

สิทธิบัตร...เรื่องกล้วย ๆ

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา (kulachatrakul@gmail.com)

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้อ็อกไซด์ จำกัด

สัปดาห์ที่ผ่านมาผมได้ให้คำปรึกษาธุรกิจความงามแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ประกอบการจะมาปรึกษาเรื่องนวัตกรรมในครีมบำรุงผิวแล้วก็ปรึกษาเรื่องการตลาด เรื่องแรกที่สนทนากันทันทีของชั่วโมงของการสนทนานั้นคือ “คุณจดสิทธิบัตรแล้วหรือยัง” การสนทนาในวันนั้นจึงพูดคุยกันแต่เรื่องสิทธิบัตร โดยขอยกตัวอย่าง “สยามบานาน่า” เป็นกรณีศึกษาว่า “สิทธิบัตรนั้นยอมอยู่เหนือคุณธรรม” ซึ่งนับว่าเป็นบทเรียนราคาแพง

กรณีของสยามบานาน่าที่ว่า เป็นบทเรียนราคาแพงนั้นเพราะว่า หลังจากที่เกิดเหตุราม่ากันขนานใหญ่ กรณีมีบทความออนไลน์ออกมาแฉเกี่ยวกับสูตรขนมเบเกอรี่พันธุ์ชิฟฟอนนุ่มลิ้นรสกล้วย ที่มีกรลอกเลียนสูตรขนมจากญี่ปุ่นแล้วมีการคัดลอกสูตรมา หวังจะเป็น SMEs สัญชาติไทย ๆ ที่ชื่นชมผลไม้ไทยเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรผลไม้กล้วยไทยจนกลายเป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันสนั่นเน็ต โดยเจ้าของสยามบานาน่าเล่าว่า ช่วงที่เข้าไปนำเสนอสินค้าแก่บริษัทใหญ่ก็ได้รับการต้อนรับและดูแลเป็นอย่างดี การเข้าติดต่อและประชุมแต่ละครั้งมีบรรยากาศจริงใจมาก มีเตรียมงานเป็นขั้นเป็นตอนโดยตลอด นอกจากนี้ยังได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ทั้งเรื่องแพ็คเกจจิ้ง การปรับเนื้อแป้ง หน้าตาขนม รวมถึงการปรับเปลี่ยนชื่อตราสินค้าเป็น “สยาม บานาน่า” ก่อนหน้านั้นช่วงที่จ้างบริษัทอื่นผลิต ก็ได้รับแจ้งว่าอยากได้สินค้า 6,000-10,000 ชิ้นต่อวัน แต่บริษัทที่จ้างผลิตไม่สามารถทำได้ ต้องเปิดโรงงานเป็นของตัวเองและมีการกู้เงินลงทุน ซึ่งตรงนี้ก็ได้รับความช่วยเหลือเป็นอย่างดีมีพนักงานมาวางแผนให้ แต่ท้ายที่สุดมาก็ถูกยกเลิกดีล แล้วมีสินค้าอีกตัวหนึ่งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันออกมาวางแข่งกันในตลาด เจ้าของสยามบานาน่าถึงกับพูดไม่ออกน้ำตาตกในกันไป ซึ่งตรงนี้อ้างไม่ได้เลยในแง่ของกฎหมายว่าบริษัทใหญ่แห่งนั้นได้คัดลอกนวัตกรรมของตัวเองไปออกสินค้าของตัวเอง

ก่อนอื่นเรามาทำความรู้จักกับสิทธิบัตรกันก่อน สิทธิบัตร (Patent) หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้นหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะตามที่กำหนดในกฎหมาย กฎกระทรวง และระเบียบว่าด้วยสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ที่เกี่ยวกับการประดิษฐ์คิดค้นหรือการออกแบบ เพื่อให้ได้สิ่งของ , เครื่องใช้หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่เราใช้กันอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การประดิษฐ์รถยนต์, โทรทัศน์, คอมพิวเตอร์, โทรศัพท์ หรือการออกแบบขวดบรรจุน้ำดื่ม, ขวดบรรจุน้ำอัดลม หรือการออกแบบหลอดลายบนจานข้าว, ถ้วยกาแฟ ไม่ให้เหมือนของผู้อื่น ในทางกฎหมายเรามีเครื่องมือให้ใช้เพื่อป้องกันสิทธิของตน สิทธิทางความคิด คอยปกป้องการละเมิดกันทางความคิดอยู่แล้วแต่เพราะความหลงลืมตน ลืมในสาระสำคัญ “ประมาทและไว้ใจ” ในการทำธุรกิจต้องพึงระลึกไว้อยู่เสมอว่า “ไม่มีมิตรแท้และศัตรูที่ถาวรในการทำธุรกิจ” จะให้เชื่อใจกันได้อย่างไร การจะเอาสูตร ความลับทางการค้า แผนการผลิต แผนธุรกิจ หรือพิมพ์เขียว แบบพิมพ์ต่างๆไปให้ใครต่อใครเขาก็จะระวังอย่าได้หลงลืมตัวเป็นอันขาด เพราะกรรมทรัพย์สินทางปัญญาเขามีระเบียบแบบแผนป้องกันเอาไว้ให้แล้วเป็นอย่างดี ดังนั้นกรณีของสยามบานาน่าจึงเป็นบทเรียนที่มีค่าที่ SMEs ไทยควรจดจำ

ในกรณีของผมจึงไม่ต้องการให้ประวัติศาสตร์ซ้ำรอย ต้องคอยแจ้งผู้ประกอบการที่เน้นงานนวัตกรรมเสมอๆ ว่าให้จดสิทธิบัตรหรือจดทะเบียนการค้าเสียก่อน ซึ่งรวมถึงเครื่องหมายการค้าและแบรนด์ต่างๆ ด้วย การจดทะเบียนต่างๆนั้นไม่ได้ยุ่งยากอะไรเลยมีขั้นตอนที่ศึกษาจากเว็บไซต์ www.ipthailand.go.th ซึ่งเราอาจตรวจสอบการซ้ำกันของชื่อต่างๆ ได้ก่อนล่วงหน้าเหมือนกับการตั้งชื่อโดเมนในระบบออนไลน์ได้จากในเว็บไซต์ เพื่อหลีกเลี่ยงการจดทะเบียนซ้ำกันกับผู้อื่นและในกรณีที่เราจดทะเบียนได้แล้ว นั้นหมายความว่าในสารบบของกรรมทรัพย์สินทางปัญญารับทราบ

เราไม่จดทะเบียนช้ำกับใครก็เป็นอันเสร็จขั้นตอน ส่วนการอนุมัติใช้ชื่อนั้นๆ แม้จะล่าช้าตามขั้นตอนของทางราชการก็ตาม แต่ก็ไม่มีผลสำคัญมากนักเพราะทางกรมทรัพย์สินทางปัญญาถือเอาการจดทะเบียนแสตมป์วันที่เป็นหลักในการฟ้องร้องคดีกันตามกฎหมาย หากใครมาท้วงติงหรือทวงถามสิทธิอันชอบธรรมก็อนุญาตให้ตัดป้ายประกาศไว้ได้ว่า “อยู่ระหว่างขั้นตอนจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา” กรณีอย่างนี้จะได้ไม่มีปัญหาตราบกั่นอย่างกรณีของกล้วยสยามบานาน่าอีก เห็นหรือไม่ว่าทรัพย์สินทางปัญญาที่ใครว่าเรื่องกล้วยๆ มันไม่กล้วยซะแล้ว
