IP BRANDS STRATEGY



IP TOOLKIT NO.1: คู่มือการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
และการเพิ่มมูลค่าแบรนด์สำหรับผู้ประกอบการในประเทศ
ท

วัตถุประสงค์

OBJECTIVES

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความ**ตระหนักรู้**ถึงความสำคัญของการจดทะเบียน และ **คุ้มครอง**เครื่องหมายการค้าแก่ผู้ประกอบการในไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความ**ตระหนักรู้**ถึงความสำคัญของการจดทะเบียน และ **คุ้มครอง**เครื่องหมายการค้าแก่ผู้ประกอบการในไทย
2. เพื่อเป็น**แนวทาง**ในการเพิ่มมูลค่าแบรนด์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างความ**ตระหนักรู้**ถึงความสำคัญของการจดทะเบียนและ **คุ้มครอง**เครื่องหมายการค้าแก่ผู้ประกอบการในไทย
2. เพื่อเป็น**แนวทาง**ในการเพิ่มมูลค่าแบรนด์
3. เพื่อการ**คุ้มครอง**สิทธิในเครื่องหมายการค้าและการบังคับใช้กฎหมาย

KEY LEARNINGS

CONTENTS

1	เครื่องหมายการค้าและแบรนด์
2	การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
3	การเพิ่มมูลค่าแบรนด์
4	การพัฒนาแบรนด์
5	การคุ้มครองเครื่องหมายการค้าและการบังคับใช้กฎหมาย

เครื่องหมายการค้าและแบรนด์

TRADEMARK AND BRANDING



UK International Development
Partnership | Progress | Prosperity

The ASEAN-UK Economic Integration Programme

ROUSE

Question 1

เครื่องหมายการค้าคืออะไร?

เครื่องหมายการค้าคืออะไร?

"*A brand for a company is like a reputation for a person. You earn reputation by trying to do hard things well*” – Jeff Bezos

"*Brand is just a perception, and perception will match reality over time*" - Elon Musk

Question 2

ทำไมเครื่องหมายการค้าจึงสำคัญ?

FUN FACT



ทำไม Nike ถึงตัดชื่อ/ตัวอักษร “Nike” ออกจากโลโก้
เหลือเพียง swoosh อันเป็นเอกลักษณ์เท่านั้น?

ความเชื่อมั่นในแบ

BRAND TRUST

ความเชื่อมั่นในแบรนด์



จุดขาย

"Your premium brand had better be delivering something special,
or it's not going to get the business." - Warren Buffett

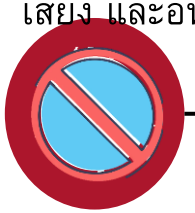
เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้

01 เครื่องหมายที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ



เครื่องหมายที่ไม่ได้เล็งถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการโดยตรง; คำที่ประดิษฐ์ขึ้น ตัวหนังสือหรือตัวเลขที่ประดิษฐ์ขึ้น; ลายมือชื่อ ภาพประดิษฐ์; รูปร่างรูปทรง; เสียง และอื่น ๆ

02 เครื่องหมายที่ไม่มีลักษณะต้องห้าม



ตราแผ่นดิน; ธงชาติไทยและต่างประเทศ; พระบรมฉายาลักษณ์; เครื่องหมายราชการ; เครื่องหมายที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรม และอื่น ๆ

03 ไม่เป็นเครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายกับของบุคคลอื่น



ไม่เหมือนหรือคล้ายจนทำให้สาธารณชนสับสนหรือหลงผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า ไม่ว่าจะใช้กับสินค้าจำพวกเดียวกันหรือต่างจำพวกกัน

เครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้าเป็นมากกว่าโลโก้ — มันคือเกราะป้องกันทางกฎหมายและสินทรัพย์เพื่อปกป้องอัตลักษณ์ของแบรนด์ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ ช่วยให้ SMEs สร้างความน่าเชื่อถือ ขยายธุรกิจ และแข่งขันได้ทั่วโลก

เครื่องหมายการค้าไม่ได้เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ คุณต้องจดทะเบียนเพื่อคุ้มครอง

องค์ประกอบที่สำคัญ

ชื่อ / เครื่องหมาย – ชื่อบริษัทหรือผลิตภัณฑ์

โลโก้ / ไอคอน – ภาพลักษณ์ของแบรนด์

สโลแกน – สโลแกนหรือคติประจำใจของแบรนด์

เครื่องหมายบริการ– ชื่อของบริการหรือโปรแกรม

เครื่องหมายการค้า – บรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ การจัดวางร้านค้า หรือรูปลักษณ์โดยรวม

เครื่องหมายเสียง – เสียงที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

เครื่องหมายกลิ่น – ตัวระบุที่ไม่ใช่ภาพ (หายาก ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในประเทศไทย)

เครื่องหมายสี – สีเฉพาะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

จุดประสงค์

- ✓ แยกแยะความแตกต่างของสินค้าหรือบริการออกจากของผู้อื่น
- ✓ เพื่อสร้างการ**รับรู้**ความ**เชื่อมั่น**ของแบรนด์ต่อผู้บริโภค
- ✓ สิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้และบังคับใช้กฎหมาย
- ✓ เพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ (การออกใบอนุญาต การให้แฟรนไชส์ การขยายแบรนด์)

แบบไหนไม่เรียกว่าเครื่องหมายการค้า ✖

- คำที่เล็งถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการ
- สัญลักษณ์ รูปทรง หรือการออกแบบทั่วไปที่ไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะ
- เครื่องหมายที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย ศีลธรรม หรือหลักนโยบายของสังคมภายใต้กฎหมายไทย
- เครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายจนทำให้สับสนกับเครื่องหมายที่จดทะเบียนไว้ก่อนหน้า

แบรนด์ดิจิทัล *(สำหรับ SMEs ที่ขายช่องทางออนไลน์)*

- ปกป้องแบรนด์ที่ปรากฏบน Shopee, Lazada, Line Shop, Facebook, TikTok
- จำเป็นสำหรับการตรวจสอบแบรนด์และการลบสินค้าลอกเลียนแบบออกอย่างรวดเร็ว
- ปรับชื่อโดเมน โซเชียลมีเดีย และโฆษณาออนไลน์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแบรนด์

แบรนด์ที่ไม่ได้จดทะเบียนปล่อยให้ผู้เลียนแบบใช้ชื่อ/โลโก้ของตนเอง ส่งผลให้ SMEs สูญเสียการมองเห็นและลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางออนไลน์

บทบาทสำคัญของการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในการสร้างแบรนด์ดิจิทัล

- ปกป้องสิทธิ์ตามกฎหมาย - หยุดการใช้ในทางที่ผิด/ลอกเลียนแบบ
- สร้างเอกลักษณ์ – ผ่านภาพ โลโก้ คำ หรือสัญลักษณ์ที่โดดเด่น – จดจำได้ทันที
- เครื่องหมายการค้าในฐานะคีย์เวิร์ด – เพิ่มการค้นพบบน Google ตลาดออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย
- เปิดประตูสู่การร่วมมือกับบุคคลอื่นด้านการออกใบอนุญาต การขายสินค้า และอินฟลูเอนเซอร์ เพื่อเปลี่ยน
แบรนด์ของคุณให้กลายเป็นรายได้



ROUSE

สินทรัพย์แบรนด์

Your brand lives online – and every element must be clearly defined and protected

🔧 โลโก้ และไอค่อน

โลโก้คือภาพลักษณ์ของแบรนด์

ให้คิดว่าโลโก้คือลายนิ้วมือของแบรนด์คุณ

📌 ชื่อสินค้าหรือบริการ

จดทะเบียนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการทับศัพท์

ตัวอย่าง “กาแฟคิวบ์ (Coffee Cube)”, “พิซซ่าแลบ (Pizza Lab)”

📢 แฮชแท็ค หรือชื่อแคมเปญ

แม้ว่าแฮชแท็กจะไม่สามารถจดทะเบียนในประเทศไทย แต่ควรปกป้องสโลแกน/วลีที่อยู่เบื้องหลังแฮชแท็ก

🔒 ชื่อโดเมนและร้านค้าออนไลน์

จดทะเบียนชื่อโดเมนที่สอดคล้องกันบน Shopee, Lazada, Line Shop, Facebook, IG และ TikTok

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (TM) ช่วยเพิ่มคำขอให้ลบโดเมนบนแพลตฟอร์มต่างๆ

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า



UK International Development
Partnership | Progress | Prosperity

ASEAN-UK

EIP The ASEAN-UK Economic Integration Programme

ROUSE

การเพิ่มมูลค่าแบรนด์

Brand Commercialization



UK International Development
Partnership | Progress | Prosperity

ASEAN-UK

EIP The ASEAN-UK Economic Integration Programme

ROUSE

การเพิ่มมูลค่าแบรนด์

เปลี่ยนแบรนด์ของคุณให้กลายเป็นเครื่องมือทางธุรกิจ

🔑 เครื่องหมายการค้าไม่เพียงแต่เป็นการคุ้มครองทางกฎหมายเท่านั้น แต่ยังเป็นประตูสู่การเติบโตทางธุรกิจ



สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ

ตัวอย่าง: ร้านกาแฟอนุญาตให้ผู้ผลิตแก้วนำโลโก้ของตนแลกกับค่าตอบแทน



Collaboration

ร่วมมือกับบล็อกเกอร์ อินฟลูเอนเซอร์ หรือแบรนด์ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างคอนเทนต์ร่วมกัน



ความร่วมมือบนแพลตฟอร์มออนไลน์

การขายผ่านตลาดออนไลน์ที่ผ่านการคัดสรร เพื่อเข้าถึงลูกค้าใหม่



ธุรกิจแฟรนไชส์

โคลนแบรนด์/โมเดลธุรกิจของคุณ — ขายเครื่องหมายการค้า แนวคิด และระบบธุรกิจของคุณ (ชื่อ สูตรอาหาร การดำเนินงาน) — ให้กับพันธมิตร



Co-Branding และการจัดหาตัวแทนจำหน่าย

ทำงานร่วมกับผู้ค้าปลีกหรือผู้จัดงานเพื่อนำเสนอแบรนด์



การโอนเครื่องหมาย

การขายสิทธิในเครื่องหมายการค้าเพื่อแลกกับค่าตอบแทน

สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิเบื้องต้น



คู่สัญญา – ใครคือผู้ให้สิทธิและผู้รับสิทธิ

ขอบเขตของใบอนุญาต - เครื่องหมายการค้าใดได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ และใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใด

อาณาเขต - สามารถใช้เครื่องหมายการค้าได้ที่ไหน (เช่น เฉพาะในประเทศไทย)

ระยะเวลา – วันเริ่มต้นและวันสิ้นสุด และเงื่อนไขการต่ออายุ

ค่าธรรมเนียม/ค่าลิขสิทธิ์ - ค่าธรรมเนียมคงที่ คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของรายได้ หรือรวมกัน

การควบคุมคุณภาพ – แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับแบรนด์ที่ผู้รับสิทธิ์ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด

การสิ้นสุดของสัญญา– เงื่อนไขในการยุติข้อตกลง

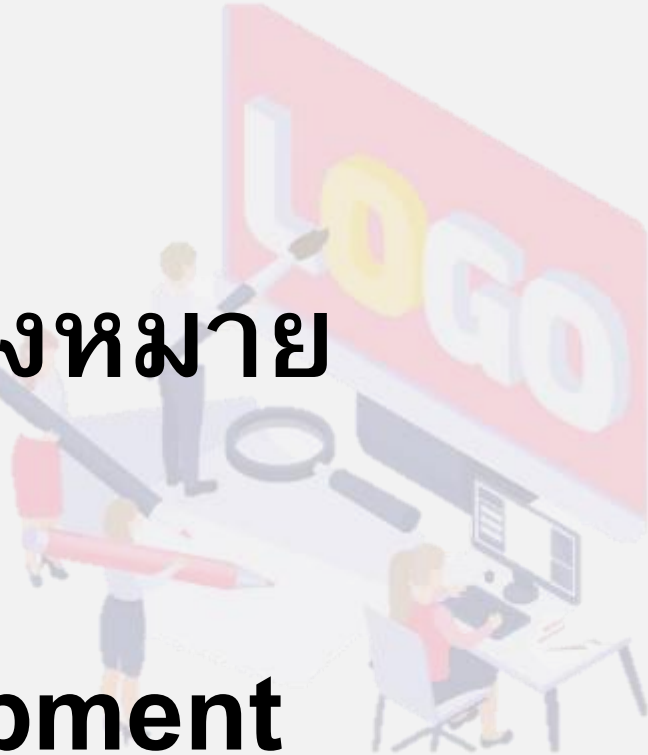
การจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา – สามารถบังคับใช้กับบุคคลที่สามได้

การระงับข้อพิพาท - การเจรจาหรืออนุญาโตตุลาการ - กำหนดให้ข้อพิพาทต้องได้รับการยุติโดยการเจรจาหรืออนุญาโตตุลาการก่อนขึ้นศาล

✅ **เคล็ดลับ: ควรทำสัญญาเป็นลายลักษณ์อักษรและนำไปจดทะเบียนต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญาเสมอ — หลีกเลี่ยงการตกลงงมือกัน**

การพัฒนาเครื่องหมายการค้า

Brand Development



UK International Development
Partnership | Progress | Prosperity

The ASEAN-UK Economic Integration Programme

ROUSE

กลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์

.

ขั้นตอนที่ 1: เชื่อมโยงแบรนด์กับกลยุทธ์ทางธุรกิจ

กำหนดวัตถุประสงค์ – ให้แน่ใจว่าเรื่องราวของแบรนด์มีความโดดเด่นและสามารถปกป้องได้

ระบุกลุ่มเป้าหมายและตลาด – กำหนดตลาดและกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

เน้นย้ำค่านิยมหลักและ USP – เสริมสร้างด้วยทรัพย์สินทางปัญญา (สโลแกน การออกแบบ)

รักษาความสอดคล้องเชิงกลยุทธ์ – สินค้า/บริการทั้งหมดใช้เครื่องหมายการค้าอย่างถูกต้องและสม่ำเสมอ

ขั้นตอนที่ 2: พัฒนาจุดขายแบรนด์

- จดทะเบียนชื่อแบรนด์และโลโก้ในหมวดหมู่และอาณาเขตที่เกี่ยวข้อง
- ออกแบบภาพลักษณ์ที่โดดเด่น – หลีกเลี่ยงองค์ประกอบทั่วไปหรือที่ใช้ซ้ำจนเกินไป
- กำหนดจุดเด่นของแบรนด์ – ความโดดเด่นช่วยให้จดทะเบียนได้ง่ายขึ้น
- รักษาความปลอดภัย IP ที่เกี่ยวข้อง: ชื่อโดเมน, สโลแกน

ขั้นตอนที่ 3: สร้างแบรนด์และปกป้องด้วยงบประมาณที่จำกัด

ใช้เครื่องมือช่วยออกแบบเพื่อสร้างคอนเทนต์ที่มีเอกลักษณ์และเป็นเจ้าของได้

ยืนยันการใช้งานโซเชียลมีเดียอย่างสม่ำเสมอ – สร้างหลักฐานการใช้งาน

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าสินค้าแสดงชื่อ/โลโก้ที่จดทะเบียนไว้เสมอ

ขั้นตอนที่ 4: เพิ่มมูลค่าเครื่องหมายการค้า

คุณภาพที่สม่ำเสมอ – สร้างความประทับใจที่ดีที่เชื่อมโยงกับทรัพย์สินทางปัญญาของตน

ใช้การเล่าเรื่องเพื่อเชื่อมโยงลูกค้ากับเครื่องหมายการค้าของคุณอย่างลึกซึ้ง (แบ่งปันเรื่องราวของผู้ก่อตั้งบนบรรจุภัณฑ์สินค้าและโซเชียลมีเดีย)

ตรวจสอบการใช้ในทางที่ผิดสินค้าที่ละเมิด

ส่งเสริมการรับรองและรางวัล – เสริมสร้างชื่อเสียงของแบรนด์

ขั้นตอนที่ 5: จัดการและเพิ่มมูลค่าสินทรัพย์เครื่องหมายการค้าของคุณ

ติดตามแบรนด์ – ตรวจสอบวันต่ออายุและการใช้งาน

ยื่นขอจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าใหม่ล่วงหน้า

ตรวจสอบผลลัพธ์ของแบรนด์ – ยอดขาย การถูกพูดถึงและรายงานการละเมิด

ปรับปรุงแบรนด์หลังจากได้รับอนุญาตทรัพย์สินทางปัญญาแล้วเท่านั้น – หลีกเลี่ยงการละเมิดสิทธิของผู้อื่น

ใช้ประโยชน์จากเครื่องหมายการค้าสำหรับการอนุญาตให้ใช้สิทธิ แฟรนไชส์ และการร่วมมือ

✓ แบรนด์ที่เหมาะสมกับราคาระดับสูงทำให้คุณโดดเด่นเหนือคู่แข่ง
✓ การสร้างแบรนด์ไม่ใช่แค่โลโก้ แต่มันคือชื่อเสียงทางธุรกิจของคุณ
✓ แบรนด์ที่แข็งแกร่งสร้างความไว้วางใจ การยอมรับ และความภักดี

ข้อผิดพลาดที่มักเกิดขึ้นแก่ SMEs

ธุรกิจขนาดเล็กหลายแห่งทำให้แบรนด์ของตัวเองตกอยู่ในความเสี่ยงโดยไม่ได้ตั้งใจ ดังนี้:

❌ ไม่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

"ฉันมีโลโก้อยู่แล้ว ดังนั้นฉันจึงปลอดภัย"

ไม่สามารถฟ้องร้องในข้อหาละเมิดลิขสิทธิ์ได้ – หากไม่ได้จดทะเบียนอย่างเป็นทางการ

การลวงขายนั้นพิสูจน์ได้ยากกว่า โดยเฉพาะทางออนไลน์ และใช้เวลานานกว่าและมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าในการบังคับใช้.

➡️ การบังคับใช้สิทธิ หมายถึงค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ใช้ระยะเวลามากขึ้น และไม่แน่นอน

⚠️ การคัดลอกหรือคล้ายกับแบรนด์ที่มีอยู่

"ชื่อนั้นฟังดูเท่ดี—มาใช้กันเถอะ!"

SMEs จำนวนมากเลือกใช้ชื่อที่คล้ายกับแบรนด์ใหญ่มากเกินไป ไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม

เช่น Abibas หรือ Chanal สำหรับร้านขายชุดกีฬาและแฟชั่น

➡️ นำไปสู่ปัญหาทางกฎหมาย ค่าใช้จ่ายในการสร้างแบรนด์ใหม่ และความเสียหายต่อชื่อเสียง

🔁 การสร้างแบรนด์ที่ไม่สอดคล้องกันในทุกแพลตฟอร์ม

“ชื่อต่างกันตรงนี้ โลโก้ต่างกันตรงนั้น ไม่เป็นไรหรอก”

ชื่อแบรนด์ โลโก้ หรือสไตล์ที่แตกต่างกันบนเว็บไซต์ Instagram และ Shopee ล้วนสร้างความสับสนให้กับลูกค้าและทำให้การจดจำแบรนด์ลดลง

➡️ ทำให้ความสามารถในการพิสูจน์การใช้เครื่องหมายการค้ามีความซับซ้อน เนื่องจากเครื่องหมายการค้าต้องเหมือนกับเครื่องหมายที่จดทะเบียน

🌐 การขยายธุรกิจออนไลน์โดยปราศจากการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า

"ฉันกำลังขยายธุรกิจไปทั่วโลก .. แต่ลืมปกป้องชื่อของฉันในต่างประเทศ“

เครื่องหมายการค้ามีขอบเขต –จดทะเบียนก่อนเข้าสู่ตลาดประเทศใหม่ มิฉะนั้น ผู้อื่นอาจนำไปจดทะเบียนก่อน

➡️ นำไปสู่การสูญเสียสิทธิ์ในตลาดเป้าหมาย การถูกบังคับให้รีแบรนด์ การถูกบล็อกยอดขาย และค่าใช้จ่ายทางกฎหมายที่เพิ่มขึ้นเพื่อกอบกู้

🗂️ ไม่มีระบบการบันทึกข้อมูลสินทรัพย์ของแบรนด์ที่เหมาะสม

“ฉันรู้ว่าโลโก้ทั้งหมดของเราอยู่ที่ไหน — ไม่จำเป็นต้องบันทึกหรือติดตาม”

ไม่มีรายการที่ชัดเจนว่าองค์ประกอบของแบรนด์มีอะไรบ้าง สร้างขึ้นเมื่อใด หรือใครเป็นเจ้าของ

➡️ ทำให้เกิดความสับสนเมื่อบังคับใช้สิทธิ์ ยื่นขอจดทะเบียน หรือเจรจาข้อตกลง

ดูแลความปลอดภัยของแบรนด์และเครื่องหมายการค้าออนไลน์

.

🌎จองชื่อโดเมนล่วงหน้า

• จดทะเบียนโดเมน .th กับ THNIC (ศูนย์ข้อมูลเครือข่ายประเทศไทย) ⟶ www.thnic.co.th

• รักษาความปลอดภัยโดเมน .com, .net ฯลฯ กับผู้ให้บริการจดทะเบียนโดเมนระดับโลก (GoDaddy, Namecheap)

• ตัวอย่าง: brandname.co.th + brandname.com

🔒 ล็อคบัญชีโซเชียลมีเดียของคุณ

เช่น @brandname บน Instagram, TikTok, Facebook, X

✅ บัญชีที่สม่ำเสมอ = ลูกค้าค้นหาคุณได้ง่ายขึ้น

✅ ป้องกันไม่ให้ผู้อื่นแอบอ้างเป็นแบรนด์ของคุณ

✅ จองชื่อไว้เลย แม้ว่าคุณจะยังไม่ได้ใช้งานก็ตาม

🎯 จับคู่แบรนด์ให้สอดคล้องกันบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ

✅ รักษาชื่อ โลโก้ และสโลแกนให้สอดคล้องกันทั้งบนเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มต่างๆ (เช่น Shopee, Lazada, TikTok Shop เป็นต้น)

✅ สร้างการจดจำและเพื่อเสริมสร้างการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า

👀 เฝ้าระวังผู้แอบอ้างหรือการใช้ในทางที่ผิด

เว็บไซต์ปลอม บัญชีล้อเลียน หรือ URL ที่พิมพ์ผิด (เช่น brandnme.com)

⚠ สิ่งเหล่านี้อาจทำลายความน่าเชื่อถือและหลอกลวงลูกค้า

✅ รายงานและดำเนินการอย่างรวดเร็ว — ง่ายกว่าเมื่อจดทะเบียนชื่อของคุณ

🗂️ เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ด้านเครื่องหมายการค้า

รู้หรือไม่?
ใช้โดเมนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของคุณเป็นหลักฐานการใช้เครื่องหมายการค้า

💼 จับภาพหน้าจอระบุเวลาของ URL เว็บไซต์และโปรไฟล์โซเชียลมีเดียที่แสดงว่าเครื่องหมายการค้าของคุณกำลังใช้งานอยู่ ซึ่งเป็นหลักฐานการใช้สำหรับกรณีที่มีข้อพิพาทหรือการบังคับใช้

ประเด็นสำคัญ

การสร้าง ID ดิจิทัลที่แข็งแกร่ง + หลักฐานการใช้งานเป็นรากฐานของสิทธิ์ในเครื่องหมายการค้าทั้งหมด

ROUSE

การสร้างแบรนด์ดิจิทัลที่แข็งแกร่งและเป็นหนึ่งเดียว

การติดตามสินทรัพย์แบรนด์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งหมดถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างแบรนด์ดิจิทัลที่แข็งแกร่งและเป็นหนึ่งเดียว

สร้างแบรนด์บนหลายแพลตฟอร์ม	ความสม่ำเสมอคือกุญแจ	หลีกเลี่ยงความไม่สอดคล้อง	สร้างบันทึกการติดตาม
📌 เว็บไซต์ 📌 อินสตาแกรม/เฟสบุ๊ค/TikTok 📌 อีคอมเมิร์ซ (Shopee, Lazada, TikTok Shop) 📌 อีเมล, ธุรกิจ WhatsApp, Google Business	✅ สร้างการจดจำได้ทันที (‘สตาร์บัคส์’) ✅ เสริมสร้างลักษณะบ่งเฉพาะให้เครื่องหมายการค้า ✅ ช่วยในเรื่องการค้นหาบนโซเชียลมีเดีย ✅ สร้างความไว้วางใจ (ลูกค้ารู้ว่าเป็นคุณ)	🚫 ชื่อ/โลโก้ไม่สอดคล้องกันในทุกบัญชี 🚫 เปลี่ยนโลโก้โดยไม่ได้อัพเดตในที่อื่น 🚫 มีร้านค้าหลายเวอร์ชัน (เช่น BrandOfficial, Brand_TH, TheRealBrand)	สร้างแผนการติดตามแบรนด์ • เวอร์ชันโลโก้ที่ใช้ • แพลตฟอร์มที่แบรนด์ปรากฏ • สถานะ IP: การจดทะเบียน, วันหมดอายุ, การออกใบอนุญาต, ประวัติการใช้ • ผู้ใช้: ฝ่ายกฎหมาย, ผู้ก่อตั้ง, ทีมปฏิบัติการ
หากชื่อ โลโก้ หรือโทนเสียงไม่สอดคล้องกัน แบรนด์อาจมีความเสี่ยง	ความสม่ำเสมอช่วยเพิ่มการจดจำ ความไว้วางใจ และความเข้มแข็งทางกฎหมาย	ความไม่ตรงกันทำให้ลูกค้าสับสนและทำให้การคุ้มครองทางกฎหมายลดน้อยลง	✓ ช่วยเหลือเรื่องการหมุนเวียนพนักงาน ✓ การสร้างแบรนด์ใหม่ และการตรวจสอบการควบคุมยังคงอยู่ภายในองค์กร

การจดบันทึกสินทรัพย์แบรนด์ดิจิทัล

สิ่งที่ควรระบุในบันทึกสินทรัพย์แบรนด์ประเภทสินทรัพย์: รายละเอียดที่ต้องบันทึก

โลโก้: เวอร์ชันของไฟล์, รูปแบบ, สิทธิ์การใช้งาน, การอัปเดตล่าสุด

ชื่อโดเมน: ข้อมูลการจดทะเบียน, วันหมดอายุ, สิทธิ์การเข้าถึงของผู้รับจดทะเบียน

ช่องทางโซเชียล: ชื่อผู้ใช้, แพลตฟอร์ม , วันที่สร้าง, ข้อมูลการเข้าสู่ระบบ

หน้าร้าน: URL ร้านค้า Shopee, Lazada, TikTok,

แฮชแท็ก: แคมเปญของแบรนด์, วันที่เปิดตัว, วัตถุประสงค์

ติดตามวันหมดอายุและวันต่ออายุ

เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนมีระยะเวลาใช้งาน (เช่น 10 ปีในประเทศไทย)

➡️ การไม่ต่ออายุอาจหมายถึงการสูญเสียสิทธิในการต่อทะเบียน

✅ **จดบันทึก:**

- หมายเลขคำขอและหมายเลขจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
- วันยื่นคำขอ จดทะเบียน และวันหมดอายุ
- ระยะเวลาผ่อนผันสำหรับการต่ออายุล่าช้า ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการต่ออายุ

ตรวจสอบข้อกำหนดการอนุญาตและการใช้งาน

- ชื่อและรายละเอียดการติดต่อของผู้รับใบอนุญาต/ผู้ให้ใบอนุญาต
- ติดตามระยะเวลาของใบอนุญาต
- บันทึกข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์และขอบเขตสิทธิ
- กำหนดวันที่ตรวจสอบ/ต่ออายุ
- วันที่เริ่มต้นและสิ้นสุดของข้อตกลง

➡️ หลีกเลี่ยงการใช้งานเกินขอบเขต การใช้ในทางที่ผิด หรือทะเบียนที่หมดอายุแล้ว

รู้ว่าเครื่องหมายการค้าของคุณถูกใช้ที่ไหน

- บันทึกข้อมูล:ประเทศที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
- แพลตฟอร์มที่แบรนด์ของคุณปรากฏ (เช่น Shopee, IG, FB)
- โลโก้/เวอร์ชันที่ใช้งาน (สี, ขาวดำ, แบบย่อ)
- หลักฐานการใช้งาน (ภาพหน้าจอ, ลิงก์, URL, รูปภาพสินค้า, สื่อส่งเสริมการขาย)

✅ รองรับการต่ออายุ การบังคับใช้ และการยื่นเอกสารระหว่างประเทศ

เคล็ดลับจากมือโปร:

✓ เก็บไว้ในโฟลเดอร์ที่ใช้ร่วมกันแต่ปลอดภัย (เช่น Google Drive, Notion หรือ Airtable)

✓ มอบหมายให้คนๆ หนึ่งอัปเดตเป็นประจำ

✓ เพิ่มภาพหน้าจอหรือลิงก์เป็นหลักฐานการใช้งานออนไลน์

✓ ซิงค์กับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของคุณเพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมา

✓ เอกสารประกอบที่ดี = การบังคับใช้ที่ง่ายขึ้น + โอกาสในการขอใบอนุญาต

📝 โบนัส: หากคุณเคยทำ audit หรือจัดการข้อพิพาทด้านทรัพย์สินทางปัญญา — ข้อมูลเหล่านี้จะกลายเป็นสมบัติล้ำค่า!

ตารางตัวอย่างการบันทึกและจัดเก็บสินทรัพย์แบรนด์

ประเภท	ขอบเขต	หมายเลขทะเบียน	วันหมดอายุ	วันต่ออายุ	มีการอนุญาตให้ใช้สิทธิมั้ย	อื่นๆ
TM: BRAND	ประเทศไทย	TM2023xxx	12/03/2033	12/03/2033	ไม่	ใช้บน e-commerce เช่น Shopee และ TikTok
TM: BRAND	สิงคโปร์	IR1622xxx	01/09/2032	01/09/2032	ใช่ – รายละเอียด...	อนุญาตให้ Brand Asia Sdn Bhd

✅ **คำแนะนำ: ใช้ Excel, Airtable หรือ Notion เพื่อจัดเก็บและแบ่งปันข้อมูล**

การคุ้มครองเครื่องหมาย และการบังคับใช้กฎหมาย

Trademark Protection and Enforcement



UK International Development
Partnership | Progress | Prosperity

ASEAN-UK

EIP The ASEAN-UK Economic Integration Programme

ROUSE

ทำไมต้องจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

สินทรัพย์สร้างรายได้	*ช่วยให้ธุรกิจทำข้อตกลงได้ง่ายขึ้น*
หยุดการเลียนแบบจากบุคคลอื่น	*ข้อได้เปรียบทางด้านเวลาและทางการตลาด*
ปกป้องการใช้งานของบริษัท (เสรีภาพในการดำเนินการ)	*หยุดไม่ให้ผู้อื่นเข้ามาแทรกแซงธุรกิจของคุณ*
ธุรกิจเติบโตได้อย่างรวดเร็ว	*ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการเป็นเจ้าของ IPR และผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจมีความแข็งแกร่งมากขึ้นสำหรับ SMEs*
มีความเสี่ยงทางกฎหมาย	*ต้นทุนทางการเงินที่สูงขึ้น – ความล่าช้า ข้อพิพาท*
สินค้าที่ได้รับการคุ้มครองมีมูลค่ากว่าสินค้าทั่วไป	*SMEs ที่เป็นเจ้าของ IPR มีรายได้ต่อพนักงานสูงกว่า SMEs ที่ไม่เป็นเจ้าของ IPR ถึง 68%**

*https://www.euipo.europa.eu/en/publications/intellectual-property-rights-and-firm-performance-in-the-european-union

การเฝ้าระวังการละเมิดทางออนไลน์

เฝ้าระวังการใช้งานทางออนไลน์

- ตรวจจับสินค้าลอกเลียนแบบที่ใช้ชื่อทางการค้า ชื่อแบรนด์ โลโก้ หรือบรรจุภัณฑ์
- ระบุผู้ขายที่ไม่ได้รับอนุญาตบนอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดีย
- เพื่อปกป้องความไว้วางใจของลูกค้าและชื่อเสียงของแบรนด์

สิ่งที่ควรสังเกต

- **รายการสินค้า**ที่มีชื่อแบรนด์หรือโลโก้ของคุณโดยไม่ได้รับอนุญาต
- **ร้านค้าออนไลน์** ที่ใช้ชื่อแบรนด์บน Shopee, Lazada หรือ FB เป็นต้น
- คัดลอก**รูปภาพ**หรือ**คำอธิบาย**จากเพจอย่างเป็นทางการของคุณ
- **การโฆษณา**ที่แอบอ้างว่าขายสินค้าของคุณ

SMEs ตรวจสอบได้อย่างไร

- **ค้นหา**แบรนด์เป็นประจำบนแพลตฟอร์มยอดนิยม (Shopee, Lazada, Facebook, Instagram)
- ใช้**การแจ้งเตือน**หรือเครื่องมือออนไลน์เพื่อรับการแจ้งเตือนเกี่ยวกับการละเมิดที่น่าสงสัย
- **ตรวจสอบ**รีวิวจากลูกค้าเพื่อดูว่ามีการกล่าวถึงสินค้าปลอมหรือไม่
- **สร้าง**กลไกการร้องเรียน/ที่อยู่อีเมลเพื่อรับรายงานเกี่ยวกับสินค้า/ผู้ขายที่ต้องสงสัยว่าเป็นสินค้าปลอมจากลูกค้า
- **สเปรดชีต** – บันทึกข้อมูลผู้ขายที่น่าสงสัยอย่างง่ายติดตามการขายแบบแฟลชเซลล์ในตลาด เพื่อดูว่ามีสินค้าราคาถูกที่น่าสงสัยของแบรนด์ปรากฏอยู่หรือไม่
- **ฐานข้อมูล**การจดทะเบียนธุรกิจ – ระบุชื่อทางการค้าที่ละเมิด

แม้แต่ธุรกิจขนาดเล็กก็สามารถตรวจสอบเบื้องต้นได้ฟรี การตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอสามารถป้องกันปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และช่วยรักษาชื่อเสียงของแบรนด์

หน่วยงานบังคับใช้สิทธิตามกฎหมายทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาในไทย

ศาล

- ศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง
- ศาลอุทธรณ์คดีชำนัญพิเศษ
- ศาลฎีกา

หน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย

- กรมสอบสวนคดีพิเศษ Department of Special Investigation (DSI)
- กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ Economic Crime Suppression Division (ECD)
- กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค Consumer Protection Police Division (CPPD)
- ตำรวจท้องถิ่น Local Police

หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา Department of Intellectual Property (DIP)
  (usually in collaboration with ECD and DSI)
- กรมศุลกากร Customs Department

ความแตกต่างระหว่างหน่วยงานที่บังคับใช้กฎหมาย

DSI

- เป้าหมายขนาดใหญ่ คดีมีความซับซ้อน
- เกณฑ์ความเสียหาย 5 ล้านบาท
- จะดำเนินการสอบสวนเพิ่มเติม (เมื่อรับคดี)
- กระบวนการรับคดี/สอบสวน/อนุมัติการตรวจค้นที่ยาวนานและเข้มงวดยิ่งขึ้น
- ความเสี่ยงต่ำ

ECD/Local police

- เป้าหมายขนาดเล็ก คดีซับซ้อนน้อยกว่า
- เกณฑ์การรับคดีไม่มีความเสียหายขั้นต่ำ
- กระบวนการรับคดี/อนุมัติการบุกค้นคดีสั้นและง่ายกว่า

CPPD

- การสืบสวนและป้องกันอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับการฉ้อโกงผู้บริโภค การโฆษณาเท็จ และการละเมิดกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

การบังคับใช้สิทธิทางออนไลน์

ทำอย่างไรเมื่อถูกละเมิด

สิ่งที่คุณสามารถทำได้ในขณะที่รอการตอบกลับจากแพลตฟอร์ม

- หมั่นตรวจสอบทุกวันว่าโพสต์ที่ละเมิดปรากฏซ้ำภายใต้ชื่อผู้ขายใหม่หรือไม่
- บันทึกหลักฐานอย่างต่อเนื่อง (ลิงก์ใหม่ ภาพหน้าจอ ประวัติการแชท) เพื่อสร้างรายงานการติดตามผล
- แจ้งลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดีย (โดยไม่ระบุชื่อผู้ละเมิด) ว่ามีเพียงเพจหรือร้านค้าอย่างเป็นทางการเท่านั้นที่จำหน่ายสินค้าของแท้
- จัดเตรียมเอกสารสำหรับการรายงานปัญหา (เช่น ร่างจดหมายเตือน รายชื่อตัวแทนทรัพย์สินทางปัญญา) เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็วหาก

กระบวนการนำออกจากแพลตฟอร์ม

ขั้นตอนที่ 1: รวบรวมหลักฐาน

- รวบรวมหลักฐานสินค้า/ผู้ขายที่ละเมิดลิขสิทธิ์
- ถ่ายภาพหน้าจอของรายการสินค้าปลอม พร้อมระบุวันที่และเวลา หากทำได้
- บันทึก URL (ลิงก์) ของหน้าผู้ขายหรือรายการสินค้า
- หากเป็นไปได้ข้อมูลประจำตัวของผู้ขาย/ร้านค้า
- สำเนารับรองการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

ขั้นตอนที่ 2: รายงานไปยังแพลตฟอร์ม

- ส่งแบบฟอร์มร้องเรียนและหลักฐานประกอบผ่านพอร์ทัลทรัพย์สินทางปัญญาของแพลตฟอร์ม หรือช่องทางอื่นๆ ที่มี:พอร์ทัลทรัพย์สินทางปัญญาของ Shopee
- พอร์ทัลเจ้าของสิทธิ์ (ROP) ของ Lazada
- การปกป้องแบรนด์ Facebook/Instagram

ขั้นตอนที่ 3: ติดตามผล

- ติดตามการตอบกลับหรืออีเมลอย่างใกล้ชิดบันทึกผลลัพธ์ (เช่น รายการสินค้าถูกลบ ผู้ขายได้รับคำเตือน)

ยกระดับสู่การบังคับใช้กฎหมาย

SMEs จำเป็นต้องยกระดับเมื่อใด

เมื่อผู้ขายรายเดิมยังคงลอกเลียนแบบแบรนด์ของคุณ แม้หลังจากถูกลบไปแล้วหากมีบัญชีผู้ขายที่เชื่อมโยงกันหลายบัญชี (เครือข่ายของปลอม)หากสินค้าลอกเลียนแบบปรากฏในร้านค้าหรือตลาดจริง

SMEs สามารถทำอะไรได้บ้าง

✅ ส่งจดหมายเตือนอย่างเป็นทางการ ชี้แจงสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของคุณขอให้หยุดกิจกรรมที่ละเมิด แจ้งเตือนถึงผลทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้น

✅ ยื่นเรื่องร้องเรียนต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อดำเนินการยับยั้งเพิ่มเติมพิจารณาปรึกษาตัวแทนหรือทนายความด้านทรัพย์สินทางปัญญาในพื้นที่เพื่อขอคำแนะนำเบื้องต้นเกี่ยวกับการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อาจเกิดขึ้น

ความท้าทายสำหรับ SMEs

ความท้าทาย	วิธีแก้ปัญหา
ขาดงบประมาณด้านทรัพย์สินทางปัญญา ขาดเงินทุนสำหรับการลงทุนด้านทรัพย์สินทางปัญญา	• SMEs ต้องจัดสรรงบประมาณสำหรับการใช้จ่ายด้านทรัพย์สินทางปัญญ • ควรใช้จ่ายอย่างช้าๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพย์สินทางปัญญาเพิ่มขึ้น
ความเชี่ยวชาญด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่จำกัด – ในเรื่องของประเภททรัพย์สินทางปัญญาที่ควรได้รับ วิธีการจดทะเบียน และวิธีใช้ในธุรกิจ	• SMEs จำเป็นต้องมีความเข้าใจ (ความเชี่ยวชาญ) — ผ่านหลักสูตรออนไลน์และแหล่งข้อมูลสั้นๆ (เช่น WIPO Academy, SME IP Guide, WIPO IP Diagnostics) เพื่อเรียนรู้วิธีการจดทะเบียน และจัดการทรัพย์สินทางปัญญา • ใช้ที่ปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญาอย่างระมัดระวัง!ใช้เครื่องมือออนไลน์ใช้เครื่องมือตรวจสอบทรัพย์สินทางปัญญาฟรี (เช่น WIPO IP Diagnostics) ขอคำแนะนำเบื้องต้นจากฝ่ายช่วยเหลือ SMEs หรือสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญา
ทรัพยากรการจัดการ IP มีจำกัด	• หากไม่มีทีมทรัพย์สินทางปัญญา SMEs จะต้องมอบหมายบุคคลที่รับผิดชอบในการจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา • มอบหมายงานเฉพาะ (เช่น การต่ออายุหรือบริการเฝ้าระวัง) ให้กับตัวแทน/ ที่ปรึกษาด้านทรัพย์สินทางปัญญาในพื้นที่ที่ได้รับการรับรอง

กรณีศึกษา:
เส้นทางการสร้างแบรนด์ SMEs

UK International Development
Partnership | Progress | Prosperity

ASEAN-UK

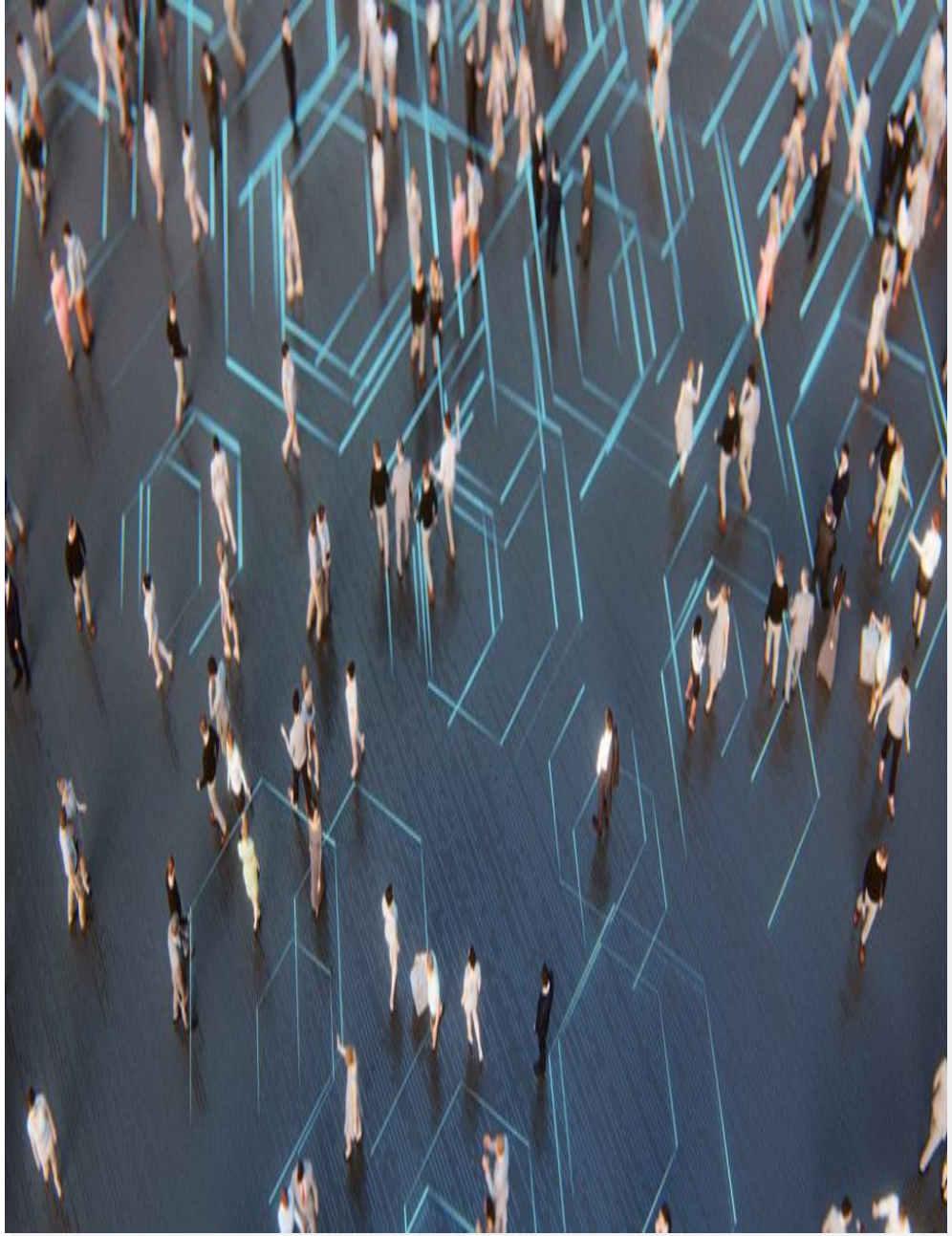
EIP The ASEAN-UK Economic Integration Programme

ROUSE

บทเรียนที่น่าสนใจสำหรับ SMEs ในประเทศไทย

เคส	เกิดอะไรขึ้น	บทเรียน
🥄 **Luckin Coffee (China) vs Luckin Coffee (Thailand) (2025)**	ลัคอิน คอฟฟี่ บริษัทกาแฟชื่อดังของจีน ถูกฟ้องร้องโดยบริษัทไทยที่จดทะเบียนและใช้ชื่อ “ลัคกิน คอฟฟี่” และโลโก้รูปกวางที่คล้ายคลึงกันในประเทศไทย ศาลได้ยืนยันสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของลัคอิน คอฟฟี่ เหนือแบรนด์และโลโก้ของบริษัท พร้อมสั่งให้บริษัทไทยหยุดใช้เครื่องหมายการค้าที่ละเมิด เพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า และจ่ายค่าเสียหายจำนวนมากพร้อมค่าปรับรายวันจนกว่าจะชำระครบถ้วน	✅ จดทะเบียนแบรนด์ของคุณล่วงหน้า — จะทำให้ได้รับอำนาจทางกฎหมายและความน่าเชื่อถือต่อสาธารณะในการดำเนินการแก่ผู้กระทำละเมิด
🐯 **Fire Tiger vs Fire bear (2021)**	คดี “เสือพ่นไฟ” และ “หมีพ่นไฟ” เกี่ยวข้องกับข้อพิพาทระหว่างแบรนด์ชาไข่มุกไทยสองแบรนด์เกี่ยวกับชื่อและโลโก้รูปสัตว์ที่มีลักษณะคล้ายกัน ศาลพบว่า “หมีพ่นไฟ” เลียนแบบองค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ของ “เสือพ่นไฟ” ซึ่งก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค และศาลได้ตัดสินให้เสือพ่นไฟชนะคดี โดยสั่งให้แบรนด์ที่ละเมิดหยุดใช้เครื่องหมายการค้าที่คล้ายคลึงกัน	🚫 การเลียนแบบเอกลักษณ์ของแบรนด์อื่นอาจทำลายความไว้วางใจและนำไปสู่ความเสี่ยงทางกฎหมาย — สร้างแบรนด์ที่โดดเด่นของคุณเอง

THANK YOU



UK International Development
Partnership | Progress | Prosperity

ASEAN-UK

EIP The ASEAN-UK Economic Integration Programme

ROUSE