

# ปัญหาการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ใช้เพื่อการโฆษณา<sup>1</sup>

อรณัฐ สืบขจร<sup>2</sup>

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ใช้เพื่อการโฆษณา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมา แนวคิด ทฤษฎี และกฎหมาย ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ใช้เพื่อการโฆษณา ซึ่งทำให้ผู้ศึกษาเข้าใจว่า เจตนารมณ์ของกฎหมายเครื่องหมายการค้าขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าและประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภค ไปในคราวเดียวกัน แต่พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ยังไม่มีการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ใช้เพื่อการโฆษณาอย่างแท้จริง ซึ่งในปัจจุบัน โลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะกว่าช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ทั้งทางด้านวิทยาศาสตร์ และอุตสาหกรรม ก่อให้เกิดธุรกิจในรูปแบบต่างๆเพิ่มมากขึ้น มีการดำเนินธุรกิจที่หลากหลาย โดยเฉพาะธุรกิจเกี่ยวกับการค้าขายสินค้านั้น มีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสินค้าที่นำออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดมักเป็นสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างๆ ทั้งนี้เจ้าของสินค้านั้นมักเลือกที่จะจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเพื่อให้ตนมีสิทธิได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 44 กล่าวคือมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้ากับสินค้าที่ตนได้จดทะเบียนไว้ นอกจากนี้การที่จะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักแก่ประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคนั้นก็คือการโฆษณาสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันการโฆษณานั้นในหลายกรณีไม่ได้เกิดจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าเอง แต่พบว่ามีบางกรณีที่มีการโฆษณาสินค้านั้นได้นำเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นมาใช้ในการโฆษณาสินค้า ซึ่งการนำเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นมาโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขายนั้น ส่งผลต่อสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่แท้จริง อีกทั้งยังอาจส่งผลให้ผู้บริโภคสับสนหรือหลงผิดในแหล่งที่มาของสินค้า

จากการศึกษาการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ใช้เพื่อการโฆษณา ผู้ศึกษาสามารถสรุปประเด็นปัญหาได้ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่หนึ่ง ความหมายของ “การใช้เครื่องหมายการค้า” และ “การโฆษณา”

การใช้เครื่องหมายการค้าขึ้นเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 44 กล่าวคือมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้ากับสินค้าที่ตนได้จดทะเบียนไว้ แต่พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ไม่ได้ให้ความหมายหรือนิยามคำว่า การใช้เครื่องหมาย

---

<sup>1</sup>บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัญหาการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ใช้เพื่อการโฆษณา โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์ ดร. ปภาศรี บัวสุวรรณค์ และคณะกรรมการสอบ คือ ศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี วงษ์วิจิต รองศาสตราจารย์ ดร. ปภาศรี บัวสุวรรณค์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนเชื้อสกุล

<sup>2</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต (ส่วนกลาง) คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การค้าไว้ ความตกลงทริปส์ได้กำหนดให้สิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้า แต่ในความตกลงทริปส์ ไม่มีบทกำหนดใจได้ให้ความหมายของคำว่า “การใช้เครื่องหมายการค้า” และในอนุสัญญากรุงปารีสก็ไม่ได้กำหนดถึงความหมายของคำว่า “การใช้เครื่องหมายการค้า” ไว้เช่นกัน

เครื่องหมายการค้านั้นทำให้ประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคแยกความแตกต่างของสินค้าได้ อีกทั้งมีหน้าที่ในการบอกแหล่งที่มาของสินค้า บอกความแตกต่างของสินค้า ประกันคุณภาพสินค้า และโฆษณาสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า ซึ่งการคุ้มครองเครื่องหมายการค้านอกจากเป็นการคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าแล้วยังเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคไปด้วยเช่นกัน

การใช้เครื่องหมายการค้าขึ้นพื้นฐานคือการนำไปติดกับสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์อย่างไรก็ตาม ความหมายของการใช้นั้นมากกว่าการนำติดกับสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ การใช้เครื่องหมายการค้ายังหมายถึง การโฆษณาเครื่องหมายการค้าอีกด้วย ซึ่งการโฆษณานั้น หมายถึง การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆที่ทำให้ประชาชนสามารถเข้าใจความหมายได้เพื่อประโยชน์ในทางการค้า การโฆษณาจึงถือเป็นการกระทำเพื่อประโยชน์ในทางการค้าไปแล้วในตัว การใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณามีด้วยกันหลายรูปแบบ เช่น วิธีการนำไปพูดหรือกล่าวถึงเครื่องหมายการค้าเพื่อประโยชน์ในทางการค้า การนำป้ายเครื่องหมายการค้าไปวางบริเวณแผงขายสินค้าหรือกองสินค้า การนำเครื่องหมายการค้ามาติดไว้ที่หน้าร้าน ซึ่งล้วนเป็นการกระทำเพื่อให้ประชาชนทราบถึงเครื่องหมายการค้าต่างๆ เพื่อประโยชน์ในทางการค้าโดยไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่นๆเอง หรือสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าอื่น

ทั้งนี้แม้ว่าจะเป็นการโฆษณาสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าใด ย่อมเป็นการโฆษณาเครื่องหมายการค้าที่ติดอยู่กับสินค้านั้นๆ ด้วย

ดังนั้นการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาจึงเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียน ซึ่งสอดคล้องกับความตกลงทริปส์และเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า

ประเด็นที่สอง การสิ้นสิทธิ (Exhaustion of Rights) ในการใช้เครื่องหมายการค้าเพื่อการโฆษณา พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ไม่ได้บัญญัติในเรื่องการสิ้นสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าไว้ ความตกลงทริปส์ก็ไม่ได้กำหนดเกี่ยวกับการสิ้นสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าไว้ หรือแม้แต่การสิ้นสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาความตกลงทริปส์เองก็ไม่ได้กำหนดถึงการสิ้นสิทธิไว้เช่นกัน มีเพียงแต่ข้อกำหนดที่อนุญาตให้ภาคีสมาชิกเลือกใช้การสิ้นสิทธิได้ตามที่เห็นสมควร แต่อย่างไรก็ตามยังมีข้อกำหนดในส่วนที่เกี่ยวกับประโยชน์สาธารณะ ที่ภาคีสมาชิกสามารถกำหนดกฎหมายเพื่อป้องกันการบังคับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่เหมาะสมหรือการบังคับสิทธิที่เกินขอบเขต

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับหลักการขายครั้งแรก (first sale doctrine) ในกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบกับคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 18294/2555 เป็นคำพิพากษาที่เกี่ยวกับการสิ้นสิทธิในงานอันมีลิขสิทธิ์ของสินค้าที่ได้มีการขายครั้งแรกแล้ว และคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 2817/2543 ซึ่งได้วินิจฉัยว่าเมื่อผู้ผลิตสินค้าที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้จำหน่ายสินค้าของตนในครั้งแรก ซึ่งได้รับประโยชน์จากการใช้เครื่องหมายการค้านั้นจากราคาสินค้าที่จำหน่ายไปเสร็จสิ้นแล้ว จึงไม่มีสิทธิหวงกันไม่ให้ผู้ซื้อสินค้าซึ่งประกอบการค้าปกตินำสินค้านั้นออกจำหน่ายอีกต่อไป

เครื่องหมายการค้าจะต้องมีการสร้างสมดุลระหว่างเจ้าของเครื่องหมายการค้าและประโยชน์สาธารณะ อีกทั้งเพื่อประนีประนอมความขัดแย้งทางผลประโยชน์ระหว่างสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าและสิทธิของผู้มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่ได้รับสินค้านั้นมาโดยชอบ กล่าวคือเมื่อเจ้าของเครื่องหมายการค้ามีการขายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าชิ้นนั้นๆ ในครั้งแรก เจ้าของเครื่องหมายการค้าย่อมสิ้นสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าที่ติดอยู่กับสินค้า แต่สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าที่สิ้นไปนั้นจะจำกัดเฉพาะสิทธิเหนือสินค้าที่ขายไปแล้วเท่านั้น ไม่ได้หมายถึงสินค้าทั้งหมดที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าได้วางขายในตลาด อีกทั้งเจ้าของเครื่องหมายการค้าย่อมได้รับค่าตอบแทนจากการขายสินค้าดังกล่าวแล้ว ดังนั้นผู้ซื้อซึ่งได้รับโอนสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวย่อมมีสิทธิใช้ประโยชน์จากสินค้านั้นๆ เช่น การใช้งาน การขาย หรือการมีไว้เพื่อขาย แม้ว่าจะเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าที่ติดอยู่กับสินค้าชิ้นนั้นๆ ด้วย

แต่อย่างไรก็ตามการโฆษณาตัวสินค้าหลังจากที่สินค้านั้นมีการขายครั้งแรกมาแล้ว มีบางกรณีที่มีการนำตัวเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้ามาใช้ในการโฆษณาโดยตรง การใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาเพื่อขายซึ่งสินค้าที่เป็นสินค้าที่มีการขายครั้งแรกแล้ว โดยสิทธิในการใช้ตัวเครื่องหมายการค้าโดยตรงยังคงเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่ได้สิ้นสิทธิในการใช้ดังกล่าว ซึ่งจะไม่สามารถนำหลักการขายครั้งแรกมาใช้ได้ เนื่องจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าเพียงแต่ได้ขายสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าแต่ไม่ได้โอนขายเครื่องหมายการค้ามาด้วยแต่อย่างใด กล่าวคือหากเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาโดยเป็นการใช้ตัวเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นโดยตรง ย่อมเป็นการละเมิดต่อสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียน แม้ว่าจะเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาเพื่อขายซึ่งสินค้าที่เป็นสินค้าที่มีการขายครั้งแรกแล้วก็ตาม โดยไม่จำเป็นต้องพิจารณาว่าเป็นการกระทำโดยสุจริตในเชิงพาณิชย์หรือไม่ เพราะอาจส่งผลกระทบต่อประชาชนซึ่งเป็นผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากผู้บริโภคอาจจะต้องการเลือกซื้อจากตัวแทนจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้อง ด้วยเหตุผลต่างๆ เช่น การรับประกันหลังการขาย เป็นต้น ผลกระทบต่อมาคือตัวแทนจำหน่ายเองที่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องให้

สามารถใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาได้ และท้ายที่สุดก็จะส่งผลกระทบต่อสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาของเจ้าของเครื่องหมายการค้า ส่วนการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาเพื่อขายซึ่งสินค้าที่มีการขายครั้งแรกมาแล้ว โดยไม่ได้เป็นการใช้ตัวเครื่องหมายการค้านั้นโดยตรงสามารถกระทำได้หากเป็นการกระทำโดยสุจริตในเชิงพาณิชย์ กล่าวคือหากเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาที่กระทำโดยไม่สุจริตในเชิงพาณิชย์นั้นยังคงถือเป็นการละเมิดสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียน โดยเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นยังสามารถหวงกัสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าได้

ขอบเขตการสิ้นสุดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาซึ่งสินค้าที่มีการขายในครั้งแรกแล้ว หากเป็นในระดับระหว่างประเทศ ซึ่งถือเป็นระดับสูงสุดนั้น จะเป็นการส่งเสริมการค้าขายระหว่างประเทศอย่างแท้จริง มีจำนวนผู้ค้าขายเพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้มีการแข่งขันทางด้านราคา โดยเมื่อพิจารณาสิทธิในเครื่องหมายการค้าซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอุตสาหกรรมเช่นเดียวกับสิทธิในสิทธิบัตรนั้น ซึ่งตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 36 วรรคสอง (7) ได้มีการบัญญัติหลักการสิ้นสุดสิทธิในสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ไว้อย่างชัดเจน โดยหลักการสิ้นสุดสิทธิของสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์มีขอบเขตการคุ้มครองในระดับระหว่างประเทศ

ประเด็นสุดท้าย การดำเนินคดีการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้า

การคุ้มครองสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ไม่ได้มีบทกำหนดโทษไว้ ซึ่งในการเรียกร้องค่าเสียหายเนื่องจากการกระทำละเมิดต้องพิจารณาพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 44 ซึ่งเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้ากับสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน ไปพิจารณาประกอบกับบทบัญญัติในเรื่องละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะเรียกร้องค่าเสียหายได้นั้นจะต้องประกอบด้วยหลักเกณฑ์สองประการ ประการที่หนึ่ง จะต้องมีความเสียหายเกิดขึ้น โดยหน้าที่ในการพิสูจน์จะไปเป็นของเจ้าของเครื่องหมายการค้า และประการที่สอง ความเสียหายที่เกิดขึ้นจะต้องสัมพันธ์กับการกระทำของผู้ที่กระทำละเมิด ซึ่งเป็นการยากที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะพิสูจน์ได้ว่ามีความเสียหายเกิดขึ้นอย่างไร และคำนวณค่าเสียหายเป็นจำนวนเท่าไร ซึ่งความเสียหายของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น เกิดขึ้นตั้งแต่มีการกระทำละเมิด อีกทั้งที่สำคัญนั้นความเสียหายอาจเกิดขึ้นแก่ประชาชนตั้งแต่มีการใช้เครื่องหมายการค้าผู้อื่นในการโฆษณาแล้วเช่นกัน หากการคุ้มครองสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณา ต้องพิจารณากับบทบัญญัติในเรื่องละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์อย่างเดียวนั้น ไม่เป็นการคุ้มครองสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้า

อย่างแท้จริงแม้ว่าจะมีการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นก็ตาม เนื่องจากหากเจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่สามารถพิสูจน์ความเสียหายได้ อาจส่งผลให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่ได้รับการชดเชยค่าเสียหาย อีกทั้งตามประมวลกฎหมายอาญานั้น ไม่ได้คุ้มครองสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาในทุกรูปแบบ

จากการศึกษาปัญหาการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่ใช้เพื่อการโฆษณา ผู้ศึกษาเห็นว่า มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. เห็นควรเพิ่มเติมบทบัญญัติเกี่ยวกับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ดังนี้

บทบัญญัติมาตรา 3 บัญญัติความหมายของการโฆษณา โดยบัญญัติว่า การโฆษณา หมายถึง การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใด ๆ ที่ทำให้ประชาชนสามารถเข้าใจความหมายได้เพื่อประโยชน์ในทางการค้า

บทบัญญัติในมาตรา 44/1 โดยบัญญัติว่า การใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาเป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียน

2. เห็นควรให้เพิ่มเติมบทบัญญัติเกี่ยวกับการสิ้นสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าในระดับระหว่างประเทศ รวมทั้งการสิ้นสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาที่ได้กระทำโดยสุจริตในเชิงพาณิชย์ ในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ดังนี้

มาตรา 44/2 บัญญัติว่า บทบัญญัติในมาตรา 44 และมาตรา 44/1 ไม่นำมาใช้กรณี การใช้ ขาย มีไว้ขาย หรือนำเข้ามาในราชอาณาจักร ซึ่งสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนและเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้ขายสินค้านั้นในครั้งแรกแล้ว ทั้งนี้ต้องเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าในการโฆษณาที่ได้กระทำโดยสุจริตในเชิงพาณิชย์

3. เห็นควรเพิ่มบทบัญญัติฐานความผิดการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้อื่นจดทะเบียนในการโฆษณาในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ดังนี้

บทบัญญัติฐานความผิดการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้อื่นที่จดทะเบียนในการโฆษณาเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น ซึ่งเป็นความผิดอาญาต่อแผ่นดิน โดยอัตราโทษนั้นบัญญัติให้สอดคล้องกับการคุ้มครองสิทธิแต่เพียงผู้เดียวตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 85 คือ ระวังโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

## เอกสารอ้างอิง

- จักรกฤษณ์ ควรพจน์. “บทความเรื่องสิทธิบัตร” ใน **ตำรากฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา**, บรรณาธิการโดย เนติบัณฑิตยสภาในพระบรมราชูปถัมภ์, กรุงเทพมหานคร: เนติบัณฑิตยสภาในพระบรมราชูปถัมภ์, 2554.
- จุมพล ภิภู โยธินวัฒน์ และ ภูมินทร์ บุตรอินทร์. **ประวัติศาสตร์และแนวคิดเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา** (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เดือนตุลา, 2560).
- จิต เศรษฐบุตร. **หลักกฎหมายแพ่งลักษณะละเมิด**, พิมพ์ครั้งที่ 7. โครงการตำราและเอกสารประกอบภาคสอน คณะนิติศาสตร์ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพมหานคร, 2553).
- ไชยยศ เหมะรัชตะ. **ลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา**, พิมพ์ครั้งที่ 8. (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2553).
- รัชชัย สุขผลศิริ. **คำอธิบายกฎหมายเครื่องหมายการค้า**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2536).
- รัชพันธ์ ประพุทธนิตินสาร. **การคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้า, คู่มือการศึกษาวิชา กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา**
- นันทน อินทนนท์. “**ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับหลักการสันนิษฐานในทรัพย์สินทางปัญญา.**” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2541.
- ยรรยง พวงราช. “**กฎหมายเครื่องหมายการค้าคุ้มครองใคร,**” **วารสารนิติศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์** ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 (2528).
- วัด ดิงสมิตร. **กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (เครื่องหมายการค้า), รวมคำบรรยายเนติ ภาคหนึ่ง สมัยที่ 70 เล่มที่ 15** (กรุงเทพมหานคร: เนติบัณฑิตยสภา ในพระบรมราชูปถัมภ์, 2560).
- \_\_\_\_\_. **คำอธิบายกฎหมายเครื่องหมายการค้า**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2545).
- ศนันท์กรณ โสคติพันธุ์. **คำอธิบายกฎหมายละเมิด จัดการงานนอกสั่ง และลาภมิควรได้**, พิมพ์ครั้งที่ 7. (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิญญูชน, 2560).
- สุมาลี วงษ์วิจิต. **กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยละเมิด จัดการงานนอกสั่ง และลาภมิควรได้**, พิมพ์ครั้งที่ 2. (สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง: กรุงเทพมหานคร, 2562).