปฏิบัติที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ตลอดจนการแสดงออกต่างๆ โดยทั้งหมดนี้รวมตัวกันโดยมีภูมิปัญญาเป็นแกน และมีคติความเชื่อ แนวปฏิบัติ และการแสดงออกเป็นเปลือก จนเกิดเป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบเนื่อง และในที่สุดอาจเกิดเป็นวัฒนธรรมขึ้น

ในมุมมองด้านภูมิปัญญา ถูkmองในหลากหลายมิติ เป็นในเชิงพหุมิติ สามารถมองได้หลายด้าน เช่น ด้านครูภูมิปัญญา มองว่าภูมิปัญญาเป็นสิ่งที่ต้องแบ่งปันและถ่ายทอด นักวิทยาศาสตร์มองในเชิงกระบวนการศึกษาวิจัย นักกฎหมายมองเป็นเรื่องของสิทธิ และนักคิดชนมองเป็นเรื่องของวิถีชีวิต และความเป็นอยู่

การแบ่งประเภทภูมิปัญญา

ภูมิปัญญา มี 2 ระดับ โดยแบ่งตามลักษณะของการใช้ คือ

- ภูมิปัญญาทั่วไป คือ ถูปฏิบัติทั่วไปในหลายท้องถิ่น ไม่จำเพาะเจาะจงกับท้องถิ่นใด
- ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ถูปฏิบัติกันในท้องถิ่น อันเนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติที่พบในท้องถิ่นนั้น หรือวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนค่านิยมต่างๆ เช่น ภูมิปัญญาของช่างฝีมือต่างๆ จะถ่ายทอดเฉพาะในสายตระกูลเท่านั้น ภูมิปัญญาที่ใช้ปฏิบัติ และถ่ายทอดกันในราชสำนักหรือชนชั้นสูง

ซึ่งภูมิปัญญาเหล่านี้มีทั้งที่ได้บันทึกไว้ในรูปแบบต่างๆ หรือไม่มีการบันทึก ซึ่งอาจจะไม่สามารถจดบันทึกได้ เช่น Practical skill จะต้องใช้การฝึกปฏิบัติจากครูภูมิปัญญา

กิจกรรมที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาจะมีอยู่ 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การอนุรักษ์ พันธุ์ ดำเนินการเพื่อไม่ให้สูญหายและไว้ใช้เป็นอ้างอิง กลับไปหาฐานเดิม หากมีการพัฒนาไปในสิ่งที่ผิดเพี้ยนหรือไม่ถูกต้อง หากเกิดภัยธรรมชาติ ภัยสงคราม ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของกลุ่มชน หรือเกิดวิทยาการใหม่ที่สามารถแทนที่ของเดิมได้ จำเป็นจะต้องเก็บอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมไว้ก่อนที่จะพัฒนาไปในเชิงเศรษฐกิจหรืออุตสาหกรรม
2. การคุ้มครอง เกิดขึ้นบนพื้นฐานความตระหนักว่าภูมิปัญญาเป็นรากฐานของประเทศ และทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจ อีกทั้งยังอาจถูกคุกคามอย่างหนัก ประเทศไทยแม้จะมีกระแสการเรียกร้องให้มีการคุ้มครองภูมิปัญญาของประเทศมานานแล้ว แต่ปัจจุบันในทางปฏิบัติแล้วกลับเป็นสถานการณ์การคุ้มครองอยู่มาก ในการคุ้มครองยังมองแตกต่างกันระหว่างนักวิชาการ กับครูภูมิปัญญาหรือชาวบ้าน กล่าวคือ ครูภูมิปัญญามองว่าจะอนุรักษ์คุ้มครองเพื่อไม่ให้เกิดความสูญหาย โดยการสืบทอดหรือถ่ายทอด ส่วนนักวิชาการ มองว่าคุ้มครองเพื่อไม่ให้เกิดการฉกฉวยโอกาสอย่างไม่เป็นธรรมกับเจ้าของภูมิปัญญา โดยเน้นเรื่องกฎหมายการเข้าถึงและการแบ่งปันผลประโยชน์

แนวทางการคุ้มครอง สามารถขอทำได้ 2 แนวทาง คือ การคุ้มครองโดยกฎหมาย มีทั้งกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (ความลับทางการค้า และการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)) และกฎหมายจำเพาะ (พ.ร.บ. คุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542) อีกด้านหนึ่งเป็นการคุ้มครองโดยมาตรการอื่น เช่น การใช้ฐานข้อมูล หรือการตั้งคณะทำงาน คณะกรรมการ หรืออนุกรรมการเข้ามาดูแล

3. การส่งเสริม พัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ การใช้ภูมิปัญญาของคนไทยส่วนใหญ่ใช้โดยไม่เข้าใจความหมายที่แท้จริง ภูมิปัญญาและวิทยาการสมัยใหม่ เมื่อใช้ร่วมกันจะเป็นพลังในการสร้างสรรค์สินค้าที่มีมูลค่าสูงและมีความยั่งยืน ความยั่งยืนในการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาเป็นส่วนผสมของการสร้างให้เกิดเรื่องราวที่น่าไปสู่การรับรู้ เข้าใจ และเห็นคุณค่าของภูมิปัญญา มีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้ใช้ โดยอาศัยความร่วมมือของเครือข่ายพันธมิตรรวมถึงมีการแบ่งปันประโยชน์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมภายในกลุ่มเครือข่าย

การส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ สามารถต่อยอดไปในหลายด้าน ทั้งอาหาร สุขภาพ/ความงาม หัตถกรรม และเกษตรกรรม/การจัดการทรัพยากร เช่น สินค้า OTOP ต่างๆ ที่มีการพัฒนาต่อยอดมาจากภูมิปัญญา ดังตัวอย่างที่วิทยากรบรรยายไว้

- ภูมิปัญญาในการผลิตน้ำปลา ซึ่งต้องใช้เวลามากถึง 18 เดือน แต่มีการพัฒนานวัตกรรมลดเวลาการหมักลงเหลือ 11 เดือน
- ภูมิปัญญาการย้อมผ้าฝ้ายสีคราม ซึ่งเดิมทีสีจะตก แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนานวัตกรรมการย้อมสีครามแบบสีไม่ตก แต่ยังเป็นสีจากธรรมชาติทั้งหมดอยู่ มาแก้ปัญหาข้อด้อยของผลิตภัณฑ์ จนสามารถสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าทางการตลาดได้อย่างมหาศาล

- ภูมิปัญญาการถนอมอาหาร ประเภท แหนม เดิมทีจะมีปัญหาเรื่องการปนเปื้อนของเชื้อที่ทำให้เกิดโรค แต่ปัจจุบันได้นำงานวิจัยเข้ามาช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสามารถจดสิทธิบัตร และกลายเป็นแหนม BIOTEC ที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2.3.4.2 ความเกี่ยวข้องและความสัมพันธ์ระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่างๆ (วิทยากรโดย ดร.ธนิต ชั่งถาวร สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน))

กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่สามารถใช้คุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ คือ ความลับทางการค้า และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถขอรับความคุ้มครองเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้นั้น จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของแหล่งภูมิศาสตร์ เรียกชื่อสินค้าตามแหล่งภูมิศาสตร์ เป็นการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาของมนุษย์กับตำแหน่งแหล่งภูมิศาสตร์ที่มีความพิเศษ จนกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถนำมาขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

- | | |
|--|---|
| ■ ผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงขึ้นมาจากภูมิปัญญา | —————> ผลิตภัณฑ์ใหม่ |
| | —————> สิทธิบัตร การประดิษฐ์/อนุสิทธิบัตร |
| ■ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ | —————> สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ |
| ■ ตั้งชื่อให้ผลิตภัณฑ์ | —————> เครื่องหมายการค้า |
| ■ สร้างเรื่องราวใหม่ | —————> ลิขสิทธิ์ |

2.3.4.3 การสร้างแบรนด์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น

(วิทยากรโดย นายพิรพงศ์ จาตุรงค์กุล นักสร้างแบรนด์และนักออกแบบ)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความมั่งคั่งทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาบรรพบุรุษ ช่างฝีมือหลากหลายที่มีในท้องถิ่นต่างๆ เรียกได้ว่ามีความอุดมสมบูรณ์ในทุกด้าน ประมาณการมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ของไทยจากยอดส่งออกสินค้าไว้ราว 900 ล้านบาท เหรียญสหรัฐ หรือกว่า 26,000 ล้านบาท โดยศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ องค์การมหาชน (ศ.ศ.ป.) ได้จัดกลุ่มผู้ประกอบการโดยคร่าวๆไว้เป็นสามกลุ่ม ดังนี้

- กลุ่ม “เตาะเตะ” เป็นกลุ่มที่ยังเดินไม่ค่อยเก่ง มีแต่ทุนทางทักษะและหัวใจ ผลิตสินค้าได้ แต่ยังไม่มียี่ห้อ ไม่มีเงินทุน ไม่มีทิศทาง ไม่รู้ว่าจะไปทิศทางไหน หรือไปอย่างไร ในบางชุมชนอาจมีคนทำงานกันแค่ไม่กี่คน หรือทำเป็นอาชีพเสริมในช่วงว่างจากการทำการเกษตรเท่านั้น แนวทางการทำธุรกิจจึงไม่เหมือนกับผู้ประกอบการทั่วไป เพราะยังขาดทิศทาง ขาดเงินทุน และยังไม่มียระบบบริหารจัดการ
- กลุ่ม “ตั้งตัว” เป็นกลุ่มที่เข้าใจในเรื่องของรูปแบบธุรกิจ เริ่มเข้าใจต้นทุน-กำไร มีระบบของการทำงานและระบบการจัดการบ้าง แต่ยังขาดวินัย ขาดความคิดสร้างสรรค์ หรือยังขาดการใช้ความรู้ด้านการตลาดมาส่งเสริม ทำให้รายได้ไม่

สม่ำเสมอ จนบางครั้งผู้ประกอบการก็ถอดใจหันไปรับจ้าง ซึ่งทำให้ช่างฝีมือ ความรู้ และภูมิปัญญาต่างสูญหายไป

- กลุ่ม “ตื่นตัว” เป็นกลุ่มที่พร้อมที่จะเข้าสู่ตลาด พร้อมที่จะรับออเดอร์สินค้า และมีความคิดสร้างสรรค์ของตัวเอง มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีการใช้ความรู้ด้านการตลาด มีแบรนด์ของตัวเองแล้ว บางรายสามารถพัฒนาตนเองจนได้เป็นผู้ส่งออกรายใหญ่

แบรนด์ (Brand) คือ ชื่อเสียง จากทุกสิ่งทุกอย่าง ที่เป็นประสบการณ์รวม ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริษัท องค์ประกอบต่างๆของแบรนด์ทุกมิติ ได้ถูกออกแบบมาเพื่อให้ผู้ที่พบเห็น เชื่อในสิ่งที่แบรนด์เป็นคุณภาพสินค้า ราคา สถานที่จำหน่าย รายละเอียดต่างๆในตู้โชว์สินค้าหน้าร้าน บรรยากาศภายในร้าน การจัดวางสินค้า การแต่งกายพนักงาน อธยาศัยพนักงานในร้าน บรรจุภัณฑ์ โฆษณาสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่างๆ อาจเปรียบได้กับ “เรื่องราวและฉากชีวิต” ของแบรนด์ ถ้าเราอยากให้คนเชื่อว่าแบรนด์เราหรูหรา เราต้องเลือกสถานที่จำหน่ายที่หรูหรา การจัดวางสินค้าต้องดูดีสมฐานะ ราคาขายก็ควรสูงกว่าราคาตลาดโดยเฉลี่ย ในขณะที่คุณภาพสินค้าก็ต้องสอดคล้องด้วย การทำแบรนด์จึงต้องคิดให้รอบด้าน จุดยืนและเรื่องราวของแบรนด์จึงจะสมจริง

การสร้างแบรนด์ คือการสร้างเรื่องราวให้ผลิตภัณฑ์มีความหมายกับกลุ่มเป้าหมาย หรือทำให้ “แบรนด์มีคนรัก” เหมือนคนที่มีคนรัก มีแฟนคลับ คนที่มีแฟนคลับเยอะๆ เราเรียกว่าคนนั้น “เกิด”...คือมีจุดยืนในใจผู้คน การแจ้งเกิดของแบรนด์ ก็คือการทำให้แบรนด์มี “จุดยืนในใจคน” นั่นเอง

แบรนด์ที่จะประสบความสำเร็จ จะประกอบด้วย

- “องค์ประกอบ” ของแบรนด์ คือ ผลิตภัณฑ์ ชื่อแบรนด์ ตราสัญลักษณ์ ราคา บรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย ร้านค้า หรือแม้แต่การบริการก่อนและหลังการขาย
- บุคลิกภาพ ทศนคติและอุปนิสัยใจคอของแบรนด์ ซึ่งเป็นสิ่งที่เห็นได้ยาก เพราะเป็นสิ่งที่ เป็น “นามธรรม” คือ จับต้องไม่ได้ ไม่เหมือนกับ ผลิตภัณฑ์ ชื่อแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ หรือราคา ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่รับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าได้ เช่น เห็นได้ มีเสียงที่สื่อสารได้ มีกลิ่น รส และสัมผัสให้รับรู้ได้ นิสัยใจคอของแบรนด์ เป็นสิ่งที่สามารถ “รับรู้ได้ด้วยใจ” ทำให้ผู้ซื้อรู้สึก “ถูกใจ-ไม่ถูกใจ” ได้ นิสัยใจคอของแบรนด์จะแสดงออกผ่านองค์ประกอบที่จับต้องได้
- ทุนต่างๆของแบรนด์ เช่น ทุนวัฒนธรรม ทุนทรัพยากร ทุนภูมิปัญญา ทุนฝีมือช่าง ทุนชุมชน ที่ถือเป็นทุนชีวิตที่ทำให้แบรนด์มีแต้มต่อเหนือแบรนด์อื่นๆ
- จุดยืนของแบรนด์ คือเรื่องราวที่แบรนด์ต้องการนำเสนอ จุดยืนที่ดีนั้นควรมีลักษณะที่สำคัญอย่างน้อย 3 ประการ คือ “จริง โดน เด่น”

จริง คือ ตรงกับความสนใจ ทักะ และทุนต่างๆของแบรนด์จริงๆ

โดน คือ โดนใจกลุ่มเป้าหมายที่เราตั้งไว้

เด่น คือ โดดเด่นแตกต่างจากทางเลือกอื่นๆ

- จุดจำ (อัตลักษณ์ของแบรนด์) ลักษณะเฉพาะตัวที่ทำให้ จุดยืนของแบรนด์เป็นที่จดจำ ซึ่งอาจอยู่ในลักษณะของรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือ

มากกว่าหนึ่งอย่าง ซึ่งหากบริหารอย่างดีจะกลายเป็นทรัพย์สินหรือทุนที่มีค่าของแบรนด์ เช่น แบรินด์โคคาโคล่า แบรินด์แอปเปิ้ล เป็นต้น

2.3.5 เครื่องหมายการค้าและการสร้างแบรนด์

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า (วิทยากรโดย นายธิปไตย ศรีนวลขาว นักทรัพย์สินทางปัญญา)

เครื่องหมายการค้า หมายความว่า ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประดิษฐ์ ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ กลุ่มของสี รูปร่าง หรือรูปร่างของวัตถุ หรือสิ่งเหล่านี้อย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน

เครื่องหมายการค้ามีความสำคัญ คือ บ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างของสินค้า บ่งบอกแหล่งกำเนิดของสินค้า บ่งบอกคุณภาพของสินค้า และส่งเสริมการโฆษณาหรือการจำหน่าย

เครื่องหมายการค้าประกอบด้วย 4 ประเภท คือ

- เครื่องหมายการค้า (Trademark) เป็นเครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อใช้แสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นมีความแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น รวมทั้งสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพตามต้องการ
- เครื่องหมายบริการ (Service Mark) ใช้เป็นเครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับบริการ เพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายของบุคคลอื่น เช่น สายการบิน ธนาคาร โรงแรม เป็นต้น
- เครื่องหมายรับรอง (Certification Mark) เป็นเครื่องหมายที่ใช้รับรองคุณภาพสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้านั้น หรือเพื่อรับรองเกี่ยวกับสภาพคุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น เช่น อย. เซลล์ชวนชิม ISO เป็นต้น
- เครื่องหมายร่วม (Collective Mark) คือเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้ หรือจะใช้โดยบริษัท หรือรัฐวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกัน หรือโดยสมาชิกสมาคม สหกรณ์ สภภาพ สมาพันธ์ กลุ่มบุคคล หรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน เช่น CP GROUP SCG ปตท. เป็นต้น

สิ่งที่สามารถใช้เป็นเครื่องหมายการค้าได้ คือ

- | | |
|----------------|--------------------------------------|
| 1. ภาพถ่าย | 8. ตัวหนังสือ |
| 2. ภาพวาด | 9. ตัวเลข |
| 3. ภาพประดิษฐ์ | 10. ลายมือชื่อ |
| 4. ตรา | 11. กลุ่มของสี |
| 5. ชื่อ | 12. รูปร่างหรือรูปร่างของวัตถุ |
| 6. คำ | 13. ใดๆอย่างหนึ่งในข้อ 1-12 หรือหลาย |
| 7. ข้อความ | อย่างรวมกัน |

ลักษณะเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้ ต้องประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

1. มีลักษณะบ่งเฉพาะ (Distinctiveness) มี 2 ลักษณะคือ

- ลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเอง (Inherent distinctiveness) หมายถึง เครื่องหมายการค้าที่มี หรือประกอบด้วยลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งอันเป็นสาระสำคัญต่อไปนี้อย่างมีลักษณะบ่งเฉพาะ

- ชื่อตัว ชื่อสกุลของบุคคลธรรมดา ชื่อเต็มนิติบุคคล หรือชื่อในทางการค้าที่แสดงโดยลักษณะพิเศษและไม่ถึงถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง
- คำหรือข้อความที่ไม่ได้ถึงถึงลักษณะ หรือคุณสมบัติของสินค้านั้นโดยตรง และไม่ใช่วิธีทางภูมิศาสตร์ที่รัฐมนตรีกำหนด เช่น กว๊านเตียวเรื่อสเด็ด
- ไม่ใช่วิธีทางภูมิศาสตร์ เช่น ชื่อเมืองหลวงของประเทศต่างๆ ชื่อตำบล อำเภอ จังหวัด ชื่อแม่น้ำ ทะเลสาบ ชื่อทวีปมหาสมุทร เกาะ หมู่เกาะ ภูเขา อ่าว คาบสมุทร เป็นต้น ซึ่งวิธีทางภูมิศาสตร์เหล่านี้ให้หมายรวมถึงชื่อย่อ ชื่อเดิม หรือชื่อที่ใช้เรียก หรือชื่อที่ใช้เรียกขานทั่วไป โดยไม่จำกัดเฉพาะชื่อในทางราชการ
- กลุ่มสีที่แสดงโดยลักษณะพิเศษ หรือตัวหนังสือ หรือตัวเลข หรือคำที่ประดิษฐ์ขึ้น ซึ่งกลุ่มสีจะต้องมีลักษณะ คือ ต้องมีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไป ไม่เป็นสีธรรมชาติของสินค้านั้นๆ ต้องไม่ใช่สีที่เกิดจากการทำงานหรือการใช้งานของสินค้า และต้องไม่ใช่แถบสีที่จัดเรียงกันในลักษณะธรรมดา
- ลายมือชื่อของผู้จดทะเบียนหรือเจ้าของเดิมของกิจการของผู้จดทะเบียนหรือลายมือชื่อบุคคลอื่นโดยได้รับอนุญาตจากบุคคลนั้นแล้ว หากกรณีเจ้าของลายมือชื่อ เกิดเสียชีวิตไปแล้ว ต้องได้รับอนุญาตจากทายาททุกคนของผู้ตาย
- ภาพของผู้จดทะเบียนหรือของบุคคลอื่นโดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของหรือทายาท
- ภาพประดิษฐ์ขึ้นหรือลวดลายประดิษฐ์
- เครื่องหมายที่มีลักษณะเป็นรูปร่างรูปทรง (ประเทศไทยยังไม่รับจด)

- ลักษณะบ่งเฉพาะในการใช้ (Factual or acquired distinctiveness)

หมายถึง เครื่องหมายการค้าที่มีการจำหน่าย/โฆษณาแพร่หลายตามหลักเกณฑ์ในโดยจำหน่ายอย่างแพร่หลายในประเทศไทย จนคนไทยรู้จัก และมีลักษณะบ่งเฉพาะสำหรับสินค้านั้น เป็นเวลา 3 ปี โดยมีหลักฐานจำหน่าย/โฆษณา เช่น ใบเสร็จ การทำแบบสอบถามความรู้จักสินค้า เอกสาร /สื่อโฆษณาสินค้า เป็นต้น เช่น รสดี

2. ไม่มีลักษณะต้องห้าม (มีลักษณะดังข้อกำหนดนี้ กรมทรัพย์สินฯจะไม่รับจดทะเบียน)
ดังนี้

1. ตราแผ่นดิน พระราชลัญจกร ลัญจกรในราชการ ตราจักรี ตรา
เครื่องราชอิสริยาภรณ์ ตราประจำตำแหน่ง ตรากระทรวง ทบวง กรม หรือตรา
ประจำจังหวัด
2. ธงชาติ ธงพระอิสริยยศ หรือธงราชการ
3. พระปรมาภิไธย พระนามาภิไธย พระปรมาภิไธยย่อ หรือนามพระราชวงศ์
4. พระบรมฉายาลักษณ์ หรือพระบรมสาทิสลักษณ์ของพระมหากษัตริย์ พระ
ราชินี หรือรัชทายาท
5. เครื่องหมายที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรม หรือรัฐประศาสน์นโยบาย
6. เครื่องหมายราชการ เครื่องหมายกาชาด นามกาชาด หรือกาชาดเจนีวา
7. เครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายกับเหรียญ ใบสำคัญ หนังสือรับรอง
ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายอื่นใด อันได้รับเป็นรางวัลในการแสดงหรือ
ประกวดสินค้า
8. ธงชาติหรือเครื่องหมายประจำชาติของรัฐต่างประเทศ องค์การระหว่างประเทศ
9. เครื่องหมายอื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดสัญลักษณ์ประจำชาติ คือ ช้างไทย
ดอกราชพฤกษ์ และศาลาไทย
10. เครื่องหมายที่เหมือนกับเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายไปทั่ว ตาม
หลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีกำหนดหรือคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าว
11. สิ่งปดขี่ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความนิยมคุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยการเช่นนั้น

3. ไม่มีความเหมือนคล้ายกับเครื่องหมายอื่นที่จดทะเบียนแล้ว

หลักเกณฑ์การพิจารณาความเหมือนคล้าย จะพิจารณาเครื่องหมายการค้าโดยวิธีการ
เปรียบเทียบกับกันจากเสียงเรียกขาน รูปลักษณะเครื่องหมาย และตำแหน่งการวางรูปเครื่องหมาย

ความคุ้มครองตามกฎหมาย

- เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วจะมีอายุการคุ้มครอง 10 ปี นับแต่วันที่ยื่นขอ
จดทะเบียน และต่ออายุได้คราวละ 10 ปี
- การต่ออายุให้ยื่นคำขอภายใน 90 วัน ก่อนวันสิ้นอายุ
- สิ่งที่ได้รับความคุ้มครอง
 - ✓ สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายสำหรับสินค้าหรือบริการของตนตาม
รายการสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้
 - ✓ สิทธิที่จะโอนเครื่องหมาย หรืออนุญาตให้บุคคลอื่นใช้เครื่องหมายของตน
สำหรับสินค้าหรือบริการที่ได้จดทะเบียนไว้ทั้งหมดหรือบางส่วนทั้งนี้โดยจะ
มีค่าตอบแทนหรือไม่ก็ได้
 - ✓ สิทธิที่จะเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนต่อผู้ละเมิดในเครื่องหมายของตน
 - ✓ สิทธิที่จะฟ้องร้องคดีอาญาแก่ผู้กระทำความผิดเครื่องหมายการค้าของตน

2. วิธีการสร้างแบรนด์ด้วยเครื่องหมายการค้า (วิทยากรโดย นายพิรพงศ์ จาตุรงค์กุล นักสร้างแบรนด์และนักออกแบบ)

- การสร้างแบรนด์ด้วยเครื่องหมายการค้า คือ การสร้างสิ่งที่เป็นรูปธรรมสิ่งหนึ่ง เพื่อใช้แทนสินค้าหรือเจ้าของสินค้าหรือชื่อสินค้า เพื่อให้ผู้ซื้อจดจำสินค้าหรือ เจ้าของสินค้านั้นได้ (โดยเครื่องหมายการค้าที่ดี เมื่อเห็นแล้วควรสื่อความหมายให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าหรือองค์กร)
- บทบาทของเครื่องหมายการค้า (The Role of Trademarks in Marketing)
 - เป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมสิ่งหนึ่งที่จะใช้เป็นตัวแทน เพื่อสื่อให้ผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายรับรู้และจดจำสินค้า/องค์กรได้
 - จะเป็นสิ่งที่ขมวดรวมให้สื่อถึงบุคลิกสินค้าหรือองค์กรนั้นๆ ที่เป็นด้านดี (ซึ่งมักเป็นลักษณะนามธรรม)
 - เครื่องหมายการค้า/ตราสัญลักษณ์ เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างเอกลักษณ์องค์กร
- ความสำคัญของเครื่องหมายการค้า
 - ความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า
 - ระบุชื่อ เพื่อแสดงความเป็นตัวตนของผู้ที่เป็นเจ้าของสินค้า
 - ระบุกิจกรรม บริการอะไร ประเภทของกิจการที่ทำ
 - สร้างความแตกต่างกับตราสินค้าของผู้ผลิตรายอื่น เนื่องจากการสร้างตราสินค้าจะต้องสื่อถึงบุคลิกของสินค้า ซึ่งแต่ละสินค้าก็จะมีบุคลิกแตกต่าง ทำให้แต่ละตราสินค้านั้นมีเอกลักษณ์ที่ต่างกันไป ทำให้ผู้บริโภคแยกความแตกต่างของแต่ละตราสินค้าได้
 - ความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของสินค้า
 - สร้างคุณค่าให้กับสินค้า ถ้าแบรนด์เป็นที่ยอมรับ ตราสินค้าก็เป็นเหมือนตัวแทนสินค้าที่มีคุณค่าต่อผู้บริโภค
 - ตราสินค้าเป็นตัวแทนของแบรนด์ ที่สามารถให้เขาได้และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย (โดยต้องมีการจดทะเบียนตราสินค้า)
 - ความสำคัญต่อผู้บริโภค
 - เมื่อผู้บริโภคเห็นตราสินค้า ก็มักจะนึกถึงตราสินค้านี้เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอะไร มีคุณลักษณะใด มีความพิเศษใด มีบุคลิกสินค้าแบบใด (ทำให้นึกได้)
 - ในทางกลับกันถ้าผู้บริโภคนึกถึงผลิตภัณฑ์ ก็สามารถนึกถึงตราสินค้าที่เป็นตัวแทนของแบรนด์ที่ภักดี (ทำให้นึกถึง)
- การตั้งชื่อเครื่องหมายการค้า : สั้น กระชับ ง่ายออกเสียงง่าย มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว ไม่ซ้ำหรือใกล้เคียงกับชื่อเครื่องหมายการค้าอื่น เป็นชื่อที่ร่วมสมัย เป็นชื่อที่แนะนำบุคลิกหรือจุดเด่นของสินค้าได้ (แต่ไม่ดูตรงจนเกินไป)
- คุณสมบัติของเครื่องหมายการค้าที่ดี
 - สื่อความหมาย โดยสื่อให้เห็นถึงบุคลิกของสินค้า/องค์กร

- เหมาะสมกับกาลเวลาทุกยุคทุกสมัย อย่างน้อย 10 ปี
- นำไปใช้ประโยชน์ได้หลายวัตถุประสงค์ ได้ในหลายสื่อที่ต้องการจะเผยแพร่
- ลักษณะของรูปแบบเครื่องหมายการค้า
 - ใช้ตัวอักษรเพียงอย่างเดียว
 - แบบอักษรเต็มคำ
 - แบบอักษรย่อ
 - ใช้รูปภาพสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว
 - เชิงรูปธรรม
 - เชิงนามธรรม
 - ใช้ตัวอักษร+รูปภาพสัญลักษณ์
 - อักษรประกอบรูปร่างรูปทรง
 - อักษรและภาพสัญลักษณ์สามารถแยกจากกันได้
 - ไม่แยกอักษรและภาพสัญลักษณ์ (มีความกลมกลืน)
- หัวใจของการสร้างแบรนด์ คือ
 - แตกต่าง (Differentiation) เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคแยกแยะและจดจำเราได้
 - สร้างจุดจดจำ (Identity) เป็นได้ทั้งรูป รส กลิ่น เสียง คุณสมบัติของจุดจดจำที่ดี ต้องมีความแตกต่างและโดดเด่น จุดจดจำที่ดีนั้นมักมีคุณสมบัติที่สำคัญคือ ต้องเรียบง่ายกะทัดรัด และใช้งานได้สะดวก ทุกที่ ทุกเวลา
 - ชื่อ (Naming) ---โดนๆ
 - โลโก้ (Logo) ----เท่ๆ
 - สโลแกน (Slogan) ----- โดนใจ
- การสร้างแบรนด์อย่างเป็นระบบ
 - การวาง “ตำแหน่ง” (Positioning) ของแบรนด์ว่าจะอยู่ตรงจุดไหน
แบรนด์ของเราคือสินค้าอะไร จุดขายอยู่ตรงไหน ใครคือคู่แข่ง และเราควรจะวางตัวเองไว้ที่ตรงไหน จึงจะมีโอกาสได้เปรียบมากที่สุด (เราเป็นใครและเราอยากเป็นอะไร)
 - การวาง “บุคลิกภาพ” (Personality) เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิต การแสดงออกที่แตกต่างกัน ที่สำคัญคือ ส่งเสริมตำแหน่งของแบรนด์ทั้งในวันนี้และวันหน้า (เราเป็นคนอย่างไร)
 “บุคลิกภาพ คือ ส่วนหนึ่งของจุดยืนยืน ในขณะตำแหน่งของแบรนด์สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาวะการตลาด แต่บุคลิกภาพไม่ควรเปลี่ยนแปลง เพราะบุคลิกภาพเป็นสิ่งที่คนจดจำได้เกี่ยวกับตัวแบรนด์”

การหาจุดยืนที่แตกต่าง+บุคลิกภาพของแบรนด์=เอกลักษณ์ของแบรนด์

3. การเตรียมคำขอรับและการยื่นคำขอรับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้า (วิทยากรโดยนางสาวนิตา วิวรรณโณภาส นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ)

- แบบฟอร์มคำขอจะต้องพิมพ์ทั้งหมดเท่านั้น
- กรณีการขอในนามนิติบุคคล จะต้องใช้หนังสือรับรองนิติบุคคลต้นฉบับ ต่อ 1 คำขอ หากขอมากกว่า 1 สามารถใช้สำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคลได้ แต่ต้องแนบคำขอไปพร้อมๆกันทั้งหมด โดยระบุว่าต้นฉบับอยู่ในคำขอใด
- กรณีการมอบอำนาจให้ตัวแทน ตัวแทน 1 คน = อากรแสตมป์ 30 บาท ตัวแทน 3 คน = อากรแสตมป์ 90 บาท

*** จะต้องแนบสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของตัวแทนทุกคน

- การระบุที่อยู่การจัดส่งหนังสือจากกรมฯ เป็นจุดที่สำคัญ จำเป็นต้องระบุที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ หากที่อยู่ของตัวแทนหรือเจ้าของ ไม่ตรงตามที่פקอาศัยจริง สามารถระบุในช่อง อื่นๆ ได้ และระบุที่อยู่ที่พักอาศัยจริง เพื่อให้ง่ายต่อการติดต่อสื่อสารและลดระยะเวลาในการตอบกลับหนังสือที่กรมฯ ส่งไปให้
- การใส่รูปในแบบคำขอ ห้ามมีขนาดเกิน 5x5 เซนติเมตร หากเกินจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่ม
- หากในรูปภาพเครื่องหมายการค้ามีภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาไทย ให้ระบุคำอ่านในช่องถัดไปด้วย
- การระบุจำพวกสินค้า ให้ปรึกษาพาณิชย์จังหวัด เพื่อให้มีความชัดเจนในสินค้าที่ต้องการคุ้มครอง
- หนังสือมอบอำนาจ สามารถใช้แบบฟอร์มของกรมฯได้ ซึ่งจะมีเนื้อหาครอบคลุมสิทธิทั้งหมดแล้ว แต่หากไม่ต้องการส่วนไหนให้ขีดฆ่าออก
- กรณีมีความฟ้องร้องกันในแต่ละจังหวัด อัยการอนุโลมให้สามารถใช้หนังสือชี้แจงจากนายทะเบียนเป็นหลักฐานในชั้นศาลได้ เพื่อลดปัญหาการเดินทาง ค่าใช้จ่าย และเวลา ซึ่งสามารถดำเนินการได้โดยส่งหนังสือและภาพถ่ายเครื่องหมายมายังนายทะเบียน เพื่อให้นายทะเบียนทำหนังสือชี้แจงกลับมาที่พาณิชย์จังหวัด เพื่อใช้เป็นหลักฐานคำให้การของพยานกับศาลต่อไป
- กรณีการละสิทธิหรือขอยกเว้น สามารถรอให้นายทะเบียนมีคำสั่งก่อน หรือสามารถปรึกษากับพาณิชย์จังหวัดได้หากติดปัญหาข้อสงสัยใดๆ
- การต่ออายุ ต่อได้ทุกๆ 10 ปี (ก่อนหมดอายุ 90 วัน) โดยจะต้องเป็นเครื่องหมายเดิมไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้
- กฎหมายเครื่องหมายการค้าจะคุ้มครองเฉพาะประเทศที่มีการจดทะเบียนเท่านั้น แต่มีกรณีนอกเหนือจากนี้ วิทยากรยกตัวอย่างของ adidas ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงมานานในต่างประเทศ แต่สามารถมาเอาผิดกับผู้ละเมิดได้ในประเทศไทย(แม้ยังไม่ได้จดทะเบียนการค้า) โดยใช้กฎหมายอาญาบังคับคดี
- ในต่างประเทศบางเครื่องหมายการค้า มองด้วยตาเปล่าแล้วไม่น่าจะจดทะเบียนได้ แต่ก็สามารถจดทะเบียนได้เนื่องจาก ในต่างประเทศมีแนวคิดในการ สร้างแบรนด์ให้เป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงก่อน ก่อนที่จะมีการจดทะเบียน ซึ่งจะใช้หลักฐานการใช้ การมีชื่อเสียง หรือการเป็นเจ้าของเครื่องหมายมาประกอบการยื่นจดทะเบียนด้วย ซึ่งจะเข้าเงื่อนไขลักษณะบ่งเฉพาะในการใช้
- ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจ จะส่งสินค้าไปขายในประเทศใด ควรจะไปยื่นจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้ในประเทศนั้นก่อน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการละเมิด เช่น

กรณีของ มามา ส่งสินค้าไปขายในประเทศจีน แล้วถูกจับ เนื่องจากละเมิดตราสินค้าที่มีคนจีนจดทะเบียนไว้ในประเทศแล้ว สุดท้ายมามาต้องเปลี่ยน แบรินด์ในจีน เป็น MAMA แทน เพื่อเลี่ยงการละเมิดเครื่องหมายการค้า

2.3.6 สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย²

ระเบียบและขั้นตอนการจดทะเบียน

ตาม พ.ร.บ. คุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

“ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย” หมายความว่า พื้นความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการแพทย์แผนไทย

“ตำราการแพทย์แผนไทย” หมายความว่า หลักวิชาการต่างๆ เกี่ยวกับการแพทย์แผนไทย ทั้งที่ได้บันทึกไว้ในสมุดไทย ใบลาน ศิลาจารึกหรือวัสดุอื่นใด หรือที่ได้มีการบันทึกไว้แต่เป็นการเรียนรู้หรือถ่ายทอดสืบต่อกันมาไม่ว่าด้วยวิธีใด

“ยาแผนไทย” หมายความว่า ยาที่ได้จากสมุนไพรโดยตรงหรือที่ได้จากการผสม ประุง หรือแปรสภาพสมุนไพร และให้หมายความรวมถึงยาแผนโบราณตามกฎหมายว่าด้วยยา

“ตำรับยาแผนไทย” หมายความว่า สูตรซึ่งระบุกรรมวิธีการผลิตและส่วนประกอบสิ่งปรุงที่มียาแผนไทยรวมอยู่ด้วยไม่ว่าสิ่งปรุงนั้นจะมีรูปลักษณะใด

โดยได้กำหนดสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ที่จะได้รับการคุ้มครองตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่ สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยเกี่ยวกับตำรับยาแผนไทยและตำราการแพทย์แผนไทย มี 3 ประเภท ได้แก่

1. ตำรับยาแผนไทยของชาติหรือตำราการแพทย์แผนไทยของชาติ
2. ตำรับยาแผนไทยทั่วไปหรือตำราการแพทย์แผนไทยทั่วไป
3. ตำรับยาแผนไทยส่วนบุคคลหรือตำราการแพทย์แผนไทยส่วนบุคคล

ตำรับยาหรือตำรายาที่เข้าเกณฑ์ทั้ง 3 ประเภทนี้สามารถนำมาจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย เพื่อขอรับความคุ้มครองและส่งเสริมตามที่กำหนดใน พ.ร.บ. คุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 โดยสามารถยื่นคำขอต่อนายทะเบียน ซึ่งการดำเนินการขอจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยนั้นจะดำเนินการตามวิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง

² เอกสารอ้างอิง

1. พ.ร.บ. คุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542
2. กฎกระทรวง การขอจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย การสอบสวนและการพิจารณาวินิจฉัย และแบบหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ประกาศในราชกิจจานุเบกษา 10 สิงหาคม 2555
3. กฎกระทรวง การอนุญาตของผู้ทรงสิทธิในการให้บุคคลอื่นใช้สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย และการเพิกถอนการอนุญาตให้ใช้สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยโดยนายทะเบียน ประกาศในราชกิจจานุเบกษา 10 สิงหาคม 2555
4. กฎกระทรวง กำหนดค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย ประกาศในราชกิจจานุเบกษา 26 พฤษภาคม 2549

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2555 กระทรวงสาธารณสุขได้ออกกฎกระทรวงประกาศในราชกิจจานุเบกษา สองฉบับ ว่าด้วยเรื่อง การขอจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย การสอบสวนและการพิจารณาวินิจฉัย และแบบหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2555 และอีกฉบับหนึ่ง ว่าด้วยเรื่อง การอนุญาตของผู้ทรงสิทธิในการให้บุคคลอื่นใช้สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย และการเพิกถอนการอนุญาตให้ใช้สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย โดยนายทะเบียน พ.ศ. 2555 ในกฎกระทรวงทั้งสองฉบับได้ระบุเงื่อนไขและวิธีการในการขอจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย โดยระบุว่าผู้ที่มีสิทธิยื่นขอจดทะเบียนจะต้องเป็นบุคคลมีสัญชาติไทยและคุณสมบัติตามมาตรา 21 คือ (1)เป็นผู้คิดค้นตำรายาแผนไทยหรือตำราการแพทย์แผนไทย (2)เป็นผู้ปรับปรุงหรือพัฒนาตำรายาแผนไทยหรือตำราการแพทย์แผนไทย และ(3)เป็นผู้สืบทอดตำรายาหรือตำราการแพทย์แผนไทย ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยที่จะขอจดทะเบียนได้นั้นจะต้องไม่มีลักษณะตรงกับข้อห้ามตามมาตรา 22 คือ (1)เป็นตำรายาแผนไทยของชาติหรือตำราการแพทย์แผนไทยของชาติ หรือเป็นตำรายาแผนไทยทั่วไปหรือตำราการแพทย์แผนไทยทั่วไปหรือ (2)เป็นตำรายาแผนไทยส่วนบุคคลที่ปรุงโดยไม่ใช้หลักการแพทย์แผนไทย เช่น ใช้สารสกัดจากพืช สัตว์ หรือจุลชีพที่ไม่ใช่สารสกัดดั้งเดิมตามธรรมชาติ หรือใช้วิธีการแปรรูปที่มีใช้การแปรรูปอย่างหยาบ บุคคลสามารถดำเนินการยื่นต่อนายทะเบียน ณ สถานที่ใดที่หนึ่ง ดังต่อไปนี้ กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดได้ทุกแห่ง

ประโยชน์ของเจ้าของที่ได้สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย (เรียกว่า “ผู้ทรงสิทธิ”)

1. สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย มีอายุตลอดอายุของผู้ทรงสิทธิ และมีอยู่ต่อไปอีกเป็นเวลาห้าสิบปีนับแต่วันที่ผู้ทรงสิทธิถึงแก่ความตาย
2. สิทธิในการผลิตยา และสิทธิในการใช้ ศึกษาวิจัย จำหน่าย ปรับปรุงหรือพัฒนาตำรายาแผนไทยหรือภูมิปัญญาในตำราการแพทย์แผนไทยที่ได้จดทะเบียนได้
3. สิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยนี้ไม่อาจโอนให้แก่ผู้อื่นได้ ยกเว้นเป็นการตกทอดทางมรดก
4. ผู้ทรงสิทธิสามารถอนุญาตให้บุคคลใดใช้สิทธิของตนได้ตามข้อ 2

หมายเหตุ : แบบฟอร์มการยื่นเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง

แบบ ภ.ท. 6 : หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย

แบบ ภ.ท. 7 : แบบคำขอจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย

ขั้นตอนการจดทะเบียนสิทธิในภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย

