



## บทที่ 2

### การนำเข้าซ้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน

#### 2.1 ความหมายของการนำเข้าซ้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน

การนำเข้าซ้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน หมายถึง การนำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าอันเดียวกัน กับเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า ซึ่งผลิตในต่างประเทศโดยบุคคลอื่นที่ไม่ใช่จากเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้น เข้ามาจำหน่าย กล่าวอีกอย่างหนึ่ง การนำเข้าซ้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันคือ การนำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันกับเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า ซึ่งผลิตโดยผู้ผลิตในต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายแข่งกับสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า ภายใต้เครื่องหมายการค้าเดียวกันนั้นในตลาดภายในประเทศโดยที่ผู้นำเข้าไม่ใช่เจ้าของเครื่องหมายการค้า

ในประเทศสหรัฐอเมริกา การนำเข้าซ้อหมายถึง การนำเข้าสินค้าจริงที่ใช้เครื่องหมายการค้าอย่างถูกต้องจากต่างประเทศ เข้ามาจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาโดยไม่ได้ได้รับความยินยอมจากเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นในประเทศสหรัฐอเมริกา<sup>1</sup>โดยมากเป็นกรณีที่บุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้ได้รับสิทธินำเข้าจากเจ้าของเครื่องหมายการค้า ซ้อสินค้าจริงที่ผลิตนอกประเทศ

---

<sup>1</sup> John, T. McDermott. The Gray Market in the United States: Law, Policy, and Myth, Connecticut Journal of International Law, 2:1 (Fall 1986): 2

สหรัฐอเมริกาแล้วนำเข้ามาจำหน่าย แข่งกับผู้นำเข้าที่ได้รับสิทธินำเข้าจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา (Designated exclusive United States importer) <sup>2</sup>

นอกจากนี้ การนำเข้าซ้่อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งรวมไปถึง การที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าที่แท้จริงซึ่งใช้เครื่องหมายการค้าอย่างถูกต้องจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาเองด้วย <sup>3</sup>

ศาลสูงสหรัฐได้วางบรรทัดฐานในเรื่องสิทธิการนำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันจากต่างประเทศไว้ ในคดี Premier Dental Products Co. v. Darby Dental Supply Co., (3rd Cir.1986) ว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้าในประเทศอเมริกาซึ่งใช้ เครื่องหมายการค้าดังกล่าวกับสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศเพียงผู้เดียวเท่านั้น ที่มีสิทธิถูกต้องตามกฎหมายในการนำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของตน ซึ่งผลิตจากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกา <sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> McCarthy. Parallel Imports of Genuine Goods: The Gray Market, McCarthy on Trademarks, p. 66

<sup>3</sup> Douglas, R., MacGray. Custom-Gray Importation-The Gray Areas in Gray Market Trade Law, 11 Sufflok Transitional Law Journal, 11 (Fall 1987): 223

<sup>4</sup> เรื่องเดียวกัน หน้า 222 -Premier Dental Products Co. v Darby Dental Supply Co., 7 International Trade Report (BNA) 2617 (3d Cir. 1986)

สินค้าที่ถูกรับเข้าซื้อในประเทศสหรัฐอเมริกา หมายถึงสินค้าจริงที่ใช้เครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าของชาวอเมริกันหรือของนิติบุคคลสัญชาติอเมริกันในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งบุคคลที่สามซื้อจากตลาดในต่างประเทศและนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าในประเทศสหรัฐอเมริกา<sup>5</sup>

ในประเทศกลุ่มประชาคมยุโรป การนำเข้าซื้อหมายถึงการนำเข้าสินค้าซึ่งจำหน่ายในประเทศสมาชิกอื่นกลับเข้ามาจำหน่ายแข่งกับสินค้าชนิดเดียวกันในตลาดของประเทศที่เป็นต้นกำเนิดของสินค้าชนิดนั้น และหมายรวมไปถึงการนำสินค้าจากประเทศต้นกำเนิดสินค้าเข้าไปจำหน่ายในประเทศสมาชิกอื่นอีกประเทศหนึ่งด้วย<sup>6</sup>

ในประเทศญี่ปุ่น การนำเข้าซื้อหมายถึงการนำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันจากแหล่งผลิตในต่างประเทศ เข้ามาจำหน่ายแข่งกับสินค้าที่ผู้นำเข้าผู้มีสิทธิถูกต้องแต่เพียงผู้เดียวในประเทศญี่ปุ่นของบริษัทผู้ผลิตสินค้า จำหน่ายอยู่ในประเทศในขณะนั้น

---

<sup>5</sup> Baxley F. James. *The Gray Market Controversy and the Court: An Analysis of Conflicting Court of Appeals Decisions on the Validity of Customs Regulations Permitting Unauthorized Third Party Importation of Trademark Goods*, Seton Hall Law Review 18 (1988): 57

<sup>6</sup> Laurence, J., Cohen and Adam, N., Cooke. *How Trademarks and Other Rights May be Used to Limit Parallel Imports in Europe*, The Trademark Reporter 81 (March/April 1991): 372

ความหมายของการนำเข้าซื้อสินค้าที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ทราบลักษณะของการนำเข้าซื้อสินค้าว่ามีลักษณะดังนี้คือ

1. สิ่งนำเข้าต้องเป็นตัวสินค้าและสินค้าต้องเป็นสินค้าชนิดและประเภทเดียวกันกับสินค้าที่เจ้าของเครื่องหมายความการค้าผลิตและจำหน่าย เช่น กล้อง หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้งานทำให้ประโยชน์ใช้สอยอย่างเดียวกัน ไม่ใช่เป็นสินค้าที่ interchangeable (substitutes)
2. สินค้าที่นำเข้าจะต้องปรากฏหรือใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันกับเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายความการค้านั้น หรือมีชื่อ รูปภาพ หรือสัญลักษณ์และเสียงเรียกขานจดจำ เหมือนกับเครื่องหมายการค้าของเจ้าของเครื่องหมายความการค้า
3. สินค้าที่นำเข้าเป็นสินค้าที่มีวางจำหน่ายภายในประเทศอยู่ก่อนหน้าแล้ว โดยเจ้าของเครื่องหมายความการค้าเป็นผู้จำหน่ายเองหรือโดยผู้หนึ่งผู้ใดซึ่งได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องจากเจ้าของเครื่องหมายความการค้า
4. ผู้นำเข้าซื้อไม่มีนิติสัมพันธ์ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องแต่อย่างใดในทางการค้ากับเจ้าของเครื่องหมายความการค้า หรือผู้ได้รับอนุญาต หรือตัวแทนผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องจากเจ้าของเครื่องหมายความการค้า ซึ่งจำหน่ายสินค้านั้นอยู่ก่อนแล้วในท้องตลาด
5. ผู้นำเข้าซื้อไม่ได้รับอนุญาตและไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของเครื่องหมายความการค้า หรือจากผู้ได้รับอนุญาตหรือจากตัวแทนผู้จัดจำหน่ายที่ได้รับอนุญาตอย่างถูกต้องจากเจ้าของเครื่องหมายความการค้า

## 2.2 เหตุผลและปัจจัยที่ก่อให้เกิดกรณีนำเข้าซื้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน

เหตุผลของการนำเข้าซื้อสินค้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน ได้แก่

ก. เหตุผลทางด้านเศรษฐศาสตร์ ประเทศส่วนใหญ่ในโลกมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม ซึ่งสนับสนุนให้มีการแข่งขันทางการค้าอย่างเสรี (Laissez-Faire) ผู้ประกอบการภายในประเทศ สามารถประกอบธุรกิจแข่งขันกันได้อย่างเสรี การแข่งขันอย่างเสรีนี้ มีกลไกทางการตลาดซึ่งได้แก่ อุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) เป็นตัวกำหนด

ปริมาณของสินค้าในตลาด เมื่อความต้องการสินค้าที่จะบริโภคในตลาดสูงและสินค้าที่จำหน่ายมีจำนวนน้อยไม่พอกับความต้องการของผู้บริโภค หมายความว่า อุปสงค์มีสูงกว่าอุปทาน ย่อมทำให้มีการนำสินค้าจากแหล่งผลิตอื่นภายนอกประเทศเข้ามาจำหน่ายเพื่อสนองกับความต้องการในการบริโภคของผู้บริโภคภายในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นนั้น และเป็นธรรมดาที่พ่อค้าผู้ประกอบการภายในประเทศต้องการแสวงหากำไรทางการค้า โดยเฉพาะในภาวะที่สินค้าขาดแคลน สินค้าชนิดนั้นย่อมมีราคาสูง พ่อค้าผู้ประกอบการจึงพยายามนำสินค้าดังกล่าวจากแหล่งผลิตในต่างประเทศที่มักมีต้นทุนในการผลิตต่ำ เพื่อนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศของตนในขณะที่ตลาดภายในประเทศมีความต้องการสูง เมื่อสินค้าเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และหากสินค้านั้นเป็น สินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของผู้บริโภคแล้ว ไม่ว่าจะราคาจำหน่ายสูงเพียงใดผู้บริโภคก็จำต้องซื้อไว้เพื่อบริโภค การที่ประเทศต่าง ๆ ยังคงดำรงนโยบายทางเศรษฐกิจตามระบบเสรีนิยมเช่นนี้ช่วยส่งเสริมให้มีการนำเข้าซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตอื่นภายนอกประเทศ

ข. เหตุผลด้านการบริโภค ลัทธิบริโภคนิยม (Consumerism) กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่จะบริโภคสินค้าชนิดต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นทั้งยังต้องการความหลากหลายของสินค้าพฤติกรรมการณ์การบริโภคของผู้บริโภคที่เดิมบริโภคแต่เฉพาะสินค้าที่จำเป็นที่ผลิตขึ้นภายในประเทศเริ่มเปลี่ยนเป็นความต้องการที่จะบริโภคสินค้าชนิดต่าง ๆ ที่ผลิตจากต่างประเทศ รวมไปถึงสินค้าที่จัดว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยและสินค้าที่มีชื่อเสียงโด่งดังที่ผลิตจากต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อสภาวะเศรษฐกิจของประเทศมีความมั่นคง รายได้ประชาชาติของคนในประเทศสูงขึ้น กำลังการซื้อของผู้บริโภคภายในประเทศย่อมมีเพิ่มมากขึ้น การบริโภคสินค้าต่าง ๆ รวมทั้งสินค้าฟุ่มเฟือยย่อมเพิ่มตามลำดับ เมื่อความต้องการในการบริโภคสินค้าจากต่างประเทศและอเนจในการซื้อของผู้บริโภคมีมากขึ้นเช่นนี้ พ่อค้าผู้ประกอบการย่อมขวนขวายที่จะนำสินค้าที่ผลิตในต่างประเทศซึ่งเป็นที่ต้องการและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคและตลาดเข้ามาจำหน่าย และในการนำเข้าสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศของพ่อค้าผู้ประกอบการ เพื่อเข้ามาจำหน่ายในประเทศดังกล่าวย่อมมีทั้งการนำเข้าสินค้าอย่างถูกต้องและการนำเข้าสินค้าอย่าง ไม่ถูกต้อง หรือที่เรียกว่าการนำเข้าซ่อนอย่างขบถที่จะหลีกเลี่ยงได้

ค. เหตุผลอันเนื่องมาจากข้อตกลงระหว่างประเทศ ข้อตกลงทางการค้าระหว่างประเทศว่าด้วย พิทักษ์อัตราภาษีศุลกากรและข้อตกลงทางการค้า (General Agreement on Tariff and Trade) หรือที่เป็นที่รู้จักกันสั้น ๆ ว่าข้อตกลง (GATT) ซึ่งประเทศส่วนใหญ่ในโลกเป็นภาคีรวมทั้งประเทศไทย ได้กำหนดให้ประเทศภาคีเปิดเสรีตลาดการค้าและการบริการ และมีการตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization) เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2538 โดยประเทศที่เป็นสมาชิกแต่งตั้งผู้แทนของตนเข้าไปร่วมพิจารณาเรื่องการค้าต่าง ๆ พร้อมกับองค์การการค้าโลก องค์การดังกล่าวมีหน้าที่รับผิดชอบเรื่องการค้าระหว่างประเทศสมาชิก รวมทั้งมีหน้าที่กำกับดูแลให้ประเทศสมาชิกปฏิบัติตามเงื่อนไขและข้อตกลงทางการค้าที่ทำไว้ต่อกัน

จากข้อตกลงที่กำหนดให้เปิดเสรีตลาดการค้าและการบริการ ส่งผลทำให้การเคลื่อนไหวของสินค้าจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งมีเพิ่มปริมาณมากขึ้นกว่าเดิม การเคลื่อนไหวของสินค้าข้ามพรมแดนที่อิสระกว่าเดิมนี้ ประกอบด้วยการนำเข้าสินค้าอย่างถูกต้องและการนำเข้าสินค้าอย่างไม่ถูกต้องของพ่อค้าผู้ประกอบการนำเข้า ซึ่งการนำเข้าสินค้าที่ไม่ถูกต้องนี้ก็คือการนำเข้าซ่อนสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันนั่นเอง แนวโน้มการนำเข้าซ่อนสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันภายหลังจากที่เปิดเสรีตลาดการค้าและการบริการจะมีเพิ่มมากกว่าตอนที่ยังไม่มีข้อตกลงดังกล่าว

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการนำเข้าซ่อนสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันมี 3 ประการคือ

1. ราคาสินค้า สินค้าที่ผลิตโดยผู้ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ มักมีราคาต่ำกว่าราคาจำหน่ายของสินค้าชนิดเดียวกันนั้นที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือผู้จัดจำหน่ายจำหน่ายภายในประเทศอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกา สินค้าที่ผลิตโดยผู้ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ ซึ่งถูกนำเข้าซ่อนเพื่อ จำหน่ายในประเทศที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าได้จดทะเบียนไว้ มีราคาต่ำกว่าราคาจำหน่ายที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือตัวแทนผู้จัดจำหน่ายของเจ้าของ

เครื่องหมายการค้าจำหน่ายถึง 20% - 30%<sup>7</sup> จากข้อเท็จจริงที่ว่า สินค้าชนิดเดียวกันสามารถหาซื้อได้จากแหล่งผลิตในต่างประเทศในราคาที่ต่ำกว่า<sup>8</sup> ทำให้พ่อค้าสามารถแสวงหากำไรจากส่วนต่างของราคา เป็นต้นเหตุของการนำเข้าซื้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันจากแหล่งผลิตภายนอกประเทศ เพื่อนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศ ทั้งนี้เพราะการที่สินค้าชนิดเดียวกันมีราคาแตกต่างกันอย่างมาก พ่อค้าผู้นำเข้าซื้อขอมขายสินค้าที่นำเข้าซื่อนั้นได้ในปริมาณมากและได้รับกำไรอย่างงาม นอกจากนี้จะห้ซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตอื่นในต่างประเทศได้ในราคาต่ำแล้ว พ่อค้าผู้นำเข้าซื้อไม่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสินค้า<sup>9</sup> หรือต้นทุน

---

<sup>7</sup> Gerber, A., David and Bender, David. The Gray Market : A Legal Enigma, New York Bar Journal, (January 1987): 42

<sup>8</sup> McDermott, T., John. The Gray Market in The United States: Law, Policy and Myth. Connecticut Journal of Internatinal Law, 2 (Fall 1986): 53

Table compares the "authorized" and gray market prices of a variety of products:

<u>Product</u>	<u>"Authorized" Price</u>	<u>Gray Market Price</u>
Mercedes 500 SEL	·\$ 53,000.00	\$ 37,000.00
IBM PC-XT	3,125.00	2,295.00
Nikon FE-3 Camera	279.50	239.50
Olympus OM-4	325.00	290.00
Minolta X-700	189.00	150.00
Nikon Motor Drive	230.00	165.00
Opium Perfume	165.00	75.00

<sup>9</sup> Miller, L., Dwight. Restricting The Gray Market in Trademark Goods: Per Se Legality. The Trademark Reporter 76 (5 September-October 1986): 373-4

ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เช่นค่าใช้จ่ายในการให้บริการก่อนและหลังการขาย การเปิดศูนย์ซ่อมบริการ แก่ลูกค้าสำหรับสินค้าชนิดนั้น พ่อค้าผู้นำเข้าซื้อไม่มีต้นทุนในส่วนนี้ที่จะไปบวกรวมในราคาขาย ดังนั้นสินค้าที่มีกำไรนำเข้ามาซื้อจึงมีราคาต่ำกว่าราคาที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าตัวแทน หรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า จำหน่ายแก่ผู้บริโภค ราคาที่แตกต่างกันนี้เป็นแรงจูงใจประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการนำเข้าซื้อ

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่เสมอตามกลไกของตลาดทางการเงิน เมื่อเงินสกุลใดสกุลหนึ่งแข็งตัวขึ้นอัตราแลกเปลี่ยนเงินของเงินสกุลที่แข็งตัวนั้นกับเงินสกุลอื่น ๆ ข่อมสูงขึ้น ทำให้พ่อค้าเจ้าของเงินสกุลที่แข็งนั้นได้เปรียบพ่อค้าในประเทศอื่น กล่าวคืออำนาจการซื้อของเงินสกุลที่แข็งข่อมมีมากกว่าเงินสกุลที่อ่อนกว่า ยกตัวอย่างเช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยคือ 1 ดอลลาร์สหรัฐ = 25.00 บาท ต่อมาเงินดอลลาร์สหรัฐแข็งตัวขึ้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยเปลี่ยนไปเป็น 1 ดอลลาร์สหรัฐ = 27.00 บาท ในการซื้อสินค้าพ่อค้าชาวอเมริกันซึ่งใช้เงินดอลลาร์สหรัฐในการชำระราคาสินค้าข่อมได้รับประโยชน์จากอัตราแลกเปลี่ยนที่สูงขึ้นเมื่อเงินดอลลาร์สหรัฐแข็งตัว เพราะอำนาจในการซื้อสินค้าของพ่อค้าชาวอเมริกันจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น เช่น เดิมเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงิน 1 ดอลลาร์ = 25.00 บาทจะต้องจ่ายเงินค่าสินค้าที่ซื้อจากประเทศไทยราคา 1,000 บาทด้วยเงินจำนวน 40 เหรียญสหรัฐ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนขึ้นเป็น 1 ดอลลาร์ = 27.00 บาท ในการชำระราคาสินค้านี้ราคา 1,000 บาท พ่อค้าชาวอเมริกันจ่ายเงินเพียง 37.04 เหรียญสหรัฐเท่านั้น ทำให้สินค้าในประเทศไทยกลายเป็นสินค้าที่มีราคาถูก และเมื่อพ่อค้าชาวอเมริกันสามารถซื้อสินค้าในประเทศไทยได้ถูก เมื่อนำไปจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกา จึงได้กำไรเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นการซื้อสินค้าเพื่อนำเข้าซื้อเพื่อจำหน่ายในประเทศสหรัฐอเมริกาแล้ว เงินกำไรที่จะได้รับข่อมมากยิ่งขึ้น ถ้าไรที่ได้เนื่องจากเคลื่อนไหวขึ้นลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินเป็นแรงจูงใจอีกประการหนึ่งที่ทำให้พ่อค้านำเข้าซื้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน จากแหล่งผลิตในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เมื่อใดที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินเปลี่ยนแปลงไป และมีผลทำให้สินค้าใน



ต่างประเทศมีราคาถูก เมื่อนั้นการนำเข้าซื้อสินค้าย่อมมีเพิ่มมากขึ้น<sup>10</sup>

3. ผู้บริโภค ผู้บริโภคมีความต้องการที่จะซื้อสินค้าหลายชนิด ในระดับราคา และคุณภาพต่าง ๆ ผู้บริโภคต้องการความหลากหลายของตัวสินค้า เพื่อที่จะสามารถเลือกซื้อได้ตามความต้องการ ในราคาที่คิดว่าเหมาะสม เมื่อสินค้าภายในประเทศมีราคาสูง ในขณะที่สินค้าที่ผลิตในต่างประเทศมีราคาต่ำกว่า ผู้บริโภคจะหันไปใช้สินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศแทนสินค้าซึ่งผลิตในประเทศที่มีราคาแพง แม้ในบางกรณีสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศอาจไม่ใช่สินค้าชนิดเดียวกันกับสินค้าที่ผลิตในประเทศ หรือไม่ได้มีคุณภาพในระดับเดียวกันกับสินค้าที่ผลิตในประเทศก็ตาม ในบางกรณี สินค้าที่ถูกนำเข้าซื้อก็เป็นสินค้าที่มีคุณภาพเช่นเดียวกันกับสินค้าที่ผลิตในประเทศ หรืออาจมีคุณภาพสูงกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศ เมื่อสินค้าที่มีกรนำเข้าซื้อราคาถูกกว่าสินค้าที่จำหน่ายอยู่ในตลาดในประเทศ ผู้บริโภคจึงหันมาซื้อสินค้าที่ถูกนำเข้าซื้อนั้น แม้ว่าในบางกรณี สินค้าดังกล่าวจะไม่มี การรับประกันคุณภาพก็ตาม ความต้องการของผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าอย่างหลากหลายนี้เอง ช่วยกระตุ้นให้พ่อค้านำเข้าซื้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันจากแหล่งผลิตอื่นในต่างประเทศ

### 2.3 ประเภทของการนำเข้าซื้อสินค้า

การนำเข้าซื้อสินค้าอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ

- ก. การนำเข้าซื้อสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน
- ข. การนำเข้าซื้อสินค้าภายใต้สิทธิบัตรการประดิษฐ์ สิทธิบัตรกรรมวิธี หรือสิทธิบัตรการออกแบบการประดิษฐ์เดียวกัน และ
- ค. การนำเข้าซื้อสินค้าอันเป็นงานมีลิขสิทธิ์

---

<sup>10</sup>Gerber, A., David and Bender, David. Courts Help Clear Up Legal Haze Regarding Gray Market Goods. The National Law Journal 15 (12 October 1992): 1-3

สินค้าทั้ง 3 ประเภทดังกล่าวข้างต้นแม้จะได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายที่ต่างกัน ล้วนแต่เป็นสินค้าที่สามารถถูกนำเข้าซ้อนได้อย่างหัดเทียมกัน ลักษณะและวิธีการนำเข้าซ้อนของสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าย่อมแตกต่างจากลักษณะและวิธีการนำเข้าซ้อนของสินค้าภายใต้สิทธิบัตร และสินค้าอันเป็นงานมีลิขสิทธิ์ ซึ่งจะกล่าวถึงแต่ละประเภทตามลำดับดังนี้

2.3.1 การนำเข้าซ้อนสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน ได้แก่การนำสินค้าอุปโภค บริโภคชนิดต่าง ๆ เป็นต้น อาหาร, กล้องถ่ายรูป, น้ำหอม, รถยนต์, ของเล่น, เครื่องสำอางค์, เกมคอมพิวเตอร์, เสื้อผ้า, เครื่องหนัง ฯลฯ ที่ใช้เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของเจ้าของเครื่องหมายการค้า ซึ่งผลิตจากแหล่งผลิตภายนอกประเทศเข้ามาจำหน่ายควบคู่พร้อมไปกับสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าเดียวกันนั้น โดยเริ่มที่ผู้นำเข้าซ้อนสั่งซื้อสินค้าจากแหล่งผลิตภายนอกประเทศซึ่งมักมีราคาต่ำเข้ามาจำหน่ายให้แก่ผู้ซื้อโดยตรง หรือในบางกรณีก็จำหน่ายให้แก่ร้านค้าย่อย เพื่อที่ร้านค้าย่อยจะได้จำหน่ายแก่ผู้ซื้ออีกทอดหนึ่ง

โดยทั่วไป ผู้ที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า จะได้รับความคุ้มครองในเรื่องการนำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันกับเครื่องหมายการค้าของตน ภายใต้กรอบของกฎหมายเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ซึ่งศาลอาจพิจารณาพิพากษาแตกต่างกันไปในแต่ละคดี เช่น

คดี Premier Dental Products Co. v. Darby Dental Supply Co.<sup>11</sup> เป็นการนำเข้าสินค้าสำหรับหม้ออกและฟันที่ใช้เครื่องหมายการค้า

---

<sup>11</sup>Douglas, R., MacGray. Custom-Gray Importation-The Gray Areas in Gray Market Trade Law, Sufflok Transitional Law Journal, 11 (Fall 1987): 231-3 (3rd Cir. 1986)

"IMPREGUM" จากตลาดในยุโรปเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย สหรัฐอเมริกา แข่งกับสินค้าของผู้จำหน่ายเดิมรายแรกในประเทศไทย คดีนี้ศาลชั้นต้นมีคำสั่งห้ามมิให้นำเข้าซัสนสินค้าดังกล่าว จำเลยอุทธรณ์คำสั่งศาลชั้นต้น (Preliminary Junction) ต่อศาลอุทธรณ์ โดยอ้างข้อกฎหมายว่าโจทก์ไม่มีสิทธิใช้มาตรา 526 แห่งกฎหมายพิกัดศุลกากรห้ามการนำเข้าสินค้า "IMPREGUM" จากประเทศยุโรป ศาลอุทธรณ์พิพากษาขึ้นตามคำสั่งของศาลชั้นต้น ห้ามมิให้นำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้า "IMPREGUM" ของจำเลย โดยพิพากษาว่าโจทก์มีสิทธิใช้มาตรา 526 แห่งกฎหมายพิกัดศุลกากรห้ามการนำเข้าซัสนสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันของจำเลยได้

คดี Dial Corp. v. Encina Corp <sup>12</sup> เป็นการนำเข้าสบู่ Dial จากนอกประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย คดีนี้ศาลพิพากษาห้ามมิให้นำเข้าซัสนสินค้าดังกล่าวเข้ามาในประเทศไทย เนื่องจากสบู่ที่นำเข้าซัสนมีตัวยาต่างจากสบู่ Dial ที่จำหน่ายในประเทศ ซึ่งจะทำให้สาธารณสุขของผู้ซื้อสับสนหลงผิดและอาจเป็นอันตรายได้

คดีนำเข้าเสื้อ "Lacoste" เป็นการนำเข้าเสื้อยืดของบริษัท La Chemise <sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Vincent, N., Palladino. Gray Market Goods: The United States Trademark Owners' View, *The Trademark Reporter* 79 (March-April 1989): 162 (643 F Supp 951 (SD Fla 1986))

<sup>13</sup> Takamastu, K. Treatment of Parallel Importation in Japan. *AIPPI Journal*, (January 1991): 4 (La Chemise Lacoste v. Shinshin Trading K.K., Dec. 7, 1984, Tokyo Dist. Ct.)

Lacoste ที่ผลิตโดยผู้รับอนุญาตในต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น คดีนี้ศาลชั้นต้น พิพากษาอนุญาตให้นำเข้าเสื้อ "Lacoste" จากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นได้ โดยศาลพิจารณาว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้า "Lacoste" ในประเทศญี่ปุ่น กับ บริษัทผู้รับอนุญาตในประเทศสหรัฐอเมริกาและบริษัท La Chemise Lacoste มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน แม้ว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้า "Lacoste" ในประเทศญี่ปุ่นกับบริษัทใน ต่างประเทศ (ประเทศสหรัฐอเมริกา) จะเป็นคนละนิติบุคคลกันก็ตาม

คดีนำเข้ากาแฟ Nescafe <sup>14</sup> นอกประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น คดีนี้ศาลพิพากษาห้ามนำเข้ากาแฟ Nescafe จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น เพราะกาแฟที่นำเข้าช้อนมีรสต่างจากกาแฟ Nescafe ที่จำหน่ายในประเทศ สาธารณชนผู้ซื้ออาจสับสนหลงผิด ในสินค้าและไม่ได้กาแฟ Nescafe รสที่ต้องการในขณะที่ซื้อสินค้า

การวินิจฉัยของศาล ว่าควรอนุญาตให้มีการนำเข้าสินค้า ที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน จากต่างประเทศเข้ามาจำหน่ายภายในประเทศได้หรือไม่นั้น จำอยู่กันว่าศาลใช้ทฤษฎีกฎหมายทฤษฎีใดในการพิจารณา ทฤษฎีกฎหมายที่ศาลนำมาใช้ในการตัดสินคดีการนำเข้านำเข้าช้อนสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันนี้ จะกล่าวถึงในบทที่ 2

หากจะพิจารณาการนำเข้าช้อนสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน โดยดูจากการขายสินค้าเป็นหลัก อาจแยกได้เป็น 3 ลักษณะดังนี้

---

<sup>14</sup> เรื่องเดียวกัน หน้า 5 (Nestle Nihon K.K. v. Sankai Shoten, May 29, 1965, Tokyo Dist.Ct.)



1. กรณีที่ผู้นำเข้าที่ไม่ได้รับอนุญาต นำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน จากแหล่งผลิตในต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายแข่งกับผู้ที่ได้รับอนุญาต (Licensee)<sup>15</sup> ตัวอย่างเช่น คดีนำเข้าช้อนเสื้อยี่ห้อ Lacoste ที่ผลิตจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้ามาจำหน่าย ในประเทศญี่ปุ่นแข่งกับบริษัทญี่ปุ่นผู้ซึ่งได้รับอนุญาตให้ผลิตและจำหน่ายเสื้อยี่ห้อ Lacoste ในประเทศญี่ปุ่นแต่เพียงผู้เดียว

2. กรณีที่ผู้นำเข้าที่ไม่ได้รับอนุญาต นำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน จาก แหล่งผลิตในต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายแข่งกับบริษัทที่เป็นบริษัทย่อย (Subsidiary) หรือเป็นส่วนหนึ่งของผู้ผลิตสินค้าและเจ้าของเครื่องหมายในต่างประเทศ (A division of the foreign manufacturer) ตัวอย่างเช่น คดีนำเข้าช้อนยาง Dunlop<sup>16</sup> ซึ่งผลิตและติดเครื่องหมายการค้าอย่างถูกต้องในประเทศฝรั่งเศส เข้ามาจำหน่ายแข่งกับยาง Dunlop ของบริษัท Dunlop U.K. ที่ผลิตในประเทศอังกฤษ

3. กรณีที่ผู้นำเข้าที่ไม่ได้รับอนุญาต นำเข้าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกัน จากแหล่งผลิตในต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายแข่งกับเจ้าของเครื่องหมายการค้า (Original

---

<sup>15</sup>Hahm Heon. Gray Market Goods: Has a Resolution been Found?, The Trademark Reporter, 81 (January-February 1991): 59-60

<sup>16</sup>Warwick A., Rothnie, Parallel Imports (London: Sweet & Maxwell, 1993) p. 20 (Dunlop Rubber Company Limited v A.A. Booth & Co. Limited (1926) 43 RPC 139 (Ch.D))

**Trademark holder)** ตัวอย่างเช่นการนำเข้า Chips ของบริษัทผู้นำเข้า CAL เพื่อขายแข่งกับสินค้า Chips ที่ผลิตโดยบริษัท NEC ในประเทศอเมริกาซึ่งเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า NEC <sup>17</sup>

2.3.2 การนำเข้าซ้สินค้าภายใต้สิทธิบัตร ได้แก่การนำสินค้าที่ผลิตภายใต้กรรมวิธี หรือภายใต้สูตรการผลิตหรือภายใต้การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เจ้าของสิทธิบัตรได้จดสิทธิบัตรไว้ ในประเทศของเจ้าของสิทธิบัตรหรือในต่างประเทศ ที่เจ้าของสิทธิบัตรอนุญาตให้มีการใช้สิทธิบัตรของตน ตัวอย่างเช่น การนำสินค้า เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสินค้า หรือยารักษาโรคซึ่งผลิตตามกรรมวิธีการผลิตภายใต้สิทธิบัตรของเจ้าของสิทธิบัตร จากแหล่งภายนอกประเทศเข้ามาจำหน่ายแก่ผู้ซื้อภายในประเทศ วิธีการนำเข้าซ้สินค้าภายใต้สิทธิบัตร แตกต่างจากสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้า เนื่องจากสิทธิที่เจ้าของสิทธิบัตรมีตามสิทธิบัตรอันเป็นสิทธิเด็ดขาดที่กฎหมายมอบให้แก่เจ้าของหรือผู้ทรงสิทธิบัตร ในการที่จะผูกขาดการผลิต ขาย ใช้ รวมทั้งการให้สิทธิแก่ผู้อื่นในการผลิต ขาย และใช้กรรมวิธีการผลิต หรือสิ่งประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ของตนภายใต้อายุความคุ้มครองตามสิทธิบัตร<sup>18</sup> ดังนั้นสินค้าที่ผลิตขึ้น ใช้ และจำหน่ายภายใต้สิทธิบัตรในต่างประเทศอย่างถูกต้องตามกฎหมายจึงไม่สามารถถูกนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศที่เจ้าของสิทธิบัตรจดทะเบียน

---

<sup>17</sup>เรื่องเดียวกัน หน้า 88 (NEC Electronic v CAL Circuit Abco 810 F. 2nd. 1506 (9th Cir. 1987) cert.denied. 108 S.Ct 152 (1987)

<sup>18</sup>Hiebert, H., Timothy. Foundations of the law of Parallel Importation: Duality and Universality in Nineteen Century Trademark Law. The Trademark Reporter 80 (September-October 1990): 508

สิทธิบัตรของตนนั้นไว้ เพราะถือเป็นการละเมิดสิทธิบัตร ซึ่งเจ้าของหรือ ผู้ทรงสิทธิบัตร  
ย่อมมีสิทธิโดยเด็ดขาดที่จะจัดขบวนการนำเข้าชิ้นส่วนค้านั้นได้

ตัวอย่างการนำเข้าชิ้นส่วนภายใต้สิทธิบัตรได้แก่ การนำเข้าชิ้นเครื่องจักร  
Brunswick<sup>19</sup> โจทก์เป็นบริษัทอเมริกันและเป็นเจ้าของสิทธิบัตรเครื่องจักร  
Brunswick โจทก์จดสิทธิบัตรเครื่องจักรดังกล่าวไว้ในประเทศญี่ปุ่นและประเทศ  
ออสเตรเลีย และอนุญาตให้บริษัทในประเทศออสเตรเลียผลิตเครื่องจักร Brunswick  
ภายใต้สัญญาอนุญาตให้ใช้สิทธิ จำเลยเป็นบริษัทญี่ปุ่นซื้อเครื่องจักร Brunswick  
จากบริษัทผู้รับอนุญาตของโจทก์ในประเทศออสเตรเลีย และนำเครื่องจักรดังกล่าวเข้า  
มาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น โจทก์จึงฟ้องขอให้ศาลห้ามการนำเข้าเครื่องจักร  
Brunswick เข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น ศาลแห่งเมืองโอซากาพิพากษาห้ามมิให้  
นำเข้าชิ้นเครื่องจักรดังกล่าวเข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น

2.3.3 การนำเข้าชิ้นงานอันมีลิขสิทธิ์ ได้แก่การนำงานอันมีลิขสิทธิ์ภายใต้  
กฎหมายลิขสิทธิ์ เป็นต้น นวนิยายซึ่งเป็นงานทางด้านวรรณกรรม เทปเพลงและวีดีโอซึ่งเป็น  
งานทางด้านดนตรีกรรม รวมไปถึงงานที่ไม่มีสุนทรียภาพทางศิลปะ เช่น ซอฟต์แวร์ หนังสือ  
คู่มือ ตำรา จากนอกประเทศเข้ามาจำหน่ายภายในประเทศแข่งกับตัวแทนหรือผู้จัดจำหน่าย  
งานอันมีลิขสิทธิ์ของเจ้าของลิขสิทธิ์ในประเทศ ซึ่งในที่นี้ประเทศที่มีการนำเข้าชิ้นงาน  
อันมีลิขสิทธิ์ดังกล่าวหมายถึงประเทศที่เป็นสมาชิกแห่งอนุสัญญาเบิร์นซึ่งให้ความคุ้มครอง  
แก่งานของเจ้าของลิขสิทธิ์ที่ถูกนำเข้า

---

<sup>19</sup> Takamastu, K. Treatment of Parallel  
Importation in Japan. AIPPI Journal. (January 1991): 3-  
7 (Brunswick Corporation v Orion Kogyo K.K., June  
9, 1969, Osaka Dist. Ct., 1 Mutaishu 160)

ตัวอย่างการนำเข้าขนงานอันมีลิขสิทธิ์ได้แก่การนำเข้าซ็อนวีดีโอเทปภาพยนตร์  
ในประเทศญี่ปุ่นใน ปี พ.ศ. 2528 บริษัทญี่ปุ่นบริษัทหนึ่งได้รับสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการ  
แพร่ภาพและจำหน่ายภาพยนตร์เรื่อง "Let's Spend the Night Together"<sup>20</sup>  
ในประเทศญี่ปุ่นจากบริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์  
ภาพยนตร์ดังกล่าว ต่อมาบริษัทญี่ปุ่นอีกบริษัทหนึ่งนำเข้าวีดีโอเทปภาพยนตร์เรื่องเดียวกันนั้น  
เข้ามาจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่นแข่งกับบริษัทที่ได้รับสิทธิการจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียว บริษัทซึ่ง  
ได้รับสิทธิในการแพร่ภาพและจำหน่ายภาพยนตร์เรื่อง "Let's Spend the Night  
'Together" จึงยื่นฟ้องบริษัทที่นำเข้าซ็อนวีดีโอเทปภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวนั้นต่อศาล  
ซึ่งในที่สุดบริษัทที่นำเข้าวีดีโอเทปภาพยนตร์เรื่อง "Let's Spend the Night  
Together" ขอมยุติการนำเข้าซ็อนซ็อน

เนื้อหาของกรณีนำเข้าซ็อนในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะกล่าวถึงแต่เฉพาะกรณีนำเข้าซ็อน  
สินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันเท่านั้น ซึ่งได้แก่การนำเข้าสินค้าชนิดเดียวกันและใช้  
เครื่องหมายการค้าเดียวกันจากแหล่งผลิตในต่างประเทศ เข้ามาจำหน่ายแข่งกับสินค้าชนิด  
เดียวกันที่ใช้เครื่องหมายการค้าอันเดียวกันนั้นในประเทศ โดยผู้นำเข้าซึ่งไม่ได้เป็นเจ้าของ  
เครื่องหมายการค้าเป็นสำคัญ

---

<sup>20</sup>Heath Christopher. From "Parker" to "BBS"-  
The Treatment of Parallel Impors in Japan. IIC 24  
(1993): 182