

# ความคิดในเชิงธุรกิจ

คู่มือทรัพย์สินทางปัญญา  
สำหรับสตาร์ทอัพ



ชุด "ทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับธุรกิจ" ลำดับที่ 6

**เอกสารเผยแพร่ในชุด “ทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับธุรกิจ”:**

- 1. การสร้างเครื่องหมาย (Making a Mark):**  
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าและแบรนด์ สำหรับ SMEs  
เอกสารเผยแพร่ WIPO ลำดับที่ 900.1
- 2. ออกแบบให้น่าสนใจ (Looking Good):**  
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ สำหรับ SMEs  
เอกสารเผยแพร่ WIPO ลำดับที่ 498.1
- 3. การประดิษฐ์คิดค้นสู่อนาคต (Inventing the Future):**  
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสิทธิบัตร สำหรับ SMEs  
เอกสารเผยแพร่ WIPO ลำดับที่ 917.1
- 4. การแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ (Creative Expression):**  
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับลิขสิทธิ์และสิทธิข้างเคียง สำหรับ SMEs  
เอกสารเผยแพร่ WIPO ลำดับที่ 918
- 5. สิ่งที่มีในบริษัทที่ดี (In Good Company):**  
การจัดการปัญหาทรัพย์สินทางปัญญาในแฟรนไชส์  
เอกสารเผยแพร่ WIPO ลำดับที่ 1035
- 6. ความคิดในเชิงธุรกิจ (Enterprising Ideas):**  
คู่มือทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับสตาร์ทอัพ  
เอกสารเผยแพร่ WIPO ลำดับที่ 961

เอกสารเผยแพร่ฉบับภาษาอังกฤษทั้งหมดสามารถดาวน์โหลดโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายได้ที่:  
<http://www.wipo.int/publications>

เอกสารเผยแพร่ฉบับภาษาไทยทั้งหมดสามารถดาวน์โหลดโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายได้ที่:  
<http://www.ipthailand.go.th>

# ความคิดในเชิงธุรกิจ

คู่มือทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับสตาร์ทอัพ

อนุญาตให้ผู้ใช้ทำซ้ำ แจกจ่าย ดัดแปลง แปล และดำเนินการเผยแพร่เอกสารเผยแพร่นี้ต่อสาธารณะ รวมทั้งเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ต้องได้รับอนุญาตอย่างชัดแจ้ง ทั้งนี้ ภายใต้เงื่อนไขว่าจะต้องอ้างอิงองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization : WIPO) เป็นแหล่งที่มา และระบุอย่างชัดเจนในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาต้นฉบับ

การอ้างอิงที่แนะนำ: WIPO (2021). *Enterprising Ideas: A Guide to Intellectual Property for Startups*. Geneva: World Intellectual Property Organization.

การดัดแปลง คำแปล หรืองานสืบเนื่องที่เกิดขึ้นจากคู่มือฉบับนี้ไม่ควรมีตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย (logo) ที่เป็นทางการของ WIPO และกรมทรัพย์สินทางปัญญา (Department of Intellectual Property : DIP) เว้นแต่จะได้รับการอนุมัติและรับรองโดย WIPO และ DIP ทั้งนี้ กรุณาติดต่อผ่านทางกรมทรัพย์สินทางปัญญาและเว็บไซต์ WIPO เพื่อขออนุญาต

สำหรับงานสืบเนื่อง (derivative work) โปรดระบุข้อจำกัดความรับผิดชอบ (disclaimer) ดังต่อไปนี้ด้วย “สำนักเลขาธิการ WIPO และ DIP ไม่มีส่วนรับผิดชอบหรือความรับผิดชอบใด ๆ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงหรือการแปลเนื้อหาต้นฉบับ”

ในกรณีที่เนื้อหาซึ่งถูกเผยแพร่โดย WIPO และ DIP เช่น รูปภาพ กราฟิก เครื่องหมายการค้า หรือโลโก้ มีแหล่งที่มาจากบุคคลที่สาม ผู้ใช้เนื้อหาดังกล่าวมีหน้าที่รับผิดชอบในการเจรจาสีทธิกับผู้ทรงสิทธิแต่เพียงผู้เดียว

สำเนาการอนุญาตสามารถตรวจสอบได้ที่ <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>

ชื่อที่ใช้และการนำเสนอเนื้อหาตลอดเอกสารเผยแพร่ฉบับนี้ ไม่ถือเป็นการแสดงความคิดเห็นใด ๆ ในนามของ WIPO และ DIP เกี่ยวกับสถานะทางกฎหมาย การกำหนดเขตแดน (frontiers) หรืออาณาเขต (boundaries) ของประเทศใด ๆ รวมถึงเขตแดนหรือพื้นที่ซึ่งอยู่ในอำนาจปกครองของประเทศนั้น

เอกสารเผยแพร่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนมุมมองของประเทศสมาชิก สำนักเลขาธิการ WIPO หรือ DIP

การกล่าวถึงถึงบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตใด ในเอกสารเผยแพร่นี้เป็นการเฉพาะ ไม่ถือว่าบริษัทหรือผลิตภัณฑ์นั้นได้รับการรับรองหรือสนับสนุนโดย WIPO และ DIP ในฐานะที่เหนือกว่าบริษัทอื่นซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันแต่ไม่ได้มีการกล่าวถึง

การจัดทำเอกสารเผยแพร่ฉบับนี้เป็นการรวบรวมข้อมูล และแปลเอกสารโดย DIP และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการอ้างอิงจากต้นฉบับคู่มือที่ได้จัดทำโดย WIPO อีกทั้ง สำนักเลขาธิการ WIPO ถือว่าไม่มีความรับผิดชอบหรือความรับผิดชอบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงหรือการแปลของเนื้อหาต้นฉบับ

## สารบัญ

<b>คำย่อ</b>	<b>6</b>	<b>กลยุทธ์อื่น ๆ ในการแสวงหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา</b>	<b>42</b>
		การอนุญาตให้ใช้สิทธิ	43
		การโอนสิทธิ	47
		การหาแหล่งเงินทุน	47
		การเพิ่มมูลค่าให้กับกลุ่มสตาร์ทอัพ	50
		การดึงดูดหุ้นส่วนและผู้ให้ความร่วมมือ	53
<b>บทนำ</b>	<b>8</b>	<b>การบริหารความเสี่ยง</b>	<b>55</b>
ขอบเขตของคู่มือฉบับนี้	9	การกำหนดความเป็นเจ้าของและสิทธิในการใช้งานให้ชัดเจน	56
ทรัพย์สินทางปัญญาคืออะไร	9	การป้องกันการดำเนินคดี	57
กลุ่มสตาร์ทอัพที่สร้างทรัพย์สินทางปัญญา กับกลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	11	การหลีกเลี่ยงการสูญเสียเวลาและทรัพยากร	59
การทำความเข้าใจถึงระดับความพร้อม ทางเทคโนโลยี	12	<b>การใช้ฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญา</b>	<b>61</b>
โมเดลธุรกิจกับแผนธุรกิจ	14	ฐานข้อมูลสิทธิบัตร	62
		ฐานข้อมูลเครื่องหมายการค้า และการออกแบบผลิตภัณฑ์	64
		ลิขสิทธิ์	64
		ชื่อโดเมน	65
<b>การปกป้องนวัตกรรม</b>	<b>16</b>	<b>การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา</b>	<b>67</b>
การขอรับสิทธิบัตร	17	<b>ภาคผนวก 1: ผู้ให้บริการต่าง ๆ</b>	<b>72</b>
การให้ความคุ้มครองความลับทางการค้า	20	<b>ภาคผนวก 2: แหล่งข้อมูล</b>	<b>76</b>
การคุ้มครองลิขสิทธิ์	20		
<b>การสร้างความแตกต่างให้กับ ผลิตภัณฑ์ในตลาดของท่าน</b>	<b>23</b>		
การจดทะเบียนสิทธิในเครื่องหมายการค้า	24		
ชื่อโดเมน	26		
การขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์	27		
<b>ก้าวสู่ระดับโลก</b>	<b>31</b>		
การยื่นขอรับสิทธิบัตรในต่างประเทศ	32		
การยื่นคำขอรับความคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมาย การค้าในต่างประเทศ	36		
การขอสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในต่างประเทศ	38		
การขอรับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ	39		

## คำย่อ

API	ส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์	TISC	ศูนย์ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรม
ASPI	การเข้าถึงข้อมูลเฉพาะด้านสิทธิบัตร	TLD	โดเมนระดับบนสุด
ARIPO	องค์การทรัพย์สินทางปัญญาภูมิภาคแอฟริกา	TRL	ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี
B2B	การค้าระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง	TTO	สำนักงานถ่ายทอดเทคโนโลยี
BOIP	สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาเบเนลักซ์	UDRP	นโยบายการระงับข้อพิพาทสากลที่เกี่ยวกับชื่อโดเมน
ccTLD	โดเมนระดับบนสุดหมวดรหัสประเทศ	VC	ธุรกิจเงินร่วมลงทุน
CPC	การจัดหมวดหมู่สัญลักษณ์การประดิษฐ์แบบพัฒนาร่วม	WIPO	องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก
CRM	การจัดการลูกค้าสัมพันธ์		
EUIPO	สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาสหภาพยุโรป		
FFF	เพื่อน ครอบครัว และผู้เชื่อในการลงทุน		
FTO	ความอิสระในการดำเนินการ		
gTLD	โดเมนระดับบนสุดหมวดทั่วไป		
ICANN	องค์กรบริหารทรัพยากรโดเมนโลก		
IP	ทรัพย์สินทางปัญญา		
IPC	การจัดหมวดหมู่สัญลักษณ์การประดิษฐ์แบบสากล		
LP	ผู้ถือหุ้นแบบจำกัด		
NASA	องค์การบริหารการบินและอวกาศแห่งชาติ		
OAPI	องค์การทรัพย์สินทางปัญญาแอฟริกัน		
OEM	ผู้ผลิตอุปกรณ์ดั้งเดิม		
PCT	สนธิสัญญาความร่วมมือด้านสิทธิบัตร		
R&D	การวิจัยและพัฒนา		
RUL	อายุการใช้งานคงเหลือ		
SDK	ชุดพัฒนาซอฟต์แวร์		
SHA	ข้อตกลงหรือสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น		



บทนำ



## ขอบเขตของคู่มือฉบับนี้

บ่อยครั้งที่เราสามารถย้อนกลับไปดูการเปิดตัวของบริษัทที่ประสบความสำเร็จด้วยแนวคิดที่ดีได้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวอาจมีเส้นทางที่ยาวนานและซับซ้อนเริ่มตั้งแต่ห้องปฏิบัติการจนกระทั่งออกสู่ตลาด และยังสามารถดำรงอยู่ได้ ในขณะที่แนวคิดที่ดีอื่น ๆ เริ่มที่จะจางหายไป เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกันอยู่ก่อนแล้ว ขาดความสนใจจากตลาด หรือการแบกรับต้นทุนการตลาดที่สูง ระบบทรัพย์สินทางปัญญา<sup>1</sup> (Intellectual Property : IP) จึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญตลอดการเดินทางดังกล่าว ดังนั้น ทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทจึงควรเข้ามามีบทบาทและสนับสนุนกลยุทธ์ด้านธุรกิจของบริษัทอย่างเต็มที่

ระบบทรัพย์สินทางปัญญาทำให้นวัตกรรม (Innovators) สามารถกำหนดทิศทางของนวัตกรรมของตนได้ โดยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาจะช่วยคุ้มครองนวัตกรรมจากผู้ลอกเลียนแบบและทำให้บริษัทสามารถสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเพื่อเสริมสร้างการเป็นที่รู้จักของตลาดได้ แนวปฏิบัติในการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่ดีย่อมมีความเกี่ยวข้องตลอดช่วงระยะเวลาของธุรกิจ ตั้งแต่การเริ่มก่อตั้งธุรกิจ การขยายกิจการ การแสวงหานักลงทุน การเข้าร่วมกับหุ้นส่วน หรือผู้ให้ความร่วมมือ (Collaborators) รวมถึงการว่าจ้างพนักงาน ทั้งนี้ ทรัพย์สินทางปัญญาจะเข้ามามีความเกี่ยวข้องด้วยเช่นกันเมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพ ถูกบริษัทอื่น ๆ เข้าซื้อหรือตกอยู่ในภาวะล้มละลาย นอกจากนี้ ระบบทรัพย์สินทางปัญญายังเป็นแหล่งรวมข้อมูลความรู้ทางธุรกิจและข้อมูลทางเทคนิคที่สำคัญซึ่งมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจในทุกช่วงเวลาของวงจรธุรกิจของบริษัท

กลุ่มสตาร์ทอัพควรตระหนักเช่นเดียวกันว่า นอกจากจะเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันแล้ว ระบบทรัพย์สินทางปัญญาช่วยในการบริหารความเสี่ยงได้ กลุ่มสตาร์ทอัพที่ละเลยเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา อาจทำการละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลอื่น ถูกกีดกันจากการเข้าถึงโดเมนต่าง ๆ ที่บุคคลอื่นครอบครองอยู่ หรือสูญเสียสิทธิที่เป็นส่วนสำคัญให้แก่บริษัทอื่นที่ได้ยื่นขอรับความคุ้มครองเอาไว้ก่อน และความผิดพลาดเช่นว่านั้นสามารถส่งผลกระทบต่อที่ร้ายแรงได้

เอกสารเผยแพร่ฉบับนี้ให้แนวทางในการใช้ระบบทรัพย์สินทางปัญญาแก่กลุ่มสตาร์ทอัพเพื่อให้ยังคงสามารถแข่งขันในตลาดได้ รวมทั้งเข้าใจถึงความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นหากไม่ได้ให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญา

โดยมุ่งเน้นกลุ่มสตาร์ทอัพที่นำนวัตกรรมซึ่งใช้เทคโนโลยีเป็นพื้นฐานในการแก้ไขปัญห (Innovative technology-base solution) เข้าสู่ตลาด แต่อย่างไรก็ดี หลักการในเอกสารเผยแพร่ฉบับนี้ย่อมเป็นประโยชน์เช่นกันแก่กลุ่มสตาร์ทอัพที่ไม่ได้มุ่งเน้นเทคโนโลยีแต่มีแนวคิดด้านการตลาดแนวใหม่ ปรับให้เข้ากับตลาดเฉพาะกลุ่มหรือให้บริการด้านนวัตกรรม ดังนั้น ระบบทรัพย์สินทางปัญญาจึงเป็นประโยชน์แก่กลุ่มสตาร์ทอัพทั้งหมด แม้ว่าจะเป็นประโยชน์กับกลุ่มสตาร์ทอัพบางกลุ่มมากกว่ากลุ่มอื่นก็ตาม

## ทรัพย์สินทางปัญญาคืออะไร

ตามที่เข้าใจกันอย่างกว้าง ๆ ทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึง ผลงานที่สร้างสรรค์ขึ้นจากความคิด โดยกฎหมายยอมรับให้ผลงานดังกล่าวเป็นทรัพย์สินที่ผู้สร้างสรรค์สามารถเป็นเจ้าของได้ โดยการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ระบุไว้ในกฎหมาย ทั้งนี้ เงื่อนไขที่กำหนดในสนธิสัญญาระหว่างประเทศเป็นเงื่อนไขซึ่งหลายประเทศได้เห็นพ้องร่วมกัน แม้ว่ากฎหมายภายในของแต่ละประเทศจะมีความแตกต่างกันออกไปในเรื่องของการตีความและการใช้สิทธิดังกล่าวก็ตาม

เมื่อพิจารณาถึงผลงานสร้างสรรค์จากความคิด เราหมายถึงความคิดที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ วิธีการใหม่ในการทำสิ่งต่าง ๆ การออกแบบที่น่าสนใจ สัญลักษณ์ทางธุรกิจที่โดดเด่น และผลงานสร้างสรรค์ต่าง ๆ เช่น ดนตรี เพลง ภาพเขียน และประติมากรรม ซึ่งโดยลักษณะแล้วสิ่งเหล่านี้เป็นนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัส จับต้อง หรือมองเห็นความคิดได้ถึงแม้ว่าเราจะสามารถสัมผัส จับต้อง หรือรับรู้ถึงการแสดงออกของสิ่งเหล่านั้นได้ก็ตาม ทั้งนี้ ทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ดังกล่าวจะก่อให้เกิดความได้เปรียบและความเสียเปรียบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เนื่องด้วยความคิดเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ จึงเป็นเรื่องยากที่จะป้องกันไม่ให้บุคคลอื่นแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบและทำซ้ำในขณะเดียวกัน บุคคลหลายคนสามารถใช้ความคิดได้พร้อมกันโดยไม่ทำให้ความคิดนั้นหมดไปหรือมีคุณภาพลดลง หากลองนึกภาพเกี่ยวกับเพลง เราอาจมองเป็นเรื่องยากที่จะป้องกันไม่ให้บุคคลอื่นโดลอเลียนเพลงที่เราได้แต่งขึ้น แต่หลายคนสามารถผลิตเพลงไปกับเพลงที่เราได้แต่งขึ้นในเวลาเดียวกันได้ กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาทำให้ความคิดเป็นสิ่งที่สามารถจับต้องได้โดยทำให้ผู้สร้างสรรค์สามารถเป็นเจ้าของความคิดที่เป็นนวัตกรรมและผลผลิตเชิงสร้างสรรค์เมื่อได้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ทางกฎหมาย

เมื่อความคิดมาถึงจุดที่ถูกคาดหวังว่าจะกลายเป็นพื้นฐานของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีศักยภาพเชิงพาณิชย์จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องพิจารณาโดยเร็วที่สุดเท่าที่กระทำได้ว่าทรัพย์สินทางปัญญาจะอำนวยความสะดวกในการพาไปสู่ตลาดได้อย่างไร โดยได้อธิบายเครื่องมือด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องไว้โดยสรุปด้านล่างนี้

## สิทธิบัตร

สิทธิบัตรเป็นสิทธิผูกขาดที่รัฐมอบให้สำหรับสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นของใหม่ มีขั้นการประดิษฐ์ที่สูงขึ้น และสามารถนำไปใช้ในทางอุตสาหกรรมได้ นอกจากนี้ สิทธิบัตรยังมอบสิทธิตามกฎหมายแก่เจ้าของในการหวงห้ามหรือป้องกันไม่ให้บุคคลอื่นผลิต ใช้ ขาย เสนอขาย หรือนำเข้าซึ่งผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธีของการประดิษฐ์ได้รับสิทธิบัตร

สิทธิบัตรจะออกให้โดยสำนักงานสิทธิบัตรแห่งชาติหรือสำนักงานสิทธิบัตรภูมิภาคที่เป็นตัวแทนกลุ่มประเทศต่าง ๆ ซึ่งมีผลใช้บังคับในระยะเวลาที่จำกัด โดยปกติแล้วคือสูงสุดไม่เกิน 20 ปีนับจากวันที่ยื่นคำขอจดสิทธิบัตร โดยผู้ทรงสิทธิบัตรจะต้องชำระค่าธรรมเนียมตามที่กำหนดโดยทันทีเพื่อให้สิทธิบัตรยังคงมีผลบังคับ สิทธิบัตรเป็นสิทธิตามหลักดินแดนที่จำกัดตามพรมแดนทางภูมิศาสตร์ของประเทศหรือภูมิภาคที่เกี่ยวข้อง เพื่อตอบแทนการได้รับสิทธิในสิทธิบัตร ผู้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรต้องแสดงรายละเอียดการประดิษฐ์ของตนเป็นลายลักษณ์อักษรโดยละเอียด ถูกต้อง และครบถ้วน<sup>2</sup> เอกสารสิทธิบัตร (คำขอรับสิทธิบัตรและ/หรือสิทธิบัตรที่ได้จดทะเบียนแล้ว) จะถูกเผยแพร่ทั่วโลกโดยสำนักงานสิทธิบัตร และสร้างขึ้นเป็นแหล่งข้อมูลสิทธิบัตรที่สำคัญ ด้วยเหตุนี้ ชุดข้อมูลของสิทธิบัตรที่เป็นสาธารณะและฐานข้อมูลสิทธิบัตรเชิงพาณิชย์จึงเป็นแหล่งข้อมูลทางเทคนิคที่สำคัญและมีลักษณะเฉพาะ เนื่องจากสิทธิบัตรจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับสิ่งประดิษฐ์ไม่ได้ถูกเผยแพร่ไว้ในงานเขียนทางวิทยาศาสตร์

## ความลับทางการค้า

ความลับทางการค้าเป็นข้อมูลใด ๆ ในเชิงพาณิชย์ที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจ ซึ่งได้ถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับ กล่าวโดยทั่วไปคือ ข้อมูลใดก็ตามอาจพิจารณาว่าเป็นความลับทางการค้าได้ เริ่มจากองค์ความรู้ทางเทคนิค (Technical Know-how) และรายชื่อลูกค้าไปจนถึงข้อมูลทางการเงินและกลยุทธ์ด้านการตลาด ฯลฯ บ่อยครั้งที่ความลับทางการค้าได้ถูกกล่าวว่าเป็นภูเขาน้ำแข็ง

ซึ่งสิทธิบัตรเป็นส่วนยอดที่มองเห็นได้ โดยกลุ่มสตาร์ทอัพอาจถือครองข้อมูลความลับเป็นจำนวนมาก ซึ่งบางส่วนสามารถนำไปจดสิทธิบัตรได้ โดยข้อมูลทั้งหมดหากเก็บไว้เป็นความลับอาจมีคุณสมบัติหรือสามารถได้รับการคุ้มครองสิทธิในลักษณะของความลับทางการค้า กลุ่มสตาร์ทอัพอาจพิจารณาถึงเหตุผลด้านกลยุทธ์เพื่อเก็บรักษาข้อมูลความลับที่สามารถจดสิทธิบัตรได้ เพราะในการยื่นขอรับสิทธิบัตรจำเป็นต้องแสดงข้อมูลดังกล่าวต่อสาธารณะ ข้อมูลที่ได้เปิดเผยแล้วในช่วงการยื่นขอรับสิทธิบัตรหรือด้วยเหตุผลอื่นใด ข้อมูลเหล่านั้นจะไม่มีคุณสมบัติในการเป็นความลับทางการค้าอีกต่อไป

## ลิขสิทธิ์

กฎหมายลิขสิทธิ์มอบสิทธิตามกฎหมายให้แก่นักประพันธ์ นักแต่งเพลง นักเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ นักออกแบบเว็บไซต์ และผู้สร้างสรรค์งานอื่น ๆ การคุ้มครองทางกฎหมายสำหรับวรรณกรรม ศิลปกรรม นาฏกรรม หรืองานสร้างสรรค์ในรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งโดยปกติจะเรียกว่า “งาน (Works)” โดยกฎหมายลิขสิทธิ์จะคุ้มครองงานที่สร้างสรรค์ด้วยตนเอง ประเภทต่าง ๆ ซึ่งรวมถึง หนังสือ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ดนตรี ภาพเขียน ภาพถ่าย ประติมากรรม สถาปัตยกรรม ภาพยนตร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ วิดีโอ เกมส์ และฐานข้อมูลต้นฉบับ (Original Databases) อย่างไรก็ตามกฎหมายลิขสิทธิ์ คุ้มครองเฉพาะการแสดงออกมาซึ่งความคิดแต่ไม่คุ้มครองความคิดหรือแนวคิดที่เป็นพื้นฐานซึ่งนับเป็นความแตกต่างที่สำคัญ หากมีการแสดงออกซึ่งความคิดออกมาในวิธีการที่แตกต่างกัน อาจจะไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้สร้างสรรค์ กฎหมายลิขสิทธิ์ให้สิทธิแต่ผู้เดียวในผลงานแก่ผู้แต่งหรือผู้สร้างสรรค์งานเป็นระยะเวลาตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายของแต่ละประเทศ โดยในประเทศส่วนใหญ่ ลิขสิทธิ์จะมีอยู่ตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ และมีอยู่ต่อไปอีก 50 ปี แต่ในบางประเทศซึ่งรวมถึงสหรัฐอเมริกาและยุโรป ระยะเวลาความคุ้มครองจะนานกว่านั้น สิทธิดังกล่าวทำให้ผู้สร้างสรรค์สามารถควบคุมการใช้งานในเชิงเศรษฐกิจได้หลากหลายวิธี รวมถึงการได้รับค่าตอบแทนด้วย นอกจากนี้ กฎหมายลิขสิทธิ์ยังให้ความคุ้มครองกับ “ธรรมสิทธิ” ซึ่งคุ้มครองไปถึงสิทธิอื่น ๆ รวมถึงชื่อเสียงและเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์ด้วย โดยทั่วไปแล้ว ผู้สร้างสรรค์ไม่สามารถโอนสิทธินี้ได้<sup>3</sup>

## เครื่องหมายการค้า

สัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถจำแนกสินค้าหรือบริการต่าง ๆ (รวมถึง คำ ชื่อ ตัวหนังสือ ตัวเลข ภาพวาด รูปภาพ รูปร่าง หรือรูปทรง สี ตรา หรือสิ่งดังกล่าวรวมกัน) อาจนำไปใช้เป็นเครื่องหมายการค้าได้ในประเทศส่วนใหญ่ ชุดคำหรือประโยค สโลแกนโฆษณา และชื่ออาจเป็นเครื่องหมายการค้าได้ด้วย การได้มาซึ่งความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าตามกฎหมายจะต้องจดทะเบียน และในบางประเทศจะได้มาโดยการใช้เครื่องหมายการค้า การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในขั้นตอนแรกคือการยื่นคำขอตามแบบที่กำหนดต่อสำนักงานเครื่องหมายการค้าของประเทศ หรือสำนักงานเครื่องหมายการค้าประจำภูมิภาค ซึ่งจะพิจารณาตามกฎหมายที่ใช้บังคับในประเทศนั้นว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธการจดทะเบียนนั้น แม้ว่าระยะเวลาคุ้มครองอาจแตกต่างกัน แต่ในหลายประเทศให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าเป็นเวลา 10 ปี โดยอาจต่ออายุการจดทะเบียนได้โดยไม่มีข้อจำกัด (โดยปกติจะต่ออายุทะเบียนทุก ๆ 10 ปี) ทั้งนี้ การต่ออายุเครื่องหมายการค้า จะต้องชำระค่าธรรมเนียมการต่ออายุภายในช่วงเวลาที่กำหนด ก่อนการจดทะเบียนสิ้นสุดลง<sup>4</sup>

## การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คำว่า “การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม” หมายถึง คุณสมบัติด้านการประดับตกแต่งหรือความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจได้รับการคุ้มครองในฐานะเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้ หากมีการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด การคุ้มครองจะไม่ครอบคลุมคุณสมบัติทางเทคนิคหรือการใช้งานของผลิตภัณฑ์ การจดทะเบียนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ผู้ยื่นคำขอจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนตามแบบที่สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาของแต่ละประเทศ หรือสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาประจำภูมิภาคกำหนด โดยระยะเวลาความคุ้มครองการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรมจะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ โดยมีระยะเวลาความคุ้มครองอย่างน้อย 10 ปี<sup>5</sup>

## สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่น<sup>6</sup>

- ผลิตภัณฑ์อรรถประโยชน์ (Utility models) ยังเป็นที่รู้จักในชื่ออื่นว่า “สิทธิบัตรระยะสั้น” “อนุสิทธิบัตร” หรือ “สิทธิบัตรนวัตกรรม” ในหลายประเทศ สิ่งประดิษฐ์บางประเภท รวมถึงการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมเล็กน้อย

สามารถได้รับความคุ้มครองได้ในฐานะผลิตภัณฑ์อรรถประโยชน์

- พันธุ์พืชใหม่ ในหลายประเทศ นักปรับปรุงพันธุ์พืชใหม่อาจได้รับการคุ้มครองพันธุ์พืชผ่านทาง “สิทธิของนักปรับปรุงพันธุ์พืช”
- แบบผังภูมิของวงจรรวม หรือโทโปกราฟี (Topography) ผังภูมิหรือการออกแบบผังวงจรมือถือ ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นเองอาจได้รับการคุ้มครองจากการลอกเลียนแบบได้

แม้ว่าคู่มือฉบับนี้จะนำเสนอสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิทธิแยกต่างหากจากกัน แต่ในทางปฏิบัติสิทธิดังกล่าวถูกนำมาใช้ร่วมกันเพื่อคุ้มครองและทำการตลาดผลิตภัณฑ์โดยรวม ตัวอย่างเช่น หากพิจารณาถึงโทรศัพท์สมาร์ทโฟน สิทธิบัตรจะคุ้มครองวิธีการทำงานของโทรศัพท์ ตั้งแต่การประมวลผลจนถึงเทคโนโลยีกล้องถ่ายรูป เครื่องหมายการค้าจะคุ้มครองโลโก้และเอกลักษณ์ (Identity) การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะคุ้มครองรูปร่างหรือรูปทรงและรูปลักษณะในภาพรวม ลิขสิทธิ์คุ้มครองรหัสต้นฉบับของซอฟต์แวร์ ซึ่งใช้ในการทำงานของอุปกรณ์ และความลับทางการค้าจะคุ้มครองกลยุทธ์ด้านการตลาดที่ใช้เพื่อเป็นเครื่องมือเชิงพาณิชย์สู่ระดับโลก

## กลุ่มสตาร์ทอัพที่สร้างทรัพย์สินทางปัญญากับกลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

ในบริบทของคู่มือฉบับนี้ การแยกแยะระหว่างกลุ่มสตาร์ทอัพที่สร้างทรัพย์สินทางปัญญา (IP generating startup) กับกลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (IP consuming startup) อาจจะเป็นประโยชน์ โดย “กลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา” คือ กลุ่มสตาร์ทอัพที่มีแนวคิดทางธุรกิจซึ่งจำเป็นต้องใช้กับเทคโนโลยีที่มีอยู่ ส่วน “กลุ่มสตาร์ทอัพที่สร้างทรัพย์สินทางปัญญา” คือ กลุ่มสตาร์ทอัพซึ่งมุ่งเน้นถึงทรัพย์สินทางปัญญาหลักที่จำเป็นต้องมีแนวคิดทางธุรกิจเพื่อให้เติบโตต่อไป

โดยปกติแล้ว กลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาจะเกี่ยวข้องกับการวิจัยเพียงเล็กน้อยหรือไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเลย และไม่สร้างหรือสร้างข้อมูลเนื้อหาหรือซอฟต์แวร์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ใด ๆ เพียงเล็กน้อย โดยบริษัทดังกล่าวมักจะเป็นกลุ่มสตาร์ทอัพด้านอินเทอร์เน็ต บริษัทพัฒนาแอปพลิเคชัน หรือตลาดซื้อขายออนไลน์ ตัวอย่างเช่น Airbnb หรือ Uber และในทางตรงกันข้าม กลุ่มสตาร์ทอัพ

ที่สร้างทรัพย์สินทางปัญญาจะสร้างแนวคิดทางธุรกิจ  
บนวิธีการแก้ไขปัญหาทางเทคนิค (Technical solution)  
ที่ได้รับการคุ้มครองภายใต้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา  
ตัวอย่างโดยทั่วไปคือ เทคโนโลยีในขั้นเริ่มต้นซึ่งมักจะได้รับการ  
คุ้มครองโดยสิทธิบัตรที่กลุ่มสตาร์ทอัพได้พัฒนาขึ้น  
หรือได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิจากมหาวิทยาลัยหรือ  
สถาบันวิจัย

ในความเป็นจริงแล้ว กลุ่มสตาร์ทอัพด้านนวัตกรรม  
ไม่สามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน โดยกลุ่มสตาร์ทอัพ  
ด้านนวัตกรรมส่วนใหญ่จะมีความเกี่ยวข้องและต่อเนื่อง  
ไปด้วยกัน กล่าวคือ กลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา  
บ้างก็สร้างทรัพย์สินทางปัญญาบางประเภท  
และกลุ่มสตาร์ทอัพที่สร้างทรัพย์สินทางปัญญาบ้างก็ใช้  
ทรัพย์สินทางปัญญาบางประเภท ในการเริ่มต้นดำเนิน  
แนวคิดทางธุรกิจ กลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา  
ส่วนใหญ่จะได้สิทธิในการใช้หรือซื้อเทคโนโลยีที่ได้รับ  
ความคุ้มครองทางทรัพย์สินทางปัญญาโดยมีบุคคลภายนอก  
เป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญานั้น ซึ่งโดยส่วนมากจะมี  
การทำสัญญาช่วยให้บุคคลภายนอกพัฒนาวิธีการแก้ปัญหา  
เพื่อเป็นไปตามโมเดลธุรกิจของบริษัท เมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพ  
ที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาได้รับความสนใจจากลูกค้า  
จึงเริ่มพัฒนาปรับปรุงและสร้างสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา  
ที่มีศักยภาพอย่างจริงจัง โดยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา  
ดังกล่าวมักเป็นเครื่องหมายทางการค้า อัลกอริทึม  
(Algorithms) บางอย่าง และลิขสิทธิ์พื้นฐานเกี่ยวกับ  
ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (User interfaces) ฯลฯ  
และเมื่อธุรกิจก้าวหน้าขึ้น กลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สิน  
ทางปัญญาอาจสร้างทรัพย์สินทางปัญญาชิ้นใหม่  
ตามที่ได้ปรับปรุงซอฟต์แวร์ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
สร้างซอฟต์แวร์ของตนเอง หรือเพิ่มเติมคุณลักษณะพิเศษ  
ใหม่ให้กับข้อเสนอของตน เมื่อเวลาผ่านไป กลุ่มสตาร์ทอัพ  
ที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาจะผลิตข้อมูลทางธุรกิจ  
ที่เป็นความลับด้วย กลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญา  
ที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ เช่น Airbnb, Uber  
และ Alibaba จะสร้างทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้นไปเรื่อย ๆ  
และมักจะเริ่มเข้าสู่ทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลภายนอก  
รวมถึงสิทธิบัตรต่าง ๆ เพื่อคงรักษาและเพิ่มความได้เปรียบ  
ด้านการแข่งขัน

เมื่อเริ่มดำเนินการแล้ว โดยทั่วไปกลุ่มสตาร์ทอัพที่สร้าง  
ทรัพย์สินทางปัญญาจะได้รับสนับสนุนเงินทุนเพื่อลงทุน  
ในการวิจัยและการพัฒนา รวมถึงการสร้างสรรคทรัพย์สิน  
ทางปัญญาใหม่ขึ้นมา

## การทำความเข้าใจถึงระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี

ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี (Technology Readiness  
Level : TRL) เป็นเทคนิคในการประเมินว่าเทคโนโลยีหรือ  
ผลิตภัณฑ์ใด ๆ จะนำเข้าสู่กระบวนการเชิงพาณิชย์  
ได้เพียงใด (ดูภาพ 1) ตามระเบียบวิธีการที่จัดทำขึ้น  
โดยองค์การบริหารการบินและอวกาศแห่งชาติ (NASA)  
ในสหรัฐอเมริกา เพื่อประเมินการใช้งานได้ของเทคโนโลยีอวกาศ  
ในปัจจุบันแบบจำลอง TRL มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย  
ในอุตสาหกรรมประเภทต่าง ๆ แม้ว่าผู้เชี่ยวชาญบางท่าน  
อ้างว่าเครื่องมือนี้ไม่เหมาะสมสำหรับเทคโนโลยีทุกประเภท  
คณะกรรมการยุโรปและภาครัฐของประเทศสหราชอาณาจักร  
เป็นหนึ่งในสถาบันหลายแห่งที่ได้ปรับใช้แบบจำลอง TRL  
โดยโครงการเทคโนโลยีแต่ละโครงการได้รับการประเมิน  
ตามตัวแปรเสริมบางประการและได้รับการจัดอันดับ TRL  
ในการจัดอันดับแบบเกียรตินิยม ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจัดอันดับ  
TRL 1 จะมีความพร้อมที่ต่ำที่สุด ในขณะที่ผลิตภัณฑ์  
ในอันดับ TRL 9 จะมีความพร้อมอยู่ในอันดับสูงสุด<sup>7</sup>

### เรื่องราวของบริษัท แพค คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด<sup>8</sup>

บริษัท แพค คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด หรือ  
“PAC” เป็นผู้สร้างสรรค์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม  
เครื่องทำน้ำร้อน และเครื่องปรับอากาศประหยัดพลังงาน  
ในประเทศไทย จุดเด่นทางด้านเทคโนโลยีของ PAC คือ  
การนำพลังงานที่สูญเสียไปมาใช้ให้เกิดประโยชน์และมี  
ประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อช่วยลดต้นทุนด้านพลังงานไฟฟ้า  
ให้กับผู้ใช้งาน รวมถึงลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

PAC เริ่มต้นจากธุรกิจของครอบครัว บริษัท พรหมจักร  
แอร์เซอร์วิสโกลด์ จำกัด เป็นบริษัทรับติดตั้งระบบ  
เครื่องปรับอากาศทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ต่อมาผู้บริหาร  
ทั้งสองท่าน ได้แก่ คุณอัจฉรา ปูมี และคุณอภิชาติ ปูมี  
ต้องการสร้างแบรนด์สินค้าขึ้นมาใหม่โดยมีความเชื่อมโยง  
กับธุรกิจเดิมของครอบครัว

กลยุทธ์ในช่วงแรกของบริษัทคือ การขายตลาดจากฐาน  
ลูกค้าเดิมด้วยการนำเสนอสินค้าภายใต้แบรนด์ PAC  
พร้อมปรับเปลี่ยนเครื่องหมายการค้าให้ทันสมัย  
โดยผลิตภัณฑ์ตัวแรกของบริษัทคือ “เครื่องทำน้ำร้อน  
จากแหล่งระบายความร้อนของเครื่องปรับอากาศ”  
(PAC Frenergy)<sup>9</sup> ที่บริษัทเป็นผู้ประดิษฐ์ คิดค้น และ  
พัฒนาขึ้นเอง



ที่มา: PAC Corporation (Thailand) Co., Ltd.  
(<https://www.pac.co.th/>)

แนวคิดเบื้องต้นหลังในการประดิษฐ์เครื่องทำน้ำร้อนจากแหล่งระบายความร้อนของเครื่องปรับอากาศ มีที่มาจากการสังเกตเห็นแหล่งระบายความร้อนของเครื่องปรับอากาศที่ตั้งไว้นอกอาคารจะพ่นลมร้อนออกมา ซึ่งเป็นความร้อนเหลือทิ้งจากกระบวนการผลิตความเย็นของเครื่องปรับอากาศภายในอาคาร ลมร้อนที่พ่นสู่บรรยากาศนี้ทำให้อากาศนอกราคารมีอุณหภูมิที่สูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันผู้บริโภคต้องเสียค่าไฟฟ้าจากการใช้เครื่องทำน้ำอุ่นสำหรับการทำความร้อนในการอาบน้ำ ทำให้ผู้บริโภคต้องเสียค่าไฟฟ้าสองต่อ และพลังงานความร้อนที่เหลือใช้จากแหล่งระบายความร้อนของเครื่องปรับอากาศไม่ได้ถูกกำจัดอย่างเหมาะสม

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ PAC มองเห็นโอกาสที่จะนำพลังงานที่เหลือใช้จากเครื่องปรับอากาศมาต่อยอด จึงได้คิดค้นนวัตกรรมใหม่ โดยตัดต่อวงจรของระบบปรับอากาศด้านท่อน้ำยาบริเวณท่อส่งที่ ออกจากแหล่งระบายความร้อนของเครื่องปรับอากาศซึ่งมีอุณหภูมิสูงประมาณ 80-90 องศาเซลเซียส เข้ากับท่อน้ำยาเข้าถังน้ำร้อนซึ่งภายในถังจะมีน้ำบรรจุอยู่ น้ำยาแอร์อุณหภูมิสูงจะถ่ายเทความร้อนผ่านท่อแลกเปลี่ยนความร้อนภายในถัง ทำให้น้ำเย็นที่บรรจุอยู่ในถังมีอุณหภูมิสูงขึ้น หลังจากแลกเปลี่ยนความร้อนแล้วน้ำยาแอร์ก็จะไหลออกไปสู่ระบบปรับอากาศเพื่อระบายความร้อนผ่านคอนเดนซิ่งต่อไปตามปกติ วิธีนี้จะทำให้ได้น้ำร้อนโดยไม่เสียค่าไฟฟ้าหรือค่าเชื้อเพลิงในการผลิตน้ำร้อน

หลังจากผลิตภัณฑ์ตัวแรกได้ถูกผลิตออกมา PAC ก็ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมประเภทใหม่ ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการสร้างสรรระบบทำน้ำร้อนและระบบปรับอากาศที่ประหยัดพลังงานเพื่อให้สอดคล้องกับกระแสการประหยัดพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่กำลังได้รับความนิยม

ผลิตภัณฑ์ที่ PAC ได้มีการคิดค้นและใส่นวัตกรรมลงในผลิตภัณฑ์ซึ่งนับว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดเท่าที่ PAC เคยมีมา ได้แก่ “เครื่องปรับอากาศพลังงานแสงอาทิตย์” (PAC SolarAire)<sup>10</sup> เครื่องปรับอากาศพลังงานแสงอาทิตย์แบบแยกส่วน ที่ใช้ไฟฟ้ากระแสตรงทั้งหมด โดยไฟฟ้าจากโซลาร์เซลล์สามารถนำมาต่อเข้ากับเครื่องได้โดยตรงโดยไม่ต้องแปลงเป็นไฟฟ้ากระแสสลับก่อน สามารถลดพลังงาน ลดการสูญเสียของกระแสไฟฟ้าในตัวแปลงไฟได้มากกว่า 30% ผสมกับการใช้คอมเพรสเซอร์แบบอินเวอร์เตอร์ทำให้สามารถลดขนาดโซลาร์เซลล์ลงได้มากกว่า 50% และเครื่องปรับอากาศยังสามารถนำไฟฟ้ากระแสสลับจากบ้านมาใช้ได้อัตโนมัติ



ที่มา: PAC Corporation (Thailand) Co., Ltd.  
(<https://www.pac.co.th/>)

นวัตกรรมดังกล่าวนี้ทำให้ PAC กลายเป็นผู้ชนะและคว้ารางวัล SME Thailand Inno Awards 2015 รางวัลโดดเด่นด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ทีมวิจัยและพัฒนา ยังได้พัฒนาต่อยอด “PAC SolarAire” เพิ่มเติม ด้วยการติดตั้งเครื่องทำน้ำร้อนซึ่งผู้บริโภคนอกจากจะได้ใช้เครื่องปรับอากาศที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังจะได้ใช้น้ำร้อนจากพลังงานความร้อนเหลือใช้อีกด้วย นับว่าเป็นการใช้พลังงานจากแสงอาทิตย์ได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ

นอกเหนือจาก เครื่องทำน้ำร้อนจากเครื่องปรับอากาศและเครื่องปรับอากาศพลังงานแสงอาทิตย์ PAC ยังมีการประดิษฐ์ คิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นอีกมากมาย เช่น เครื่องปรับอุณหภูมิสระว่ายน้ำ (PAC Pooltemper) เครื่องทำน้ำร้อนที่ออกแบบมาเพื่อผลิตน้ำร้อนอุณหภูมิสูงในปริมาณมาก (Heat Pump Water Heater) ถังน้ำร้อนไฟฟ้า (PAC Kommercial) เครื่องปรับอากาศผลิตน้ำร้อน (PAC Hybrid Plus) เครื่องปรับอากาศพลังงานแสงอาทิตย์ระบบ Inverter Multi VRF (PAC Hybrid Solar) เครื่องแลกเปลี่ยนอากาศ (PAC EnerVent) เป็นต้น โดยผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของ PAC ล้วนแต่เป็นนวัตกรรม

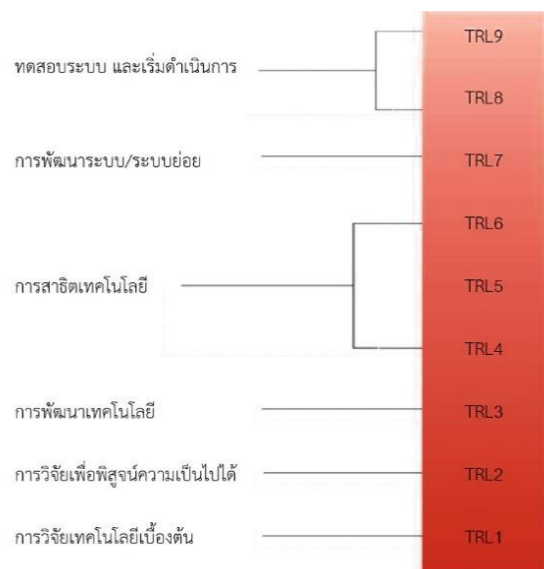


ที่มุ่งเน้นไปยังการนำพลังงานที่เสียเปล่ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

PAC ให้ความสำคัญกับความคุ้มครองทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา โดย PAC ได้รับสิทธิบัตรการประดิษฐ์สำหรับ “เครื่องทำน้ำร้อนชนิดใช้ความร้อนจากแหล่งระบายความร้อน” จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศไทย และยังมีสิทธิบัตรการประดิษฐ์อื่น ๆ ที่อยู่ระหว่างการพิจารณาในปัจจุบัน นอกจากนี้ PAC ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ เช่น อินโดนีเซีย กัมพูชา เวียดนาม ลาว ฟิลิปปินส์ บรูไน มาเลเซีย เป็นต้น เพื่อคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นจากทั้งกลุ่มลูกค้า และนักลงทุน โดย PAC ยังคงก้าวต่อไปสู่อุณหภูมิอย่างมุ่งมั่น และมั่นคง เพื่อนำนวัตกรรมเครื่องทำน้ำร้อน และเครื่องปรับอากาศประหยัดพลังงานของคนไทย ไปให้ไกลในตลาดโลก

การนำ TRL มาใช้กับเทคโนโลยีหรือโครงการช่วยให้บริษัทสามารถทราบตำแหน่งของบริษัทในห่วงโซ่นวัตกรรม ซึ่งโดยปกติโครงการที่มีระดับ TRL ต่ำจะต้องมีการพัฒนาอย่างมากเพื่อให้มีความพร้อมสำหรับตลาด และจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนการพัฒนาในการลงทุนในอนาคตได้ ทางเลือกของเงินทุนและโอกาสในการอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยีกับผู้อื่น ยังขึ้นอยู่กับ TRL ด้วย โดยพื้นฐานแล้วระดับ TRL เป็นเพียงตัวชี้วัดซึ่งสามารถช่วยให้บริษัทเข้าถึงเงินทุนได้และการตัดสินใจอื่น ๆ แต่ระยะเวลาที่ใช้ในการนำเทคโนโลยีออกสู่ตลาดยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกด้วย

### ภาพที่ 1 ระดับความพร้อมทางเทคโนโลยี TRL



### โมเดลธุรกิจกับแผนธุรกิจ

ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จย่อมสามารถส่งมอบสินค้าหรือบริการที่มีมูลค่าต่อลูกค้าได้ ในการทำโมเดลธุรกิจ กลุ่มสตาร์ทอัพควรวางกรอบงานสำหรับการกำหนดการสร้างและการส่งมอบมูลค่า อันได้แก่การวางแผนธุรกิจในด้านการสร้างรายได้ สถานะการแข่งขันของธุรกิจ ในปัจจุบันและที่ได้คาดการณ์ไว้ รวมถึงตลาดเป้าหมาย เป็นต้น<sup>11</sup> โดยการนำองค์ประกอบด้านการดำเนินงานและการเงินมาใช้ประกอบการพิจารณา ทั้งนี้ แผนธุรกิจจะต้องกำหนดรายละเอียดว่าจะมีการดำเนินการตามโมเดลธุรกิจอย่างไร เนื่องจากแผนธุรกิจเป็นเอกสารเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งจะช่วยให้สามารถคาดการณ์อนาคตของธุรกิจใหม่ได้ในแผนธุรกิจแบบครบวงจรจึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องทำการประมาณการอย่างละเอียด ผู้ประกอบการตอนต้นส่วนใหญ่จะมีข้อมูลไม่เพียงพอในการประมาณการองค์ประกอบที่สำคัญได้อย่างแม่นยำ ซึ่งเป็นสิ่งที่แผนธุรกิจจำเป็นต้องมี

ในช่วงเริ่มต้นของการจัดตั้งกลุ่มสตาร์ทอัพ ผู้ประกอบการควรใช้โมเดลธุรกิจที่มีความยืดหยุ่นมากในการกำหนดข้อเสนอที่มีมูลค่าซึ่งกลุ่มสตาร์ทอัพ (เมื่อมีการจัดตั้งแล้ว) จะพยายามพิสูจน์มูลค่านั้น และผู้ประกอบการควรทุ่มเทเวลาในการจัดทำแผนธุรกิจเมื่อองค์ประกอบหลักของโมเดลธุรกิจได้รับการพิสูจน์แล้วและกลุ่มสตาร์ทอัพได้รวบรวมข้อเสนอเทศ (Information) และข้อมูล (Data) ได้อย่างสมเหตุสมผล

กลยุทธ์ด้านทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทควรจะต้องรวมอยู่ในแผนธุรกิจ และควรแสดงให้เห็นว่าทรัพย์สินทางปัญญามีส่วนในการสนับสนุนความสำเร็จในการดำเนินโมเดลธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบได้อย่างไร

ที่มา: National Aeronautics and Space Administration, United States of America.

## หมายเหตุ

- 1 คำว่า “ระบบทรัพย์สินทางปัญญา” หมายถึง สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ขั้นตอนการให้สิทธิ ระบบที่มีอยู่ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาค และนานาชาติในการพิจารณาให้สิทธิ และจดทะเบียนสิทธิดังกล่าว และฐานข้อมูลที่มีข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญา
- 2 โปรดดู WIPO (2018). Inventing the Future - An Introduction to Patents for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 3. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf).
- 3 โปรดดู WIPO (2006). Creative Expression - An Introduction to Copyright and Related Rights for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 4. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo\\_pub\\_918.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf).
- 4 โปรดดู WIPO (2017). Making a Mark – An Introduction to Trademarks and Brands for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 1. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_900\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf).
- 5 โปรดดู WIPO (2019). Looking Good - An Introduction to Designs for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 2. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf).
- 6 โปรดดู WIPO (2018). Inventing the Future, p. 12. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf).
- 7 โปรดดู <https://web.archive.org/web/20051206035043/http://as.nasa.gov/aboutus/trl-intro-duction.html>.
- 8 โปรดดู <https://www.pac.co.th/about-us/>.
- 9 โปรดดู <https://www.pac.co.th/product-overview/pac-frenergy/>.
- 10 โปรดดู <https://www.pac.co.th/product-overview/pac-solaire/>.
- 11 โมเดลธุรกิจสามารถสร้างขึ้นได้โดยใช้เครื่องมือออกแบบโมเดลธุรกิจที่เรียกว่า Business Model Canvas. ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นภาพองค์ประกอบที่จำเป็นในการกำหนดมูลค่าข้อเสนอของผลิตภัณฑ์หรือบริษัท โปรดดูตัวอย่างได้ที่ [www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas](http://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas)

การปกป้องนวัตกรรม



ผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นโดยกลุ่มสตาร์ทอัพอาจจะ เป็นของใหม่ในตลาด เป็นการปรับปรุงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่แล้ว หรืออาจช่วยลดเวลาหรือต้นทุนในการผลิตในทุกกรณี กลุ่มสตาร์ทอัพควรพัฒนากลยุทธ์ด้านทรัพย์สินทางปัญญาให้เหมาะสม ส่งเสริม และตรงกับแผนธุรกิจ โดยเร็วที่สุด กลุ่มสตาร์ทอัพที่มีการจัดทำพอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทางปัญญาที่เหมาะสมจะสามารถปกป้องพื้นที่การแข่งขันของบริษัทโดยการทำให้การเข้ามาของผู้แข่งขันรายอื่นต้องล่าช้าออกไป และช่วยในการสร้างตัวตนในตลาด

### การขอรับสิทธิบัตร

กลุ่มสตาร์ทอัพที่ได้พัฒนาวิธีการแก้ไขปัญหาทางเทคนิคต่าง ๆ อาจพิจารณาขอรับสิทธิบัตรสำหรับวิธีการเหล่านั้นในการขอรับสิทธิบัตร วิธีการ (Solution) ต้องเป็นสิ่งที่คิดค้นขึ้นใหม่ สร้างสรรค์และมีประโยชน์ แต่ถ้าผู้อื่นได้ยื่นคำขอรับการคุ้มครองสิทธิบัตรในวิธีการที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน แนวคิดของกลุ่มสตาร์ทอัพหรือผลิตภัณฑ์นั้น อาจไม่ถือว่าเป็นของที่ประดิษฐ์ขึ้นใหม่และจะไม่สามารถคุ้มครองสิทธิบัตร ดังนั้น การสืบค้นฐานข้อมูลสิทธิบัตรที่มีอยู่เพื่อตรวจสอบว่ามีวิธีการที่คล้ายกันที่ได้ถูกพัฒนาขึ้นแล้วหรือไม่ จึงเป็นเรื่องสำคัญ

นอกจากนี้ การกระทำของกลุ่มสตาร์ทอัพเองอาจทำให้ความสามารถในการปกป้องสิทธิบัตรลดลง กล่าวคือ สิ่งประดิษฐ์ที่มีการเปิดเผยก่อนการยื่นคำขอรับสิทธิบัตร จะไม่ได้รับการพิจารณาว่าเป็นการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ และคำขอจะไม่ผ่านเงื่อนไขการเป็นการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ การเปิดเผยอาจเกิดขึ้นโดยไม่ได้ตั้งใจได้ เช่น ในงานแสดงสินค้า บทความวารสารการค้า หรือการสนทนาที่ไม่เป็นความลับกับบุคคลที่สาม ดังนั้น ก่อนการยื่นคำขอรับสิทธิบัตร จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะเก็บสิ่งประดิษฐ์ไว้เป็นความลับ หากมีความจำเป็นต้องเปิดเผย เช่น ในการทำธุรกิจกับซัพพลายเออร์และบุคคลที่มีโอกาสเป็นลูกค้า การกระทำดังกล่าวควรดำเนินการภายใต้ข้อตกลงการรักษาความลับ (Non-disclosure Agreement : NDA)

กลุ่มสตาร์ทอัพที่พิจารณาว่าจะยื่นคำขอรับสิทธิบัตรควรดำเนินการอย่างรวดเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยในช่วงเวลาดังกล่าวมักจะเป็นเวลาที่กลุ่มสตาร์ทอัพได้เริ่มต้นตระหนักว่าอาจมีวิธีการในการแก้ปัญหาทางเทคนิคหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง เมื่อได้มีการสร้างสิ่งประดิษฐ์และมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องจะแสดงให้เห็นว่าสิ่งประดิษฐ์นั้น

มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการคุ้มครองนวัตกรรมและกระบวนการต่าง ๆ ทั้งหมดที่มีอย่างครอบคลุม อาจมีความจำเป็นต้องยื่นคำขอรับสิทธิบัตรหลายคำขอเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

กลุ่มสตาร์ทอัพบางรายมักจะรองจกว่าผลิตภัณฑ์จะพัฒนาจนถึงรุ่นสุดท้ายก่อนจึงจะยื่นคำขอรับสิทธิบัตร ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่มีความเสี่ยง บริษัทไม่จำเป็นต้องทำการตลาดผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการปกป้องผลิตภัณฑ์นั้น ในทางตรงกันข้าม การรอจนขั้นตอนสุดท้ายของการเข้าสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ อาจเป็นการปิดโอกาสทางเลือกในการป้องกันที่สำคัญ เนื่องจากคู่แข่งหรือบุคคลที่สามอาจจะอยู่ในจุดที่จะสามารถพัฒนาวิธีการทางเทคนิคที่เหมือนหรือคล้ายกันขึ้นมาได้

สิ่งสำคัญคือต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีการร่างคำขอรับสิทธิบัตรอย่างถูกต้อง และข้อถ้อยคำ (ซึ่งเป็นตัวกำหนดขอบเขตของความคุ้มครอง) มีความครอบคลุมองค์ประกอบของสิ่งประดิษฐ์ในสาระสำคัญ ในการเตรียมคำขอรับสิทธิบัตร กลุ่มสตาร์ทอัพควรพิจารณาด้วยตนเองว่าจะนำเทคโนโลยีไปใช้ในทางปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ได้อย่างไร รวมถึงวิธีการที่คู่แข่งอาจนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปใช้ เมื่อมีการยื่นขอรับคุ้มครองสิทธิบัตร กลุ่มสตาร์ทอัพควรพิจารณาถึงวิธีต่าง ๆ ที่สิ่งประดิษฐ์สามารถนำไปผลิตหรือปรับใช้ การเปิดเผยสาระสำคัญอย่างกว้าง ๆ ในคำขอรับสิทธิบัตรสามารถสร้างพื้นที่ในการเตรียมความพร้อม ในขณะที่ตลาดมีการพัฒนาอยู่ ในระหว่างที่คำขอรับสิทธิบัตรอยู่ระหว่างการยื่นคำขอ อาจมีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมสาระสำคัญของการประดิษฐ์ได้ตามที่ได้มีการเปิดเผยเบื้องต้น อย่างไรก็ตาม ความกว้างของข้อมูลที่เปิดเผยในคำขอเบื้องต้นควรสมดุลกับความสำคัญในการเก็บข้อมูลเป็นความลับ ซึ่งสามารถสร้างประโยชน์ทางการค้าได้ทั้งสองแนวทาง

คำขอรับสิทธิบัตรต้องยื่นต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ (จังหวัดนนทบุรี) หรือยื่นผ่านสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในกรณีที่ผู้ประกอบการไม่สะดวกเดินทางมายังกระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้ กลุ่มสตาร์ทอัพควรพิจารณาแต่งตั้งตัวแทนสิทธิบัตรในการทำหน้าที่จัดการเตรียมคำขอและการดำเนินการต่าง ๆ ในกระบวนการพิจารณาไปจนถึงการออกสิทธิบัตร เพื่อช่วยเหลือในการจัดการปัญหาทางเทคนิคและพัฒนากลยุทธ์ทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ

คำขอรับสิทธิบัตรประกอบด้วยองค์ประกอบหลายอย่าง ซึ่งรวมถึงรายละเอียดการประดิษฐ์ รูปเขียน และบทสรุปที่เรียกว่าบทสรุปการประดิษฐ์ อย่างไรก็ตาม ข้อถือสิทธิในคำขอจะเป็นตัวกำหนดขอบเขตของความคุ้มครองส่วนที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นภาพรวม<sup>1</sup> ของขั้นตอนการยื่นคำขอรับสิทธิบัตร แต่ควรระลึกด้วยว่าแต่ละประเทศมีวิธีการในการดำเนินการที่แตกต่างกัน

1. การยื่นคำขอรับสิทธิบัตร ผู้ขอรับสิทธิบัตรสามารถยื่นคำขอรับสิทธิบัตร และเอกสารประกอบคำขอต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด พร้อมชำระค่าธรรมเนียมที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด หรือส่งคำขอทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับถึงกองสิทธิบัตร ณ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ พร้อมชำระเงินค่าธรรมเนียมผ่านธนาคาร ส่งจ่าย กรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือยื่นคำขอผ่านระบบการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา อิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) พร้อมชำระค่าธรรมเนียมตามที่กฎหมายกำหนด
2. การตรวจสอบคำขอรับสิทธิบัตรเบื้องต้น เมื่อผู้ขอรับสิทธิบัตรได้ยื่นเอกสารครบถ้วน พร้อมทั้งชำระค่าธรรมเนียมคำขอรับสิทธิบัตรเรียบร้อยแล้ว ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรจะพิจารณาความถูกต้องของเอกสารประกอบคำขอ ตลอดจนพิจารณาตรวจสอบรายละเอียดภายในเอกสารนั้น ๆ ตามบทบัญญัติของกฎหมาย หากมีข้อบกพร่อง ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรจะแจ้งให้ผู้ขอรับสิทธิบัตร หรือตัวแทนของผู้ขอรับสิทธิบัตรทราบ เพื่อให้ดำเนินการแก้ไขให้ถูกต้องภายในกำหนดระยะเวลา
3. การประกาศโฆษณา หลังจากที่ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรพิจารณาว่าคำขอและเอกสารประกอบคำขอถูกต้องครบถ้วน ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรจะดำเนินการประกาศโฆษณาเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียคัดค้านการออกสิทธิบัตรในกรณีที่เห็นว่าตนมีสิทธิดีกว่าผู้ขอรับสิทธิบัตร หรือเห็นว่าคำขอรับสิทธิบัตรนั้นไม่ชอบด้วยกฎหมาย โดยผู้คัดค้านจะต้องยื่นคำคัดค้านภายในเก้าสิบวันนับแต่วันประกาศโฆษณา
4. การตรวจสอบสาระสำคัญของคำขอรับสิทธิบัตร เมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาการประกาศโฆษณา และไม่มีผู้ใดคัดค้านแล้ว ผู้ขอรับสิทธิบัตรจะต้องยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์ภายใน 5 ปี นับจาก

วันประกาศโฆษณา เพื่อให้กองสิทธิบัตรดำเนินการสืบค้นข้อมูลสิทธิบัตร และตรวจสอบเนื้อหาสาระว่าเป็นการประดิษฐ์ที่สามารถได้รับความคุ้มครองตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในกฎหมายด้วยหรือไม่ หากผู้ขอรับสิทธิบัตรไม่ดำเนินการยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์ภายในกำหนดระยะเวลาจะถือว่าเป็นการละทิ้งคำขอ เมื่อผู้ขอรับสิทธิบัตรได้ยื่นคำขอให้ตรวจสอบการประดิษฐ์ กองสิทธิบัตรจะตรวจค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ เมื่อกองสิทธิบัตรดำเนินการตรวจสอบการประดิษฐ์เสร็จสิ้น ผลการตรวจสอบจะถูกส่งเป็นลายลักษณ์อักษรถึงผู้ขอรับสิทธิบัตรหรือตัวแทนของผู้ขอรับสิทธิบัตร โดยผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรอาจมีหนังสือแจ้งให้แก้ไข หรือชี้แจง หรือให้ส่งเอกสารหรือสิ่งใดเพิ่มเติม อย่างไรก็ตามอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเพื่อประกอบการพิจารณา กรณีที่ผลการตรวจสอบปรากฏว่าคำขอรับสิทธิบัตรไม่ถูกต้อง กองสิทธิบัตรจะยกคำขอ และผู้ขอรับสิทธิบัตรมีสิทธิที่จะอุทธรณ์คำสั่งต่อคณะกรรมการสิทธิบัตรได้

5. การออกสิทธิบัตร เมื่อผลการตรวจสอบการประดิษฐ์ปรากฏว่าคำขอถูกต้องและเป็นไปตามบทบัญญัติของกฎหมาย กองสิทธิบัตรจะแจ้งให้ผู้ขอรับสิทธิบัตรดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมการรับจดทะเบียน และจะดำเนินการออกหนังสือสำคัญการจดทะเบียนสิทธิบัตรให้ผู้ขอรับสิทธิบัตรเป็นลำดับถัดไป
6. การชำระค่าธรรมเนียมรายปี สิทธิบัตรการประดิษฐ์จะได้รับความคุ้มครองเป็นเวลาสิบปีนับจากวันยื่นจดทะเบียน และผู้ทรงสิทธิบัตรจะต้องดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมรายปี โดยเริ่มตั้งแต่ปีที่ห้าของอายุสิทธิบัตรเป็นต้นไป หากผู้ทรงสิทธิบัตรไม่ชำระค่าธรรมเนียมรายปี ภายในกำหนดระยะเวลา คณะกรรมการสิทธิบัตรจะมีคำสั่งให้เพิกถอนสิทธิบัตรนั้นต่อไป

## เรื่องราวของบริษัท ไบโอฟอรัม (ประเทศไทย) จำกัด<sup>2</sup>



ที่มา: Bioform (Thailand) Co. Ltd.  
(<http://www.bioformthailand.com/>)

### ทรัพย์สินทางปัญญาหลัก

สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์  
เครื่องหมายการค้า  
ความลับทางการค้า

เว็บไซต์: <http://www.bioformthailand.com/>

บริษัท ไบโอฟอรัม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นเจ้าของเดียวในประเทศไทยที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมใหม่สำหรับบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารที่ทำจากวัสดุชีวภาพ โดยปราศจากสารเคมีและพลาสติก 100 เปอร์เซ็นต์

คุณภาวิณี แก้วเสียงสังข์ ผู้ก่อตั้งบริษัท ไบโอฟอรัม (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้ประกอบการที่มีแรงบันดาลใจในการสร้างความแตกต่าง และมีความหลงใหลในการพัฒนาธุรกิจ โดยมีเป้าหมาย คือ การทำให้โลกกลายเป็นสถานที่ที่ปลอดภัยโดยใช้ความเชี่ยวชาญในด้านความปลอดภัยของบรรจุภัณฑ์อาหาร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมใหม่ ๆ ในวัสดุสำหรับใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มีความปลอดภัย ความทนทาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

### ผลิตภัณฑ์

ภายใต้แรงบันดาลใจที่จะเปลี่ยนแปลงโลกให้ดีขึ้น ไบโอฟอรัมจึงได้ใช้ความเชี่ยวชาญทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมใหม่ ๆ เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารที่ทำจากวัสดุจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้เร็วอย่างรวดเร็วตามธรรมชาติ โดยผลิตภัณฑ์มากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์

ของบริษัทสามารถย่อยสลายได้อย่างสมบูรณ์ภายใน 1 เดือน โดยไม่สร้างปัญหาให้แก่สิ่งแวดล้อม

ทีมวิจัยและพัฒนาของไบโอฟอรัมได้วิจัย และคิดค้นนวัตกรรมในการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารที่ทำจากข้าวโพด และของเหลือเหี่ยวขึ้นสีน้ำตาลดำ ซึ่งเป็นสิ่งที่เหลือทิ้งจากการผลิตน้ำตาลทรายจากอ้อย นอกจากนี้ สีและส่วนผสมอื่น ๆ ของบรรจุภัณฑ์ต่างก็ใช้วัสดุจากพืชเป็นส่วนผสมในการผลิต เช่น สีเขียวของผลิตภัณฑ์ได้มาจากสีของใบเตย เพื่อให้มีความปลอดภัยต่อเด็กทารก ผู้สูงอายุ และผู้ใช้งานทุกกลุ่มอายุ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของไบโอฟอรัมเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากสารเคมี พลาสติก และเมลามีน ทำให้ปราศจากสารตกค้าง สารพิษ และสารก่อมะเร็งตามมาตรฐาน ISO 17088 ที่ก่อให้เกิดอันตรายกับสุขภาพในระยะยาว

แม้ว่าผลิตภัณฑ์ของไบโอฟอรัมจะผลิตมาจากวัสดุชีวภาพ 100 เปอร์เซ็นต์ แต่หลังจากที่ได้ผ่านการทดลอง และปรับปรุงประสิทธิภาพแล้ว ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทาน และแข็งแรงไม่น้อยไปกว่าบรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากพลาสติกทั่วไป สามารถทนต่อการตกจากความสูงประมาณ 6 เมตรได้นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ของไบโอฟอรัมยังสามารถทนความร้อนได้เทียบเท่ากับจุดเดือดของน้ำมัน อีกทั้งยังใช้ได้กับช่องเก็บอาหารในตู้เย็น เครื่องล้างจาน และไมโครเวฟ รวมถึงสามารถฆ่าเชื้อได้ด้วยเครื่องฆ่าเชื้อ UV และการต้มได้อีกด้วย

### ทรัพย์สินทางปัญญา ผลิตภัณฑ์ และการออกแบบทางธุรกิจ

ไบโอฟอรัมได้ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา จึงได้ขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับแบบผลิตภัณฑ์กว่า 24 คำขอและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศไทย

นอกจากนี้ ไบโอฟอรัม ได้ให้ความสำคัญกับความลับทางการค้าเกี่ยวกับสูตร ส่วนผสม และกรรมวิธีในการผลิตเป็นอย่างมาก โดยจากวิสัยทัศน์ของคุณภาวิณี มีมุมมองเรื่องการคุ้มครองสูตร ส่วนผสม และกรรมวิธีในการผลิตว่าหากไบโอฟอรัมเก็บรักษาสูตร ส่วนผสม และกรรมวิธีในการผลิตไว้เป็นความลับ ไบโอฟอรัมจะเป็นผู้ผลิตและคิดค้นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุชีวภาพ 100 เปอร์เซ็นต์เพียงรายเดียวในประเทศไทย การจดทะเบียนสิทธิบัตร

จะส่งผลให้สูตร ส่วนผสม และกรรมวิธีในการผลิตตกเป็นสมบัติสาธารณะเมื่อความคุ้มครองสิทธิบัตรสิ้นอายุไปโอพอร์มจึงมีแนวทางในการรักษาความลับทางการค้าอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้สูตร ส่วนผสม และกรรมวิธีในการผลิตบรรลุเกณฑ์ที่ทำจากวัสดุชีวภาพ 100 เปอร์เซ็นต์เป็นข้อได้เปรียบคู่แข่งทางธุรกิจอื่น ๆ ที่ผลิตสินค้าในลักษณะเดียวกัน<sup>3</sup>

ทั้งนี้ ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษว่าการยื่นคำขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอาจจะก่อให้เกิดความเป็นเจ้าของสิทธิร่วมกันในทรัพย์สินทางปัญญานั้น ในกรณีเช่นนี้ คู่กรณีมักจะเข้าใจผิดว่าแต่ละฝ่ายต่างมีสิทธิร่วมกันในทรัพย์สินทางปัญญาในสัดส่วนที่เท่ากัน แต่ในความเป็นจริง ความเป็นเจ้าของร่วมให้สิทธิแก่คู่กรณีแต่ละฝ่ายอย่างเต็มที่ในความเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญานั้น<sup>4</sup> การยื่นคำขอร่วมกันจึงเป็นทางออกที่ตรงไปตรงมาเมื่อคู่กรณีไม่สามารถตกลงกันได้ว่าใครควรเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา ในทางปฏิบัติ การจัดการ และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นเจ้าของร่วมกันอาจเป็นเรื่องยุ่งยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของสิทธิบัตร และสิทธิของคู่กรณีแต่ละฝ่าย จำเป็นต้องมีการตกลงกันให้ปรากฏในข้อตกลงการเป็นเจ้าของร่วมอีกด้วย หากเจ้าของร่วมไม่ได้มีการเจรจาในร่างข้อตกลงการเป็นเจ้าของร่วมที่เหมาะสมจะเป็นเหตุให้เกิดความขัดแย้งในผลประโยชน์และอาจนำไปสู่การฟ้องร้องดำเนินคดีจากการผิดสัญญา ดังนั้น จึงควรมีการปรึกษาหารือกับทนายความด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสบการณ์ก่อนตกลงยื่นคำขอคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกัน

### การให้ความคุ้มครองความลับทางการค้า

ข้อมูลที่เป็นความลับรวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาด วิธีการผลิต<sup>5</sup> และรายชื่อลูกค้าจะเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดที่กลุ่มสตาร์ทอัพเป็นเจ้าของโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเริ่มต้น การให้ความคุ้มครองทรัพย์สินเหล่านี้ในรูปแบบความลับทางการค้าตามพระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ. 2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการประสบความสำเร็จ กลุ่มสตาร์ทอัพควรตัดสินใจโดยเร็วที่สุดว่าจะแยกแยะและปกป้องความลับทางการค้าของตนอย่างไร

การปกป้องความลับทางการค้านั้นไม่มีขั้นตอนการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการเพื่อให้ความลับทางการค้าได้รับความคุ้มครอง อย่างไรก็ตาม การวางมาตรการที่เหมาะสม

จะช่วยให้ความลับทางการค้าได้รับความคุ้มครอง ซึ่งรวมถึงการดำเนินการดังต่อไปนี้:

### สิ่งที่ควรทำ

- จำกัดการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะบุคคลซึ่งมีความจำเป็นต้องรู้ข้อมูลนั้น
- จำกัดการเข้าถึงข้อมูลโดยบุคคลภายนอกทางกายภาพ ตัวอย่างเช่น การควบคุมการเข้าถึงสถานที่ของ บริษัท และพื้นที่ที่มีความอ่อนไหวเช่นห้องปฏิบัติการ
- กำหนดขั้นตอนการป้องกันกรนำข้อมูลที่เป็นความลับออกจากสถานที่ทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตระหนักถึงความง่ายในการถ่ายโอนข้อมูลใด ๆ ที่สามารถถ่ายโอนข้อมูลแบบดิจิทัล
- ควบคุมการเข้าถึงไฟล์ในคอมพิวเตอร์และเซิร์ฟเวอร์ โดยใช้การป้องกันในรูปแบบของรหัสลับและไฟร์วอลล์
- ใช้ข้อตกลงไม่เปิดเผยข้อมูล (NDA) กับพนักงาน ชีพพลายเออร์ และหุ้นส่วน
- ห้ามผู้ที่ได้รับข้อมูลความลับทำการเปิดเผยหรือใช้งานโดยไม่ได้รับอนุญาต
- ฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับนโยบายการรักษาความลับทางการค้า และดำเนินการตามมาตรการเชิงปฏิบัติเพื่อปกป้องความลับทางการค้าของบริษัท

ควรตระหนักว่าการคุ้มครองความลับทางการค้าแต่ละอย่างนั้นมีแนวทางที่แตกต่างกันไปอย่างมีนัยสำคัญในแต่ละประเทศ ทั้งในประเด็นว่าข้อมูลความลับใดจะได้รับการคุ้มครอง และการบังคับใช้มาตรการคุ้มครองความลับทางการค้า

### การคุ้มครองลิขสิทธิ์

การคุ้มครองลิขสิทธิ์แตกต่างจากเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรการออกแบบ และสิทธิบัตร เนื่องจาก ผู้สร้างสรรค์ผลงานไม่จำเป็นต้องจดทะเบียนเพื่อให้ได้รับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ และไม่จำเป็นต้องแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญาเพื่ออ้างสิทธิความคุ้มครอง แต่เจ้าของผลงานอันมีลิขสิทธิ์สามารถจดทะเบียนข้อมูลต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการอ้างสิทธิความเป็นเจ้าของผลงานดังกล่าวได้ โดยทั่วไป ลิขสิทธิ์จะเกิดขึ้นในขณะสร้างสรรค์งานที่ได้รับความคุ้มครอง อย่างไรก็ตาม การจดทะเบียนองค์ประกอบสำคัญที่เข้าเกณฑ์การคุ้มครองลิขสิทธิ์กับสำนักงานลิขสิทธิ์ในประเทศที่เปิดให้มีการจดทะเบียนดังกล่าว (เช่น สหรัฐอเมริกา) ถือได้ว่าเป็นแนวปฏิบัติที่ดี

การจดทะเบียนเป็นการกำหนดวันที่สันนิษฐานว่าได้มีการสร้างสรรค์งานและการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ ซึ่งช่วยให้ผู้สร้างสรรค์งานสามารถบังคับใช้ลิขสิทธิ์ และปกป้องตัวเองจากการถูกดำเนินคดีกล่าวหาว่าละเมิดลิขสิทธิ์ กลุ่มสตาร์ทอัพควรพยายามทำเครื่องหมายแจ้งลิขสิทธิ์ (©) หรือข้อมูลที่คล้ายคลึงกันในงานและเอกสารทั้งหมด เพื่อให้บุคคลภายนอกตระหนักว่าได้มีการกล่าวอ้างลิขสิทธิ์ และเป็นการอำนวยความสะดวกในการชำระค่าตอบแทนในกรณีที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ สำหรับงานดิจิทัล ย่อมจะเป็นการสมเหตุสมผลที่จะใส่ข้อมูลเกี่ยวกับลิขสิทธิ์ (และสิทธิอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง) ในข้อมูลอภิปันธุ์ (Metadata) และใช้รูปแบบและตัวบ่งชี้ที่เป็นที่ยอมรับในอุตสาหกรรมในกรณีที่สามารถทำได้ เพื่อประโยชน์ในการเรียกเก็บค่าสิทธิ และค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น

## หมายเหตุ

- 1 คู่มือการขอรับสิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร ฉบับประชาชน จัดทำโดย กองสิทธิบัตร กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2563) <http://www.ipthailand.go.th/images/3534/2564/Patent/people-s-guide.pdf>.
- 2 โปรดดู <http://www.bioformthailand.com/>.
- 3 รายการ Bioform at Sharktank TH. <https://www.youtube.com/watch?v=Phy7Pd7apSc> 1/3.
- 4 โปรดดู Kim, S., V. Lipton (2012). “Joint Ownership of IP Around the World.” In LES Nouvelles. Licensing Executives Society International.
- 5 “องค์ความรู้” (Know-how) อาจเป็นความลับทางการค้าหรือไม่ก็ได้ คำนี้โดยทั่วไปหมายถึงองค์ความรู้และทักษะทางธุรกิจอย่างกว้าง ๆ ซึ่งจะเป็นความลับทางการค้าหากมีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไขสำหรับการเป็นความลับทางการค้า

การสร้าง ความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ในตลาดของท่าน



ลำพังเพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แก้ไขปัญหา หรือปรับปรุงวิธีการที่มีอยู่ และการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ หรือบริการด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาไม่เพียงพอ กลุ่มสตาร์ทอัพต้องดึงดูดลูกค้าและแข่งขันในตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย ลูกค้ามีความต้องการที่จะพบเห็นผลิตภัณฑ์ที่ตนต้องการได้อย่างง่ายดายและ สร้างความไว้วางใจต่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เมื่อลูกค้าได้พบเห็น และชื่นชอบในตัวผลิตภัณฑ์ ลูกค้าจะมีความรู้สึกผูกพัน และอาจจะซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านั้นอีกครั้ง

จึงเป็นสิ่งสำคัญที่กลุ่มสตาร์ทอัพควรพิจารณาให้เร็วที่สุดว่าจะสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับผลิตภัณฑ์อย่างไร ดังนั้นจึงควรตัดสินใจเลือก ชื่อ โลโก้ หรือสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่เหมาะสม ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถระบุตัวตนและจดจำได้ง่าย นอกจากนี้ยังอาจพิจารณาออกแบบรูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ให้มีรูปร่างหรือรูปแบบเฉพาะ เพื่อให้เป็นจุดสนใจของลูกค้า องค์ประกอบเหล่านี้สามารถได้รับการคุ้มครองเป็นเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ และลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของการตลาดที่มีประสิทธิภาพด้วย

ก่อนตัดสินใจเลือกชื่อที่ติดหูหรือสร้างรูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ที่น่าดึงดูด กลุ่มสตาร์ทอัพควรตรวจสอบว่าไม่มีผู้อื่นได้จดทะเบียนชื่อที่เหมือนหรือคล้ายกันเอาไว้กับผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน และไม่มีผู้ใดใช้การออกแบบที่เหมือนหรือคล้ายกับแบบผลิตภัณฑ์ของเรา ฐานข้อมูลเครื่องหมายการค้าและการออกแบบที่เปิดให้ใช้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายจะช่วยให้กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถระบุได้ว่าเครื่องหมายการค้าหรือการออกแบบที่เหมือนกันหรือคล้ายกันได้รับการจดทะเบียนเอาไว้แล้วหรือไม่ การตรวจสอบทำให้มั่นใจได้ว่ากลุ่มสตาร์ทอัพจะไม่เสียเวลาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดกับชื่อและการออกแบบที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้ นอกจากนี้ยังช่วยป้องกันจากความเสียหายที่จะถูกบุคคลภายนอกดำเนินการต่าง ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้กลุ่มสตาร์ทอัพใช้ชื่อหรือการออกแบบนั้น หากบุคคลภายนอกเห็นว่าเป็นการลอกเลียนชื่อหรือการออกแบบของตน ซึ่งความผิดพลาดในเรื่องดังกล่าวอาจมีราคาที่ต้องจ่ายสูง กลุ่มสตาร์ทอัพอาจไม่มีทางเลือกอื่นใดนอกจากจะออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่หรือสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ และในบางกรณีเครื่องหมายการค้าหรือการออกแบบดังกล่าวไม่ได้มีการจดทะเบียนเพียงแต่มีการใช้ในในตลาดแล้วเท่านั้น จึงมีข้อเสนอแนะให้ทำการสืบค้นทางออนไลน์อย่างระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งในช่วงเริ่มต้น และควรดำเนินการให้ครอบคลุมทั้งตลาด

ในประเทศและต่างประเทศที่เป็นเป้าหมายของกลุ่มสตาร์ทอัพ การค้นหาครั้งแรกสามารถทำได้ผ่านบริการตรวจสอบข้อมูลเครื่องหมายการค้าสำหรับประชาชน จากฐานข้อมูลของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์<sup>1</sup> และฐานข้อมูลขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO)<sup>2</sup> สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมสามารถหาได้จากตัวแทนเครื่องหมายการค้า (ดูหัวข้อการใช้ฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาในหน้า 62)

### การจดทะเบียนสิทธิในเครื่องหมายการค้า

สิทธิในเครื่องหมายการค้าสามารถได้มาโดยการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า หากเจ้าของเครื่องหมายการค้ามิได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายการค้าดังกล่าวจะไม่ได้ได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กล่าวคือ เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะไม่มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้า หากมีบุคคลอื่นนำเครื่องหมายการค้าไปใช้ในทางการค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่สามารถฟ้องคดี เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน หรือเรียกองค์ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดสิทธิดังกล่าว อย่างไรก็ตามหากผู้ที่นำเครื่องหมายการค้าไปใช้เพื่อแอบอ้างว่าสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวเป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้น เจ้าของเครื่องหมายการค้าสามารถฟ้องคดีต่อบุคคลที่นำเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนของตนไปลงขายได้ตามประมวลกฎหมายอาญา ดังนั้น การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นวิธีการที่จะให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ดีที่สุด และเป็นวิธีที่ปลอดภัยที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า สร้างความมั่นใจและค่าความนิยม (Goodwill) แก่ผู้บริโภค

โดยทั่วไป กลุ่มสตาร์ทอัพควรพิจารณายื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หรือสำนักงานพาณิชย์ จังหวัดก่อนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์เพื่อหลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นสำหรับการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของสินค้า ในภายหลังหากไม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ โดยภาพรวมของขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจะมีเนื้อหาดังจะกล่าวต่อไป ซึ่งมีความแตกต่างกันในแต่ละประเทศ<sup>3</sup> กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถแต่งตั้งตัวแทนเครื่องหมายการค้าที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อดำเนินการต่าง ๆ เกี่ยวกับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้



1. **แบบคำขอ** ผู้ยื่นคำขอจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ระบุข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดเจ้าของเครื่องหมายการค้า รายละเอียดของตัวแทน (กรณีมอบอำนาจให้บุคคลอื่นกระทำการแทนเจ้าของ) สถานที่ติดต่อภายในประเทศ ภาพเครื่องหมายที่ขอจดทะเบียน และรายการสินค้าและบริการที่ขอรับความคุ้มครอง โดยการระบุรายการสินค้าและบริการ ต้องระบุรายการเป็นอย่างดี ที่ละเอียดและชัดเจน ประเภทของรายการสินค้าหรือบริการจะต้องเป็นไปตามการจัดประเภทรายการสินค้าและบริการตามมาตรฐานของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งอ้างอิงจากรายการมาตรฐานสากลการจำแนกประเภทสินค้าและบริการ (International (Nice) Classification of Goods and Services) ในการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือตัวแทน สามารถยื่นแบบฟอร์มคำขอ พร้อมแนบเอกสารประกอบคำขอ และชำระค่าธรรมเนียมได้ที่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด หรือส่งคำขอทางไปรษณีย์ ลงทะเบียนตอบรับถึงกองเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ พร้อมชำระเงินค่าธรรมเนียมผ่านธนาคารพาณิชย์ หรือยื่นคำขอผ่านระบบการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา อิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) พร้อมชำระค่าธรรมเนียมตามที่กฎหมายกำหนด
2. **ตรวจสอบคำขอเบื้องต้น** เจ้าหน้าที่ตรวจรับคำขอ จะดำเนินการตรวจสอบคำขอจดทะเบียน เอกสารประกอบคำขอจดทะเบียน และการชำระค่าธรรมเนียม ว่าถูกต้องครบถ้วนหรือไม่ เพื่อออกเลขคำขอจดทะเบียนต่อไป กรณีคำขอจดทะเบียนมีข้อบกพร่องหรือเอกสารประกอบคำขอไม่ครบถ้วน เจ้าหน้าที่รับคำขอจะแจ้งให้ผู้ขอจดทะเบียนแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้อง หรือทำหนังสือบันทึกข้อตกลงตามพระราชบัญญัติการอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 เพื่อให้ผู้ขอหรือตัวแทนยื่นเอกสารเพิ่มเติมภายในกำหนดระยะเวลา 90 วัน นับจากวันที่ยื่นคำขอ
3. **ตรวจสอบเนื้อหาสาระ** นายทะเบียนเครื่องหมายการค้า จะพิจารณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า โดยละเอียดว่าเครื่องหมายการค้าที่ยื่นขอจดทะเบียนนั้น

มีลักษณะเป็นเครื่องหมายการค้าอันพึงรับจดทะเบียนได้ตามที่กฎหมายกำหนดหรือไม่ กล่าวคือ เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะไม่เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย และไม่เป็นเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นที่จดทะเบียนหรือยื่นคำขอจดทะเบียนก่อน นอกจากนี้ นายทะเบียนเครื่องหมายการค้า จะพิจารณารายละเอียดรายการสินค้าและบริการที่ขอรับความคุ้มครองว่ารายการดังกล่าวเป็นไปตามการจัดประเภทรายการสินค้าและบริการตามมาตรฐานของกรมทรัพย์สินทางปัญญา หากนายทะเบียนเครื่องหมายการค้าพิจารณาแล้วเห็นว่า คำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้ หรือคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามีบางส่วนต้องดำเนินการแก้ไขหรือดำเนินการใด ๆ เพิ่มเติม นายทะเบียนเครื่องหมายการค้าจะออกหนังสือคำสั่งไปยังผู้ขอหรือตัวแทนเพื่อให้ดำเนินการตามคำสั่งภายใน 60 วัน

4. **การประกาศโฆษณาและการคัดค้านการจดทะเบียน** กรณีที่นายทะเบียนเครื่องหมายการค้าพิจารณาแล้วเห็นว่าเครื่องหมายการค้ามีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้ นายทะเบียนเครื่องหมายการค้าจะมีคำสั่งอนุญาตให้ประกาศโฆษณาเครื่องหมายการค้าดังกล่าว เมื่อคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้รับประกาศโฆษณาในหนังสือโฆษณาคำขอจดทะเบียนแล้ว กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะเปิดโอกาสให้บุคคลที่เห็นว่าตนมีสิทธิดีกว่าผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น หรือเห็นว่าเครื่องหมายการค้ารายนั้นไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้ หรือการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้นไม่ถูกต้องตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม สามารถยื่นคำคัดค้านการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้ภายใน 60 วันนับจากการประกาศโฆษณา
5. **การจดทะเบียน** เมื่อพ้นระยะเวลาการประกาศโฆษณาเครื่องหมายการค้าและไม่มีบุคคลใดคัดค้านการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าว นายทะเบียนเครื่องหมายการค้าจะมีคำสั่งแจ้งไปยังผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหรือตัวแทนเครื่องหมายการค้าให้ดำเนินการชำระค่าธรรมเนียม

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เมื่อผู้ขอหรือตัวแทนได้ดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะออกหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นลำดับต่อไป เมื่อเครื่องหมายการค้าได้รับจดทะเบียนแล้วจะมีอายุความคุ้มครองคุ้มครอง 10 ปีนับแต่วันที่จดทะเบียน

6. การต่ออายุ เครื่องหมายการค้าที่ได้รับจดทะเบียนแล้วสามารถต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้คราวละ 10 ปี โดยการยื่นคำขอต่ออายุ พร้อมชำระค่าธรรมเนียมตามที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ตาม เครื่องหมายการค้าที่ได้รับจดทะเบียนแล้วอาจจะถูกเพิกถอนได้ หากผู้มีส่วนได้เสียยื่นคำร้องขอให้เพิกถอนการจดทะเบียน เนื่องจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่ได้มีการใช้เครื่องหมายการค้านี้กับสินค้าหรือบริการที่ได้จดทะเบียนไว้ ในระหว่างช่วงเวลา 3 ปีก่อนที่จะมีคำร้องขอให้เพิกถอนการจดทะเบียน

ในขณะที่การยื่นคำขอเพื่อคุ้มครองเครื่องหมายการค้าเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำเป็นอันดับแรก กลุ่มสตาร์ทอัพควรตระหนักว่า ในหลายประเทศมีข้อกำหนดเกี่ยวกับ “การใช้เครื่องหมายการค้าในเชิงพาณิชย์ (Use in commerce)” ซึ่งมีผลบังคับให้บริษัทต้องเริ่มใช้เครื่องหมายการค้าในเชิงพาณิชย์สำหรับจำพวกสินค้าที่ขอจดทะเบียนภายในระยะเวลาที่กำหนดภายหลังจากวันที่ยื่นคำขอจดทะเบียน หากบริษัท “ไม่สามารถใช้” เครื่องหมายการค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือเลิกการใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าว บริษัทอาจสูญเสียสิทธิที่จะได้รับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้า เนื่องจากเครื่องหมายการค้าดังกล่าวจะถือว่าถูกละทิ้งคำขอจดทะเบียน ทั้งนี้ เจ็อนไซ “การใช้เครื่องหมายการค้าในเชิงพาณิชย์” จะสร้างความท้าทายแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้า ในกรณีที่เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีความคาดหมายว่าจะขยายตัวในระดับระหว่างประเทศ เนื่องจากบริษัทอาจสูญเสียความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในตลาดบางแห่งหากยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศเร็วเกินไปและไม่สามารถเข้าสู่ตลาดนั้นได้ก่อนถึงกำหนดระยะเวลาตามข้อกำหนด “การใช้เครื่องหมายการค้าในเชิงพาณิชย์”

โปรดจดจำ “สิ่งที่ควรทำและสิ่งที่ไม่ควรทำ” ดังต่อไปนี้เพื่อประโยชน์ในการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมาะสม<sup>4</sup>

## สิ่งที่ควรทำ

- ใช้สัญลักษณ์ ® เพื่อแสดงการเป็นเครื่องหมายการค้าจดทะเบียน (ในกรณีที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วเท่านั้น)
- เน้นเครื่องหมายการค้าจากข้อความโดยรอบโดยใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ ตัวหนา หรือแบบอักษรตัวเอียง หรือวางเครื่องหมายการค้าในสัญลักษณ์อัญประกาศ (“ ”)
- ใช้เครื่องหมายการค้าอย่างสม่ำเสมอ ถ้าเครื่องหมายการค้านั้นได้จดทะเบียนด้วยการสะกดคำ การออกแบบสี หรือแบบอักษรที่มีรูปแบบเฉพาะ ควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าการใช้เครื่องหมายการค้าเป็นไปตามลักษณะที่ได้จดทะเบียนไว้
- กำหนดแนวปฏิบัติหรือแนวทางที่ตีสำหรับการใช้เครื่องหมายการค้า กำหนดวิธีการใช้เครื่องหมายการค้าสำหรับผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้า พนักงาน ซัพพลายเออร์ ตัวแทนจำหน่าย และผู้บริโภครตรวจสอบให้แน่ใจว่าผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

## สิ่งที่ไม่ควรทำ

- ห้ามดัดแปลงเครื่องหมายการค้า หลีกเลี่ยงการใส่ยัติภังค์ (-) การรวมกัน หรือตัวย่อ (เช่น “MONTBLANC® Fountain pen” ไม่ควรแสดงในรูปแบบ “MontBlanc”)
- ห้ามใช้เครื่องหมายการค้าเป็นค่านาม ให้ใช้เป็นคำคุณศัพท์เท่านั้น (เช่น ควรพูดว่า “LEGO® toy blocks” แทนการพูดว่า “Legos”)
- ห้ามใช้เครื่องหมายการค้าเป็นคำกริยา (เช่น ควรพูดว่า “แก้ไขโดยซอฟต์แวร์ ADOBE® PHOTOSHOP®” แทนการพูดว่า “photoshopped”)
- อย่าใช้เครื่องหมายการค้าเป็นคำพหูพจน์ (เช่น ควรพูดว่า “TIC TAC® candies” แทนการพูดว่า “tic tacs”)

สิ่งที่ควรทำและสิ่งที่ไม่ควรทำดังกล่าวส่วนใหญ่จะช่วยให้เครื่องหมายการค้าสามารถคงอยู่ และป้องกันไม่ให้เครื่องหมายการค้าขาดลักษณะบ่งเฉพาะหรือกลายเป็นสิ่งสามัญทางการค้าขาย

## ชื่อโดเมน

ในโลกที่เชื่อมต่อถึงกันทุกวันนี้ กิจการต่าง ๆ มีความจำเป็นไม่มากก็น้อยที่จะต้องมีสถานะออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการค้าขายทางกายภาพหรือสินค้าดิจิทัล ชื่อโดเมนซึ่งระบุที่อยู่เว็บไซต์ของกิจการได้กลายเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ระบุตัวตนของกิจการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะลูกค้าจะใช้เพื่อค้นหาและแสดงความเห็นเกี่ยวกับธุรกิจและผลิตภัณฑ์บนอินเทอร์เน็ต

กลุ่มสตาร์ทอัพจึงควรใส่ใจกับสถานะออนไลน์และชื่อโดเมนของตนเองอย่างระมัดระวัง

องค์กรบริหารทรัพยากรโดเมนโลก (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers : ICANN) เป็นผู้รับผิดชอบการจัดการด้านเทคนิคของระบบชื่อโดเมน ข้อมูลการจดทะเบียนชื่อโดเมนสามารถดูได้บนเว็บไซต์ของ ICANN<sup>5</sup>

เครื่องหมายการค้ามีบทบาทในฐานะเป็นตัวระบุกิจการก่อนหน้าชื่อโดเมนมาหลายร้อยปี ดังจะเห็นได้ว่าเครื่องหมายการค้าได้รับการคุ้มครองในฐานะที่เป็นสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งภายใต้กฎหมายภายในประเทศและสนธิสัญญาระหว่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามชื่อโดเมนเป็นปรากฏการณ์ที่ค่อนข้างใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการสิ่งระบุตัวตนบนอินเทอร์เน็ตและไม่มีระบบกฎหมายในลักษณะเดียวกันมากำหนดการจดทะเบียนเพื่อควบคุมการใช้ ด้วยเหตุนี้นโยบายการระงับข้อพิพาทสากลที่เกี่ยวกับชื่อโดเมน (The Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy : UDRP) จึงได้ถูกออกแบบโดย WIPO เพื่อแก้ปัญหาการจดทะเบียนและการใช้ชื่อโดเมนโดยไม่สุจริต โดยมีสาระสำคัญดังจะกล่าวต่อไป ในขณะที่เครื่องหมายการค้ามีผลใช้บังคับในประเทศหรือภูมิภาคที่ได้มีการจดทะเบียนไว้ แต่ชื่อโดเมนกลับไม่มีพรมแดนหรือข้อจำกัดในอาณาเขต เช่นเดียวกับอินเทอร์เน็ตที่ไม่มีข้อจำกัดเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ เจ้าของเครื่องหมายการค้าอาจค้นพบชื่อโดเมนบนอินเทอร์เน็ตที่มีลักษณะที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของตน ที่แยกว่านั้นคือกิจการที่ใช้ชื่อโดเมนดังกล่าวอาจจะขายสินค้าที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันหรือเป็นของปลอม และถึงแม้ว่าชื่อโดเมนจะไม่ได้นำมาใช้งานจริง แต่ก็ขัดขวางไม่ให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าใช้ชื่อโดเมนนั้น

กลุ่มสตาร์ทอัพจึงควรจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยเร็วที่สุด โดยขั้นตอนแรกคือการเลือกสิ่งที่เรียกว่าโดเมนระดับบนสุด (the top-level domain : TLD) ซึ่ง TLD หมายถึงอักษรหลังจุดสุดท้ายของชื่อโดเมน (เช่น “.int” ใน www.wipo.int) โดยโดเมนระดับบนสุดหมวดทั่วไป (Generic TLDs : gTLD) รวมถึง “.com” “.org” และ “.net” ส่วน gTLD ที่ใหม่กว่า ได้แก่ “.online” “.life” และ “.app” ส่วนโดเมนระดับบนสุดหมวดรหัสประเทศ (Country code top-level domains : ccTLDs) ซึ่งจะแสดงถึงประเทศ ตัวอย่างเช่น “.ch” สำหรับ

ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ “.us” สำหรับประเทศสหรัฐอเมริกา และ “.th” สำหรับประเทศไทย เป็นต้น

ส่วนของชื่อที่อยู่ข้างหน้า “จุด” เรียกว่าโดเมนระดับรอง (the second level domain) ส่วนนี้ระบุลักษณะธุรกิจและจำเป็นต้องโดดเด่นเพื่อให้ผู้บริโภคได้จดจำเว็บไซต์ได้อย่างง่ายดาย ความนิยมส่วนมากของบริษัทสำหรับชื่อโดเมนส่วนนี้มักจะเป็นเครื่องหมายการค้า อย่างไรก็ตามส่วนนี้อาจมีผู้อื่นนำชื่อไปใช้แล้ว ในกรณีนี้ชื่อโดเมนที่ต้องการอาจต้องปรับเปลี่ยน (กล่าวคือ ลองนึกภาพบริษัทจำหน่ายก๊อกน้ำที่มีชื่อว่า บริษัทเดลต้าที่พบว่าคำว่า “delta.com” ได้รับการจดทะเบียนแล้ว บริษัทอาจจะจดทะเบียนในชื่อ “deltafaucet.com” แทน หรือหากว่าบริษัทนี้ตรงตามเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องสำหรับ TLD แล้ว อาจใช้เป็น “delta.ch” หรือ “delta.online”<sup>6</sup>)

ในกรณีที่กลุ่มสตาร์ทอัพยังไม่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า มันสมเหตุสมผลที่จะเลือกใช้ชื่อโดเมนที่ยังไม่มีผู้ใช้เป็นเครื่องหมายการค้า (ที่มีรูปแบบเดียวกันหรือที่มีการดัดแปลงแต่ยังยอมรับได้) และจดทะเบียนทั้งสองอย่าง

“ไซเบอร์สควอทติง” (Cybersquatting) คือการกระทำที่เป็นการนำเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของผู้อื่นหรือชื่อที่มีเครื่องหมายการค้ารวมอยู่ด้วยไปจดทะเบียนเป็นชื่อโดเมนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปิดกั้นไม่ให้เจ้าของเครื่องหมายการค้านำไปใช้ได้ เพื่อรีดไถเงินจากเจ้าของเครื่องหมายการค้า หรือเพื่อทำร้ายแบรนด์กลุ่มสตาร์ทอัพที่อยู่ในข่ายที่ถูกกระทำดังกล่าวสามารถยื่นเรื่องร้องเรียนภายใต้ UDRP หากพบว่ามีการจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยทุจริต อาจมีการออกคำสั่งยกเลิกหรือโอนชื่อโดเมนดังกล่าวได้ ในระดับโลก WIPO เป็นผู้ให้บริการชั้นนำที่ได้รับการรับรองโดย ICANN ในการระงับข้อพิพาทเกี่ยวกับชื่อโดเมน<sup>7</sup>

### การขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบอย่างสวยงามน่าดึงดูดและมองเห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้นในท้องตลาด ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติคล้ายคลึงกันหลายอย่างต่างแข่งขันกันในทุกวันนี้ บนพื้นฐานของการเสนอที่ดึงดูดสายตา และการผสมผสานของเครื่องหมายการค้าและการออกแบบมักจะส่งเสริมความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) เมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพนำสินค้าออกสู่ตลาด ควรตั้งเป้าหมายในการออกแบบ

ให้มีความเป็นเอกลักษณ์และน่าดึงดูดและปกป้องการออกแบบดังกล่าว

เพื่อให้ได้รับการคุ้มครอง การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จะขอรับความคุ้มครองจะต้องเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ยังไม่เคยมี หรือไม่มีการใช้แบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอย่างแพร่หลาย หรือได้เปิดเผยภาพอันเป็นสาระสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในเอกสาร หรือสิ่งพิมพ์ที่ได้เผยแพร่อยู่แล้ว ไม่ว่าจะในหรือนอกประเทศ และต้องเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งสามารถผลิตได้ในเชิงอุตสาหกรรมและหัตถกรรม จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าไม่ได้มีการเปิดเผยการออกแบบผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะมีการยื่นคำขอจดทะเบียน การเปิดเผยก่อนอาจตัดสิทธิการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจากการได้รับความคุ้มครองด้วยเหตุที่ไม่เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่อีกต่อไป แต่ทั้งนี้ หากการเปิดเผยสาระสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ก่อนการยื่นขอรับสิทธิบัตรเป็นไปตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กล่าวคือ การเปิดเผยสาระสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ในงานแสดงต่อสาธารณชนที่หน่วยงานรัฐเป็นผู้จัด หรืออนุญาตให้จัดภายในประเทศ ถ้าได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรสำหรับการประดิษฐ์นั้นภายใน 12 เดือนนับแต่วันเปิดงานแสดงต่อสาธารณชน ให้ถือว่าได้ยื่นคำขอนั้นในวันเปิดงานแสดงนั้น ในกรณีดังกล่าวการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นจะไม่เสียคุณสมบัติความใหม่ และเจ้าของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ยังคงสามารถขอรับความคุ้มครองการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ อย่างไรก็ตาม การหลีกเลี่ยงการเปิดเผยข้อมูลก่อนยื่นคำขอย่อมเป็นการปลอดภัยกว่าเสมอ โดยทั่วไปกลุ่มสตาร์ทอัพจะต้องดำเนินการตาม ขั้นตอนดังกล่าวต่อไปนี้เพื่อขอรับความคุ้มครองสิทธิในการออกแบบผลิตภัณฑ์<sup>8</sup>

1. **แบบคำขอ** ผู้ยื่นคำขอจะต้องยื่นคำขอจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ระบุข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดผู้ขอรับสิทธิบัตรผู้ออกแบบ ตัวแทนสิทธิบัตร (ถ้ามี) สถานที่ติดต่อภายในประเทศ ภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ คำพรรณนาแบบผลิตภัณฑ์ และข้อถ้อยสิทธิ พร้อมทั้งแนบเอกสารประกอบคำขอรับสิทธิบัตร ผู้ขอรับสิทธิบัตรหรือตัวแทน สามารถยื่นแบบฟอร์มคำขอ พร้อมแนบเอกสารประกอบคำขอ และชำระค่าธรรมเนียมได้ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด หรือส่งคำขอทางไปรษณีย์

ลงทะเบียนตอบรับถึงกองสิทธิบัตรออกแบบ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ พร้อมชำระค่าธรรมเนียมผ่านธนาณัติ สั่งจ่ายกรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือยื่นคำขอผ่านระบบการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (e-Filing) พร้อมชำระค่าธรรมเนียมตามที่กฎหมายกำหนด

2. **การตรวจสอบเบื้องต้น** เมื่อผู้ขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรจะพิจารณาความถูกต้องของรายละเอียดในแบบพิมพ์คำขอรับสิทธิบัตรและเอกสารประกอบคำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยผู้ตรวจสอบจะพิจารณาถึงข้อถ้อยสิทธิที่ระบุในคำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ และภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์ตามกฎหมายหรือไม่ นอกจากนี้ ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรจะพิจารณาว่าแบบผลิตภัณฑ์ที่ยื่นขอรับสิทธิบัตรนั้น เป็นแบบผลิตภัณฑ์อันมีลักษณะพิเศษสามารถใช้เป็นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมรวมทั้งหัตถกรรมได้หรือไม่ โดยผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรอาจมีหนังสือสอบถามหรือเรียกผู้จดทะเบียน มาให้ถ้อยคำหรือทำคำชี้แจงเป็นหนังสือ หรือให้ส่งเอกสารหรือหลักฐานใดเกี่ยวกับการจดทะเบียน เท่าที่จำเป็นเพื่อตรวจสอบหรือเพื่อประกอบการพิจารณาได้ กรณีที่เอกสารและภาพแสดงแบบผลิตภัณฑ์ถูกต้องครบถ้วน คำขอรับสิทธิบัตรจะเข้าสู่กระบวนการประกาศโฆษณาต่อไป

3. **การประกาศโฆษณาและการคัดค้าน** กรณีที่คำขอรับสิทธิบัตร เอกสารประกอบคำขอต่าง ๆ ถูกต้องครบถ้วน เจ้าหน้าที่จะแจ้งให้ผู้ยื่นคำขอมาดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมการประกาศโฆษณา จากนั้นคำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์จะได้รับ การประกาศโฆษณาในหนังสือโฆษณาเพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลผู้เห็นว่าตนมีสิทธิรับสิทธิบัตรดีกว่าผู้ยื่นขอรับสิทธิบัตร หรือเห็นว่าคำขอรับสิทธิบัตรใดไม่ชอบด้วยกฎหมาย ยื่นคำคัดค้านการจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ภายในกำหนดระยะเวลา 90 วันนับแต่วันประกาศโฆษณา

4. **การพิจารณาสาระสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์** เมื่อพ้นระยะเวลาการประกาศโฆษณาสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์และไม่มีบุคคลใดคัดค้านการจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรจะพิจารณาสาระสำคัญ

ของภาพแบบผลิตภัณฑ์ที่ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรเทียบกับแบบผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏอยู่แล้ว โดยผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรต้องดำเนินการตรวจค้นภาพแบบผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏอยู่แล้วทั้งภายในประเทศและต่างประเทศในแบบผลิตภัณฑ์จำพวกเดียวกัน แล้วนำภาพแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างลักษณะใกล้เคียงกันมาพิจารณาเปรียบเทียบ หากพบว่าแบบผลิตภัณฑ์ที่ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรไม่มีลักษณะคล้ายหรือเหมือนกับภาพแบบผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏอยู่แล้ว ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรจะทำรายงานเสนอให้รับจดทะเบียน และออกหนังสือแจ้งให้ชำระค่ารับจดทะเบียนสิทธิบัตร ในกรณีผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรพบว่าแบบผลิตภัณฑ์ที่ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรมีลักษณะคล้ายหรือเหมือนกับภาพแบบผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏอยู่แล้ว ผู้ตรวจสอบสิทธิบัตรจะทำรายงานเสนอให้ยกคำขอ และออกหนังสือแจ้งผู้ขอรับสิทธิบัตรต่อไป

5. การจดทะเบียนหรือให้ความคุ้มครอง เมื่อคำขอรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎหมาย เจ้าหน้าที่จะมีหนังสือแจ้งให้ผู้ขอดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมรับจดทะเบียน เมื่อผู้ขอรับสิทธิบัตรหรือตัวแทนดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียน กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะออกหนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ขอ
6. การชำระค่าธรรมเนียมรายปี อายุการคุ้มครองการออกแบบผลิตภัณฑ์มีระยะเวลา 10 ปี และผู้ทรงสิทธิบัตรจะต้องดำเนินการชำระค่าธรรมเนียมรายปี โดยเริ่มตั้งแต่ปีที่ 5 ของอายุสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นต้นไป หากผู้ทรงสิทธิบัตรไม่ชำระค่าธรรมเนียมรายปี ภายในกำหนดระยะเวลา คณะกรรมการสิทธิบัตรจะมีคำสั่งให้เพิกถอนสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นต่อไป

## หมายเหตุ

- 1 โปรดดู <https://tmonline.ipthailand.go.th/DiplInternetWeb/trw/01/trw00q001/index.jsf>.
- 2 โปรดดู <https://ipportal.wipo.int>.
- 3 WIPO (2017). Making a Mark, pp. 44-45. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_900\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf).
- 4 เพิ่งอ้าง, น. 60-61.
- 5 โปรดดู [www.icann.org](http://www.icann.org). For a general overview, โปรดดู [www.icann.org/en/system/files/files/domainnames-beginners-guide-06dec10-en.pdf](http://www.icann.org/en/system/files/files/domainnames-beginners-guide-06dec10-en.pdf).
- 6 “Delta” เป็นเครื่องหมายการค้าของทั้งบริษัทที่ผลิตก๊อกน้ำในครัวและสายการบิน โดยสรุปแล้ว ทั้งคู่สามารถอ้างสิทธิ์ในชื่อโดเมน <delta.com> ได้อย่างถูกต้องกฎหมาย เนื่องจากชื่อโดเมนเป็นของสายการบิน เจ้าของแบรนด์รายอื่นจึงทำการค้าเป็น <deltafaucet.com>
- 7 สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม โปรดดู [www.wipo.int/amc/en/domains/index.html](http://www.wipo.int/amc/en/domains/index.html).
- 8 WIPO (2019). Looking Good, pp. 15-16. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf).

ก้าวสู่ระดับโลก

เรื่องราวความสำเร็จที่แท้จริงระดับโลกจะมาจากกลุ่มสตาร์ทอัพที่สามารถตอบโจทย์ตลาดโลกได้ ตลาดในประเทศบางแห่งมีขนาดใหญ่พอที่จะสนับสนุนกลุ่มสตาร์ทอัพที่เน้นตลาดท้องถิ่นของตนโดยเฉพาะ อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ตลาดท้องถิ่นมีขนาดเล็กเกินไปที่จะสนับสนุนการเติบโตของบริษัท จึงจำเป็นต้องมีที่บริษัทจะต้องริเริ่มความคิดที่จะเข้าสู่ระดับโลกโดยเร็วที่สุด

ข้อผิดพลาดโดยทั่วไปคือความเชื่อว่าโมเดลธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในระดับท้องถิ่นจะประสบความสำเร็จเช่นเดียวกันในระดับระหว่างประเทศ โมเดลธุรกิจผลิตภัณฑ์ หรือบริการอย่างหนึ่งอาจจะเป็นที่ดึงดูดใจในตลาดบางแห่งแต่อาจไม่น่าสนใจในตลาดอื่น ๆ กลุ่มสตาร์ทอัพจึงต้องพิจารณาว่าจะเข้าสู่ตลาดทันทีหรือจะปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความเหมาะสมกับตลาดเป้าหมายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังต้องมั่นใจว่าได้รับการสนับสนุนเงินทุนอย่างเหมาะสมในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อการเติบโตในระดับโลก

โดยสาระสำคัญแล้ว การเข้าสู่ตลาดใหม่นั้นคล้ายกันกับการเริ่มต้นธุรกิจสตาร์ทอัพ บริษัทต้องการที่จะประเมินความสามารถของตนเอง พัฒนาโมเดลธุรกิจในรูปแบบเฉพาะ และจัดทำโครงสร้างทางการเงินที่ดี เมื่อเริ่มต้นเจาะตลาดใหม่ มีแนวโน้มที่จะเป็นการทำลายบริษัทท้องถิ่นและกระตุ้นนวัตกรรมท้องถิ่นและกิจกรรมเลียนแบบ การปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาในตลาดเป้าหมายจึงอาจเป็นเงื่อนไขสำคัญของการประสบความสำเร็จ

บริษัทควรระลึกไว้เสมอว่าสิทธิในทางทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิทธิตามหลักดินแดน กล่าวคือ สิทธิดังกล่าวถูกจำกัดอยู่ในอาณาเขต (ประเทศหรือภูมิภาค) ที่ได้ให้สิทธิดังกล่าว ผลก็คือสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่กลุ่มสตาร์ทอัพได้รับในประเทศหนึ่งหรือในภูมิภาคหนึ่งอาจไม่มีผลใช้บังคับในประเทศอื่น ๆ ที่กลุ่มสตาร์ทอัพต้องการที่จะขยายกิจการออกไป

กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศเป้าหมายอาจมีความแตกต่างกับกฎหมายในประเทศของกลุ่มสตาร์ทอัพ จึงควรพิจารณาให้รอบคอบตั้งแต่ต้นเท่าที่จะทำได้ว่าประเทศใดที่กลุ่มสตาร์ทอัพต้องการดำเนินกิจการส่งออก หรือเป็นต้นทาง เพื่อประโยชน์ในการกำหนดประเทศที่กลุ่มสตาร์ทอัพจะแสวงหาความคุ้มครองทางทรัพย์สินทางปัญญา<sup>1</sup>

อนุสัญญากรุงปารีสได้สร้างกลไกที่สำคัญในการยื่นคำขอสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในหลายประเทศ<sup>2</sup> ภายใต้กลไกดังกล่าว วันที่มีการยื่นคำขอในประเทศหรือภูมิภาคครั้งแรกเรียกว่า วันยื่นคำขอครั้งแรก คำขอที่ยื่นในประเทศอื่นต่อมาในภายหลังภายในระยะเวลาที่กำหนด (ระยะเวลาการยื่นคำขอถือสิทธิ วันยื่นคำขอครั้งแรก) โดยผู้ยื่นคำขอคนเดียวกันสำหรับสิ่งประดิษฐ์เดียวกัน จะได้ประโยชน์ในการพิจารณาสำหรับประเด็นเรื่องงานที่ปรากฏอยู่แล้ว (Prior arts) โดยการยื่นคำขอถือสิทธิวันยื่นคำขอครั้งแรก จะต้องยื่นภายในกำหนดระยะเวลา 12 เดือนในกรณีการยื่นคำขอรับสิทธิบัตร และ 6 เดือนในกรณีการยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์

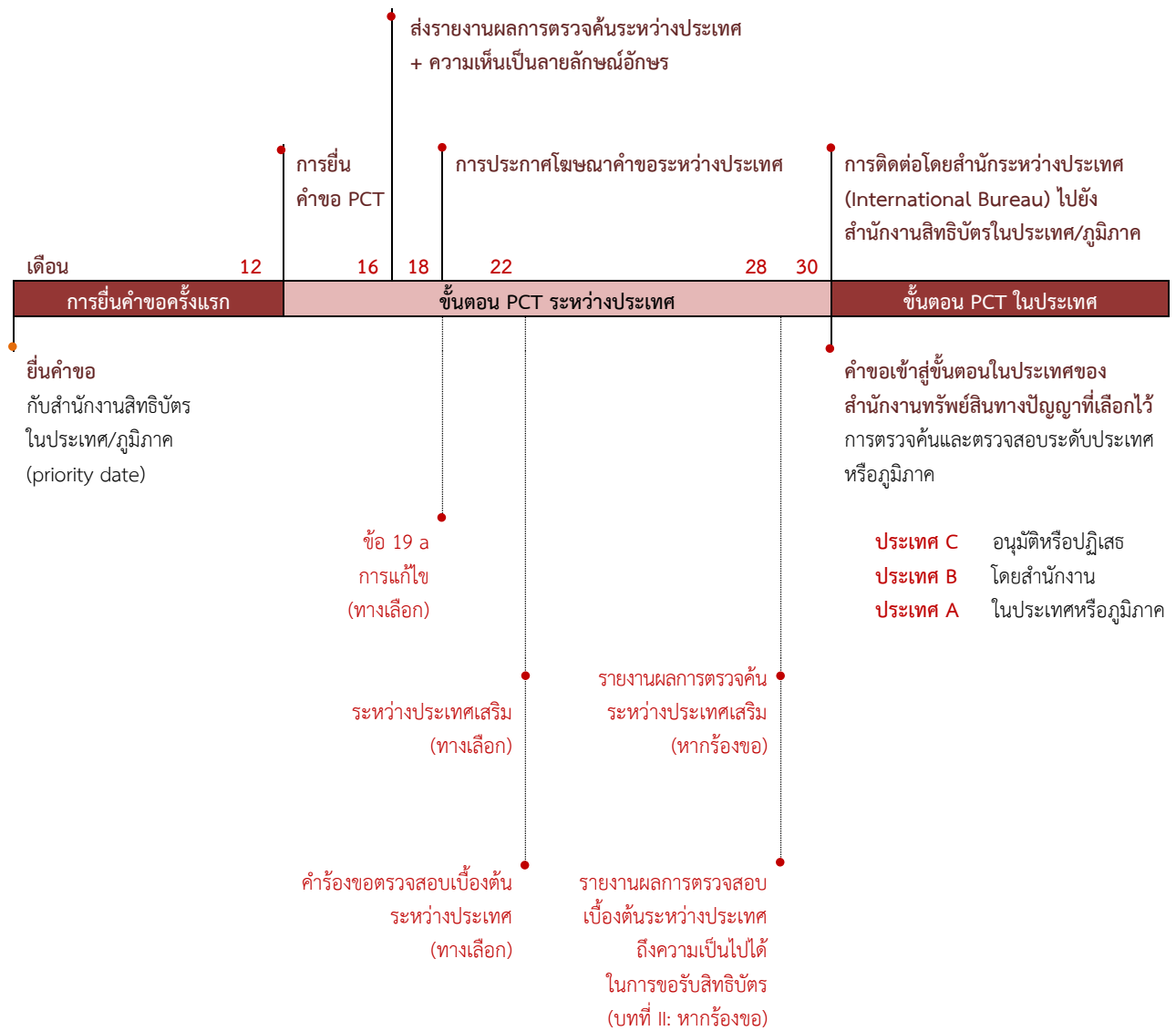
### การยื่นขอรับสิทธิบัตรในต่างประเทศ

โดยปกติกลุ่มสตาร์ทอัพจะยื่นขอรับสิทธิบัตรในประเทศของตนเพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ภายใต้กฎหมายแห่งอนุสัญญากรุงปารีส กลุ่มสตาร์ทอัพที่ต้องการดำเนินกิจการในต่างประเทศก็ต้องยื่นคำขอในประเทศอื่น ๆ ที่ให้ความสนใจภายในระยะเวลา 12 เดือน (ระยะเวลาการยื่นคำขอถือสิทธิวันยื่นคำขอครั้งแรก)

ภายใต้การบริหารงานโดย WIPO สนธิสัญญาความร่วมมือด้านสิทธิบัตร (PCT) ได้มอบแนวทางที่มีประสิทธิภาพและในส่วนใหญ่มีความคุ้มค่าและปฏิบัติได้จริงในการช่วยเหลือบริษัทต่าง ๆ ให้ได้รับความคุ้มครองสิทธิบัตรในหลายประเทศ<sup>3</sup> PCT ทำให้สามารถขอรับความคุ้มครองสิทธิบัตรสำหรับสิ่งประดิษฐ์หนึ่งได้พร้อมกันในหลายประเทศโดยยื่นคำขอรับสิทธิบัตร “ระหว่างประเทศ” ฉบับเดียวแทนที่จะแยกยื่นคำขอในแต่ละประเทศหรือภูมิภาค อย่างไรก็ตาม สำนักงานสิทธิบัตรในแต่ละประเทศและภูมิภาคยังคงเป็นผู้รับผิดชอบในการออกสิทธิบัตรในช่วงที่เรียกว่า “ขั้นตอนในประเทศ”



## ภาพที่ 2 ขั้นตอนตามสนธิสัญญาความร่วมมือด้านสิทธิบัตร (PCT)



### ประโยชน์

- คำขอ PCT ฉบับเดียวมีผลทางกฎหมายในทุกประเทศสมาชิก PCT
- มีรูปแบบเงื่อนไขที่สอดคล้องกัน (Harmonized formal requirements)
- ได้ทราบข้อมูลความเป็นไปได้ในการขอรับสิทธิบัตรเพื่อช่วยเหลือในการตัดสินใจทางด้านกลยุทธ์
- ช่วยเลื่อนการชำระค่าใช้จ่ายจำนวนมากสำหรับขั้นตอนในประเทศออกไปได้ 18 เดือน

คำขอ PCT สามารถยื่นได้ตั้งแต่แรกในฐานะที่เป็นคำขอระหว่างประเทศ หรือภายในระยะเวลา 12 เดือนนับจากการยื่นคำขอในประเทศครั้งแรก

การยื่นคำขอภายใต้ช่องทางของ PCT (โปรดดูภาพที่ 2)

1. ยื่นคำขอระหว่างประเทศตั้งแต่ต้น หรืออีกทางหนึ่ง บริษัทอาจยื่นคำขอระหว่างประเทศภายในระยะเวลา 12 เดือนนับจากการยื่นคำขอในประเทศหรือในภูมิภาค
2. คำขอจะได้รับประกาศโฆษณาหลังจาก 18 เดือน นับจากวันที่ยื่นคำขอครั้งแรก เว้นแต่ ผู้ยื่นคำขอจะร้องขอให้ประกาศโฆษณาเร็วกว่านั้น เนื่องจากการประกาศโฆษณาจะมีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการประดิษฐ์ การประกาศโฆษณาตามระยะเวลาดังกล่าวจึงหมายความว่าคำขอจะยังคงเป็นความลับอีกเป็นเวลา 18 เดือน นับจากวันที่ยื่นคำขอครั้งแรก
3. ภายใน 30 เดือนหลังจากวันที่ยื่นคำขอครั้งแรก<sup>4</sup> ผู้ยื่นคำขอจะต้องเลือกว่าในบรรดาประเทศที่เป็นสมาชิก PCT นั้น ผู้ยื่นคำขอมีความประสงค์ที่จะขอรับความคุ้มครองสิทธิบัตรในประเทศใด เพื่อเข้าสู่ “ขั้นตอนในประเทศ” ซึ่งกลุ่มสตาร์ทอัพควรพิจารณาอย่างระมัดระวังในการเลือกประเทศที่มีความสำคัญต่อธุรกิจของตนเอง และดำเนินการตามขั้นตอนในการได้รับความคุ้มครองในประเทศดังกล่าว เนื่องจากการประสบความสำเร็จทางการค้าอาจขึ้นอยู่กับว่า สิ่งประดิษฐ์ของตนได้รับความคุ้มครองในตลาดเหล่านั้นหรือไม่ ในทางกลับกัน ขั้นตอนนี้กลุ่มสตาร์ทอัพมักจะต้องลงทุนเป็นจำนวนมากเพราะต้นทุนจะเพิ่มขึ้นตามสัดส่วนจำนวนประเทศที่เลือกขอรับความคุ้มครองสิทธิบัตร สำหรับการขอรับความคุ้มครองในแต่ละประเทศ บริษัทจะต้องรับผิดชอบชำระค่าธรรมเนียมของสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญารวมถึงค่าใช้จ่ายในการแปลเอกสารที่เกี่ยวข้อง และค่าวิชาชีพของทนายความในแต่ละประเทศ เป็นต้น
4. ระบบ PCT เป็นเพียงระบบการยื่นและดำเนินการสำหรับคำขอรับสิทธิบัตรเท่านั้น มิได้มีการออกสิทธิบัตรระดับโลกหรือสิทธิบัตร PCT แต่อย่างใด การได้มาซึ่งสิทธิบัตรในแต่ละประเทศหรือภูมิภาคต้องดำเนินการแยกต่างหากในแต่ละประเทศ โดยสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเทศ จะเป็นผู้มีอำนาจพิจารณา

ว่าจะให้สิทธิบัตรหรือไม่ ซึ่งการพิจารณาเป็นไปตามกฎหมายภายในของแต่ละประเทศ

5. ระบบ PCT จะช่วยให้บริษัทต่าง ๆ มีระยะเวลาในการดำเนินการมากขึ้น และให้ข้อมูลมากกว่าระบบการขอรับสิทธิบัตรแบบเดิมตามอนุสัญญากรุงปารีส

ภายใต้ช่องทางของอนุสัญญากรุงปารีส เมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพได้ยื่นคำขอในประเทศของตนเองแล้ว หลังจากนั้นกลุ่มสตาร์ทอัพสามารถยื่นคำขอในประเทศอื่น ๆ ได้ (ภายในระยะเวลาการยื่นคำขอถือสิทธิวันที่ยื่นคำขอครั้งแรก)

ในขณะที่การยื่นคำขอภายใต้ PCT แทนที่จะต้องยื่นคำขอในแต่ละประเทศที่ต้องการได้รับความคุ้มครอง กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถยื่นคำขอระหว่างประเทศของ PCT เพียงคำขอเดียวได้ ทั้งนี้ กลุ่มสตาร์ทอัพยังจะได้รับรายงานการตรวจค้นระหว่างประเทศ และได้รับการเสนอทางเลือกในการขอรับการตรวจสอบเบื้องต้นระหว่างประเทศ และการตรวจค้นระหว่างประเทศเสริม

ช่องทางการยื่นคำขอผ่านระบบ PCT ช่วยให้บริษัทสามารถเลื่อนระยะเวลาสำหรับขั้นตอนการดำเนินการในแต่ละประเทศหรือภูมิภาคและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องได้นานถึง 30 เดือน<sup>5</sup>

เมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพได้ยื่นคำขอรับสิทธิบัตรระหว่างประเทศเพื่อคุ้มครองนวัตกรรมทางเทคนิคในตลาดต่างประเทศแล้ว กลุ่มสตาร์ทอัพควรพิจารณาเกี่ยวกับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในตลาดเหล่านั้นด้วย

ภาพที่ 3 ขั้นตอนตามระบบการยื่นคำขอภายใต้พิธีสารมาดริด



- ประโยชน์
- ยื่นคำขอครั้งเดียวในภาษาเดียวสำหรับการจดทะเบียนได้สูงสุดถึง 116 ประเทศ
  - จ่ายค่าธรรมเนียมเป็นชุดเพียงครั้งเดียวด้วยสกุลเงินเดียว
  - บริหารการต่ออายุและการแก้ไขผ่านระบบกลางระบบเดียว
  - ขยายความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าไปยังประเทศอื่นได้ โดยการยื่นคำขอรับความคุ้มครองเพิ่มเติม

## การยื่นคำขอรับความคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า ในต่างประเทศ

เพื่อคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถเลือกกลยุทธ์การยื่นคำขอแบบต่าง ๆ ได้สามแนวทาง ขึ้นอยู่กับเป้าหมายในต่างประเทศและงบประมาณ

- **ช่องทางในประเทศ** โดยการดำเนินการยื่นคำขอต่อสำนักงานเครื่องหมายการค้าในแต่ละประเทศที่ต้องการได้รับความคุ้มครอง
- **ช่องทางภูมิภาค** ใช้สำหรับการขอรับการคุ้มครองผ่านระบบการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในระดับภูมิภาคซึ่งมีผลทางกฎหมายในทุกประเทศสมาชิก เช่น องค์การทรัพย์สินทางปัญญาแอฟริกัน (African Intellectual Property Organization : OAPI) องค์การทรัพย์สินทางปัญญาภูมิภาคแอฟริกา (African Regional Intellectual Property Organization : ARIPO) สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาเบลลักซ์ (the Benelux Office for Intellectual Property : BOIP) และสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาสหภาพยุโรป (the European Union Intellectual Property Office : EUIPO)
- **ช่องทางระหว่างประเทศ** โดยการยื่นคำขอผ่านระบบการยื่นคำขอภายใต้พิธีสารมาดริด

ระบบการยื่นคำขอภายใต้พิธีสารมาดริด ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารของ WIPO เป็นทางเลือกที่สะดวกและคุ้มค่าในการจดทะเบียนและจัดการเครื่องหมายการค้าทั่วโลก (ดูภาพ 3) ด้วยการยื่นคำขอเพียงคำขอเดียวโดยใช้ภาษาเดียว และชำระค่าธรรมเนียมเป็นชุดเพียงครั้งเดียว เจ้าของเครื่องหมายการค้าสามารถยื่นขอเพื่อขอรับความคุ้มครองได้สำหรับตลาดหลายแห่ง

ระบบการยื่นคำขอภายใต้พิธีสารมาดริด ยังอนุญาตให้มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลง การต่ออายุ หรือการขยายพอร์ตโฟลิโอเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศผ่านการรวมศูนย์กลางในการจัดการทั้งหมดไว้ในระบบเดียว

ภายใต้ระบบการยื่นคำขอภายใต้พิธีสารมาดริด คำขอระหว่างประเทศจะขึ้นอยู่กับคำขอหรือการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศหรือภูมิภาคซึ่งเรียกว่า “เครื่องหมายพื้นฐาน” โดยเครื่องหมายพื้นฐานจะต้องได้รับการจดทะเบียนหรือยื่นคำขอในอาณาเขตของประเทศภาคีของพิธีสารมาดริด ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับผู้ยื่นคำขอโดยอาจเป็น สถานที่จัดตั้ง ภูมิลำเนา หรือสัญชาติ

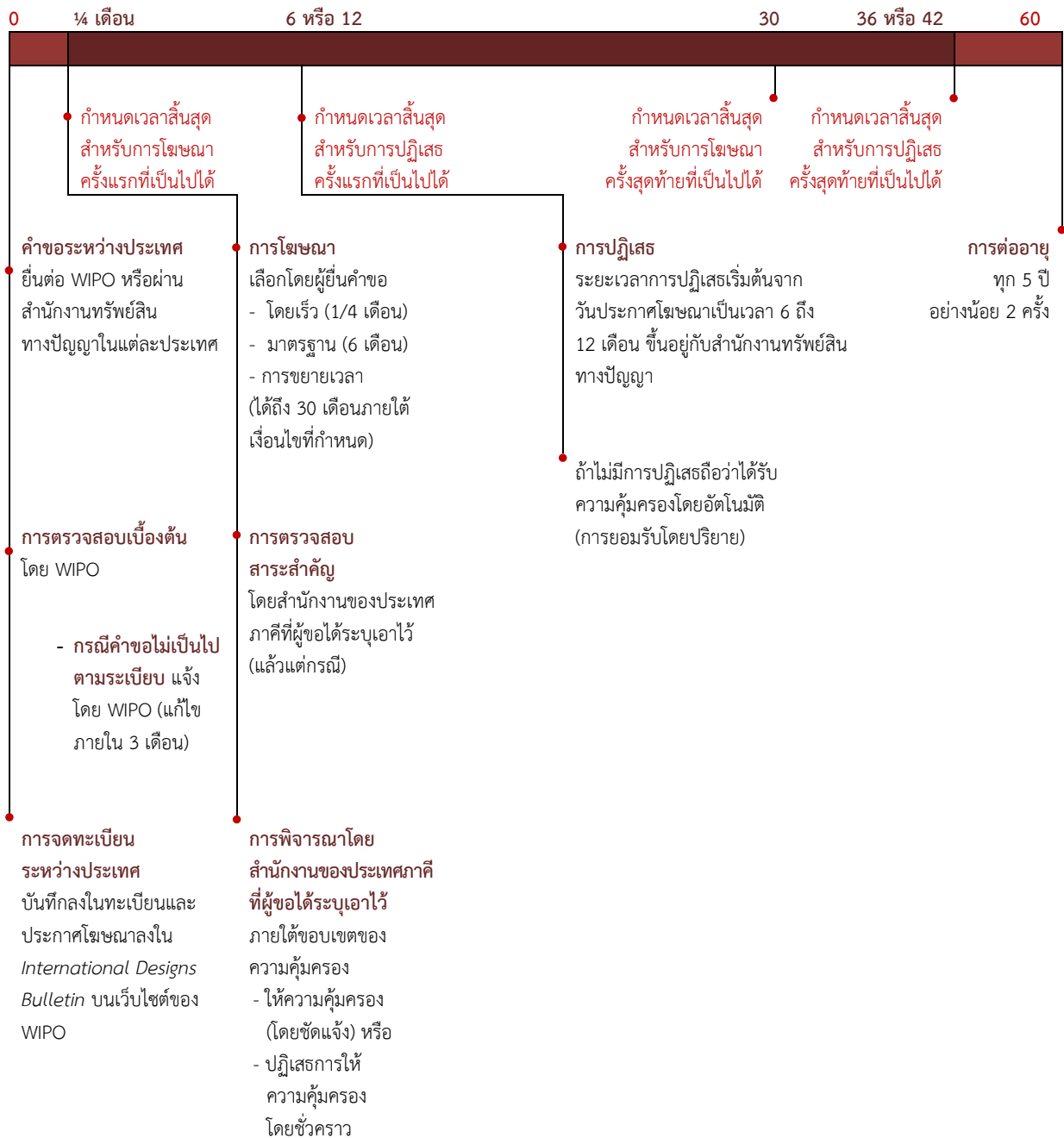
ในขั้นตอนแรก การยื่นคำขอระหว่างประเทศจะต้องยื่นต่อสำนักงานต้นทาง (สำนักงานเครื่องหมายการค้าที่เครื่องหมาย

พื้นฐานได้รับจดทะเบียนหรือยื่นคำขอ) สำหรับประเทศไทย เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ประสงค์จะยื่นคำขอระหว่างประเทศภายใต้พิธีสารมาดริด จะต้องยื่นคำขอต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ เมื่อยื่นคำขอเรียบร้อยแล้ว กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะตรวจสอบความถูกต้องของคำขอจดทะเบียน รวมถึงการชำระค่าธรรมเนียม ก่อนจะส่งคำขอจดทะเบียนไปยังสำนักกระหว่างประเทศ (International Bureau) องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก และเมื่อสำนักกระหว่างประเทศได้ตรวจสอบคำขอว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด จะดำเนินการออกเลขทะเบียนระหว่างประเทศพร้อมวันที่ยื่นคำขอจดทะเบียน จากนั้น สำนักกระหว่างประเทศจะส่งคำขอจดทะเบียนไปยังประเทศต่าง ๆ ที่ถูกระบุขอรับความคุ้มครอง เพื่อให้สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาในแต่ละประเทศตรวจสอบและพิจารณาว่าคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวมีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้ตามกฎหมายภายในของแต่ละประเทศหรือไม่ โดยสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาในแต่ละประเทศจะแจ้งผลการตรวจสอบกลับมายังสำนักกระหว่างประเทศ เพื่อให้สำนักกระหว่างประเทศแจ้งผลการตรวจสอบกลับไปยังผู้ขอจดทะเบียนต่อไป

หากกลุ่มสตาร์ทอัพยื่นคำขอระหว่างประเทศผ่านระบบการยื่นคำขอภายใต้พิธีสารมาดริด ภายในหกเดือนนับจากวันที่ได้ยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าครั้งแรกต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถยื่นคำขอให้ถือวันที่ยื่นคำขอครั้งแรกดังกล่าวเป็นวันที่ยื่นคำขอได้ กรณีมีคู่แข่งทางธุรกิจยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับเครื่องหมายเดียวกันหรือคล้ายกันในตลาดที่กลุ่มสตาร์ทอัพให้ความสนใจหลังจากวันที่กลุ่มสตาร์ทอัพได้ยื่นคำขอครั้งแรก การยื่นคำขอให้ถือวันที่ยื่นคำขอครั้งแรกดังกล่าวเป็นวันที่ยื่นคำขอจะทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพจะสามารถอ้างว่าได้ยื่นคำขอจดทะเบียนสำหรับเครื่องหมายการค้าดังกล่าวก่อนคู่แข่งทางธุรกิจ โดยยึดถือตามวันที่ได้มีการยื่นคำขอครั้งแรกนั้น

หากกลุ่มสตาร์ทอัพพลาดช่วงระยะเวลาหกเดือนดังกล่าว จะไม่สามารถขอถือสิทธิวันที่ยื่นคำขอครั้งแรก ในการยื่นคำขอระหว่างประเทศได้ และจำเป็นต้องยึดถือตามวันที่จดทะเบียนระหว่างประเทศของกลุ่มสตาร์ทอัพในสถานการณ์เช่นนี้ คู่แข่งทางธุรกิจที่ยื่นคำขอก่อนวันที่จดทะเบียนระหว่างประเทศดังกล่าว (แต่หลังวันที่กลุ่มสตาร์ทอัพได้ยื่นเอกสารคำขอในประเทศหรือภูมิภาคครั้งแรก) จะถือว่าคู่แข่งทางธุรกิจได้ยื่นคำขอก่อนและจะส่งผลให้กลุ่มสตาร์ทอัพอาจไม่ได้รับสิทธิในเครื่องหมายการค้าดังกล่าว

## ภาพที่ 4 ระบบการยื่นคำขอภายใต้ความตกลงกรุงเฮก



- ประโยชน์**
- ยื่นคำขอเพียงครั้งเดียวในภาษาเดียวสำหรับการลงทะเบียนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสูงสุด 100 แบบ สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของประเภทเดียวกันในหลายประเทศ
  - จ่ายค่าธรรมเนียมเป็นชุดครั้งเดียวด้วยสกุลเงินเดียว
  - กำหนดเวลาในการประกาศโฆษณาการจดทะเบียนให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ
  - บริหารการต่ออายุและการแก้ไขผ่านระบบกลางระบบเดียว

## การยื่นขอสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ

เพื่อปกป้องสิทธิในการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมในต่างประเทศ กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถเลือกกลยุทธ์การยื่นคำขอแบบต่าง ๆ ได้ในสามช่องทางขึ้นอยู่กับเป้าหมายในต่างประเทศและงบประมาณ

- **ช่องทางในประเทศ** โดยการดำเนินการยื่นคำขอต่อสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาในแต่ละประเทศที่ต้องการได้รับความคุ้มครอง
- **ช่องทางภูมิภาค** ใช้สำหรับการขอรับการคุ้มครองผ่านระบบการจดทะเบียนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมระดับภูมิภาคซึ่งมีผลทางกฎหมายในทุกประเทศสมาชิก ปัจจุบันสามารถดำเนินการได้ที่ องค์การทรัพย์สินทางปัญญาแอฟริกัน (OAPI) สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาเบเนลักซ์ (BOIP) และสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาสหภาพยุโรป (EUIPO)
- **ช่องทางระหว่างประเทศ** โดยการยื่นคำขอตามระบบการยื่นคำขอภายใต้ความตกลงกรุงเฮก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่ได้เข้าเป็นภาคีสมาชิกความตกลงกรุงเฮกว่าด้วยการจดทะเบียนการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมระหว่างประเทศ (Hague Agreement Concerning the International Registration of Industrial Designs) ทำให้ไม่สามารถยื่นคำขอจดทะเบียนการออกแบบผลิตภัณฑ์ภายใต้ระบบดังกล่าวได้

ระบบการยื่นคำขอภายใต้ความตกลงกรุงเฮกซึ่งบริหารงานโดย WIPO ช่วยให้กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถขอรับสิทธิในการออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงรักษาและจัดการสิทธิในการออกแบบได้ในหลายตลาดทั่วโลกโดยวิธีการยื่นคำขอระหว่างประเทศฉบับเดียวต่อ WIPO เป็นภาษาเดียวและชำระค่าธรรมเนียมเพียงครั้งเดียว เนื่องจากเป็นระบบรวมศูนย์ ระบบการยื่นคำขอภายใต้ความตกลงกรุงเฮกยังช่วยทำให้การบริหารจัดการเกี่ยวกับการจดทะเบียนระหว่างประเทศที่ตามมางายขึ้นอย่างมาก (ดูภาพที่ 4)

เพื่อให้มีสิทธิยื่นคำขอได้ ผู้ยื่นคำขอจะต้องมีสัญชาติของประเทศภาคี (ประเทศหรือองค์การรัฐบารระหว่างประเทศที่เป็นสมาชิกของสหภาพกรุงเฮก) หรือมีภูมิลำเนาสถานประกอบธุรกิจ หรือถิ่นที่อยู่ประจำในอาณาเขตของประเทศภาคี ซึ่งระบบการยื่นคำขอภายใต้ความตกลงกรุงเฮกจะแตกต่างจากระบบการยื่นคำขอภายใต้สารมาดริด

เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีการยื่นคำขอหรือการจดทะเบียนการออกแบบผลิตภัณฑ์ในประเทศหรือภูมิภาคมาก่อน

การยื่นคำขอระหว่างประเทศจะเป็นการยื่นคำขอโดยตรงกับ WIPO เมื่อได้รับคำขอ WIPO จะทำการตรวจสอบว่าเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดหรือไม่ หากพบว่าเป็นไปตามเงื่อนไขดังกล่าวก็จะทำการบันทึกคำขอในสำนักทะเบียนระหว่างประเทศ และประกาศโฆษณาต่อไป จากนั้นประเทศภาคีที่ผู้ขอได้ระบุขอรับความคุ้มครองเอาไว้ จะทำการพิจารณาภายในระยะเวลาที่กำหนดว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธคำขอจดทะเบียนการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งการพิจารณาจะเป็นไปตามที่กำหนดไว้ในเงื่อนไขแห่งกฎหมายของประเทศภาคีนั้น

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้ว การยื่นคำขอให้ถือวันที่ยื่นคำขอครั้งแรกเป็นวันที่ยื่นคำขอ สำหรับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์คือหกเดือน หากกลุ่มสตาร์ทอัพได้ยื่นคำขอครั้งแรกในประเทศหรือในภูมิภาคเดียวและปรารถนาที่จะขยายความคุ้มครองไปยังประเทศหรือภูมิภาคอื่นก็สามารถทำได้โดยการยื่นคำขอระหว่างประเทศผ่านระบบการยื่นคำขอภายใต้ความตกลงกรุงเฮกภายใน 6 เดือนนับจากคำขอครั้งแรก และสามารถขอถือสิทธิวันที่ยื่นคำขอครั้งแรกเป็นวันที่ยื่นคำขอได้ โดยในช่วงระยะเวลาระหว่างการยื่นคำขอถือสิทธิให้ถือวันที่ยื่นคำขอครั้งแรก ผู้ยื่นคำขอมีสิทธิที่จะได้รับสิทธิในการออกแบบก่อนบุคคลใด ๆ ที่ยื่นคำขอสำหรับการออกแบบที่เหมือนกันหรือคล้ายคลึงกันภายหลังจากวันที่ยื่นคำขอครั้งแรกของผู้ยื่นคำขอ เช่นเดียวกับสิทธิบัตร เมื่อระยะเวลาการขอให้ถือวันที่ยื่นคำขอครั้งแรกเป็นวันที่ยื่นคำขอสิ้นสุดลง และคำขอดังกล่าวได้รับการประกาศโฆษณา การออกแบบดังกล่าวจะไม่ถือว่าเป็นการออกแบบ “ใหม่” และอาจไม่สามารถขอรับความคุ้มครองในประเทศอื่น ๆ ได้

**บริษัท คริสตินาเกรย์กรุ๊ป จำกัด**  
**ประเทศไทย**



ที่มา: Christina Grey Group Co., Ltd.

(<https://www.oandb.store/>)

**ผู้ก่อตั้ง**

คุณรรินทร์ ทองมา

**ทรัพย์สินทางปัญญาหลัก**

สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์

เครื่องหมายการค้า ความลับทางการค้า (ข้อมูล)

**เว็บไซต์:** <https://www.oandb.store/>

**ผลิตภัณฑ์**

บริษัท คริสตินาเกรย์กรุ๊ป จำกัด เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย กระเป่าและรองเท้าหนังภายใต้แบรนด์ O&B ปัจจุบัน รองเท้าหนังภายใต้แบรนด์ดังกล่าวมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมนอย่างมาก

แบรนด์ O&B ก่อตั้งขึ้นในปี 2555 โดยคุณรรินทร์ ทองมา จากความชื่นชอบและหลงใหลในด้านแฟชั่น จึงเริ่มต้น สร้างแบรนด์ Bagbook จากการทำกระเป๋าแฟชั่นผู้หญิง เนื่องจากกระเป๋าไม่จำเป็นต้องมีขนาดที่หลากหลาย ทำให้ขายได้ง่ายกว่า โดยกระแสการตอบรับกระเป๋า O&B ในปีแรกได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าภายในประเทศ<sup>6</sup>

หลังจากที่ประสบความสำเร็จกับการจำหน่ายกระเป๋า จึงได้ริเริ่มในการทำรองเท้าสันเตี้ยทรงบัลเลต์ โดยมีจุดเริ่มต้นความคิดที่ว่ารองเท้าเป็นของใกล้ตัว และเห็นว่าผู้หญิงส่วนใหญ่จะนิยมใส่รองเท้าทรงนี้ ไม่ว่าจะเป็นวัยเรียนหรือวัยทำงาน ทำให้คุณรรินทร์ มองเห็นโอกาสในธุรกิจ และมีความคิดที่จะตอบสนองต่อ ความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้

เมื่อได้ผ่านการคิดและออกแบบจึงได้เปิดตัวสินค้ารองเท้า สันเตี้ยทรงบัลเลต์ รุ่น Audrey ภายใต้แบรนด์ O&B

โดยมีมากกว่า 50 เฉดสี และผลิตจากวัสดุที่หลากหลาย เช่น หนังแกะ หนังเทียม กำมะหยี่ ให้เป็นทางเลือกสำหรับ กลุ่มเป้าหมายที่มีความชอบที่แตกต่างกัน จากคุณสมบัติ ของรองเท้าที่สวมใส่สบาย นุ่ม แล้วทำดูเรียวยาวและไม่กัดเท้า ทำให้เกิดเอกลักษณ์ที่คนทั่วไปรู้จัก O&B ว่าเป็นรองเท้าสันเตี้ย ที่สามารถสวมใส่ได้บ่อย ประกอบกับการทำการตลาดออนไลน์ อย่างหนัก และจัดจำหน่ายรองเท้าผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นแบรนด์แรก ๆ ในประเทศไทย ทำให้ O&B ได้กระแสตอบรับ อย่างดีเยี่ยมจากผู้บริโภคจนถึงปัจจุบัน

**ทรัพย์สินทางปัญญา ผลิตภัณฑ์และการออกแบบธุรกิจ**

ปัจจุบัน O&B กลายเป็นผู้นำด้านสินค้าแฟชั่นของไทย ในตลาดออนไลน์ โดยเบื้องหลังความสำเร็จ เริ่มแรกสินค้า ภายใต้แบรนด์ O&B สามารถเปลี่ยนสินค้าคืนได้ภายใน 7 วัน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าว่าจะได้รับสินค้า ที่พึงพอใจ รวมถึงการจัดอบรมพนักงานเป็นประจำ เพื่อบริการลูกค้าให้ดีที่สุด<sup>7</sup>

นอกจากนี้ คริสตินาเกรย์กรุ๊ป ยังให้ความสำคัญกับ ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นอย่างมาก เพื่อเป็นผู้นำด้านแฟชั่น ในประเทศไทย คริสตินาเกรย์กรุ๊ปจึงได้จดทะเบียน เครื่องหมายการค้าในไทย และต่างประเทศ อีกทั้ง ยังได้รับสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับ เครื่องประดับรองเท้า (Decorative elements of footwear) ในประเทศจีน และในอนาคต คริสตินาเกรย์กรุ๊ป ยังมีเป้าหมายที่จะคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ในอีกหลายประเทศทั่วโลก

**การขอรับความคุ้มครองลิขสิทธิ์ในต่างประเทศ**

ลิขสิทธิ์ได้รับความคุ้มครองโดยอัตโนมัติในทุกประเทศ ที่เป็นภาคีในอนุสัญญากรุงเบิร์น<sup>8</sup> โดยอนุสัญญากรุงเบิร์น กำหนดองค์ประกอบที่เป็นข้อกำหนดร่วมกันบางประการ แต่เงื่อนไขเรื่องอื่น ๆ จะเป็นไปตามที่กำหนดในประเทศภาคี แต่ละประเทศ รายละเอียดของการคุ้มครองจึงอาจ แตกต่างกันไปเล็กน้อย ขึ้นอยู่กับกฎหมายทรัพย์สิน ทางปัญญาของแต่ละประเทศ เนื่องจากการคุ้มครอง ลิขสิทธิ์โดยทั่วไปมีลักษณะอยู่ภายใต้หลักดินแดน ความคุ้มครองที่จะได้รับในแต่ละประเทศจึงขึ้นอยู่กับ กฎหมายของประเทศที่เกี่ยวข้อง สำหรับประเทศไทย ซึ่งเป็นภาคีในอนุสัญญากรุงเบิร์นด้วยนั้น พระราชบัญญัติ ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดว่าจะให้ ความคุ้มครองลิขสิทธิ์แก่งานสร้างสรรค์ ประเภท วรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรีกรรม โสวัตศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียงแพร่ภาพ

หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือ  
แผนกศิลปะของผู้สร้างสรรค์ ไม่ว่าจะงานดังกล่าว  
จะแสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างไร เจ้าของผลงาน  
อันมีลิขสิทธิ์จะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการทำซ้ำหรือ  
ดัดแปลง เผยแพร่งานต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือ  
สำเนางานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์  
และสิ่งบันทึกเสียง ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น  
อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิดังกล่าวข้างต้น โดยจะกำหนด  
เงื่อนไขอย่างไรก็ตามอย่างหนึ่งหรือไม่ได้

ความคุ้มครองตามกฎหมายจะเกิดขึ้นในทันทีเมื่อมี  
การสร้างสรรคงานขึ้นโดยไม่ต้องจดทะเบียนต่อกรมทรัพย์สิน  
ทางปัญญา แต่เจ้าของผลงานอันมีลิขสิทธิ์สามารถจดทะเบียน  
ข้อมูลลิขสิทธิ์ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ เพื่อใช้เป็น  
หลักฐานแสดงสิทธิในผลงานดังกล่าว โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

อายุความคุ้มครองลิขสิทธิ์ตามกฎหมายไทยจะกำหนดให้มี  
อายุการคุ้มครอง 50 ปี นับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ผลงานเสียชีวิต  
กรณีเจ้าของเป็นนิติบุคคล จะเริ่มนับอายุความคุ้มครอง  
ตั้งแต่ผลงานถูกสร้างขึ้นมานับไปอีก 50 ปี หรือเริ่มนับ  
เมื่อมีการโฆษณาเป็นครั้งแรก แล้วแต่ว่าอย่างไร  
จะเกิดทีหลัง อย่างไรก็ตาม มีข้อยกเว้นในงานบางประเภท  
ที่จะมีอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่แตกต่างออกไป



## หมายเหตุ

- 1 รายละเอียดสำหรับการติดต่อสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติสามารถหาได้ที่ [www.wipo.int/directory/en/urls.jsp](http://www.wipo.int/directory/en/urls.jsp).
- 2 บริหารจัดการโดย WIPO อนุสัญญากรุงปารีส ค.ศ. 1883 เป็นความตกลงระหว่างประเทศที่สำคัญฉบับแรกว่าด้วยการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม รวมถึง สิทธิบัตร
- 3 PCT เป็นสนธิสัญญาระหว่างประเทศที่มีประเทศภาคีมากกว่า 150 ประเทศ
- 4 มีข้อยกเว้นในบางประเทศ ที่โดดเด่นที่สุดคือทั้งสำนักงานสิทธิบัตรยุโรปและสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาเกาหลีที่ให้เวลา 31 เดือน
- 5 มีการให้ส่วนลดค่าธรรมเนียมบางกรณี โปรดดู FAQ “Are there fee reductions available under the PCT?”, [www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html](http://www.wipo.int/pct/en/faqs/faqs.html).
- 6 ดวงมล โลหศรีสกุล. O&B เครื่องหนังคนไทยลูกส์แบรนด์เนม เริ่มต้นธุรกิจด้วยเงิน 9 หมื่น เคยขายดีได้วันละ 5 ล้าน [ออนไลน์]. 2019, <https://www.sentangedtee.com>.
- 7 ลงทุนแมน. O&B รองเท้าร้อยล้าน [ออนไลน์]. 2018, <https://www.longtunman.com/4175>.
- 8 อนุสัญญากรุงเบิร์นว่าด้วยการคุ้มครองงานวรรณกรรมและศิลปกรรม ค.ศ. 1886 โปรดดู [www.wipo.int/treaties/en/ip/berne](http://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne).

กลยุทธ์อื่น ๆ ในการแสวงหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

เมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพได้รับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาใด ๆ อย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง สิทธิดังกล่าวเป็นสินทรัพย์ที่สามารถนำไปใช้เชิงกลยุทธ์ในธุรกิจของตน โดยการนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ในการผลิตหรือการตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการโดยตรง อันเป็นการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันตามที่กล่าวไปแล้วข้างต้น นอกจากนี้ กลุ่มสตาร์ทอัพยังสามารถใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อก่อให้เกิดรายได้เพิ่มเติม หาแหล่งเงินทุน ดึงดูดพันธมิตร ผู้ให้ความร่วมมือ (Collaborators) และพนักงาน รวมถึงการเพิ่มมูลค่าของบริษัท โดยเราจะพิจารณาโอกาสทั้งหลายดังกล่าว ดังต่อไปนี้

### การอนุญาตให้ใช้สิทธิ

แทนที่จะใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในธุรกิจหลัก กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาโดยให้สิทธิการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวแก่ผู้อื่น ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสินทรัพย์ไม่มีตัวตน (intangible asset) และมีข้อได้เปรียบที่แตกต่างจากสินทรัพย์ที่จับต้องได้ หรือสินทรัพย์มีตัวตน ซึ่งสามารถวัดได้ ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสินทรัพย์ที่สามารถนำไปแสวงหาประโยชน์ได้จากผู้ใช้หลายรายในเวลาเดียวกัน โดยไม่ทำให้ลักษณะหรือคุณภาพเปลี่ยนแปลงไป

การอนุญาตให้ผู้อื่นใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในขณะที่เจ้าของสิทธิยังรักษาความเป็นเจ้าของในสิทธิดังกล่าว เรียกว่าการอนุญาตให้ใช้สิทธิ ซึ่งเป็นข้อตกลงที่มีผลผูกพัน

### ภาพที่ 5 การจัดหมวดหมู่พอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทางปัญญาอย่างง่าย

1. มีความสำคัญกับบริษัท: ห้ามอนุญาตให้ใช้สิทธิ
2. มีความสำคัญเพื่อประโยชน์สาธารณะ: อนุญาตให้ใช้สิทธิได้
3. ไม่มีความสำคัญ: อนุญาตให้ใช้สิทธิได้
4. ไม่สำคัญ: ตัดออกหรืออนุญาตให้ใช้สิทธิ

ในการแสดงพอร์ตโฟลิโอสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทอย่างง่ายนี้:

**กล่องที่ 1** ประกอบด้วยทรัพย์สินทางปัญญาที่บริษัทพิจารณาว่าเป็นทรัพย์สินหลักหรือเทคโนโลยีเชิงกลยุทธ์ที่จะไม่อนุญาตให้ใช้สิทธิ เว้นแต่พันธมิตรที่เป็นผู้ขายและซัพพลายเออร์

**กล่องที่ 2, 3 และ 4** สามารถอนุญาตให้ใช้สิทธิได้

**กล่องที่ 2** ครอบคลุมถึงเทคโนโลยีที่บริษัทมองว่าเป็นแกนหลักหรือเชิงกลยุทธ์ แต่ได้ตัดสินใจอนุญาตให้ใช้สิทธิเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ (เช่น เพราะสามารถช่วยชีวิตผู้อื่นได้)

**กล่อง 3** เป็นสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่มีความสำคัญและอาจได้รับการพิจารณาอนุญาตให้ใช้สิทธิ

**กล่องที่ 4** เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่มีความสำคัญต่อบริษัท การรักษาสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาในหมวดหมู่นี้มีค่าใช้จ่าย บริษัทจึงพยายามที่จะอนุญาตให้ใช้สิทธิหรือขายสินทรัพย์เหล่านี้ และถ้าไม่ก่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ในช่วงเวลาที่กำหนด สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญานี้สามารถปล่อยให้หมดอายุไปได้

เป็นสัญญา (การแลกเปลี่ยนคำสัญญา) โดยที่ฝ่ายหนึ่ง (ผู้อนุญาต) ตกลงที่จะอนุญาตให้อีกฝ่ายหนึ่ง (ผู้รับอนุญาต) ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อนุญาตเพื่อแลกกับสิ่งที่มีมูลค่า ซึ่งมักจะเป็นการชำระเป็นงวด (ค่าตอบแทนการใช้สิทธิ)<sup>1</sup>

กลไกนี้ทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพที่มีทรัพย์สินทางปัญญาสามารถสร้างรายได้เพิ่มเติมโดยการอนุญาตให้ใช้สินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของตนเองแก่บุคคลอื่น (ดูภาพ 5) กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถหาผู้รับอนุญาตในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เดียวกันกับที่ตนเองดำเนินกิจการอยู่ หรือในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์อื่น ๆ ที่การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาจะไม่ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มสตาร์ทอัพเสียหาย กลุ่มสตาร์ทอัพยังอาจพบว่า การอนุญาตให้ใช้สิทธิในเทคโนโลยีของตนเองแก่คู่แข่งทางการค้าจะเป็นประโยชน์กับตนเอง ไม่ว่าจะโดยการจำกัดขอบเขตการใช้งานหรือการใช้งานภายใต้แผนการอนุญาตให้ใช้สิทธิชั่วคราว ซึ่งทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถเข้าถึงพอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทางปัญญาของคู่แข่งได้เช่นกัน บริษัทที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในการขับเคลื่อน จะจัดโครงสร้างพอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อระบุทรัพย์สินทางปัญญาที่บริษัทตั้งใจจะให้ผู้อื่นใช้สิทธิแยกออกจากทรัพย์สินทางปัญญาที่บริษัทเห็นว่ามีความเสี่ยงในทางกลยุทธ์มากกว่าที่จะอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้สิทธิได้

การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา สามารถจัดโครงสร้างได้หลายวิธี ตัวอย่างเช่นทรัพย์สินทางปัญญาสามารถมีการอนุญาตให้ใช้สิทธิให้แก่บุคคลเดียว ซึ่งเรียกว่าการอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว (Exclusive license) ในหลายกรณี การอนุญาตให้ใช้สิทธิแต่เพียงผู้เดียว เจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาจะสงวนสิทธิสำหรับตัวเองเช่น สิทธิในนำทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวมาใช้ในกิจการของตน

ในอีกแนวทางหนึ่ง สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเดียวกันสามารถให้สิทธิแก่คู่สัญญาหลายคนหรือไม่ผูกขาด (Non-exclusive) สัญญาดังกล่าวสามารถออกแบบเพื่อให้ผู้รับอนุญาตมีสิทธิที่จะแบ่งปันสิทธิของตนกับบุคคลอื่น ซึ่งเรียกว่าการให้การอนุญาตให้ช่วงสิทธิและยังเป็นเรื่องปกติที่จะจำกัดการอนุญาตให้ใช้สิทธิเฉพาะในบางประเทศหรือในกิจกรรมเฉพาะอย่าง

สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นเอกสารทางกฎหมายที่มีความยืดหยุ่นที่คู่สัญญาสามารถปรับให้เข้ากับความต้องการของตนได้ อย่างไรก็ตาม การร่างสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิให้มีวัตถุประสงค์และเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมความต้องการของคู่สัญญามักจะเป็นเรื่องยาก ในกรณีเช่นนี้จึงควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้คำแนะนำ ในขณะที่สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิอาจมีความแตกต่างกันอย่างมาก ประเด็นที่มักจะมีร่วมกันอาจระบุได้ดังนี้:

- ประเทศส่วนใหญ่รวมถึงประเทศไทย การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญากำหนดให้ทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นลายลักษณ์อักษรตามแบบที่กฎหมายกำหนด
- ในหลายประเทศ สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิจะต้องจดทะเบียนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละประเทศสำหรับประเทศไทย การอนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ สิทธิบัตรการประดิษฐ์ และอนุสิทธิบัตร จะต้องทำเป็นหนังสือและจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำหรับการอนุญาตให้ใช้สิทธิในผลงานอันมีลิขสิทธิ์ ตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ไม่ได้มีการกำหนดว่าการอนุญาตให้ใช้สิทธิจะต้องทำเป็นหนังสือและจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ อย่างไรก็ตาม กรณีมีการโต้แย้งสิทธิในเรื่องดังกล่าว จะต้องมีหลักฐานการอนุญาตให้ใช้สิทธิดังกล่าวเป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้น เพื่อป้องกันปัญหากรณีมีข้อพิพาทเรื่อง

การอนุญาตให้ใช้สิทธิ เจ้าของลิขสิทธิ์จึงควรทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นลายลักษณ์อักษร

- เงื่อนไขการอนุญาตให้ใช้สิทธิและค่าตอบแทนการใช้สิทธิเป็นสาระสำคัญของสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ<sup>2</sup> เงื่อนไขการอนุญาตให้ใช้สิทธิจะกำหนดถึงสิทธิการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาและข้อจำกัดต่าง ๆ ที่อาจมีผลบังคับแก่คู่สัญญา เงื่อนไขเกี่ยวกับค่าตอบแทนการใช้สิทธิจะกำหนดค่าตอบแทนที่ผู้อนุญาตจะได้รับจากการอนุญาตให้ใช้สิทธินั้น
- การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาไม่สามารถให้ได้เกินกว่าอายุของทรัพย์สินทางปัญญาที่ใช้สิทธินั้น<sup>3</sup>
- หากสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิฉบับเดียวครอบคลุมหลายประเทศ จะต้องมีการกำหนดรายละเอียดการอนุญาตให้ใช้สิทธิแยกเป็นรายประเทศ หรือในกรณีที่จำเป็น อาจต้องจัดทำสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิแยกเป็นรายประเทศ จะเห็นได้ชัดว่าการอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมดในประเทศใด ๆ จะดำเนินการได้ต่อเมื่อทรัพย์สินทางปัญญานั้น ๆ ได้รับการจดทะเบียนแล้วในประเทศที่จะมีการอนุญาตให้ใช้สิทธิ
- ในกรณีการอนุญาตให้ใช้สิทธิในเครื่องหมายการค้า ผู้อนุญาตจะต้องกำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนในการควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าที่ได้รับอนุญาตและแนวทางในการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวเพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าการนำเครื่องหมายการค้าไปใช้จะตรงกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้เครื่องหมายการค้า
- ในกรณีที่ผู้รับอนุญาตต้องการให้บุคคลที่สามเข้าถึงสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อนุญาต ผู้รับอนุญาตจะต้องได้รับสิทธิในการให้ช่วงสิทธิในสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ โดยกำหนดให้ผู้รับอนุญาตกลายเป็นผู้อนุญาตของผู้รับอนุญาตช่วง

มีข้อสังเกตว่าภาระผูกพันบางอย่างของคู่สัญญาจะคงมีผลบังคับใช้ต่อไปแม้ว่าจะมีการเลิกสัญญาแล้ว สิทธิที่คงอยู่ภายหลังการเลิกสัญญาดังกล่าวจะแตกต่างกันไปตามสาระสำคัญและเนื้อหาของสัญญา อย่างไรก็ตาม สัญญาที่ร่างมาอย่างดีจะมีบทบัญญัติที่กำหนดให้ผู้อนุญาตที่เก็บค่าตอบแทนการใช้สิทธิครบถ้วนแล้ว อนุญาตให้

ผู้รับอนุญาตขายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการอนุญาตให้ใช้สิทธิที่อยู่ในสินค้าคงเหลือ รวมถึงการรักษาความลับซึ่งกันและกัน และภาระผูกพันในการไม่เปิดเผยข้อมูล และการให้สิทธิในการตรวจสอบอย่างจำกัดภายหลังเลิกสัญญา เป็นต้น ในกรณีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิทธิที่เป็นเจ้าของร่วมกัน ความสามารถในการอนุญาตให้ใช้สิทธิอาจขึ้นอยู่กับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาในแต่ละประเทศ และข้อตกลงระหว่างคู่สัญญาทั้งสองฝ่าย สำหรับประเทศไทย การอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่มีเจ้าของสิทธิมากกว่าหนึ่งคน จะต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของร่วมทุกคน ดังนั้น ควรใช้ความระมัดระวังในการประเมินว่าผู้อนุญาตรายเดียวมีสิทธิในการอนุญาตให้ใช้สิทธิแก่ผู้อื่นเพียงฝ่ายเดียวหรือไม่ ซึ่งในหลายกรณีเจ้าของร่วมต้องแจ้งหรือได้รับอนุญาตจากเจ้าของร่วมอื่นด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิกับคู่แข่งของเจ้าของร่วมรายอื่น มักปรากฏว่าจะถูกจำกัดไว้ในสัญญา

#### การอนุญาตให้ใช้สิทธิในผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ของ Food Story<sup>4</sup>



ที่มา: บริษัท ลิฟวิ้ง โมบาย จำกัด (<https://www.foodstory.co/>)

บริษัท ลิฟวิ้ง โมบาย จำกัด เป็นสตาร์ทอัพผู้พัฒนาระบบช่วยจัดการร้านค้า (Point of sale system : POS) ในชื่อว่า Food Story ซึ่งครบวงจรสำหรับร้านอาหารหลากหลายรูปแบบ อาทิ ร้านอาหารทั่วไป ร้านบุฟเฟต์ ร้านกาแฟ และฟู้ดทรัค เป็นต้น โดยสามารถเริ่มต้นด้วย iPad เพียงเครื่องเดียว ซึ่งครอบคลุมทั้งการจัดการหน้าร้านเพื่อรองรับลูกค้า และลูกค้าที่สั่งอาหารผ่านทางผู้ให้บริการจัดส่งสินค้า<sup>5</sup>

นวัตกรรมของ Food Story เป็นสิ่งที่ช่วยทำให้การจัดการร้านอาหารที่มีรายละเอียดปลีกย่อยจำนวนมาก กลายเป็นเรื่องที่ยั่งยืน เนื่องจาก Food Story เล็งเห็นว่าระบบจัดการร้านอาหารทั่วไปนั้นจะมีราคาที่สูงเกินไป หรือว่าในร้านอาหารทั่วไปมักจะใช้ระบบการคิดเงินแบบเก่า คือ การใช้เครื่องคิดเงินแบบตั้งโต๊ะ ซึ่งต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้คีย์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลภายในร้าน

ส่วนการตรวจสอบจำนวนสินค้าคงเหลือจะต้องทำผ่านพนักงานทั้งหมด ทำให้เกิดความยุ่งยากและสามารถเกิดความผิดพลาดขึ้นได้ง่าย

บริษัท ลิฟวิ้ง โมบาย จำกัด เล็งเห็นถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในร้านอาหาร จึงต้องการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการร้านอาหารดังกล่าว จึงคิดค้นระบบจัดการร้านอาหารขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ให้แก่ร้านค้า ไม่ว่าจะเป็นการช่วยประหยัดพื้นที่ในร้านอาหาร จากเครื่องคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ ถูกย่อส่วนลงเป็น iPad เพียงเครื่องเดียวก็สามารถจัดการทุกอย่างภายในร้านได้ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ ภายในร้านได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านแอปพลิเคชัน เช่น รายรับ-รายจ่าย เวลาเข้า-ออกพนักงาน จำนวนสินค้าหรือวัตถุดิบคงเหลือ นอกจากนี้ ในแอปพลิเคชันของ Food Story ยังสามารถจัดการรายละเอียดต่าง ๆ ภายในร้านได้ ผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันเดียว เช่น การจัดการโต๊ะภายในร้าน การจัดทำเมนูอาหาร การจองคิว การสร้างรายการส่งเสริมการขายและส่งไปยังลูกค้าเพื่อจูงใจให้เข้ารับบริการ เป็นต้น<sup>6</sup>

หากร้านค้ามีรายการส่งเสริมการขายก็สามารถเผยแพร่รายการส่งเสริมการขายดังกล่าวไปสู่ลูกค้าได้ทันที ผ่านการใช้งานแอปพลิเคชันดังกล่าว

ด้วยแนวคิดและนวัตกรรมที่ครบเครื่องทำให้ Food Story ได้รับรางวัลโดดเด่นด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์จากการประกวดโครงการ SME Thailand Inno Awards 2017 และปัจจุบัน Food Story ได้มีการอนุญาตให้ใช้สิทธิในผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ดังกล่าว โดยมีร้านอาหารที่ใช้ระบบ Food Story กว่า 400 ร้าน โดยร้อยละ 30 เป็นร้านอาหารที่เคยใช้ระบบการจัดการภายในร้านแบบเดิม ๆ และเปลี่ยนมาใช้ Food Story ส่วนอีกร้อยละ 70 เป็นร้านอาหารใหม่ ๆ ที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการจัดการร้านอาหาร

เมื่อการอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นโมเดลธุรกิจหลักของกลุ่มสตาร์ทอัพ และมีแหล่งรายได้หลักจากการอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้สิทธิ บริษัทอาจไม่ขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ แต่ให้การเข้าถึงเทคโนโลยีผ่านสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิตัวอย่างที่มีโมเดลธุรกิจที่การอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นธุรกิจหลัก ได้แก่ Bluetooth หรือ Dolby โดย Dolby เป็นธุรกิจที่ให้สิทธิการใช้เทคโนโลยีของตนไปยังผู้ผลิตอุปกรณ์ดั้งเดิม (Original Equipment Manufacturers : OEM) ซึ่งรับผลิตสินค้าให้กับลูกค้าเพื่อนำไปติดแบรนด์ที่มีอยู่แล้วของลูกค้า

สำหรับนำไปประกอบในสินค้าเพื่อความบันเทิงสำหรับผู้บริโภค

เช่นเดียวกับกลุ่มสตาร์ทอัพที่สร้างรายได้จากลิขสิทธิ์ ซึ่งมักจะเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิในซอฟต์แวร์กับบุคคลที่สาม ขึ้นอยู่กับโมเดลธุรกิจ ประเภททรัพย์สินทางปัญญา และหมวดธุรกิจของตน กลุ่มสตาร์ทอัพที่มีการอนุญาตให้ใช้สิทธิเป็นธุรกิจหลัก ไม่ว่าจะมียอดจำหน่ายสูง (อนุญาตให้ใช้สิทธิที่มีมูลค่าค่อนข้างต่ำหลายรายต่อวัน) หรือมียอดจำหน่ายต่ำ (การอนุญาตให้ใช้สิทธิที่มีมูลค่าสูงหนึ่งครั้งต่อปี) และขึ้นอยู่กับโครงสร้างธุรกิจของตน ควรจะกำหนดขั้นตอนก่อนการอนุญาตให้ใช้สิทธิที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาธุรกิจ การเจรจา และการจัดการกระแสเงินสด ตลอดจนมีกลยุทธ์การอนุญาตให้ใช้สิทธิและสัญญามาตรฐานที่เหมาะสม

### บริษัท ไตรเด็นท์ อินเทลลิเจนซ์ เซอร์วิส จำกัด ประเทศไทย



ที่มา: Trident Intelligence Service Co., Ltd.  
(<https://tridentintel.net/>)

**ผู้ก่อตั้ง**  
คุณธนา วงษ์ตัน

**ทรัพย์สินทางปัญญาหลัก**  
ลิขสิทธิ์

### ผลิตภัณฑ์

บริษัท ไตรเด็นท์ อินเทลลิเจนซ์ เซอร์วิส จำกัด หรือ (Trident Intelligence Service Co., Ltd. : TIS) เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Building Information Modeling (BIM) ซึ่งเป็นตัวช่วยสำหรับการออกแบบการก่อสร้าง ซึ่งช่วยให้วางแผนงานและบริหารต้นทุนค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ<sup>7</sup> โดยลักษณะการทำงานของ BIM จะแสดงผลในรูปแบบ 3D Model ที่ครอบคลุมงานโครงสร้าง

งานสถาปัตยกรรม และงานระบบ พร้อมทั้งการประเมินราคาและเอกสารต่าง ๆ ที่จำเป็นในงานก่อสร้าง เป็นระบบที่มีส่วนช่วยเป็นเครื่องมือการสื่อสารระหว่างเจ้าของโครงการ ผู้รับเหมา และผู้ควบคุมงาน ที่ทำให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

เบื้องหลังการพัฒนา BIM ของคุณธนา วงษ์ตัน ผู้บุกเบิกแพลตฟอร์ม BIM คือการเข้าใจและรับรู้ถึงปัญหาในวงการออกแบบและรับเหมาก่อสร้างที่ต้องพบในการควบคุมงานออกแบบและก่อสร้างซึ่งหลายปัจจัย เช่น การวางระบบภายในเมื่อก่อสร้างโครงสร้างเสร็จแล้วแต่ไม่สามารถวางระบบภายในได้ จากปัญหาของตัวแบบ 2 มิติที่มองไม่เห็นความขัดแย้งของงานระบบ การคำนวณวัสดุเกินหรือขาด การสื่อสารกับเจ้าของโครงการ ผู้รับเหมา และผู้ควบคุมงานที่มีความเข้าใจที่หลากหลาย ฯลฯ ซึ่งการวางแผนงานก่อสร้างที่ขาดระบบรวมศูนย์การทำงานที่เห็นภาพชัดเจนแม่นยำ เป็นต้นเหตุสำคัญที่ทำให้การออกแบบและการก่อสร้างเกิดค่าใช้จ่ายที่เปล่าประโยชน์และมีค่าใช้จ่ายที่บ้านปลาย ด้วยเหตุดังกล่าวคุณธนา จึงได้คิดค้นและพัฒนาซอฟต์แวร์บริหารงานก่อสร้างแพลตฟอร์ม BIM ขึ้นมารองรับ โดยจุดเด่นสามารถออกแบบงานก่อสร้างทั้งภายในและภายนอกได้ล่วงหน้าครบถ้วนชัดเจนให้เห็นภาพบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ผ่านระบบ 3 มิติ เช่น งานโครงสร้าง งานโยธา งานสถาปัตยกรรม งานไฟฟ้า งานสุขาภิบาล ฯลฯ จึงสามารถคำนวณค่าใช้จ่าย อุปกรณ์ที่ต้องใช้ ตลอดจนระยะเวลาการก่อสร้างล่วงหน้าได้อย่างแม่นยำ ทำให้ง่ายต่อการทำงานก่อสร้าง ลดปัญหาและความผิดพลาดจากหน้างาน

### ทรัพย์สินทางปัญญา ผลิตภัณฑ์ และการออกแบบธุรกิจ

TIS ให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญาเป็นอย่างมาก จึงได้นำซอฟต์แวร์ดังกล่าวไปจดแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์เพื่อใช้เป็นหลักฐานความเป็นเจ้าของผลงาน

แม้ว่านวัตกรรมดังกล่าวยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย แต่ก็ทำให้ TIS ซึ่งเป็นผู้พัฒนาระบบดังกล่าวสามารถใช้จุดแข็งนี้ในการทำการตลาดเบื้องต้นได้ โดย TIS เน้นเข้าไปเสนองานแก่กลุ่มอาจารย์ในภาควิชาวิศวกรรมและสถาปนิกซึ่งมีหน้าที่ต้องค้นหาผู้รับจ้างออกแบบอาคารสถานที่ ซึ่งบรรดาอาจารย์เหล่านี้จะมีพื้นฐานความรู้เรื่องงานออกแบบ ก่อสร้าง และปัญหาที่พบเจอในงานดังกล่าวอยู่แล้ว และเมื่อรู้ว่าในประเทศไทยมีผู้พัฒนาระบบ BIM ที่ช่วยอำนวยความสะดวกและลดปัญหาในงานออกแบบและก่อสร้างจึงเกิดความสนใจ รวมถึงช่วยไปบอกต่อ ทำให้ TIS ได้รับงานออกแบบอาคารสถานที่



ของหน่วยงานราชการ และสถานศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่  
หลายแห่ง

ทั้งนี้ แพลตฟอร์ม BIM ได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา  
หลายปี ซึ่งกระบวนการพัฒนาจำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูงมาก  
ทางหน่วยงานภาครัฐซึ่งเห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรม  
ที่จะก่อประโยชน์ในแง่การออกแบบจึงได้เข้ามาสนับสนุน  
และช่วยให้เข้าถึงแหล่งทุนโครงการสินเชื่อ SMEs ONE  
ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
(สสว.) ผ่านธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) หรือ SME D Bank  
ที่ช่วยให้ได้รับเงินทุนอัตราดอกเบี้ยต่ำมาใช้เป็นทุนหมุนเวียน  
ในการทำงาน

นอกจากนี้ เพื่อสร้างมาตรฐาน TIS มีแผนการจะนำ  
แพลตฟอร์ม BIM เข้าสู่ ISO29110 ซึ่งเป็นมาตรฐาน  
รับรองคุณภาพการบริหารงานหรือผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์  
เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการรวมถึงพัฒนา  
ให้เป็นแพลตฟอร์มกลางที่เปิดโอกาสให้บุคลากรในวงการ  
ออกแบบและก่อสร้างได้แก่กลุ่มนักออกแบบ สถาปนิก  
ผู้รับเหมาก่อสร้าง และเจ้าของอาคารเข้ามาใช้งานได้ด้วย  
การสมัครสมาชิก ซึ่งจะช่วยให้แพลตฟอร์ม BIM  
เกิดการใช้งานอย่างแพร่หลายต่อไป<sup>9</sup>

กลุ่มสตาร์ทอัพอาจต้องการได้มาและเข้าถึงทรัพย์สิน  
ทางปัญญาที่จำเป็นสำหรับธุรกิจเช่นกัน โปรดพิจารณา  
สถานการณ์ตัวอย่างต่อไปนี้

- มหาวิทยาลัยเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา  
แต่ได้แยกส่วนออกมาตั้งกลุ่มสตาร์ทอัพเพื่อพัฒนา  
และทำการตลาดในทรัพย์สินทางปัญญา ตามหลักการแล้ว  
กลุ่มสตาร์ทอัพเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา  
แต่มหาวิทยาลัยอาจไม่สมัครใจหรือไม่สามารถ  
โอนสิทธิให้ได้ ดังนั้นกลุ่มสตาร์ทอัพจึงต้องใช้สิทธิ  
ในทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบผู้ได้รับอนุญาต  
ให้ใช้สิทธิ
- สร้างความอิสระในการดำเนินการ (Freedom To  
Operate : FTO)<sup>9</sup> ในสถานการณ์นี้ กลุ่มสตาร์ทอัพ  
จำเป็นต้องเข้าถึงทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลที่สาม  
เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างเป็นธุรกิจ การสร้าง  
ความอิสระในการดำเนินการที่ดีที่สุดน่าจะเป็น  
การได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ เมื่อได้การอนุญาต  
ให้ใช้สิทธิแล้วควรจะต้องระมัดระวังเพื่อพิจารณา  
ต่อไปว่าอะไรคือสิ่งที่บริษัทต้องการเมื่อบริษัทเติบโตขึ้น

หรือเมื่อบริษัทอาจถูกขายให้กับกิจการอื่น ถ้าปัจจัย  
ที่ไม่แน่นอนดังกล่าวไม่ได้รับการพิจารณาล่วงหน้า  
กลุ่มสตาร์ทอัพอาจต้องกลับมาเจรจาแก้ไขเงื่อนไขของ  
การอนุญาตให้ใช้สิทธิใหม่ซึ่งอาจมีราคาแพงหรือ  
อาจเป็นไปได้

## การโอนสิทธิ

การโอนสิทธิคือการขายสิทธิ์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา  
ผู้โอนจะโอนความเป็นเจ้าของในทรัพย์สินให้แก่ผู้รับโอน  
โดยปกติการโอนสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาจะมีค่าตอบแทน  
แต่ไม่ใช่ในทุกกรณีที่การโอนสิทธิจะได้รับค่าตอบแทน  
(การโอนโดยข้อตกลงต่างตอบแทนแต่เพียงในนาม อาจมีได้  
หากไม่ขัดต่อทบทบัญญัติแห่งกฎหมาย) เมื่อการโอนสมบูรณ์  
ผู้รับโอนมีสิทธิเต็มที่ในทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับโอน  
ขั้นตอนการโอนมีความแตกต่างกันตามกฎระเบียบ  
ในแต่ละประเทศ และอาจจำเป็นต้องจดทะเบียน  
กับสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้อง จึงจะสามารถ  
บังคับใช้กับบุคคลที่สามได้ หากเป็นการโอนสิทธิในทรัพย์สิน  
ทางปัญญาที่ได้จดทะเบียนไว้ในหลายประเทศ คู่สัญญา  
จำต้องคำนึงถึงลักษณะของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา  
ที่ยึดโยงกับกฎหมายภายในของแต่ละประเทศ การโอน  
ทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวจึงต้องปฏิบัติตามกฎหมาย  
ทรัพย์สินทางปัญญาที่บังคับใช้ในแต่ละประเทศด้วย  
สำหรับประเทศไทย การโอนสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา  
ประเภทเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์  
สิทธิบัตรการประดิษฐ์ และอนุสิทธิบัตร จะต้องทำเป็นหนังสือ  
และจดทะเบียนต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ กรมทรัพย์สิน  
ทางปัญญา และสำหรับการโอนสิทธิในผลงานอันมีลิขสิทธิ์  
ตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537  
และที่แก้ไขเพิ่มเติม กำหนดว่าการโอนสิทธิซึ่งไม่ใช่  
การตกทอดทางมรดกนั้น จะต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อ  
ผู้โอนและผู้รับโอน นอกจากนี้ ควรสังเกตว่าวิธีการ  
แบบผสมผสานของการโอนสิทธิและการอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
ก็อาจเป็นไปได้ ตัวอย่างเช่น เทคโนโลยีที่อยู่ภายใต้สิทธิบัตร  
สองฉบับในสองประเทศ กลุ่มสตาร์ทอัพอาจได้รับสิทธิบัตร  
ในประเทศ A ผ่านการโอนสิทธิ และใช้ประโยชน์  
จากสิทธิบัตรในประเทศ B ผ่านสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ

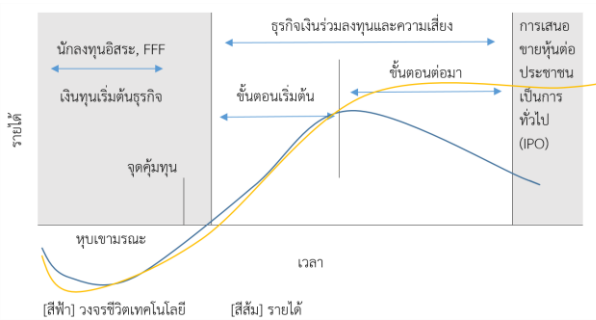
## การหาแหล่งเงินทุน

จนกว่ากลุ่มสตาร์ทอัพจะสามารถสร้างรายได้ให้เพียงพอ  
ต่อการดำเนินงานต่อไปได้ กลุ่มสตาร์ทอัพมีความจำเป็นต้อง  
ใช้เงินทุน บริษัทที่จัดตั้งขึ้นใหม่ใด ๆ มีความจำเป็นต้อง  
ใช้จ่ายเงินก่อนที่จะสามารถหาเงินได้ หรือเป็นที่รู้จักกัน

ในชื่อว่า “หุบเขามรณะ” ที่กลุ่มสตาร์ทอัพจะต้องข้ามผ่านไปได้ เพราะกลุ่มสตาร์ทอัพไม่น่าที่จะสร้างรายได้เพียงพอในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ จึงต้องมีเงินทุนเพียงพอให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจนกว่าจะสามารถดูแลตนเองได้ในบางกรณี ผู้ก่อตั้งบริษัทเป็นผู้จัดหาเงินทุนสำหรับสตาร์ทอัพของตน

อย่างไรก็ตาม ส่วนใหญ่มีความต้องการเงินทุน บ่อยครั้งต้องการเงินทุนเป็นจำนวนมาก กลุ่มสตาร์ทอัพจำนวนมากหันไปหาแหล่งเงินทุนที่หลากหลาย ในช่วงเวลาเริ่มต้นหรือช่วงเวลาเติบโต ในกรณีนี้ ผู้ให้ทุนมักจะต้องการหลักประกันเพื่อความมั่นใจว่ากลุ่มสตาร์ทอัพจะสามารถดำเนินการได้ตามความเหมาะสมในการตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา (survey the IP landscape) และดำเนินการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของตน แหล่งเงินทุนบางส่วนอาจสรุปได้ดังจะกล่าวต่อไป และระยะเวลาของการจัดหาเงินทุนได้แสดงไว้ในรูปภาพที่ 6

ภาพที่ 6 ช่วงเวลาของการจัดหาเงินทุน



กราฟทั่วไปของแหล่งเงินทุนนี้สะท้อนถึงระบบนิเวศที่มีประวัติการลงทุนยาวนานในกลุ่มสตาร์ทอัพในทางปฏิบัติ แผนที่การระดมทุนจะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ

มีข้อสังเกตว่าเงินทุนก่อนมีรายได้ (ขณะข้ามหุบเขามรณะ) มักจะมาจากเพื่อน ครอบครัว และผู้เชื่อในการลงทุน (Friends, Family and Fools : FFF) นักลงทุนอิสระ และอาจได้รับทุนจากรัฐบาล

ผู้ให้เงินทุนประเภทธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital : VC) ส่วนใหญ่ชอบที่จะลงทุนในบริษัทที่มีกระแสเงินสดเป็นบวกอยู่แล้ว (มีรายได้มากกว่ารายจ่าย) กองทุน VC ที่มีนโยบายลงทุนในระยะเริ่มแรกซึ่งจะพบมากในด้านเทคโนโลยีขั้นสูง มักลงทุนในช่วงระยะก่อนมีรายได้

โดยปกติแล้วกลุ่มสตาร์ทอัพจะผ่านขั้นตอนการระดมทุนหลาย ๆ ชั้น ตั้งแต่ต้นกลางทุนอิสระไปจนถึง VC ในแต่ละชั้นตอน จำนวนเงินที่ลงทุนจะสูงขึ้นกว่าเดิมอย่างมาก

ควรสังเกตว่าในระยะแรกเส้นรายได้ (สีส้ม) มีแนวโน้มตามเส้นโค้งวงจรชีวิตเทคโนโลยี (สีน้ำเงิน) บทเรียนพื้นฐานสอนให้รู้ว่า ถ้ากลุ่มสตาร์ทอัพไม่คิดค้นนวัตกรรมต่อไป แต่ใช้เพียงเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นเองเดิมโดยลำพัง รายได้จะมีแนวโน้มที่ลดลงในขณะที่เทคโนโลยีนั้นมีอายุมากขึ้น

### เงินทุนจากรัฐบาล

เทคโนโลยีที่จัดอยู่ในระดับ TRL4 หรือต่ำกว่านี้มักจะไม่ได้รับเงินทุนจากนักลงทุนแบบดั้งเดิม เพราะมีความเสี่ยงด้านเทคโนโลยีและความเสี่ยงทางธุรกิจอย่างมาก นอกจากนี้ อาจยังไม่มีนิติบุคคลที่สามารถเป็นผู้รับเงินทุนได้ เทคโนโลยีมีแนวโน้มที่จะอยู่ในการพัฒนา มักจะอยู่ในสถาบันขนาดใหญ่ เช่น เป็นมหาวิทยาลัย ณ จุดนี้เงินทุนที่จำเป็นในการยกระดับ TRL มักจะมาจากงบประมาณการวิจัยของมหาวิทยาลัยหรือจากรัฐบาล

มีข้อยกเว้นสำหรับกฎทั่วไปนี้ รัฐบาลบางแห่งได้จัดตั้งกลไกการให้ทุนขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการซึ่งให้ทุนหรือเงินกู้ระยะยาวเพื่อให้กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถพัฒนาและตรวจสอบเทคโนโลยีหรือโมเดลธุรกิจของตนได้อย่างอิสระ ไม่ค่อยจะพบมากนักที่จะมีนักลงทุนอิสระที่ยินดีให้เงินทุนจำนวนเล็กน้อยในช่วงการตรวจสอบและระยะการวิจัยและพัฒนา

ทุนวิจัยอย่างเป็นทางการมีแนวโน้มที่จะกำหนดเงื่อนไขความเป็นเจ้าของและการใช้งานในทรัพย์สินทางปัญญาที่ให้ทุนสร้างขึ้น (“ทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างการวิจัย”) ส่งผลให้หน่วยงานของรัฐหรือมหาวิทยาลัยที่ดำเนินการวิจัยอาจมีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างการวิจัยซึ่งอาจลดความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาได้อย่างอิสระในกลุ่มสตาร์ทอัพ ในกรณีที่มีการใช้ทรัพยากรของมหาวิทยาลัย (ห้องปฏิบัติการ วัสดุ ทรัพยากรมนุษย์) หรือในกรณีที่ผู้ประกอบการได้ทำข้อตกลงการจ้างงานกับมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหรือบุคคลที่ให้ทุนวิจัยอาจอ้างสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้นทั้งหมดหรือบางส่วนขึ้นอยู่กับบัญญัติของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยและผู้ประกอบการ<sup>10</sup>



กลุ่มสตาร์ทอัพที่ เป็นผู้สร้างสรรคจึงควรทำการตรวจสอบกฎหมายและรายละเอียดในข้อตกลงดังกล่าวด้วยความระมัดระวัง

การให้เงินทุนกับโครงการความร่วมมือ กิจการร่วม และโครงการวิจัยระหว่างประเทศ อาจมีเงื่อนไขที่จำกัดการใช้และการจัดสรรที่ทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างการวิจัยในลักษณะเดียวกัน นอกจากนี้ โครงการอาจกำหนดให้ผู้ร่วมโครงการมอบสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของตัวเอง (“ทรัพย์สินทางปัญญาพื้นฐาน”) ให้ผู้ร่วมโครงการอื่นใช้ได้ด้วย ดังนั้น หากโมเดลธุรกิจของกลุ่มสตาร์ทอัพต้องการแสวงหาประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้นระหว่างการวิจัยซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทรัพย์สินทางปัญญาพื้นฐานของบุคคลที่สาม ผู้ประกอบการอาจจะต้องพิจารณาถึงประเด็นความอิสระในการดำเนินการ (Freedom To Operate : FTO) ด้วย

กลุ่มสตาร์ทอัพยังสามารถได้รับประโยชน์จากมาตรการอื่นของรัฐบาลที่ออกมาเพื่อสนับสนุนนวัตกรรม ตัวอย่างเช่น มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยีนวัตกรรมโดยอนุญาตให้บริษัทที่ผ่านการตรวจสอบและรับรองจาก คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สามารถหักต้นทุนการวิจัยและพัฒนาที่เป็นรายจ่ายเพื่อการวิจัยให้แก่หน่วยงานของรัฐหรือเอกชนที่กำหนด ในแบบแสดงรายการภาษีซึ่งช่วยลดต้นทุนของของบริษัทได้ หรือ มาตรการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ที่ร่วมมือกับบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมที่มีการอนุมัติโครงการค้าประกันผู้ประกอบการเพื่อช่วยเหลือกลุ่มสตาร์ทอัพด้านดิจิทัล และกลุ่มผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นต้น

#### เงินทุนจากเพื่อน ครอบครัว และผู้เชื่อในการลงทุน (FFF)

ในขั้นตอนใด ๆ กลุ่มสตาร์ทอัพอาจเข้าถึงเงินทุนที่ไม่ได้มาจากสถาบัน เช่น จากเพื่อนหรือครอบครัว โดยทั่วไปแล้วกองทุนดังกล่าวจะเป็นเงินกู้ยืมซึ่งมักจะมีความเสี่ยงสูงและไม่ได้มาพร้อมกับข้อตกลงอย่างเป็นทางการ ทั้งยังอาจไม่ปรากฏในบัญชีของกลุ่มสตาร์ทอัพ หากกลุ่มสตาร์ทอัพรับเงินทุน FFF กลุ่มสตาร์ทอัพควรใส่ใจบันทึกรายการบัญชีเงินทุนนี้เพื่อหลีกเลี่ยงความรับผิดชอบทางกฎหมายหรือภาษีที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

ในขณะที่ในช่วงของการเปิดตัวและระยะเริ่มต้นของกลุ่มสตาร์ทอัพมักจะเป็นการใช้เงินทุนของตนเอง ความเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาอาจกลายเป็นปัญหามากขึ้นหากมีผู้ร่วมก่อตั้งมากกว่าหนึ่งคน ในกรณีนี้ ผู้เป็นหุ้นส่วนควรพิจารณาประเด็นการจัดสรรทรัพย์สินทางปัญญาโดยเร็วที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ โดยปกติจะทำผ่านข้อตกลงหรือสัญญาระหว่างผู้ถือหุ้น (Shareholder Agreement : SHA) ตัวอย่างเช่น ผู้ร่วมก่อตั้งคนหนึ่งอาจให้เงินสนับสนุนกลุ่มสตาร์ทอัพ ในขณะที่อีกคนหนึ่งลงทุนด้วยการมอบทรัพย์สินทางปัญญาหรือความรู้ทางเทคนิคที่ใช้ในการสร้างทรัพย์สินทางปัญญาใหม่ ในทางปฏิบัติที่ถูกต้องควรมีการโอนสิทธิทั้งหมดในทรัพย์สินทางปัญญาไปยังกลุ่มสตาร์ทอัพ และทำการยื่นคำขอรับสิทธิใหม่ทั้งหมดสำหรับความคุ้มครองในชื่อของกลุ่มสตาร์ทอัพมากกว่าในชื่อผู้ประกอบการเป็นการส่วนตัว

#### นักลงทุนอิสระ

นักลงทุนอิสระคือบุคคลที่ลงทุนด้วยเงินของตนเอง แตกต่างจากธุรกิจเงินร่วมลงทุนที่ผู้ให้เงินทุนเป็นผู้จัดการกองทุนของนักลงทุนซึ่งเป็นบุคคลที่สาม นักลงทุนอิสระมีแนวโน้มที่ลงทุนในด้านที่ตนเองมีประสบการณ์ทางวิชาชีพหรือมีความสนใจ แตกต่างจากธุรกิจเงินร่วมลงทุนที่มักจะลงทุนเป็นเงินจำนวนน้อย แต่มักจะดำเนินการตั้งแต่ในระยะเริ่มแรก นอกจากจะให้เงินทุน นักลงทุนอิสระที่ดีจะแบ่งปันประสบการณ์และให้การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกิจของกลุ่มสตาร์ทอัพ และต่อมาช่วยเหลือในการระดมทุนและการบริหารจัดการของกลุ่มสตาร์ทอัพ เช่นเดียวกับธุรกิจเงินร่วมลงทุน นักลงทุนอิสระมักจะได้รับหุ้นในกลุ่มสตาร์ทอัพเพื่อแลกกับการลงทุน นักลงทุนอิสระจึงเข้ามามีผลประโยชน์ในความเป็นเจ้าของในบริษัทที่ได้ให้การสนับสนุน โดยไม่จำเป็นต้องมีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทหรือทรัพย์สินทางปัญญาที่บริษัทสร้างขึ้น น้อยครั้งที่นักลงทุนอิสระจะขอผลประโยชน์ความเป็นเจ้าของในทรัพย์สินทางปัญญาหลัก และหากมีการร้องขอดังกล่าว ผู้ประกอบการควรตอบสนองอย่างระมัดระวัง ในทางตรงกันข้ามนักลงทุนมักขอให้กลุ่มสตาร์ทอัพโอนสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องให้กับบริษัทใหม่ ตัวอย่างเช่น เมื่อสิทธิดังกล่าวเป็นของหน่วยงานที่แยกต่างหากจากกัน เช่น มหาวิทยาลัย หรือ เป็นของตัวบุคคล เช่น ผู้ประกอบการ

## กองทุนธุรกิจเงินร่วมลงทุนและเงินลงทุนที่มีความเสี่ยง (Venture and risk capital funds)

กองทุนธุรกิจเงินร่วมลงทุน (VC) มีความเป็นสถาบันมากกว่านักลงทุนอิสระ ซึ่งมักจะจัดการกองทุนที่รวบรวมเงินลงทุนจากนักลงทุนรายอื่นซึ่งเป็นผู้มีความมั่งคั่งสูงหรือกองทุนที่ลงทุนในกองทุน (funds of funds) กล่าวโดยรวม นักลงทุนในกองทุน VC เรียกว่า “ผู้ถือหุ้นแบบจำกัด” (Limited Partners : LPs) VC ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญด้านการลงทุนและมีแนวโน้มจะลงทุนในบางช่วงของธุรกิจ จำนวนเงินลงทุน (เรียกว่า “ticket size”) จะแตกต่างกันไปในแต่ละ VC เนื่องจาก VC เป็นสถาบันและมีหน้าที่ในฐานะได้รับความไว้วางใจต่อ LPs ดังนั้น ขั้นตอนการตรวจสอบธุรกิจ และการตัดสินใจลงทุนของกองทุน VC จะใช้เวลานานกว่าของนักลงทุนอิสระ

ในการเข้าหากองทุน VC ผู้ประกอบการควรดำเนินการเพื่อแสดงให้เห็นจุดสนใจของกลุ่มสตาร์ทอัพและจำนวนเงินลงทุนที่ต้องการอยู่ในเกณฑ์การลงทุนของกองทุน ตัวอย่างเช่น สตาร์ทอัพที่ทำธุรกิจแอปพลิเคชันโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่กำลังมองหาเงินทุนจำนวน 500,000 เหรียญสหรัฐ ไม่น่าจะได้รับการลงทุนจากกองทุน VC ที่ลงทุนในสาขาชีววิทยาศาสตร์ (Life science) ที่ไม่เคยลงทุนน้อยกว่า 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เห็นได้ชัดว่าผู้ประกอบการต้องมองหาเงินทุนเริ่มต้น หากโครงการของตนยังไม่สามารถสร้างรายได้ แต่กลุ่มสตาร์ทอัพที่มีกระแสเงินสดที่เป็นบวกอาจต้องการเพิ่มเงินลงทุน (ซึ่งหมายถึงการขายหุ้นของบริษัท) เพื่อเร่งการเติบโต การเข้าสู่ตลาดใหม่ หรือนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกสู่ตลาด เป็นต้น หลักเหตุผลคือเพื่อเพิ่มมูลค่าของบริษัทใหม่ โดยปกติแล้วหุ้นของผู้ก่อตั้งจะลดลงอย่างมาก เมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพเริ่มก้าวเข้าสู่รอบการจัดการจัดหาเงินทุน หลักสันนิษฐานมีอยู่ว่าเมื่อมูลค่าของบริษัทเพิ่มขึ้น มูลค่าหุ้นแต่ละหุ้นในบริษัทจะเพิ่มขึ้นเช่นกัน หากบริษัทมีผลประกอบการที่ดีและมูลค่าโดยรวมเพิ่มขึ้น แม้เปอร์เซ็นต์ของส่วนของผู้ถือหุ้นจะน้อยลง แต่ก็จะมีมูลค่ามากขึ้น

ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการถือหุ้น 80% ในกลุ่มสตาร์ทอัพที่มีมูลค่า 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มูลค่าของส่วนของผู้ถือหุ้นในกรณีนี้คือ 800,000 เหรียญสหรัฐ หลังจากการเข้าสู่รอบการหาเงินทุนไปหลายรอบ มูลค่าของกลุ่มสตาร์ทอัพเพิ่มขึ้นถึง 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่ผู้ประกอบการมีสัดส่วนในของส่วนของผู้ถือหุ้นตอนนี้

อยู่ที่ 10% แต่มูลค่าหุ้นของผู้ประกอบการรายนี้เพิ่มขึ้นเป็น 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

## การเพิ่มมูลค่าให้กับกลุ่มสตาร์ทอัพ

ตามที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสินทรัพย์ และสามารถสร้างมูลค่าได้ โดยมูลค่านี้อาจช่วยส่งเสริมการประกอบธุรกิจด้วยสินทรัพย์นั้น และยังสร้างพื้นฐานในการเพิ่มมูลค่าของบริษัทอีกด้วย ในยุคเศรษฐกิจที่มีความรู้เป็นฐานในปัจจุบันนี้ สินทรัพย์ไม่มีตัวตนของบริษัทมีส่วนแบ่งในมูลค่าโดยรวมของบริษัทที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่สินทรัพย์ที่มีรูปร่างมีส่วนแบ่งที่ต่ำลง สิ่งที่กำลังมานั้นเป็นเรื่องจริงโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มสตาร์ทอัพซึ่งอาศัยเพียงนวัตกรรมเดียว (สินทรัพย์ไม่มีตัวตนหนึ่งเดียว) และแทบไม่มีสินทรัพย์ที่มีรูปร่าง มูลค่าของกลุ่มสตาร์ทอัพดังกล่าวส่วนใหญ่จึงเป็นมูลค่าของนวัตกรรมบวกกับความรู้อยู่กับผู้สร้างสรรค์

อย่างไรก็ตาม การประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญานั้นซับซ้อนและบ่อยครั้งเป็นเรื่องยาก<sup>11</sup> และยังท้าทายเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มสตาร์ทอัพเพราะทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวมักจะยังไม่เสร็จสมบูรณ์ โดยยังอยู่ในขั้นตอนของการวิจัยและพัฒนา หรืออยู่ในขั้นตอนการจดทะเบียน และมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาก็ยังไม่คงที่ โดยมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ภายใต้อิทธิพลของหลายปัจจัย รวมถึงการจดทะเบียนสิทธิบัตร การตรวจสอบเทคโนโลยี การแสดงความสนใจของคู่สัญญาตามสัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิที่เป็นไปได้ การรับรู้ความต้องการทางเทคโนโลยีในระดับที่จะสามารถแทนที่ด้วยเทคโนโลยีที่แตกต่าง เป็นต้น ในทำนองเดียวกัน การยกค่าขอรับสิทธิบัตร การต่อสู้ทางกฎหมายในการอ้างสิทธิเป็นเจ้าของ การปรากฏของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง แต่สามารถแข่งขันได้ หรืออุปสรรคด้านกฎระเบียบใหม่ ล้วนแล้วแต่สามารถทำให้มูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาลดลงได้

อย่างไรก็ตาม การประเมินมูลค่าควรจะต้องทำเท่าที่จะทำได้ ประการแรก สิ่งสำคัญที่ต้องระลึกอยู่เสมอคือความแตกต่างในมูลค่าที่เป็นไปได้ของทรัพย์สินทางปัญญาที่กลุ่มสตาร์ทอัพต้องการนำออกใช้ในเชิงพาณิชย์ เปรียบเทียบกับทรัพย์สินทางปัญญาที่จะอนุญาตให้ใช้สิทธิแก่องค์กรขนาดใหญ่ ในเบื้องต้น ระยะเวลาเริ่มแรกในกรณีแรกจะมีมูลค่าน้อยกว่ากรณีหลังเป็นอย่างมาก เนื่องจากความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มสตาร์ทอัพ แต่ถ้ากลุ่มสตาร์ทอัพประสบความสำเร็จในการก้าวผ่านด้านต่าง ๆ ของการพัฒนาและสามารถ

พิสูจน์โมเดลธุรกิจของตน มูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา จะเพิ่มขึ้นและอาจเข้าถึงมูลค่าทางการเงินที่สูงกว่าที่สามารถทำได้จากการอนุญาตให้ใช้สิทธิ

เมื่อคำนึงถึงสิ่งนี้ การประเมินมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญา ในระยะเริ่มต้นมีประโยชน์สำหรับวัตถุประสงค์หลายประการ รวมทั้งกรณีดังต่อไปนี้

- เพื่อคำนวณส่วนแบ่งของส่วนของผู้ถือหุ้นของหุ้นส่วนที่นำทรัพย์สินทางปัญญามาลงทุนในกลุ่มสตาร์ทอัพ (ตรงกันข้ามกับหุ้นส่วนที่ลงทุนเป็นเงิน) ตัวอย่างเช่น ค่าขอรับสิทธิบัตรมีมูลค่า 100,000 เหรียญสหรัฐและหุ้นส่วนอีกฝ่ายเต็มใจจะลงทุนจำนวนเงินเท่ากัน ในกลุ่มสตาร์ทอัพ บนพื้นฐานนี้หุ้นส่วนแต่ละคนจะเป็นเจ้าของคนละ 50% ของส่วนของผู้ถือหุ้นของกลุ่มสตาร์ทอัพโดยมีเงื่อนไขว่าข้อควรพิจารณาอื่น ๆ ไม่มีผลเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของส่วนของผู้ถือหุ้น
- เพื่อดึงดูดนักลงทุน กลุ่มสตาร์ทอัพที่ต้องการเงินทุนจะต้องมีการประเมินมูลค่าเพื่อให้นักลงทุนสามารถมั่นใจในจำนวนส่วนของผู้ถือหุ้นที่นักลงทุนดังกล่าวจะต้องจ่าย การประเมินมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาอาจเพิ่มมูลค่าของกลุ่มสตาร์ทอัพทำให้ผู้ก่อตั้งสามารถเพิ่มส่วนของผู้ถือหุ้นของตนเองในจำนวนที่เท่ากับเงินทุนที่ได้รับ ตัวอย่างเช่น ลองนึกภาพว่านักลงทุนยินดีที่จะใส่เงินจำนวน 100,000 เหรียญสหรัฐเพื่อลงทุนในกลุ่มสตาร์ทอัพในระยะเริ่มต้น ถ้ากลุ่มสตาร์ทอัพมีมูลค่าเท่ากับ 500,000 เหรียญสหรัฐ นักลงทุนจะได้รับ 20% ในสัดส่วนของผู้ถือหุ้น อย่างไรก็ตาม หากผู้ก่อตั้ง

สามารถประเมินมูลค่ากลุ่มสตาร์ทอัพเดียวกันที่ 1 ล้านเหรียญสหรัฐบนพื้นฐานของการประเมินทรัพย์สินทางปัญญา ผู้ให้ทุนจะเพิ่มการถือครองหุ้นของตนเองและนักลงทุนจะได้รับ 10 เปอร์เซ็นต์ในสัดส่วนของผู้ถือหุ้นสำหรับการลงทุนเดียวกัน

- กลุ่มสตาร์ทอัพอาจต้องการได้สิทธิการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นสินทรัพย์ของบุคคลที่สาม เช่น มหาวิทยาลัย มูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของการจัดตั้งกลุ่มสตาร์ทอัพ ในกรณีนี้กลุ่มสตาร์ทอัพอาจเจรจาสิทธิทางเลือก (ที่จะขออนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในภายหลัง) หรือแสวงหาเงินทุนจากนักลงทุน (เพื่อให้สามารถขอใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาได้) หรือเจรจาแผนการเลื่อนการจ่ายค่าตอบแทนการใช้สิทธิกับเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญา (ในกรณีนี้ค่าตอบแทนการใช้สิทธิจะเกิดขึ้นแล้วแต่เลื่อนการชำระออกไปก่อน ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะเลื่อนออกไปจนกว่าจะสามารถสร้างกระแสเงินสดเป็นบวก)
- ทรัพย์สินทางปัญญาจะต้องได้รับการประเมินมูลค่าเมื่อมีการขาย การอนุญาตให้ใช้สิทธิ การใช้เป็นหลักประกันเงินกู้ หรือการใช้ในการขอรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีในสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาเชิงพาณิชย์ (ในประเทศที่มีนโยบายการคลังที่เป็นประโยชน์) บริษัทอาจประเมินมูลค่าของพอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมด และบันทึกมูลค่าเป็นสินทรัพย์ในบัญชี เพื่อประโยชน์ในการคำนวณมูลค่าของบริษัท

### ตารางที่ 1 จุดที่ต้องทำการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา<sup>12</sup>

การจัดหมวดหมู่	จุดที่ต้องทำการประเมิน
ธุรกรรม	การอนุญาตให้ใช้สิทธิในสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา การให้แฟรนไชส์ ขายหรือซื้อสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา การควบรวมกิจการ การขายกิจการบางส่วน การแยกส่วนกิจการ กิจการร่วมค้า หรือพันธมิตรทางธุรกิจ การบริจาควินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา
การบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา	การคำนวณค่าเสียหายเมื่อสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาถูกละเมิด
การใช้ภายใน	การลงทุนใน R&D การจัดการภายในสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา การหาเงินทุนเชิงกลยุทธ์ และ/หรือเพิ่มทุน นักลงทุนสัมพันธ์
วัตถุประสงค์อื่น	การรายงานทางการเงิน การล้มละลาย/เลิกกิจการ วางแผนภาษีอากร การทำประกันภัยสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา

มีวิธีการหลายวิธี<sup>13</sup> ที่สามารถใช้เพื่อประเมินมูลค่าสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา ส่วนหนึ่งของวิธีการที่เป็นที่นิยมใช้กันทั่วไปมีดังนี้

### วิธีต้นทุน (Cost Method)

วิธีต้นทุนเป็นการประเมินมูลค่าของสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาโดยกำหนดต้นทุนในการพัฒนาสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่คล้ายคลึงกัน (หรือเหมือนกันทุกประการ) ไม่ว่าจะภายในหรือภายนอกบริษัท โดยเป็นการรวบรวมค่าใช้จ่ายโดยตรงและ ต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกี่ยวข้อง และยังพิจารณาถึงต้นทุนสินค้าเสื่อม (Obsolescence) ด้วยการประเมินมูลค่าของทรัพย์สินทางปัญญาเสร็จสิ้นเมื่อมีการคำนวณต้นทุนที่เกิดขึ้นในการดำเนินการพัฒนา ปรับปรุงให้เข้ากับอัตราเงินเฟ้อเพื่อให้ได้มูลค่าปัจจุบัน และปรับปรุงเพิ่มเติมโดยชดเชยต้นทุนสินค้าเสื่อม

การคำนวณต้นทุนสินค้าเสื่อมของสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาจะคำนึงถึงมิติด้านประโยชน์ใช้สอยด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจของสินค้าเสื่อมสภาพมาพิจารณาประกอบด้วย

การเสื่อมราคาทางประโยชน์ใช้สอย (Functional Obsolescence) จะคำนวณในรูปแบบของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มเติมของการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่สัมพันธ์กับทางเลือกปัจจุบันซึ่งอาจมีความทันสมัย ค่าเสื่อมราคาทางเทคโนโลยีจะเกิดขึ้นเมื่อมีวิวัฒนาการของเทคโนโลยีทำให้ทรัพย์สินทางปัญญาไร้ค่า ตัวอย่างเช่น การขอรับสิทธิบัตรสำหรับคอมพิวเตอร์ฟลอปปีดิสก์ที่รุ่นต่อไปน่าจะไร้ค่า เพราะมีทางเลือกทางเทคโนโลยีอื่นที่เหนือกว่าปรากฏอยู่แล้ว ค่าเสื่อมราคาทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นเมื่อการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบสูงสุดและดีที่สุดไม่สามารถให้ผลตอบแทนการลงทุนที่เพียงพอได้

วิธีต้นทุนมีสองรูปแบบ ได้แก่ วิธีต้นทุนสร้างขึ้นใหม่ ซึ่งเป็นการตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการทำซ้ำสิ่งที่มีรูปแบบเหมือนกันทุกประการกับสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา และวิธีต้นทุนทดแทนซึ่งเป็นตรวจสอบค่าใช้จ่ายในการสร้างสิ่งทีคล้ายกับสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาขึ้นใหม่ที่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างเดียวกัน

### วิธีเปรียบเทียบราคาตลาด (Market Method)

วิธีเปรียบเทียบราคาตลาดจะทำการเปรียบเทียบสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาด้วยราคาจริงที่ต้องจ่ายสำหรับสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่คล้ายกันภายใต้สถานการณ์ที่เปรียบเทียบได้ ในการประเมินมูลค่าโดยใช้วิธีนี้ จำเป็นจะต้องมีตลาดซื้อขาย และสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่เหมือนกันหรือกลุ่มสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่เทียบเคียงได้หรือคล้ายคลึงกัน หากสินทรัพย์เหล่านี้ไม่สามารถเปรียบเทียบได้โดยสมบูรณ์ จะต้องพิจารณาตัวแปรเพื่อควบคุมความแตกต่างดังกล่าว

การประเมินมูลค่าโดยใช้ระบบนี้จะเพิ่มความถูกต้องยิ่งขึ้นในขอบเขตที่ข้อมูลนั้นมีอยู่เกี่ยวกับลักษณะและขอบเขตของสิทธิที่จะโอน รวมถึงรายละเอียดของข้อกำหนดและเงื่อนไขและสถานการณ์ของธุรกรรม (ไม่ว่าจะเป็นการอนุญาตให้ใช้สิทธิแบบชั่วคราวหรือการอนุญาตให้ใช้สิทธิที่มีการเจรจาตกลงในการระงับข้อพิพาททางคดีความ เป็นต้น)

อย่างไรก็ตาม ตามคำจำกัดความแล้วสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญานั้นมีลักษณะเฉพาะตัว และเป็นไปไม่ได้ที่จะหาสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีลักษณะเหมือนกันทุกประการหรือสามารถใช้เปรียบเทียบได้ตัวอย่างยิ่ง นอกจากนี้ แม้ว่าจะสามารถหาธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาที่มีลักษณะคล้ายกันมากได้สำเร็จ ก็ยังคงเป็นเรื่องที่ยากมากที่จะได้รับข้อมูลที่แม่นยำเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านั้น เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวมักจะเป็นความลับ

### วิธีรายได้ (Income Method)

วิธีรายได้จะประเมินมูลค่าสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาในเงื่อนไขของรายได้ทางเศรษฐกิจที่สินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ คาดว่าจะสร้างขึ้น และปรับปรุงให้เป็นมูลค่าปัจจุบัน ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันทั่วไปในการประเมินมูลค่าทรัพย์สินทางปัญญา

ภายใต้วิธีนี้ ต้องมีการคาดการณ์กระแสรายได้ (หรือประหยัดค่าใช้จ่าย) ที่สร้างขึ้นโดยสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาตลอดอายุการใช้งานคงเหลือ (Remainder of Useful Life : RUL) หักรายได้หรือเงินที่ประหยัดได้ดังกล่าวกับต้นทุนที่เชื่อมโยงโดยตรงกับสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญานั้น ประเมินความเสี่ยง และสุดท้ายปรับรายได้ให้เป็นมูลค่าปัจจุบันโดยใช้อัตราคิดลด (Discount rate) หรืออัตราผลตอบแทน (Capitalization rate)

## การดึงดูดหุ้นส่วนและผู้ให้ความร่วมมือ

พอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทางปัญญาที่มีการจัดการอย่างดี ส่งสัญญาณว่ากลุ่มสตาร์ทอัพให้ความสำคัญอย่างจริงจัง และให้คุณค่ากับทรัพย์สินทางปัญญา และได้ดำเนินการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญานั้น สิ่งนี้จะสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่มีศักยภาพที่จะมาเป็นผู้ให้ความร่วมมือ (Collaborators) ในกิจการ และแสดงให้เห็นถึงสิ่งแวดล้อมที่จะส่งเสริมให้นวัตกรรมนั้นได้รับความเคารพและปกป้อง และจะนำไปสู่การทำกิจการร่วมกันได้ในที่สุด

เรื่องของความร่วมมือและทรัพย์สินทางปัญญามีความโดดเด่นมากขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ในบริบทของสิ่งที่เรียกว่า “นวัตกรรมแบบเปิด” (Open innovation) บริษัทที่ใช้นวัตกรรมแบบเปิดมีส่วนร่วมกับผู้ให้ความร่วมมือจากภายนอกเพื่อยกระดับข้อเสนอของบริษัท ส่งเสริมความคิดจากภายนอกองค์กร ในอดีตที่ผ่านมา นวัตกรรมมักเกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมแบบปิด เนื่องจากถูกสร้างขึ้นภายในหรือองค์กรโดยมีปัจจัยนำเข้าจากภายนอกเพียงเล็กน้อย

ทุกวันนี้เป็นเรื่องธรรมดามากขึ้นสำหรับองค์กรที่จะหาปัจจัยนำเข้าจากบุคคลภายนอก บริษัทขนาดเล็กพยายามมากขึ้นที่จะเข้าร่วมในโครงการขนาดใหญ่และส่งสัญญาณไปยังผู้เล่นรายอื่นเกี่ยวกับภูมิความรู้ที่แปลกใหม่ และสร้างสรรค์ของตนเอง โดยการบริหารจัดการทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของตนและทำให้ตัวเองเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับบริษัทขนาดใหญ่ที่จะมาร่วมงานด้วย ขณะที่โมเดลนวัตกรรมแบบเปิดสามารถสร้างโอกาสให้กับกลุ่มสตาร์ทอัพได้อย่างมหาศาล แต่ควรต้องมีความระมัดระวังในเรื่องความเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาและการจัดการเกี่ยวกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิที่อาจเป็นส่วนหนึ่งของข้อตกลงความร่วมมือ คู่กรณีฝ่ายที่ต้องการความร่วมมือมักจะต้องการให้ผู้ที่เป็นส่วนหุ้นจะต้องโอนความเป็นเจ้าของในทรัพย์สินทางปัญญาหรืออนุญาตให้ใช้สิทธิแบบกว้าง ซึ่งอาจเข้ากันไม่ได้กับโมเดลธุรกิจหรือส่วนได้เสียของสตาร์ทอัพ

## หมายเหตุ

- 1 โปรดดู International Trade Center and WIPO (2005). Exchanging Value, Negotiating Technology Licensing Agreements – A Training Manual. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/906/wipo\\_pub\\_906.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/906/wipo_pub_906.pdf); and WIPO (2015). Successful Technology Licensing. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo\\_pub\\_903.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf).
- 2 โปรดดู WIPO Green, Licensing Check List, [www3.wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen\\_licensingchecklist\\_061216.pdf](http://www3.wipo.int/wipogreen/docs/en/wipogreen_licensingchecklist_061216.pdf).
- 3 อย่างไรก็ตาม พี่ระลึกไว้เสมอว่าความลับทางการค้าสามารถคงอยู่ตลอดไป ข้อตกลงอาจมีผลยาวนานกว่าข้อกำหนดการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในข้อตกลงนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่อยู่ระหว่างการให้บริการ
- 4 SME Thailand. Food Story ตัวช่วยจัดการธุรกิจอาหารครบวงจร [ออนไลน์]. 2017, <https://www.smethailandclub.com>.
- 5 ไทยรัฐออนไลน์. FoodStory ผู้พัฒนา POS ร้านอาหาร รับทุน Series B จาก Beacon VC และ JWD [ออนไลน์]. 2021. <https://www.thairath.co.th>.
- 6 บริษัท ลีฟวิ่ง โมบาย จำกัด, <https://www.foodstory.co/>.
- 7 บริษัท ไตรเดนต์ อินเทลลิเจนซ์ เซอร์วิส จำกัด, <https://tridentintel.net/>.
- 8 การเงินธนาคาร. SME D Bank หนุนแพลตฟอร์ม “BIM” มิติใหม่ออกแบบก่อสร้าง 3D [ออนไลน์]. 2020, <https://www.moneyandbanking.co.th>.
- 9 สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ FTO โปรดดูในส่วนของการบริหารความเสี่ยงที่เกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา
- 10 สำหรับตัวอย่างความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดจากการวิจัย โปรดดู <https://foreignresearcher.nrct.go.th/index.php?lang=th&mod=home&op=page6>.
- 11 โปรดดู WIPO. IP PANORAMA. Module 11 on IP valuation. [www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_11\\_learning\\_points.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf); and European IPR Helpdesk. “ Fact sheet – Intellectual Property Valuation. ” [https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/ip-business\\_en](https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/ip-business_en).
- 12 โปรดดู WIPO. IP PANORAMA. Module 11 on IP valuation. [www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_11\\_learning\\_points.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_11_learning_points.pdf).
- 13 *อ้าวแล้ว เจริญรฤที่ 11.*

การบริหารความเสี่ยง

ความสำเร็จของกลุ่มสตาร์ทอัพขึ้นอยู่กับความเข้าใจในความเสี่ยงจากการเพิกเฉยต่อระบบทรัพย์สินทางปัญญามากพอ ๆ กับการรู้จักวิธีการใช้งานระบบทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การละเลยในการปกป้องนวัตกรรมที่กลุ่มสตาร์ทอัพจำเป็นต้องใช้จะเป็นการปิดช่องทางที่จะสามารถเสริมความแข็งแกร่งและขยายธุรกิจที่กล่าวมาแล้วข้างต้นได้ การไม่เข้าใจวิธีการทำงานของระบบทรัพย์สินทางปัญญาจะทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพถูกโจมตีและต้องเสียค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น กลุ่มสตาร์ทอัพควรถูกกำหนดรวมการจัดการความเสี่ยงด้านทรัพย์สินทางปัญญาไว้ในกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยรวมเป็นความสำคัญลำดับต้น ทั้งนี้ ความเสี่ยงที่สำคัญกว่าบางประการได้อธิบายไว้ ดังต่อไปนี้

### **การกำหนดความเป็นเจ้าของและสิทธิในการใช้งานให้ชัดเจน**

#### **ความล้มเหลวในการคุ้มครอง และดำเนินการคุ้มครองตั้งแต่ในช่วงเริ่มต้น**

ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น กลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐานถูกสร้างขึ้นเพื่อนำผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เป็นนวัตกรรมออกสู่ตลาด ซึ่งบางครั้งอาจเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการเดียวและนวัตกรรมนั้นมักจะเป็นเพียงทรัพยากรหนึ่งเดียวหรือทรัพยากรหลักที่มีมูลค่าด้วย สำหรับกลุ่มสตาร์ทอัพประเภทดังกล่าว หนึ่งในความเสี่ยงหลักคือการสูญเสียทรัพย์สินนั้นให้กับบุคคลที่สามอันเป็นผลมาจากความล้มเหลวในการคุ้มครองสินทรัพย์นั้น ซึ่งเป็นอันตรายต่อโมเดลธุรกิจนั้นทั้งหมด ดังนั้นกลุ่มสตาร์ทอัพทุกรายจึงควรถูกดำเนินการเพื่อปกป้องนวัตกรรมของตนโดยการป้องกันไม่ให้ผู้อื่นนำไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต การจัดการความเสี่ยงนี้จึงหมายถึงการดำเนินการตามตัวอย่างดังต่อไปนี้

- จดทะเบียนสิทธิตั้งแต่ต้น
- ให้ความสำคัญกับกำหนดเวลาการจดทะเบียนและระยะเวลาในการดำเนินการ รวมถึงการร่างข้อถือสิทธิในสิทธิบัตรให้รัดกุมเพื่อป้องกันการหลบเลี่ยง (Circumvention) การทำละเมิดโดยการผลิตและใช้กรรมวิธีที่แตกต่างออกไปจากข้อถือสิทธิ
- ขอรับความคุ้มครองในทุกตลาดที่เกี่ยวข้อง
- ให้ความสำคัญคุ้มครองกับการพัฒนาหรือการปรับปรุง (improvement) ทั้งหมดที่ตามมา

เนื่องจากสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาอยู่ภายใต้หลักดินแดน กลยุทธ์การป้องกันทรัพย์สินทางปัญญาของกลุ่มสตาร์ทอัพจึงควรครอบคลุมไปถึงทุกตลาดที่กลุ่มสตาร์ทอัพให้ความสนใจ เมื่อได้รับการคุ้มครองแล้ว กลุ่มสตาร์ทอัพจะต้องรักษาสีทธิในทรัพย์สินทางปัญญาต่อไป โดยชำระค่าธรรมเนียมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดภายในกำหนดเวลา

### **ป้องกันการรั่วไหล**

กลุ่มสตาร์ทอัพยังต้องเผชิญกับภัยคุกคามหากไม่สามารถรักษาสิ่งที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาไว้เป็นความลับจนกว่าจะได้ยื่นคำขอเพื่อขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าว ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นในคู่มือนี้ หากมีการเปิดเผยนวัตกรรมหรือการออกแบบของกลุ่มสตาร์ทอัพ (แม้จะเป็นเพียงในกลุ่มคนจำนวนไม่มากก็ตาม) ก็จะเสียสิทธิในการอ้างว่าเป็นสิ่งใหม่และอาจไม่เข้าข่ายได้รับการคุ้มครองอีกต่อไป (เว้นแต่จะมีการเปิดเผยในระหว่างช่วงผ่อนผัน ถ้ามี) หากเกิดเหตุการณ์นี้ขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าวอาจทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพไม่สามารถดำเนินการต่อได้ ในทำนองเดียวกัน ข้อมูลทางธุรกิจที่เป็นความลับที่เปิดเผยแล้วจะไม่เข้าข่ายการคุ้มครองความลับทางการค้า เว้นแต่การเปิดเผยดังกล่าวจะเกิดขึ้นในบริบทของข้อตกลงการรักษาความลับ ดังนั้นกลุ่มสตาร์ทอัพจึงควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกในการเตรียมและดำเนินการตามข้อตกลงและแนวปฏิบัติในการรักษาความลับกับพนักงานของตน และกับบุคคลภายนอก ซึ่งรวมถึงซัพพลายเออร์ คู่ค้า และลูกค้า

### **ความล้มเหลวในการรับโอนสิทธิ**

พนักงาน ซัพพลายเออร์ หรือผู้รับเหมาที่เป็นบุคคลภายนอกอาจมีส่วนร่วมหรืออาจรับผิดชอบในการสร้างสรรค์นวัตกรรม กลุ่มสตาร์ทอัพไม่ควรคิดไปเองว่าตนเป็นเจ้าของสิ่งที่พนักงานหรือผู้รับเหมาเป็นผู้ทำขึ้น บทบัญญัติเฉพาะในกฎหมายภายในประเทศควรได้รับการพิจารณาในสถานการณ์ดังกล่าวเสมอ

ในบางประเทศ เมื่อมีการประดิษฐ์ขึ้นในระหว่างและในบริบทของการจ้างงาน กฎหมายจะกำหนดให้กรรมสิทธิ์เป็นของนายจ้างโดยอัตโนมัติ อย่างไรก็ตามมีกลุ่มสตาร์ทอัพจำนวนมากที่มีรูปแบบการทำงานข้ามพรมแดน ในขณะที่กฎหมายแต่ละประเทศอาจแตกต่างกัน บริษัทควรกำหนดเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาไว้ในข้อตกลง



การจ้างงาน ควรใช้ความระมัดระวังในการวิเคราะห์ว่า จะนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้อย่างไรทั้งในปัจจุบันและ เมื่อบริษัทเติบโตขึ้น และควรมีการพิจารณากฎหมาย ภายในประเทศอยู่เสมอ เนื่องจากกฎหมายดังกล่าว อาจกำหนดว่าพนักงานที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ย่อมมีสิทธิ ในการปฏิเสธก่อน (Right of first refusal) หรือนายจ้าง มีหน้าที่ให้ค่าตอบแทนแก่พนักงานดังกล่าว เป็นต้น

ด้วยเหตุผลที่คล้ายคลึงกัน เมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพจัดเตรียม ทำสัญญากับบุคคลที่สาม สัญญาเหล่านี้ ควรระบุ และอธิบายอย่างชัดเจนเกี่ยวกับสิทธิในการเป็นเจ้าของ ทรัพย์สินทางปัญญา ในกรณีที่ผู้รับเหมาภายนอก เป็นผู้คิดค้นนวัตกรรมหรืองานสร้างสรรค์ ข้อตกลงระหว่าง ผู้รับเหมากับกลุ่มสตาร์ทอัพควรกำหนดให้มีการโอนสิทธิ ในงานทั้งหมดที่จำเป็นต่อความสำเร็จของกิจการให้กับ กลุ่มสตาร์ทอัพ หากไม่มีการกำหนดเงื่อนไขดังกล่าว ก็จะเป็นไปตามหลักทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่ เกี่ยวกับงานสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนาซอฟต์แวร์ การออกแบบเว็บไซต์ และการถ่ายภาพ ซึ่งมีหลักอยู่ว่า ผู้รับเหมาซึ่งเป็นบุคคลที่สามจะเป็นเจ้าของงานดังกล่าว เว้นแต่จะระบุเงื่อนไขไว้อย่างชัดเจนว่าสิทธิในงานดังกล่าว โอนให้แก่กลุ่มสตาร์ทอัพ เช่นเดียวกัน กลุ่มสตาร์ทอัพ ควรคิดไปข้างหน้า ศึกษากฎหมายภายในประเทศ ในส่วนที่ เกี่ยวกับข้อตกลงการจ้างงานและสัญญากับบุคคลภายนอกทั้งหมด โดยให้ระบุถึงวิธีการกำหนด ความเป็นเจ้าของ ทั้งนี้ สัญญาควรระบุว่านวัตกรรมทั้งหมด ที่ผลิตโดยพนักงานหรือโดยการว่าจ้างบุคคลที่สาม ให้โอน เป็นสิทธิของกลุ่มสตาร์ทอัพ

อาจมีกรณีที่กลุ่มสตาร์ทอัพมีผู้ก่อตั้งหลายคน ซึ่งทุกคน ล้วนมีบทบาทในการสร้างและพัฒนาแนวคิดของผลิตภัณฑ์ ตั้งต้น ถ้าหากผู้ก่อตั้งคนหนึ่งคนใดออกไปโดยไม่มีการโอนสิทธิ ให้แก่กลุ่มสตาร์ทอัพ บริษัทอาจพบว่าบริษัทไม่ได้เป็นเจ้าของ ทรัพย์สินทางปัญญาที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจอีกต่อไป

ในลักษณะเดียวกับที่กลุ่มสตาร์ทอัพจ้างหรือทำสัญญากับ บุคคลที่สาม บริษัทที่มีขนาดใหญ่กว่าก็ทำสัญญากับบริษัท ที่มีขนาดเล็กกว่าเพื่อทำงานบางอย่าง สิ่งนี้มักเกิดขึ้น ในสภาพแวดล้อมของนวัตกรรมแบบเปิด ซึ่งบริษัทขนาดใหญ่ มักขอให้บริษัทเฉพาะทางขนาดเล็กแก้ไขปัญหาทางเทคนิค ที่เฉพาะเจาะจง ในสถานการณ์เช่นนี้ กลุ่มสตาร์ทอัพ จะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับเหมาภายนอก ก่อนดำเนินการ ดังกล่าว กลุ่มสตาร์ทอัพควรทำความเข้าใจกับบริษัทขนาดใหญ่ ที่จะเป็นเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นผลจาก การทำงานนั้น ซึ่งในส่วนของการจัดการ มีความเป็นไปได้มาก

ว่าจะซับซ้อนเป็นพิเศษหากกลุ่มสตาร์ทอัพพัฒนาทรัพย์สิน ทางปัญญาที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงานซึ่งเป็นวิธีการ แก้ปัญหาใหม่ (Foreground IP) เมื่อได้รับสิทธิในการเข้าถึง ทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลที่สาม (Background IP) ในกรณีดังกล่าวมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง ทำความเข้าใจโดยชัดแจ้งว่าสิทธิใดที่ตกเป็นของใคร ในกรณีดังกล่าว และอาจมีข้อจำกัดใดบ้างในการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญาที่เกิดขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาที่ซับซ้อน ซึ่งต้องศึกษาอย่างรอบคอบและเจรจากันล่วงหน้า

จุดมุ่งหมายของกลุ่มสตาร์ทอัพควรเป็นการทำให้มี ความชัดเจนว่ากลุ่มสตาร์ทอัพจะมีสิทธิในการเป็นเจ้าของที่ “สมบูรณ์” สำหรับทรัพย์สินทางปัญญาที่สร้างขึ้น หากไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ กลุ่มสตาร์ทอัพควร ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญานั้น ตามวัตถุประสงค์ที่ตกลงกันไว้ เช่นเดียวกับทรัพย์สินที่มีรูปร่าง วัตถุประสงค์ คือ การขจัดข้อสงสัยทั้งหมดว่า ใครเป็นเจ้าของทรัพย์สิน

### การป้องกันการดำเนินคดี

เนื่องจากโดยสภาพแล้วกลุ่มสตาร์ทอัพมักจะขาดทรัพยากร ในการต่อสู้คดีกับนายความที่ดำเนินคดีด้วยความเชี่ยวชาญ การดำเนินคดีที่มีค่าใช้จ่ายสูงอาจทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพ ได้รับความเสียหายได้ การฟ้องร้องมักเป็นอาวุธที่บริษัท ขนาดใหญ่ (หรือคู่แข่งทุกรายที่มีช่องทาง) ใช้ในการกำจัด กลุ่มสตาร์ทอัพใหม่ที่มีแวว ให้ออกไปจากเส้นทางของตน นอกจากนี้ กลุ่มสตาร์ทอัพยังตกอยู่ในความเสี่ยงจาก “องค์กรที่ไม่ได้ประกอบการ” (หรือมักเรียกกันว่า “การบังคับใช้สิทธิบัตรโดยมิชอบ” (Patent trolls) ซึ่งรูปแบบธุรกิจขององค์กรเหล่านี้คือการค้นหาบริษัท ขนาดเล็กที่ใช้เทคโนโลยีที่เป็นสิทธิของบุคคลที่สาม และขู่ว่าจะฟ้องบริษัทขนาดเล็กดังกล่าวเว้นแต่บริษัท เหล่านี้จะได้อนุญาตให้ตนใช้สิทธิ

ความเสี่ยงประเภทนี้สามารถบรรเทาหรือหลีกเลี่ยงได้ โดยการตรวจสอบสิทธิของบุคคลที่สามและตรวจสอบว่า ไม่มีการละเมิดสิทธิดังกล่าว สิทธิที่จดทะเบียนทั้งหมดนั้น สามารถตรวจสอบได้ (โดยทั่วไปการขอรับสิทธิบัตร ใช้เวลา 18 เดือนหลังจากการยื่นคำขอ) และกลุ่มสตาร์ทอัพ สามารถตรวจสอบและยืนยันได้อย่างง่ายดายว่าตนไม่ได้ใช้ เทคโนโลยี หรือเครื่องหมายทางธุรกิจ และการออกแบบ ของผู้อื่น ในทำนองเดียวกัน กลุ่มสตาร์ทอัพควรดูแลไม่ ให้มีการละเมิดงานที่ได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ของผู้อื่น หรือเข้าถึงข้อมูลธุรกิจที่เป็นความลับอย่างผิดกฎหมาย

ความผิดพลาดอาจส่งผลให้เกิดการฟ้องร้องที่มีค่าใช้จ่ายสูง ทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพสูญเสียเวลา หรือทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียง

### ความอิสระในการดำเนินการ (FTO)

กลุ่มสตาร์ทอัพอาจเป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่ครอบคลุมนวัตกรรมเฉพาะด้านของตนเอง แต่สิทธิเหล่านี้เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของตน เหตุผลก็คือสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาส่วนใหญ่และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสิทธิในสิทธิบัตรนั้นเป็น “สิทธิเชิงปฏิเสธ”<sup>1</sup> (Negative right) เจ้าของสิทธิบัตรไม่มีสิทธิโดยอัตโนมัติในการใช้และแสวงหาประโยชน์จากสิ่งประดิษฐ์ที่ได้ขอถือสิทธิเอาไว้ ตามเอกสารสิทธิบัตรของตน สิทธิบัตรเป็นเพียงการให้สิทธิแก่เจ้าของสิทธิบัตรในการห้ามผู้อื่นจากการใช้สิ่งประดิษฐ์ที่ได้รับสิทธิบัตร ดังนั้นกลุ่มสตาร์ทอัพอาจจำเป็นต้องเข้าถึงสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ เพื่อทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของตน

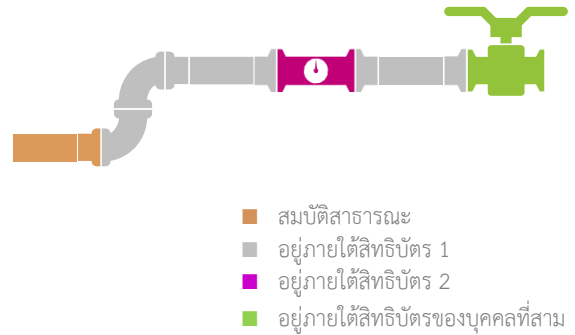
ตัวอย่างเช่น ลองนึกภาพว่ากลุ่มสตาร์ทอัพต้องการทำสถานีชาร์จไฟนวัตกรรมใหม่สำหรับสกูตเตอร์ไฟฟ้า เพื่อนำออกใช้ในเชิงพาณิชย์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสายชาร์จไฟแบบยึดหัดได้ ในตลาดที่กลุ่มสตาร์ทอัพต้องการจะทำหรือขายผลิตภัณฑ์ บริษัทอีกบริษัทหนึ่งมีสิทธิบัตรสำหรับระบบการยึดหัดของสายชาร์จในการขายเครื่องชาร์จที่เป็นนวัตกรรมใหม่พร้อมกับสายชาร์จแบบยึดหัดได้นั้นกลุ่มสตาร์ทอัพอาจต้องได้รับอนุญาตจากบริษัทนี้ หากกลุ่มสตาร์ทอัพทำการค้าผลิตภัณฑ์ของตนโดยไม่ได้รับอนุญาต ก็มีแนวโน้มว่าบริษัทที่มีสิทธิบัตรระบบการยึดหัดจะเข้ามาขัดขวางและอาจต้องการให้กลุ่มสตาร์ทอัพหยุดใช้สายชาร์จหรือชดใช้ค่าเสียหายสำหรับการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัทโดยไม่ได้รับอนุญาต

เพื่อป้องกันสถานการณ์ดังกล่าว บริษัทจำเป็นต้องค้นหาทรัพย์สินทางปัญญาของบุคคลที่สามที่อาจป้องกันไม่ให้บริษัททำการตลาดผลิตภัณฑ์ของตนในตลาดที่บริษัทให้ความสนใจ สิ่งนี้เรียกว่าการวิเคราะห์ความอิสระในการดำเนินการ<sup>2</sup>

เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการทำงานของ FTO ในทางปฏิบัติให้พิจารณาตัวอย่างสมมุติต่อไปนี้ของการวิเคราะห์ FTO ในประเทศที่กำหนด

ภาพที่ 7 ตัวอย่างการวิเคราะห์ความอิสระในการดำเนินการ (FTO):

ผลิตภัณฑ์ A ส่วนประกอบย่อยและสิทธิบัตรที่ครอบคลุมแต่ละส่วนประกอบย่อย



- กลุ่มสตาร์ทอัพต้องการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ A ต้องการทำการตลาดผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ “Jambu”
- ผลิตภัณฑ์มีส่วนประกอบย่อยเจ็ดส่วนแยกจากกัน
- กลุ่มสตาร์ทอัพมีค่าขอรับสิทธิบัตรที่รอดำเนินการอยู่ 2 รายการ ครอบคลุมส่วนประกอบย่อย 5 รายการ จากทั้งหมด 7 รายการ (สีเทาและสีชมพูในภาพ)
- ตัวเชื่อมต่อ (สีส้ม) เป็นส่วนประกอบย่อยที่สำคัญซึ่งเป็นสมบัติสาธารณะ
- วาล์ว (สีเขียว) เป็นของสิทธิบัตรบุคคลที่สาม
- ชื่อแบรนด์ “Jambu” ที่เสนอ ได้รับการคุ้มครองโดยบริษัทอื่น สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นแล้ว

ในตัวอย่างนี้ กลุ่มสตาร์ทอัพมีปัญหาเนื่องจากวาล์ว (สีเขียว) ได้รับการจดสิทธิบัตรโดยบุคคลที่สาม กลุ่มสตาร์ทอัพมีตัวเลือกดังต่อไปนี้:

- ถอดวาล์วออกจากการผลิตขั้นสุดท้าย
- นำการออกแบบที่แตกต่างกันมาใช้เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้วาล์วที่ได้รับจดสิทธิบัตร
- ซื้อสิทธิบัตรหรือขออนุญาตใช้สิทธิจากเจ้าของสิทธิบัตรเพื่อใช้เทคโนโลยีวาล์ว
- โต้แย้งคัดค้านความถูกต้องของสิทธิบัตร

หากมีแนวโน้มว่าผลิตภัณฑ์จะไม่ทำงานได้โดยปราศจากวาล์ว ดังนั้นตัวเลือกแรกอาจไม่สามารถทำได้ หากกลุ่มสตาร์ทอัพไม่สามารถออกแบบวาล์วแบบอื่นได้ ก็สามารถติดต่อเจ้าของสิทธิบัตรบุคคลที่สามและขอซื้อสิทธิบัตรหรือขออนุญาตใช้สิทธิในเทคโนโลยีดังกล่าวได้ หากเจ้าของสิทธิบัตรไม่เต็มใจขายหรือไม่เต็มใจอนุญาตให้ใช้สิทธิบัตรวาล์ว

หรือจะขายหรืออนุญาตในราคาที่สูงเกินไปสำหรับรูปแบบธุรกิจของกลุ่มสตาร์ทอัพ กลุ่มสตาร์ทอัพอาจถูกบังคับให้ล้มโครงการ เนื่องจากการดำเนินการเสี่ยงต่อการถูกฟ้องร้องในการละเมิดสิทธิบัตร หรือเริ่มดำเนินการด้วยต้นทุนที่แพงและมีความไม่แน่นอนที่อาจทำให้สิทธิบัตรเป็นโมฆะ ผลลัพธ์เหล่านี้ อาจสร้างความเสียหายอย่างสูงสำหรับกลุ่มสตาร์ทอัพที่ได้ลงทุนอย่างมากในด้านเวลาและทรัพยากรเพื่อพัฒนาและขายผลิตภัณฑ์ของตนในเชิงพาณิชย์

แม้ว่าปัญหา FTO มักถูกอ้างถึงในบริบทของสิทธิบัตร แต่สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอื่น ๆ อาจก่อให้เกิดความได้เปรียบของ FTO ได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น กลุ่มสตาร์ทอัพที่ใช้งานในตัวอย่างข้างต้นตั้งใจที่จะเรียกผลิตภัณฑ์ของตนว่า “Jambu” แต่พบว่าชื่อนี้ได้รับการคุ้มครองและใช้สำหรับผลิตภัณฑ์อื่น ในกรณีนี้ ชื่อนี้ยังสามารถนำไปใช้ได้เนื่องจากเครื่องหมายการค้าสองรายการสามารถมีอยู่ในอาณาเขตเดียวกันได้ หากใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ในประเภทที่แตกต่างกัน เว้นแต่ ผลิตภัณฑ์ที่ได้ใช้เครื่องหมายการค้าก่อนจะมีชื่อเสียงแพร่หลายจนถือว่า “เป็นที่รู้จักกันดี” (ซึ่งในกรณีนี้อาจมีข้อจำกัดการใช้เป็นเครื่องหมายการค้า)

ลองนึกภาพตัวอย่างอีกอันหนึ่งที่กลุ่มสตาร์ทอัพต้องการผลิตภัณฑ์แวร์แต่จำเป็นต้องใช้ซอฟต์แวร์ที่ได้รับ การคุ้มครองลิขสิทธิ์ เพื่อใช้งานหรือเพื่อให้เข้ากันได้กับระบบอื่น ๆ หรือกลุ่มสตาร์ทอัพได้พัฒนาแอปพลิเคชันโทรศัพท์เคลื่อนที่แต่จำเป็นต้องเข้าถึงส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์ (Application Program Interface : API) หรือชุดพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software Development Kit : SDK) ในบริบทของลิขสิทธิ์ การอนุญาตให้ใช้ซอฟต์แวร์โดยไม่มีค่าใช้จ่ายอาจมีภาระผูกพันตามสัญญาที่ชัดเจนไม่ให้นักลงทุนใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์จากซอร์สโค้ดต้นฉบับหรือการทำให้เข้าถึงได้แบบสาธารณะ

กลุ่มสตาร์ทอัพจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ FTO ในแต่ละพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่จะนำผลิตภัณฑ์ของตนไปจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ เนื่องจากสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญามีผลเฉพาะในประเทศหรือภูมิภาคที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น การวิเคราะห์ FTO อาจสร้างผลลัพธ์ที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศที่ได้รับการวิเคราะห์

ด้วยเหตุผลทั้งหมดข้างต้น จึงเป็นข้อแนะนำที่สำคัญอย่างยิ่งที่กลุ่มสตาร์ทอัพควรทำการวิเคราะห์ FTO ให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในทุกตลาดที่ให้ความสนใจ และให้ดำเนินการดังกล่าวก่อนที่จะจัดสรรทรัพยากรที่สำคัญ

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มสตาร์ทอัพที่ไม่ทำตามข้อควรระวังนี้ มักจะต้องจ่ายเงินมากขึ้นเพื่อเข้าถึงเทคโนโลยี และเสี่ยงต่อการถูกฟ้องร้องและเสียชื่อเสียง กลุ่มสตาร์ทอัพที่ไม่มีทรัพยากรในการวิเคราะห์ FTO อย่างเต็มรูปแบบในทุกตลาดที่สนใจอาจจำเป็นต้องจัดลำดับความสำคัญ (ตลาด คุณสมบัติ หรือเจ้าของสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องที่มีความเสี่ยงสูงสุด เป็นต้น)

### การหลีกเลี่ยงการสูญเสียเวลาและทรัพยากร

กลุ่มสตาร์ทอัพหลายรายมีข้อผิดพลาดโดยการ “ตกหลุมรัก” กับแนวคิดของตนเอง และผิดพลาดในการไม่ตรวจสอบว่าเป็นแนวคิดใหม่จริงหรือไม่ เพียงแต่คิดนึกเอาเองว่าไม่มีใครมีแนวคิดแบบเดียวกันหรือคล้ายกันเลย การละเลยดังกล่าวอาจส่งผลให้ผลิตภัณฑ์และกลุ่มสตาร์ทอัพประสบความล้มเหลว หากผู้อื่นมีแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน และได้ดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อปกป้องแนวคิดในตลาดที่กลุ่มสตาร์ทอัพให้ความสนใจ ซึ่งจะมีผลทำให้กลุ่มสตาร์ทอัพจะไม่สามารถเข้าสู่ตลาดเหล่านั้นได้

กลุ่มสตาร์ทอัพจึงต้องมีการทำความเข้าใจสนามแข่งขันอย่างจริงจัง การทำเช่นนี้จะทำให้ได้รับข้อมูลที่สำคัญและช่วยให้หลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายที่ไม่ควรเกิดขึ้นและที่ไม่คาดคิด กลุ่มสตาร์ทอัพที่มีข้อสรุปสำหรับตนเองเกี่ยวกับการแข่งขันสามารถมุ่งความสนใจของตนในการวิจัยและพัฒนาในด้านที่มีโอกาสประสบความสำเร็จ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงหรือปรับโครงสร้างกระบวนการพัฒนาตามความจำเป็น ปรับโมเดลธุรกิจของตน ค้นหาผู้ค้าและผู้แข่งที่เป็นไปได้ หรือแม้แต่การล้มเลิกความคิดของตน

ฐานข้อมูลที่เปิดเผยต่อสาธารณะเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ และสามารถช่วยให้กลุ่มสตาร์ทอัพตัดสินใจเรื่องเหล่านี้ และหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดได้ ฐานข้อมูลสิทธิบัตรจำนวนมากที่เก็บค่าขอรับสิทธิบัตรที่ได้รับการตีพิมพ์และออกสิทธิบัตรตลอดจนฐานข้อมูลเครื่องหมายการค้าและการออกแบบสามารถเข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ฐานข้อมูลเหล่านี้ถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลทางเทคนิค กฎหมาย และธุรกิจที่สำคัญ

## หมายเหตุ

- 1 เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องสร้างความชัดเจนว่าในการวิเคราะห์ FTO ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิบัตร ต้องพิจารณาข้อถือสิทธิ (ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเอกสารสิทธิบัตร) ที่กำหนดขอบเขตทางกฎหมายของสิทธิบัตร สิ่งที่เป็นสาระสำคัญสำหรับวัตถุประสงค์ของ FTO คือสิ่งที่เปิดเผยในส่วนดังกล่าว
- 2 โปรดดู “IP and Business: Launching a New Product: freedom to operate.”ใน WIPO Magazine, September 2005.  
[www.wipo.int/wipo\\_magazine/en/2005/05/article\\_0006.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2005/05/article_0006.html).

การใช้ฐานข้อมูลทรัพยากรสิ้นทางปัญญา

ดังที่กล่าวไว้แล้ว เมื่อกลุ่มสตาร์ทอัพยื่นคำขอรับสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หน่วยงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาในระดับประเทศหรือระดับภูมิภาคที่เกี่ยวข้องจะเผยแพร่คำขอดังกล่าวสู่สาธารณะหลังจากช่วงระยะเวลาหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายภายใน โดยฐานข้อมูลสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้น เต็มไปด้วยข้อมูลทางธุรกิจ ข้อมูลทางเทคนิค และกฎหมายที่สำคัญ ซึ่งทุกคนสามารถเข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ ฐานข้อมูลดังกล่าวยังเป็นแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับกลุ่มสตาร์ทอัพตลอดวงจรชีวิตธุรกิจ ตั้งแต่การแสวงหาประโยชน์ไปจนถึงการบริหารความเสี่ยง

### ฐานข้อมูลสิทธิบัตร

ในการขอรับสิทธิบัตร ผู้ยื่นคำขอต้องเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งประดิษฐ์ที่มีรายละเอียดเพียงพอที่จะทำให้บุคคลที่มีทักษะในสายงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้าใจได้ ข้อมูลดังกล่าวจะได้รับการเก็บรักษาไว้ในฐานข้อมูลสิทธิบัตร ดังต่อไปนี้

- เก็บข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาทางเทคนิคโดยละเอียด
- ข้อมูลมักได้มาจากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งมีข้อมูลที่ไม่สามารถหาได้จากที่อื่น
- ครอบคลุมกิจกรรมด้านเทคนิคและทางวิทยาศาสตร์ในวงกว้าง
- จำแนกรายการตามระบบการจำแนกสิทธิบัตรระหว่างประเทศ ซึ่งอำนวยความสะดวกในการค้นหา

กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถใช้ฐานข้อมูลที่ดูแลโดยกองสิทธิบัตร กรมทรัพย์สินทางปัญญา<sup>1</sup> โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ฐานข้อมูลสิทธิบัตร PATENTSCOPE<sup>2</sup> ของ WIPO ซึ่งแสดงรายการสิทธิบัตรและรวบรวมสิทธิบัตรจากหลายประเทศและภูมิภาคจำนวนมาก ตลอดจนฐานข้อมูลอื่น ๆ ที่นำเสนอโดยองค์กรระดับภูมิภาค เช่น Espacenet หรือฐานข้อมูลที่ดูแลโดยผู้ให้บริการเอกชน เช่น google patents และ lens.org ทั้งนี้ ยังมีผู้ให้บริการเชิงพาณิชย์เอกชนให้บริการฐานข้อมูลสิทธิบัตรที่สามารถขอคำปรึกษาได้ โดยมีค่าธรรมเนียมการให้บริการ ซึ่งรวมถึงวิธีการค้นหาและวิเคราะห์ที่ซับซ้อน ได้แก่ Derwent Innovation, Questel Orbit, PatBase, TotalPatentOne, Ambercrite, PatSeer, PatSnap, WIPS Global และ East Linden อย่างไรก็ตาม กลุ่มสตาร์ทอัพอาจสามารถเข้าถึงฐานข้อมูล

เหล่านี้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือมีค่าธรรมเนียมที่ลดลงสำหรับประเทศที่มีคุณสมบัติตามเงื่อนไขภายใต้โครงการการเข้าถึงข้อมูลเฉพาะด้านสิทธิบัตรของ WIPO (WIPO's Access to Specialized Patent Information (ASPI) program<sup>3</sup>) ซึ่งให้สำนักงานสิทธิบัตรในแต่ละประเทศเข้าถึงฐานข้อมูลดังกล่าวโดยมีค่าธรรมเนียมเพียงเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยไม่ได้อยู่ภายใต้โครงการดังกล่าว การสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลสิทธิบัตรจะทำได้ผ่านระบบฐานข้อมูลของกองสิทธิบัตร กรมทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งให้บริการค้นหาและให้คำปรึกษาโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายสุดท้ายนี้ กลุ่มสตาร์ทอัพในบางพื้นที่สามารถใช้บริการของศูนย์ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ WIPO (WIPO's Technology and Innovation Support Centers : TISC, [www.wipo.int/tisc](http://www.wipo.int/tisc)) ซึ่งในประเทศไทยได้มีการจัดตั้งศูนย์ดังกล่าวในสถาบันการศึกษาที่มีภารกิจส่งเสริมกิจกรรมด้านทรัพย์สินทางปัญญาแล้วหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยศิลปากร และมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นต้น<sup>4</sup>

การพิจารณาข้อมูลที่อยู่ในฐานข้อมูลสิทธิบัตรสามารถช่วยกลุ่มสตาร์ทอัพดังนี้:

- หลีกเลี่ยงการทำการวิจัยและพัฒนาซ้ำ
- ประเมินศักยภาพของสิ่งประดิษฐ์เพื่อให้มีคุณสมบัติในการรับสิทธิบัตร
- หลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิบัตรของบุคคลที่สาม
- ประเมินความสามารถในการแข่งขันและคุณค่าความเป็นเอกลักษณ์ของการประดิษฐ์ของตน
- ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีที่มีการอธิบายไว้ในคำขอสิทธิบัตรที่ไม่ได้รับอนุญาตและสิทธิบัตรที่ไม่สามารถใช้ได้ในบางประเทศหรือไม่มีผลบังคับใช้อีกต่อไป<sup>5</sup>
- รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางนวัตกรรมและทิศทางในอนาคตของคู่แข่งทางธุรกิจ
- ปรับปรุงการวางแผนการตัดสินใจทางธุรกิจเกี่ยวกับการอนุญาตให้ใช้สิทธิ หุ้นส่วนทางเทคโนโลยี รวมถึงการควมรวมและเข้าซื้อกิจการ



บริษัท มาย แบนด์ คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด<sup>6</sup>  
ประเทศไทย



ที่มา: SME STARTUP (<https://www.smethailandclub.com>)

### ผู้ก่อตั้ง

คุณกรรณ ศิธาพัฒนา

### ทรัพย์สินทางปัญญาหลัก

เครื่องหมายการค้า

ลิขสิทธิ์

ความลับทางการค้า

เว็บไซต์: <https://www.myband.co.th/>

### ผลิตภัณฑ์

“MYBAND” เป็นแพลตฟอร์มจองวงดนตรีถูกลิขสิทธิ์อันดับหนึ่งในประเทศไทยและที่แรกของโลก

บริษัท มาย แบนด์ คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด เป็นสตาร์ทอัพหน้าใหม่ในประเทศไทยได้พัฒนาแพลตฟอร์มจองวงดนตรีถูกลิขสิทธิ์อันดับหนึ่งในประเทศไทยและที่แรกของโลกภายใต้ชื่อ MYBAND

จุดเริ่มต้นของ MYBAND คุณกรรณ ศิธาพัฒนา กรรมการผู้จัดการ และผู้ก่อตั้งได้สังเกตเห็นปัญหาเกี่ยวกับการจัดเก็บลิขสิทธิ์ของเพลงที่เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นปัญหาของบุคคล 3 ฝ่ายได้แก่ ผู้จัดการงาน ศิลปิน และนักแต่งเพลงเจ้าของลิขสิทธิ์ เนื่องจากหากมีการจัดงานที่เป็นลักษณะงานปิด งานขนาดเล็ก งานอีเวนต์ หรืองานแต่งงานเจ้าของลิขสิทธิ์จะไม่สามารถรู้ได้เลยว่ามีวงดนตรีใดเอาเพลงไปใช้เล่นอยู่ที่ไหนบ้าง ทำให้เกิดการละเมิดลิขสิทธิ์บ่อยครั้ง

โดยการทำงานของ MYBAND นั้น จะมีส่วนช่วยในการจัดการรายการเพลงที่ศิลปินจะนำไปเล่นในงานต่าง ๆ ซึ่งเพลงที่ถูกเลือกจะถูกส่งไปให้เจ้าของสิทธิ์ออกใบอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ ทางเจ้าของลิขสิทธิ์เองก็จะรู้ว่าเพลงเขาถูกเอาไป

ใช้ในสถานที่ไหน วันที่เท่าไร วงอะไร โดยหลังจากที่ได้มีการพัฒนาแพลตฟอร์ม MYBAND คุณกรรณ ศิธาพัฒนา ก็ได้นำ Business Model นี้ไปคุยกับเพื่อนศิลปินและบริษัทผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์เพลง ทำให้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก

### ทรัพย์สินทางปัญญา ผลิตภัณฑ์และการออกแบบธุรกิจ

MYBAND ใช้ความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของแรกในประเทศไทยที่พัฒนาแพลตฟอร์มนี้ขึ้นมา เปิดแคมเปญระดมทุนผ่านทาง Dreamaker Equity Crowdfunding โดยบริษัทเสนอขายหุ้นจำนวน 7.5 ล้านบาท และมีผู้ให้ความสนใจร่วมลงทุนแล้วถึง 4 ล้านบาท ภายในเวลาเพียง 15 วันแรกของการเสนอขายแคมเปญ โดยบริษัทตั้งใจที่จะนำเงินส่วนนี้มาพัฒนาต่อยอดธุรกิจ พัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และขยายเรื่องการดูแลเรื่องลิขสิทธิ์ของศิลปินเพิ่มมากขึ้นด้วย

ปัจจุบัน MYBAND มีแนวเพลงครอบคลุมแทบทุกแนวเพลงที่คนนิยม ไม่ว่าจะเป็นศิลปินป๊อป อินดี้ ลูกทุ่ง ไปจนถึงศิลปินระดับตำนานของประเทศ และครอบคลุมทุกราคา โดยมีถึง 1,000 วงดนตรี รวมถึงมีศิลปินที่มีชื่อเสียงมากมาย ช่วยให้ศิลปินเล่นเพลงข้ามค่ายได้อย่างอิสระกว่า 10 ล้านเพลงจากค่ายเพลงในประเทศ อีกทั้ง ยังช่วยให้ผู้สนใจใช้บริการสามารถเลือกศิลปินที่ถูกใจและทำการนัดหมายได้อย่างสะดวก และสบายใจได้ว่าจะไม่มีปัญหาด้านการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้น

### การใช้ข้อมูลสิทธิบัตรและการวิเคราะห์ภูมิทัศน์สิทธิบัตร

“การทำแผนที่สิทธิบัตร” (Patent mapping) หรือ “การวิเคราะห์ภูมิทัศน์สิทธิบัตร” (Patent landscape) หมายถึงการค้นหาและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบของสิทธิบัตรที่มีอยู่ในพื้นที่เทคโนโลยีที่กำหนด การทำแผนที่อธิบายภูมิทัศน์ในพื้นที่เทคโนโลยีหนึ่ง ๆ ประเภทของวิธีการแก้ปัญหาทางเทคนิคที่อาจมีอยู่ และผู้เล่นชั้นนำและผู้เล่นรายใหม่ในพื้นที่นั้น โดยอ้างอิงจากการค้นหาที่ทันสมัยโดยใช้คำค้นหาและคีย์เวิร์ด สัญลักษณ์การจำแนกสิทธิบัตรที่ดึงมาจากการจัดหมวดหมู่สัญลักษณ์การประดิษฐ์แบบสากล (International Patent Classification : IPC) หรือการจัดหมวดหมู่สัญลักษณ์การประดิษฐ์แบบพัฒนาร่วม (Cooperative Patent Classification : CPC) และชุดเครื่องมือในการค้นหาที่ช่วยให้กำหนดเป้าหมายได้แม่นยำยิ่งขึ้น กระบวนการที่กล่าวมานี้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นแบบวนซ้ำ เมื่อชุดข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้รับการสรุปแล้ว

ก็จะสามารถนำพื้นที่สาขาของสิทธิบัตรที่แตกต่างกันมาวิเคราะห์ และแสดงออกมาเป็นภาพซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลด้านการแข่งขันเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่สำคัญสำหรับกลุ่มสตาร์ทอัพ สถาบันวิจัย และบริษัทข้ามชาติ ประเภทของข้อมูลก็นำมาวิเคราะห์และนำเสนอจะแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ ข้อมูลสิทธิบัตรที่ใช้ในแต่ละครั้ง แม้ว่าข้อมูลจะมีความเกี่ยวข้องกัน (ดูภาพ 8)<sup>7</sup>

การวิเคราะห์สิทธิบัตรสามารถให้ข้อมูลที่หลากหลาย รวมถึง:

- เทคโนโลยีที่เป็นกระแสในพื้นที่เทคโนโลยีเป้าหมายนั้น ในโลกที่เทคโนโลยีบางอย่างกลายเป็นสิ่งที่ไม่น่าสนใจอย่างรวดเร็ว ในขณะที่เทคโนโลยีอื่น ๆ ขยายตัวอย่างรวดเร็วในลักษณะของปัญหาประดิษฐ์ ซึ่งขับเคลื่อนไปข้างหน้าด้วยปริมาณที่เพิ่มขึ้นของชุดข้อมูลขนาดใหญ่ หากบริษัทสามารถระบุตำแหน่งของเทคโนโลยีบนกราฟเส้นโค้งตัว S ของเทคโนโลยี<sup>8</sup> (Technology S curve) และทราบได้ว่าเทคโนโลยีเป้าหมายกำลังพัฒนาอยู่ ณ ตำแหน่งใด บริษัทจะสามารถจัดโครงสร้างกลยุทธ์ในเชิงพาณิชย์และเน้นการวิจัยและพัฒนาไปในจุดที่ต้องการได้ ทั้งนี้ ข้อมูลดังกล่าวยังช่วยในการระบุจุดสูงสุดในการขอรับสิทธิบัตรในพื้นที่แอ่งที่อาจทำให้ตลาดเข้าถึงได้ยากในพื้นที่สีแดง (“Red Ocean”) และพื้นที่ที่มีการจดสิทธิบัตรต่ำในพื้นที่สีฟ้า (“Blue Ocean”) ซึ่งการแข่งขันอาจมีความเข้มข้นน้อยกว่า กลุ่มสตาร์ทอัพมีแนวโน้มที่จะพบโอกาสที่น่าสนใจอย่างยิ่งในพื้นที่ที่ยังไม่ค่อยได้รับการสำรวจซึ่งเรียกว่า “พื้นที่สีขาว” หรือ “White spaces” โดยการวิเคราะห์และบริการบางประเภทจะมุ่งเน้นไปที่การระบุพื้นที่เหล่านี้
- สำหรับผู้เล่นที่มีความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่อง (Active Players) ในพื้นที่ การวิเคราะห์ข้อมูลสิทธิบัตรสามารถช่วยระบุผู้นำและผู้มาใหม่ในพื้นที่หนึ่ง ตลอดจนผู้ที่มีความเป็นไปได้ว่าจะเป็นผู้ค้าและผู้แข่ง และเผยให้เห็นว่ากิจกรรมทางสิทธิบัตรของบุคคลเหล่านั้นว่ามีวิวัฒนาการอย่างไรเมื่อเวลาผ่านไป และสามารถเน้นการเชื่อมโยงของนักประดิษฐ์ที่สำคัญ การเชื่อมโยงกับองค์กรต่าง ๆ และความร่วมมือระหว่างกัน ซึ่งมักจะปรากฏเป็นคำขอรับสิทธิบัตรร่วม ข้อมูลเหล่านี้จะแสดงให้เห็นว่ามีการร่วมมือเกิดขึ้นที่ใดระหว่างผู้เล่นในอุตสาหกรรม นักวิชาการ

กลุ่มสตาร์ทอัพ และการแยกส่วนธุรกิจ นอกจากนี้ ข้อมูลของผู้ประดิษฐ์ยังอาจให้ข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องในอดีตและปัจจุบัน ตลอดจนการร่วมมือวิจัยและการร่วมมือระหว่างกัน

### ฐานข้อมูลเครื่องหมายการค้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์

ก่อนที่จะกลุ่มสตาร์ทอัพจะลงทุนเวลาและทรัพยากรและผูกมัดกับเครื่องหมายการค้าที่สามารถสรุปรวมทุกสิ่งที่กลุ่มสตาร์ทอัพเชื่อมั่นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตน สิ่งสำคัญคือต้องทำสิ่งที่เรียกว่าการสืบค้นเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้ เพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องหมายการค้าที่เหมือนกันหรือคล้ายกันมาก ไม่ได้มีการจดทะเบียนหรือใช้โดยบุคคลอื่นสำหรับผลิตภัณฑ์เดียวกันหรือคล้ายกัน กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถเริ่มต้นด้วยการทำการค้นหาทางอินเทอร์เน็ตโดยใช้เครื่องมือค้นหาทางอินเทอร์เน็ตอย่างง่ายเพื่อตรวจสอบว่าชื่อที่อยู่ในใจมีการใช้งานแล้วหรือไม่ นอกจากนี้ยังอาจมีการค้นหาเพิ่มเติมในฐานข้อมูลเครื่องหมายการค้าของสำนักงานเครื่องหมายการค้าระดับชาติและระดับภูมิภาค รวมถึงฐานข้อมูลแบรนด์โลกของ WIPO<sup>9</sup> (WIPO’s Global Brand Database) ซึ่งทางที่ดีที่สุดควรขอความช่วยเหลือจากตัวแทนเครื่องหมายการค้า และในทำนองเดียวกัน สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมควรมีการตรวจสอบว่ามีการจดทะเบียนการออกแบบที่เหมือนกันหรือคล้ายกันมากหรือไม่ โดยอาจตรวจสอบบนฐานข้อมูลการออกแบบโลก (the Global Design Database) ซึ่งดูแลโดย WIPO และเป็นแหล่งข้อมูลที่มีประโยชน์สำหรับวัตถุประสงค์นี้<sup>10</sup>

### ลิขสิทธิ์

เป็นการยากยิ่งกว่าที่จะตรวจสอบงานอันมีลิขสิทธิ์ เนื่องจากไม่ใช่ทุกประเทศที่มีทะเบียนลิขสิทธิ์และการจดทะเบียน “งาน” ก็เป็นไปได้ด้วยความสมัครใจ อย่างไรก็ตาม เราสามารถทำการค้นหาผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเน้นที่แนวคิดทางธุรกิจซึ่งงานที่มีลิขสิทธิ์อาจมีความเกี่ยวข้องและในธุรกิจที่เป็นคู่แข่งกัน เพื่อที่จะสามารถระบุความรับผิดชอบและโอกาสที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาที่อาจเกิดขึ้น ดังที่กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ ลิขสิทธิ์นั้นปกป้องการแสดงออกซึ่งความคิดไม่ใช่ตัวความคิดเอง ด้วยเหตุนี้ จึงค่อนข้างเป็นไปได้ที่จะผลิตงานขึ้นเองโดยอิสระที่เป็น การ “สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในบริเวณเดียวกัน” กับงานที่ได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ ตัวอย่างเช่น เนื่องจากโค้ดสำหรับซอฟต์แวร์สามารถให้ผลลัพธ์เดียวกันได้หลายวิธี จึงเป็นไปได้ที่จะเขียนโค้ดใหม่โดยไม่ละเมิดสิทธิของบุคคล



ที่สาม บางครั้งก็เป็นไปได้ที่จะได้รับการอนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับงานที่มีอยู่แล้ว ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นหากงานใหม่นั้นใช้งานง่ายกว่า ใช้งานได้จริงมากกว่า น่าสนใจกว่า หรือส่งมอบสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า

## ชื่อโดเมน

ดังที่ได้กล่าวไว้ก่อนหน้านี้ กลุ่มสตาร์ทอัพควรตรวจสอบว่าชื่อโดเมนที่ต้องการนั้นสามารถใช้งานได้<sup>11</sup> หากการตรวจค้นแสดงผลว่าไม่สามารถใช้งานได้ ควรเลือกชื่อโดเมนอื่นหรืออาจซื้อชื่อที่ต้องการจากผู้ถือไว้เพื่อขายต่อ ทั้งนี้ บริษัทยังสามารถปรับแก้ชื่อโดเมนที่ต้องการ หรือลงทะเบียนภายใต้โดเมนระดับบนสุดหมวดทั่วไป (gTLD) อื่น ๆ ได้ ซึ่งรวมถึง gTLD ใหม่ ซึ่งน่าจะพร้อมใช้งานมากกว่า เช่นเดียวกับโดเมนระดับบนสุดหมวดรหัสประเทศ (ccTLD) (สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับชื่อโดเมน โปรดดูหัวข้อ “การสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ในตลาดของท่าน”

## หมายเหตุ

1. โปรดดู <https://patentsearch.ipthailand.go.th>.
2. โปรดดู [www.wipo.int/patentscope](http://www.wipo.int/patentscope).
3. โปรดดู [www.wipo.int/aspi](http://www.wipo.int/aspi).
4. สยามรัฐ.กรมทรัพย์สินทางปัญญาจับมือ 10 มหาวิทยาลัย จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรม (TISC) [ออนไลน์]. 2021 <https://siamrath.co.th>.
5. สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการระบุและใช้ข้อมูลที่เป็นสมบัติของสาธารณะ, โปรดดู WIPO (2020). Identifying Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1062.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf) และโปรดดู, WIPO. Using Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1063.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf)
6. SME Startup. MYBAND สตาร์ทอัพไฟแรง ให้ลูกค้าจองวงดนตรีด้วยตัวเองที่แรกของไทย กว่าเงินระดมทุน 4 ล้านได้ภายใน 15 วัน [ออนไลน์].2021, <https://www.smethailandclub.com>.
7. โปรดดู WIPO. PATENTSCOPE. “Patent Landscape Reports.”[www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent\\_landscapes](http://www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes).
8. Technology S curve คือการแสดงภาพกราฟิกของวงจรชีวิตของเทคโนโลยีหนึ่ง ๆ ที่สรุปการเกิดขึ้น การเติบโต วุฒิภาวะ และความอึมตัว
9. โปรดดู WIPO. Global Brand Database. [www.wipo.int/reference/en/branddb](http://www.wipo.int/reference/en/branddb).
10. โปรดดู WIPO. Global Design Database. [www.wipo.int/reference/en/designdb](http://www.wipo.int/reference/en/designdb).
11. โปรดดู ICANN. Domain Name Registration Data Lookup. <https://lookup.icann.org/lookup>.

การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา

การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา<sup>1</sup> (IP audit) คือ การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาที่ธุรกิจเป็นเจ้าของ ใช้งาน หรือได้รับมาอย่างเป็นระบบ เป็นการดำเนินการเพื่อประเมิน และจัดการความเสี่ยง แก้ไขปัญหา และนำแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practices) ในการจัดการทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ การตรวจสอบทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท จะครอบคลุมข้อตกลงที่เกี่ยวข้อง นโยบายที่เกี่ยวข้อง และขั้นตอนการกำกับดูแล โดยการตรวจสอบจะช่วยให้บริษัทสามารถ:

- จัดเก็บหรือปรับปรุงทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา
- วิเคราะห์ว่าทรัพย์สินเหล่านี้มีการใช้หรือไม่ได้ใช้อย่างไร
- ยืนยันว่าทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท ใช้อยู่ในนั้น เป็นของตัวบริษัทเองหรือผู้อื่นเป็นเจ้าของ
- พิจารณาว่าการใช้ทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท ละเมิดสิทธิของผู้อื่นหรือไม่ และบุคคลอื่น กำลังละเมิดสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของบริษัท อยู่หรือไม่

รายการตรวจสอบเบื้องต้นของการตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาปรากฏอยู่ในตารางที่ 2 บริษัทสามารถใช้ข้อมูลนี้ เพื่อตัดสินใจว่าต้องดำเนินการใดเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา แต่ละรายการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ<sup>2</sup>

สำหรับบริษัท การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา เป็นประโยชน์ทั้งในฐานะขั้นตอนการทำงานพื้นฐานทั่วไป และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เฉพาะ เมื่อจำเป็นต้องเข้าใจ สถานะของทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา ตัวอย่างเช่น กลุ่มสตาร์ทอัพที่พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่เป็นนวัตกรรมซึ่งอาจเปลี่ยนเป็นทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาหรือไม่ก็ได้ นั่น จะต้องเข้าใจทางเลือก ของตน การตรวจสอบจะช่วยกำหนดว่าทรัพย์สินที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของตนจะสามารถสนับสนุนกลยุทธ์ ทางธุรกิจ ประเมินความแข็งแกร่งทางการแข่งขันของทรัพย์สิน และจัดการกับความเสี่ยงได้อย่างไร การตรวจสอบยังช่วยให้กลุ่มสตาร์ทอัพมีความพร้อมสำหรับนักลงทุน นักลงทุน มักจะต้องการเห็นภาพที่ชัดเจนของสถานการณ์ทรัพย์สินทางปัญญาของกลุ่มสตาร์ทอัพ ด้วยเหตุผลที่คล้ายกัน การตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาจะเป็นประโยชน์ ถ้าและเมื่อมีการขายกลุ่มสตาร์ทอัพ (ใน “ระยะสุดท้าย”)

นอกจากนี้ การตรวจสอบยังเปิดเผยทรัพย์สินที่ไม่ส่งผล กระทบโดยตรงต่อกิจกรรมทางธุรกิจหลัก และอาจได้มี การอนุญาตให้ใช้สิทธิ หรือขายเพื่อสร้างแหล่งรายได้ ทางเลือก และสามารถระบุสินทรัพย์ฟุ่มเฟือยที่ก่อให้เกิด ค่าบำรุงรักษาที่ไม่จำเป็นและควรตัดออกจากพอร์ตโฟลิโอ

ขั้นตอนแรกในการตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา คือการระบุ สินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของกลุ่มสตาร์ทอัพ ซึ่งหมายถึงการระบุสินทรัพย์ทางปัญญา (Intellectual assets) ทั้งหมดและแยกแยะสินทรัพย์ที่อาจเข้าข่าย ได้รับการคุ้มครองเป็นทรัพย์สินทางปัญญา ในฐานะที่ ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหมวดหมู่ย่อยของสินทรัพย์ ทางปัญญา ทรัพย์สินทางปัญญาสามารถแยกออกจาก สินทรัพย์ทางปัญญาอื่น ๆ ได้ เนื่องจากมีการกำหนด นิยามเอาไว้ในกฎหมาย และมีสิทธิที่เกิดขึ้นจากทรัพย์สิน ทางปัญญา

ในการเริ่มต้น เป็นกระบวนการภายในที่กลุ่มสตาร์ทอัพ จะเฝ้าสังเกตว่าสิ่งใดที่ตนทำนั้น แตกต่างไปจากคู่แข่ง ซึ่งจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น กลุ่มสตาร์ทอัพมีขั้นตอนการปฏิบัติงานที่มั่นคงสำหรับการ จัดการโครงการ มีความรู้ และประสบการณ์ ในการจัดเก็บสารเคมีที่ละเอียดอ่อน หรือมีระบบการจัดการ ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM) ภายในองค์กรหรือไม่ หรือความรู้ของพนักงาน แสดงให้เห็นถึงสินทรัพย์ทางปัญญาที่สำคัญ ของบริษัทหรือไม่ การประเมินความรู้ที่เป็นองค์ความรู้ (Know-how) ของพนักงานอาจเป็นเรื่องยาก วิธีหนึ่งคือ การดูจากคำอธิบายงานของพนักงานกับขอบเขต ของตำแหน่งงานเพื่อประเมินมูลค่าที่พนักงานแต่ละคน มีเพิ่มขึ้นมา การปฏิบัตินี้ควรเสริมด้วยวิธีการเก็บบันทึก (บันทึกห้องปฏิบัติการ บทสรุปการพัฒนาโครงการ เอกสารการวิจัย ฯลฯ) ที่จะทำให้บริษัทสามารถรวบรวม และจัดการระบบภายในเกี่ยวกับสินทรัพย์ทางปัญญา ของบริษัท

## ตารางที่ 2 รายการตรวจสอบเบื้องต้นในประเด็นที่อาจใช้พิจารณาในการตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา

1. มีอะไรบ้างที่อาจเป็นทรัพย์สินทางปัญญา
  - ป้าย ชื่อ ฉลากที่ใช้เพื่อระบุผลิตภัณฑ์หรือบริการ
  - แนวคิดเชิงนวัตกรรม แนวทางใหม่ ๆ วิธีการแก้ไขปัญหาทางเทคนิค
  - การเขียนเชิงสร้างสรรค์ ซอฟต์แวร์ เพลงโฆษณา คลิปวีดีโอ ฯลฯ
  - บรรจุภัณฑ์ที่น่าดึงดูด งานออกแบบ รูปทรงที่มีความพิเศษ ฯลฯ
  - ข้อมูลภายในของธุรกิจ เช่น รายงาน การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลการตลาด ข้อมูลการผลิต องค์กรความรู้และองค์ความรู้เชิงปฏิเสธ (Negative know-how) รายชื่อลูกค้าและข้อมูลลูกค้า คู่มือการใช้งานและการออกแบบงานออกแบบ ภาพวาด แผนภาพและงานศิลปะ ความคิดและแผนงาน สูตรและการคำนวณ ต้นแบบ สมุดบันทึกการทดลองและการทดลองในห้องปฏิบัติการ ข้อมูลผู้ขายและผู้ผลิต ข้อมูลการวิจัยและพัฒนา ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน ราคา กำไร ขาดทุน และส่วนต่าง การคาดการณ์และแผนงาน สื่อโฆษณา ข้อมูลทางการเงิน งบประมาณและการคาดการณ์ ซอฟต์แวร์และรหัสต้นฉบับ

---

2. สินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาเหล่านี้สามารถได้รับการคุ้มครองในฐานะความลับทางการค้า สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ชื่อโดเมน การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือลิขสิทธิ์ได้หรือไม่

---

3. มีปัญหาเรื่องความเป็นเจ้าของหรือไม่
  - แนวคิดต่าง ๆ ได้รับการพัฒนาโดยผู้ก่อตั้งบริษัท โดยพนักงานในระยะเวลาที่จ้างงาน หรือโดยผู้รับเหมา ผู้ขาย หรือลูกค้า

---

4. มีสัญญาที่เกี่ยวข้องที่กำหนดความเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาหรือไม่
  - สัญญาที่กำหนดให้มีการโอนสิทธิหรือไม่

---

5. ในกรณีสัญญาที่ทำขึ้นไม่ครอบคลุมถึงการโอนสิทธิ มีการดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อให้ได้รับโอนสิทธิหรืออนุญาตให้ใช้สิทธิแก่บริษัทหรือไม่

---

6. มีปัญหาการละเมิดสิทธิหรือไม่
  - บริษัทละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นหรือไม่
  - มีบุคคลภายนอกที่ละเมิดสิทธิของบริษัทหรือไม่

---

7. ในกรณีที่ไม่มีปัญหาความเป็นเจ้าของหรือการละเมิดสิทธิเกิดขึ้น:
  - มีขั้นตอนในการยื่นคำขอที่เหมาะสมสำหรับเครื่องหมายการค้า ชื่อโดเมน สิทธิบัตร และการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือไม่
  - คำขอหรือสินทรัพย์เหล่านี้ได้รับการดูแลโดยการจ่ายค่าธรรมเนียมในการบำรุงรักษาตรงเวลาที่กำหนดหรือไม่

---

8. มีการยื่นคำขอในทุกประเทศเป้าหมายหรือไม่

---

9. มีการดำเนินการเพื่อรักษาความลับของข้อมูลที่สามารถใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจ ดังนี้:
  - กำหนดมาตรการป้องกัน จำกัดการเข้าถึงข้อมูล
  - ลงนามข้อตกลงการรักษาความลับกับพนักงานและบุคคลภายนอกที่อาจมีการเปิดเผยข้อมูลให้ได้
  - ลงนามข้อตกลงกับพนักงานที่ลาออกจากงานว่าพนักงานรายนั้นจะไม่แข่งขันกับบริษัทหรือกลุ่มสตาร์ทอัพภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงการสื่อสารนโยบายภายในเพื่อป้องกันการเปิดเผยข้อมูลโดยไม่ได้ตั้งใจ

---

10. สินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาจะเพิ่มมูลค่าให้กับเป้าหมายทางธุรกิจเชิงกลยุทธ์ของบริษัทได้อย่างไร
  - มีการนำสินทรัพย์ทั้งหมดมาใช้ในธุรกิจหลักของบริษัทหรือไม่
  - สามารถให้สิทธิแก่ผู้อื่นในการใช้งานได้หรือไม่
  - บางส่วนควรถูกตัดออก บริจาค หรือนำไปใช้ในทางอื่นหรือไม่
  - สามารถใช้ดึงดูดนักลงทุน พันธมิตร และผู้ให้ความร่วมมือได้หรือไม่

หมายเหตุ: สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมโปรดดู South-East Asia IPR SME Helpdesk. IP Audit Checklist. [www.southeastasiaiprhelpdesk.u/sites/default/files/publications/EN\\_Audit.pdf](http://www.southeastasiaiprhelpdesk.u/sites/default/files/publications/EN_Audit.pdf). และ โปรดดู Alan R. Singleton. IP Audit Checklist (Singleton Law Firm, P.C). <https://nebula.wsimg.com/d88b0ffd498cd797d780f38d40a0a316?AccessKeyId=532DB1B257AADA6A76&disposition=0&alloworigin=1>.

เมื่อได้มีการระบุสินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาหรือ อาจเป็นทรัพย์สินทางปัญญา การตรวจสอบจะสามารถ กำหนดสถานะของสินทรัพย์นั้นได้ว่าบริษัทเป็นเจ้าของ สินทรัพย์ที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญาใดบ้าง และสิทธิ ดังกล่าวยังมีผลใช้บังคับได้อยู่หรือไม่ และในกรณีที่ไม่ได้ เป็นเจ้าของสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ได้มีการดำเนินการ ตามขั้นตอนเพื่อได้มาซึ่งสิทธิการเป็นเจ้าของหรือมีสิทธิ ในการใช้งานผ่านการจัดการอนุญาตให้ใช้สิทธิหรือไม่

ข้อมูลที่รวบรวมผ่านแนวทางปฏิบัตินี้จะช่วยให้ กลุ่มสตาร์ทอัพระบุจุดบกพร่องในกระบวนการภายใน กำหนดวิธีจัดการต้นทุนให้ดีขึ้น ทราบถึงระดับความเสี่ยง ที่จะถูกละเมิด และระบุโอกาสในการทำงานหาความร่วมมือ จากผู้อื่น

กลุ่มสตาร์ทอัพจำนวนมากที่ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นฐาน มักจะดำเนินการผิดพลาดเนื่องจากไม่ได้ปรับปรุง การจัดทำพอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทางปัญญาให้เป็นข้อมูล ปัจจุบัน ส่งผลให้สูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันเบื้องต้น ที่ตนเองได้รับจากสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ลองนึกภาพ ว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นแรกได้รับการคุ้มครองโดยสิทธิบัตร ผลิตภัณฑ์นั้นประสบความสำเร็จ กลุ่มสตาร์ทอัพ ดำเนินการต่อยอดสร้างสรรค์นวัตกรรมและเปิดตัว ผลิตภัณฑ์หลายรุ่นพร้อมการทำงานเพิ่มเติมที่สำคัญ แต่ล้มเหลวในการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา ในส่วนของการต่อยอดดังกล่าว โดยอาศัยสิทธิบัตรดั้งเดิม เพียงอย่างเดียว เป็นผลทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ของบริษัท มีความเสี่ยงที่จะถูกลอกเลียนแบบ และทำให้คู่แข่งสามารถ ทำหายความได้เปรียบทางการตลาดของกลุ่มสตาร์ทอัพ กลยุทธ์การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของกลุ่มสตาร์ทอัพ ต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมเสมอ กลุ่มสตาร์ทอัพควรทำการตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญา เป็นระยะ เพื่อพิจารณาสถานะของทรัพย์สินทางปัญญา ของตน และเพื่อให้แน่ใจว่าการป้องกันทรัพย์สิน ทางปัญญาของตนเป็นที่เพียงพอ เหมาะสม และเป็นปัจจุบัน

## หมายเหตุ

- 1 ในการทำการประเมินทรัพย์สินทางปัญญาด้วยตนเอง โปรดดูที่ WIPO. *IP Diagnostics*. [www.wipo.int/ipdiagnostic](http://www.wipo.int/ipdiagnostic).
- 2 โปรดดู WIPO. *IP Audit, Module 10*. [www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip\\_panorama\\_10\\_learning\\_points.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/en/documents/pdf/ip_panorama_10_learning_points.pdf).

ภาคผนวก 1: ผู้ให้บริการต่าง ๆ



เนื่องจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด กลุ่มสตาร์ทอัพมักจะไม่สามารถว่าจ้างผู้ให้บริการภายนอกที่มีคุณสมบัติตามที่ต้องการได้ กลุ่มสตาร์ทอัพส่วนใหญ่ไม่รู้ว่าจะตนเองต้องการความช่วยเหลือจากภายนอก หรือไม่ก็ไม่สามารถจ่ายค่าจ้างได้ ผู้ก่อตั้งมักจะตัดความต้องการดังกล่าวหรือพยายามเติมช่องว่างดังกล่าวด้วยตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มสตาร์ทอัพมีแนวโน้มที่จะไม่ได้รับการสนับสนุนความต้องการในสองเรื่องหลัก ได้แก่ ค่าแนะนำทางกฎหมาย และการให้การสนับสนุนทางทรัพย์สินทางปัญญา แม้ว่าการแก้ไขปัญหานี้จะทำได้โดยง่าย แต่สำหรับกลุ่มสตาร์ทอัพที่ต้องการความช่วยเหลือมีแนวโน้มที่จะค้นหาวิธีแก้ปัญหานี้เบื้องต้น ผู้ก่อตั้งควรทำการค้นหาวามีโครงการผลักดัน หรือบ่มเพาะผู้ประกอบการในพื้นที่หรือไม่ เพื่อขอคำแนะนำจากสำนักงานถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology Transfer offices : TTO) ของตน ในกรณีของกลุ่มสตาร์ทอัพนั้นมาจากสถานศึกษา และหาผู้ให้บริการรายอื่นที่สามารถให้บริการสนับสนุนพื้นฐานได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย หรือมีค่าใช้จ่ายในอัตราที่สามารถจ่ายได้ ในขั้นตอนการระดมทุนของกลุ่มสตาร์ทอัพควรมีการตั้งงบประมาณสำหรับการจ้างงานผู้ให้บริการภายนอก ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการค่าต่ออายุและค่าบำรุงรักษาทรัพย์สินทางปัญญา กองทุนธุรกิจเงินร่วมลงทุน (VCs) ส่วนใหญ่จะไม่ปฏิเสธค่าใช้จ่ายดังกล่าวเนื่องจากกองทุนดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะตระหนักถึงความสำคัญของคำแนะนำที่มีคุณค่าดังกล่าว

กลุ่มสตาร์ทอัพอาจต้องการคำแนะนำในการร่างคำขอรับสิทธิบัตร การร่างเอกสารกฎหมายในการจัดตั้งกิจการ หรือแม้แต่การสร้างโมเดลธุรกิจที่เป็นไปได้ มีบางองค์กรที่ให้การสนับสนุนกับผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้นแต่องค์กรลักษณะดังกล่าวก็เชื่อว่าหาได้โดยทั่วไป

สำหรับประเทศไทย มีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีโครงการส่งเสริมให้กับกลุ่มสตาร์ทอัพไทยได้เติบโตขึ้นไป โดยแต่ละหน่วยงานจะมีการจัดแบ่งประเภทของธุรกิจ<sup>1</sup> โดยหน่วยงานด้านล่างนี้เป็นตัวอย่างหน่วยงานที่ช่วยส่งเสริมกลุ่มสตาร์ทอัพ

- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติจะช่วยส่งเสริมทักษะให้กับผู้ประกอบการสาขาเศรษฐกิจชีวภาพ สาขาเศรษฐกิจการผลิตและการหมุนเวียน และสาขาเศรษฐกิจและการแบ่งปัน
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล มีการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนสตาร์ทอัพไทยในหลากหลายอุตสาหกรรม

โดยมีการมอบเงินลงทุนสนับสนุนให้ เริ่มตั้งแต่ 50,000 จนถึง 5,000,000 บาท

### ผู้ผลักดันกิจการ

โดยปกติผู้ผลักดันกิจการ (Accelerators) จะเป็นองค์กรที่แสวงหาผลกำไรที่ช่วยให้กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถ “เร่ง” การเติบโตของธุรกิจของตนได้ ผู้ผลักดันกิจการ มีบทบาทเป็นที่เลี้ยง ช่วยเสริมสร้างศักยภาพ และในบางครั้งให้เงินลงทุนบางส่วนเพื่อแลกเปลี่ยนกับการมีส่วนแบ่งเล็กน้อย ในกิจการของกลุ่มสตาร์ทอัพ ผู้ผลักดันกิจการค่อนข้างที่จะพิถีพิถันในการเลือก และกลุ่มสตาร์ทอัพที่เป็นผู้สมัครเข้าคัดเลือกจะอยู่ภายใต้เงื่อนไขการคัดเลือกที่เข้มงวด เป้าหมายของผู้ผลักดันกิจการ คือ การเตรียมกลุ่มสตาร์ทอัพให้พร้อมกับการรับเงินทุนจากกองทุนธุรกิจเงินร่วมลงทุนสำหรับเศรษฐกิจที่กำลังเกิดใหม่ มหาวิทยาลัย หรือผู้ผลักดันกิจการที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีก้าวเข้ามามีบทบาทเป็นผู้ผลักดันกิจการ ซึ่งบางแห่งมีการมุ่งเน้นไปยังสาขาเฉพาะ เช่น ชีววิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสีเขียว เป็นต้น ผู้ผลักดันกิจการที่ดีจะเสนอที่เลี้ยงหรือพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเฉพาะด้าน กฎหมาย หรือทรัพย์สินทางปัญญาที่สามารถช่วยกลุ่มสตาร์ทอัพให้ก้าวผ่านความท้าทายต่าง ๆ ที่อธิบายไว้ก่อนหน้านี้ได้ ผู้ผลักดันกิจการบางแห่งมีสำนักงานในหลายประเทศ และสามารถจัดหาพื้นที่ที่เหมาะสมให้กับกลุ่มสตาร์ทอัพที่มีแนวโน้มจะเข้าตลาดต่างประเทศได้

สำหรับในประเทศไทย มีผู้ผลักดันกิจการอยู่มากมาย ในหลายภาคธุรกิจ อาทิ โครงการ Digital Ventures (DVA) ของธนาคารไทยพาณิชย์ โครงการ DTAC Accelerate ของบริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด โครงการ AIS the StartUp ของบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด โครงการ PTT Espresso ของบริษัท ปตท. จำกัด และโครงการ F13 ของสมาคมฟินเทคประเทศไทย เป็นต้น

### ผู้บ่มเพาะกิจการ

ผู้บ่มเพาะกิจการ (Incubators) มักจะได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากมหาวิทยาลัย กองทุนธุรกิจเงินร่วมลงทุน หรือบริษัท ผู้บ่มเพาะกิจการ ไม่ได้มุ่งหากำไร แม้ว่าบางแห่งอาจต้องการสิทธิทางเลือก (สิทธิในอนาคต) ในการได้หุ้นของกลุ่มสตาร์ทอัพ ผู้บ่มเพาะกิจการส่วนใหญ่จะยอมรับกลุ่มสตาร์ทอัพตั้งแต่ช่วงเริ่มต้น แม้ในช่วงเวลา ก่อนที่กลุ่มสตาร์ทอัพจะได้รับการจัดตั้งขึ้นตามกฎหมาย โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ก่อตั้งได้สำรวจแนวคิด

ทางธุรกิจของตนและจบการศึกษาจากศูนย์บ่มเพาะกิจการ โดยมีกลยุทธ์และโมเดลธุรกิจที่ดี ผู้บ่มเพาะกิจการที่ดีก็เหมือนกับผู้ผลักดันกิจการที่ดีที่จะเสนอให้คำปรึกษา (บางส่วน) เพื่อช่วยกำหนดขอบเขตโมเดลธุรกิจ ทรัพย์สินทางปัญญา และปัญหาทางกฎหมายอื่น ๆ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเป็นประโยชน์กับผู้ก่อตั้ง

สำหรับประเทศไทย มีผู้บ่มเพาะกิจการที่มีโครงการให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มสตาร์ทอัพในธุรกิจต่าง ๆ มากมาย<sup>3</sup> เช่น ศูนย์พัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจเทคโนโลยี สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในประเทศไทย

### สำนักงานการจัดการเทคโนโลยี

สำนักงานการจัดการเทคโนโลยี (Technology management offices : TMOs) หรือที่รู้จักกันอีกชื่อว่า สำนักจัดการความรู้ โดยทั่วไปจะดำเนินการในมหาวิทยาลัยหรือศูนย์วิจัย รูปแบบของ TMO ในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามวัตถุประสงค์หลักของ TMO คือเพื่อส่งต่อทรัพย์สินทางปัญญา (โดยปกติมักเป็นสิทธิบัตรที่สร้างขึ้นในมหาวิทยาลัย) ไปยังภาคอุตสาหกรรมโดยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ และสร้างรายได้ให้กับมหาวิทยาลัย

ตามทฤษฎีแล้ว TMO จะจัดการการโอนทรัพย์สินทางปัญญา ไปยังกลุ่มสตาร์ทอัพหรือส่วนที่แยกออกมาจากมหาวิทยาลัย แต่วิธีการและวัตถุประสงค์ของ TMO มีความแตกต่างกันอย่างมากเช่นกัน TMO บางแห่งพันธกิจคือการส่งเสริมผู้ประกอบการที่เป็นนักวิชาการ และเติมเต็มบทบาทของผู้บ่มเพาะกิจการ หรือผู้ผลักดันกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ TMO บางแห่งมีพันธกิจในการดึงมูลค่าสูงสุดจากพอร์ตโฟลิโอทรัพย์สินทางปัญญาของตน และอาจไม่ใส่ใจหรือสิทธิพิเศษแก่ส่วนที่แยกออกมาของตน หากกล่าวโดยทั่วไป เจ้าหน้าที่ของ TMO มักจะมีประสบการณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา และ TMO อาจมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือในการยื่นคำขอรับสิทธิบัตรและค่าใช้จ่ายของกลุ่มสตาร์ทอัพ ซึ่งบางครั้งเป็นการแลกเปลี่ยนกับหุ้นจำนวนเล็กน้อยหรือสิทธิที่จะซื้อหุ้น หรือมีเงื่อนไขว่ากลุ่มสตาร์ทอัพจะจ่ายค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนของสิทธิบัตรเมื่อเริ่มสร้างรายได้

### รัฐบาล องค์กรนอกภาครัฐ (Non-Governmental Organisation : NGO) และโครงการสนับสนุนระหว่างประเทศ

รัฐบาลส่วนใหญ่เสนอโครงการสนับสนุนที่น่าสนใจเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม บางแห่งเสนอเงินทุนในช่วงริเริ่มจำนวนหนึ่งเพื่อให้กลุ่มสตาร์ทอัพสามารถเปิดตัวได้ รัฐบาลบางแห่งเสนอเงินช่วยเหลือตามเงื่อนไขบางประการเพื่อครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการขอรับสิทธิบัตร สำนักงานสิทธิบัตรระดับประเทศส่วนใหญ่มักจะมีหน่วยงานให้ความช่วยเหลือเพื่อแนะนำช่องทางในการขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และขั้นตอนการยื่นคำขอ มูลนิธิระหว่างประเทศบางแห่งจัดให้ความช่วยเหลือในการบ่มเพาะและผลักดันในเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ หรือภาคส่วนต่าง ๆ ของตลาดที่อยู่ในความสนใจของมูลนิธิดังกล่าว ท้ายที่สุด องค์กรระหว่างประเทศหลายแห่งให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลโดยไม่มีค่าใช้จ่าย ให้ความช่วยเหลือในการเข้าถึงเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญหรือฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และข้อมูลเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่ดีในระดับสากล (ดูภาคผนวก 2: แหล่งข้อมูล)

สำหรับประเทศไทย รัฐบาลมองเห็นศักยภาพและความสามารถของสตาร์ทอัพจึงเปิดทางให้สตาร์ทอัพเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ โดยมุ่งเป้าไปที่การนำนวัตกรรมของสตาร์ทอัพมาพัฒนาบริการสาธารณะเพื่อประชาชนและยกระดับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย<sup>4</sup>

## หมายเหตุ

1. โปรดดู <https://www.disruptignite.com/blog/startup-support>.
2. โปรดดู [https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256205\\_GlobalTrend.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256205_GlobalTrend.aspx).
3. โปรดดู [https://www.nstda.or.th/home/performance\\_post/bic-cultivate-technology-business/](https://www.nstda.or.th/home/performance_post/bic-cultivate-technology-business/).
4. โปรดดู <https://www.nia.or.th/PROCUREMENT>.

## ภาคผนวก 2: แหล่งข้อมูล

WIPO (2006). Creative Expression: An Introduction to Copyright and Related Rights for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 4. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo\\_pub\\_918.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/918/wipo_pub_918.pdf).

WIPO (2015) Successful Technology Licensing. [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo\\_pub\\_903.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/licensing/903/wipo_pub_903.pdf).

WIPO (2017). Making a Mark - An Introduction to Trademarks for Small and Medium-Sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 1. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_900\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf).

WIPO (2018). Inventing the Future – An Introduction to Patents for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 3. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_917\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_917_1.pdf).

WIPO (2019). In Good Company: Managing Intellectual Property Issues in Franchising. Intellectual Property for Business Series no. 5. [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo\\_pub\\_1035.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/sme/1035/wipo_pub_1035.pdf).

WIPO (2019). Looking Good: An Introduction to Industrial Designs for Small and Medium-sized Enterprises. Intellectual Property for Business Series no. 2. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_498\\_1.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_498_1.pdf).

WIPO (2020). Identifying Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1062.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1062.pdf).

WIPO (2020). Using Inventions in the Public Domain – A Guide for Inventors and Entrepreneurs. [www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_1063.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_1063.pdf).

WIPO Academy. Distance learning program. [www.wipo.int/academy/en](http://www.wipo.int/academy/en).

WIPO Global Brand Database. [www.wipo.int/reference/en/branddb](http://www.wipo.int/reference/en/branddb).

WIPO Global Design Database. [www.wipo.int/reference/en/designdb](http://www.wipo.int/reference/en/designdb).

WIPO Green Licensing Check List. [www3.wipo.int/wipogreen/en/network/index.html#licensing](http://www3.wipo.int/wipogreen/en/network/index.html#licensing).

WIPO Inventor Assistance Program (IAP). [www.wipo.int/iap](http://www.wipo.int/iap) WIPO IP Diagnostics. [www.wipo.int/ipdiagnostic/](http://www.wipo.int/ipdiagnostic/).

WIPO IP for Business website. [www.wipo.int/sme/en](http://www.wipo.int/sme/en).

WIPO IP PANORAMA. [www.wipo.int/sme/en/multimedia](http://www.wipo.int/sme/en/multimedia).

WIPO Lex Database Search. <https://wipo.lex.wipo.int/en/main/legislation>.

WIPO Patent Landscape Reports. [www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent\\_landscapes](http://www.wipo.int/patentscope/en/programs/patent_landscapes).

WIPO PATENTSCOPE database. [www.wipo.int/patentscope](http://www.wipo.int/patentscope) 73 Annex 2: Resources.

WIPO Technology and Innovation Support Centers (TISCs). [www.wipo.int/tisc](http://www.wipo.int/tisc).

WIPO Universities and Intellectual Property. [www.wipo.int/about-ip/en/universities\\_research](http://www.wipo.int/about-ip/en/universities_research).

WIPO Website. [www.wipo.int](http://www.wipo.int).

WIPO and the International Chamber of Commerce (2012). Making Intellectual Property Work for Business - A Handbook for Chambers of Commerce and Business Associations Setting Up Intellectual Property Services. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=295&plang=EN).

WIPO and the International Trade Center (2003). Marketing Crafts and Visual Arts: The Role of Intellectual Property. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=281&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=281&plang=EN).

WIPO (2003). Secrets of Intellectual Property: A Guide for Small and Medium-sized Exporters. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=294&plang=EN).

WIPO (2005). Exchanging Value, Negotiating Technology Licensing Agreements - A Training Manual. [www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=291&plang=EN](http://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=291&plang=EN).

