



เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ
เรื่อง เทคนิคการตราสินค้า ออกแบบตราสินค้า
และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
โดย
คุณศิริพรรณ ปีเตอร์

สารบัญ

	หน้า
1.1 ความหมายของการออกแบบเครื่องหมายการค้า	3
1.2 ประเภทของเครื่องหมายการค้า	3
1.3 ลักษณะของเครื่องหมายการค้า	4
1.4 ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้า	4
1.5 สิ่งที่น่ามาเป็นเครื่องหมายการค้า	5
1.6 ลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้	6
1.7 แนวทางการออกแบบเครื่องหมายการค้า	10
1.8 หลักการออกแบบเครื่องหมายการค้า	13
1.9 คุณสมบัติสำคัญของเครื่องหมายการค้าที่ดี	16
1.10 ข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบเครื่องหมายการค้า	17
1.11 กระบวนการออกแบบเครื่องหมายการค้า	18
1.12 ขั้นตอนการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	18
เอกสารอ้างอิง	20

1.1 ความหมายของการออกแบบเครื่องหมายการค้า

การออกแบบ หมายถึง การวาดภาพหรือโครงร่างของสิ่งทีคาดว่าจะนำไปผลิต การเตรียมการหรือการวางแผน (พจนานุกรมฉบับภาษาอังกฤษ Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English, 1994 : 325)

เครื่องหมาย หมายถึง ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประติมากรรม ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ กลุ่มของสี รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ หรือสิ่งเหล่านี้ได้อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างรวมกัน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ม.ป.ป. : 1)

เครื่องหมายการค้า หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้ หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2547 : 1)

กล่าวโดยสรุป การออกแบบเครื่องหมายการค้า หมายถึง การวาดภาพ วางแผน และเตรียมการผลิตเครื่องหมายที่ใช้ หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

1.2 ประเภทของเครื่องหมายการค้า

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ได้ให้การคุ้มครองเครื่องหมาย 4 ประเภท คือ เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และเครื่องหมายร่วม

เครื่องหมายการค้า หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

เครื่องหมายบริการ หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับบริการ เพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

เครื่องหมายรับรอง หมายถึง เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับ

แหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้านั้น หรือเพื่อรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น

เครื่องหมายร่วม หมายถึง เครื่องหมายการค้า หรือเครื่องหมายบริการ ที่ใช้หรือจะใช้โดยบริษัทหรือวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกันหรือโดยสมาชิกของสมาคม สหกรณ์ สหภาพ สมาพันธ์ กลุ่มบุคคล หรือ องค์การอื่นใดของรัฐและเอกชน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2544 : 2)

1.3 ลักษณะของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้าในปัจจุบันประกอบไปด้วย 2 ลักษณะ คือ เครื่องหมายการค้า 2 มิติ และเครื่องหมายการค้า 3 มิติ ซึ่งเครื่องหมายการค้า 2 มิติ ประกอบไปด้วย

- 1) ภาพสัญลักษณ์ตัวแทน (symbols) มีลักษณะเป็นรูปร่างนามธรรม ซึ่งถูกสร้างขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ซึ่งอาจจะไม่มีตัวตนที่แท้จริง เช่น ภาพสัญลักษณ์ตัวแทนของเครื่องหมายการค้าไนกี้ (NIKY)
- 2) ภาพสัญลักษณ์แทนคำ (Pictograph) มีลักษณะเป็นภาพสัญลักษณ์ที่ใช้แทนคำ เช่น เครื่องหมายสัญลักษณ์ยูเทิร์น (U-Turn)
- 3) ตัวอักษรชื่อย่อ (Letter marks) เช่น เครื่องหมายการค้าเอสแอนด์พี (S&P)
- 4) ตัวอักษรชื่อเต็ม (Logotypes หรือ Logos) เช่น เครื่องหมายการค้า มาม่า
- 5) ภาพร่วมกับตัวอักษร (Combination marks) เช่น เครื่องหมายการค้า บุ่มบ๊วย ซึ่งมีชื่อและภาพปลาการ์ตูน (Berryman, 1990 : 10)

เครื่องหมายดังกล่าวมาข้างต้น มีความเหมาะสมในการเลือกใช้งานแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ของเจ้าของเครื่องหมายและผลิตภัณฑ์ ซึ่งเครื่องหมายการค้าใหม่ควรเลือกใช้ตัวอักษรชื่อเต็ม หรือภาพร่วมกับตัวอักษรเพื่อสื่อความหมายที่ชัดเจน และง่ายต่อการจดจำ

1.4 ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้ามีประโยชน์ ดังนี้ คือ

- 1) เจ้าของเครื่องหมายการค้าสามารถใช้เครื่องหมายการค้าการที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำ หรือเรียกขานสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น ซึ่งจะทำให้

ผู้บริโภคสามารถแยกแยะเพื่อเลือกซื้อสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นได้และไม่สับสนกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าอื่น ๆ

2) เจ้าของเครื่องหมายที่ได้รับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว จะเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายการค้าและกรณีที่มีผู้อื่นละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้า เจ้าของมีสิทธิที่จะฟ้องร้องและเรียกค่าเสียหายได้ และในกรณีที่มิใช่อื่นนำเอาเครื่องหมายการค้าของเจ้าของไปจดทะเบียน เจ้าของเครื่องหมายการค้าอาจฟ้องเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้านั้นได้

3) เครื่องหมายการค้าจะช่วยผู้บริโภคให้สามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้โดยการสังเกตสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นจากสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าอื่นและเครื่องหมายการค้าจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพตามต้องการได้ รวมทั้งทำให้ผู้บริโภคทราบถึงเจ้าของเครื่องหมายการค้าด้วย (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ม.ป.ป. : 11)

1.5 สิ่งที่น่ามาเป็นเครื่องหมายการค้า

สิ่งที่น่ามาเป็นเครื่องหมายการค้าเพื่อขอจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าได้กำหนดไว้ว่าจะต้องเป็นเครื่องหมายต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ภาพถ่าย ได้แก่ ภาพถ่ายต่าง ๆ ที่เกิดจากขบวนการถ่ายภาพ เช่น ภาพคน สัตว์และสิ่งของ เป็นต้น
- 2) ภาพวาด ได้แก่ ภาพที่วาดขึ้น ซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์จากภาพที่ปรากฏอยู่เดิม หรือวาดจากจินตนาการ
- 3) ภาพประดิษฐ์ ได้แก่ ภาพที่คิดขึ้นเอง แตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติ หรือมีอยู่แล้วทั่ว ๆ ไป เช่น ภาพการ์ตูน
- 4) ตรา ได้แก่ สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัว หรือใช้เรียกบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล หรือองค์กรใด ๆ
- 5) ชื่อ ได้แก่ ชื่อตัว นามสกุล ชื่อนิติบุคคล หรือชื่อในทางการค้า
- 6) คำ ได้แก่ คำที่มีความหมาย หรือ คำที่ประดิษฐ์ขึ้น หรือไม่มีความหมาย
- 7) ข้อความ ได้แก่ ข้อความที่มีความหมาย หรือไม่มีความหมาย
- 8) ตัวหนังสือ ได้แก่ ตัวอักษรทุก ๆ ภาษา
- 9) ตัวเลข ได้แก่ ตัวเลขทุก ๆ ภาษา
- 10) ลายมือชื่อ ได้แก่ ลายเส้นที่แสดงชื่อของบุคคลธรรมดา

- 11) กลุ่มของสี ได้แก่ สีหลายสีที่นำมารวมกลุ่มกัน
- 12) รูปร่างหรือรูปทรงของวัตถุ
- 13) เครื่องหมาย (ข้อ 1 ถึง 12) อย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างรวมกัน เช่น เครื่องหมายคำผสม เครื่องหมายรูป หรือเครื่องหมายตัวอักษรผสม เครื่องหมายตัวเลข เป็นต้น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2547 : 3)

1.6 ลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้

เครื่องหมายการค้าที่จะจดทะเบียนได้นอกจากนั้นจะต้องเป็นเครื่องหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างรวมกัน เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ 1) เป็นเครื่องหมายที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ 2) เป็นเครื่องหมายที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย และ 3) ไม่เป็นเครื่องหมายการค้า หรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่ผู้อื่นได้จดทะเบียนไว้แล้ว

1.6.1 เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ

ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า หมวดที่ 1 มาตราที่ 7 ได้ระบุว่า เครื่องหมายที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ คือ เครื่องหมายที่มีลักษณะที่ทำให้ประชาชนหรือผู้บริโภคนั้นทราบและเข้าใจได้ว่า สินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างจากสินค้าอื่น กล่าวโดยเฉพาะก็คือ เครื่องหมายนั้นต้องไม่เป็นคำหรือสิ่งที่ใช้กันสามัญ ซึ่งไม่สามารถแยกความแตกต่างกับสินค้าอื่นได้ เช่น รายการสินค้าน้ำปลา จะใช้รูปปลาเป็นเครื่องหมายการค้าไม่ได้เพราะรูปปลาเป็นสิ่งที่ใช้กันสามัญในการค้าขายน้ำปลา เป็นต้น ซึ่งเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะจะมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

- 1) ชื่อตัว ชื่อสกุลของบุคคลธรรมดาที่ไม่เป็นชื่อสกุลตามความหมายอันเข้าใจกันโดยธรรมดา ชื่อเต็มนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น หรือชื่อในทางการค้าที่แสดงโดยลักษณะพิเศษ และไม่ถึงถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง
- 2) คำหรือข้อความอันไม่ได้ถึงถึงลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้านั้นโดยตรง และไม่ใช่อักษรทางภูมิศาสตร์ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด ซึ่งได้แก่ชื่อดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อประเทศรวมทั้งเขตอิสระซึ่งมีลักษณะเช่นเดียวกับประเทศที่รู้จักกันแพร่หลาย หรือชื่อภูมิภาค
- (2) ชื่อทวีป หรืออนุทวีป
- (3) ชื่อมหาสมุทร
- (4) ชื่อเมืองหลวงของประเทศ
- (5) ชื่อทางภูมิศาสตร์อื่น ๆ เช่น ชื่อเมืองท่า จังหวัด อำเภอ ตำบล มณฑล เกาะ ภูเขา แม่น้ำ ทะเล หรือทะเลสาบ ที่ประชาชนโดยทั่วไปรู้จักชื่อทางภูมิศาสตร์ข้างต้นให้ความหมายรวมถึงชื่อย่อ และคำที่ใช้เรียกขานทั่วไปโดยไม่จำกัดเฉพาะในทางราชการ เช่น SOHO เป็นชื่อดำบลในกรุงลอนดอน ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของชาวจีนที่ประชาชนทั่วไปรู้จัก เป็นต้น

- 3) กลุ่มของสีที่แสดงโดยลักษณะพิเศษ หรือตัวหนังสือ ตัวเลข หรือคำที่ประดิษฐ์ขึ้น ซึ่งกลุ่มสีที่แสดงโดยลักษณะพิเศษ ได้แก่ สองสีขึ้นไปมารวมกันให้มีลักษณะพิเศษ
- 4) ลายมือชื่อของผู้จดทะเบียน หรือของเจ้าของเดิมของกิจการของผู้จดทะเบียน หรือลายมือชื่อของบุคคลอื่นโดยได้รับอนุญาตจากบุคคลนั้นแล้ว
- 5) ภาพของผู้จดทะเบียนหรือของบุคคลอื่นโดยได้รับอนุญาตจากบุคคลนั้นแล้ว หรือในกรณีที่บุคคลนั้นตายแล้วโดยได้รับอนุญาตจากบุพการี ผู้สืบสันดาน และคู่สมรสของบุคคลนั้น (ถ้ามี)
- 6) ภาพที่ประดิษฐ์ขึ้น ได้แก่ ภาพต่าง ๆ ที่เราคิดขึ้นเอง แตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่แล้วตามธรรมชาติ หรือมีอยู่แล้วทั่ว ๆ ไป เช่น รูปลวดลายต่าง ๆ ที่คิดขึ้น รูปการ์ตูน รูปสัตว์ที่ไม่มีตัวตนจริง เป็นต้น

ชื่อย่อวัน ชื่อ คำ หรือข้อความที่ไม่มีลักษณะตามข้อ (1) หรือ (2) สำหรับเครื่องหมายการค้าที่ใช้ที่ได้จัดจำหน่ายเผยแพร่ หรือโฆษณาสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้านั้นอย่างแพร่หลายแล้ว ตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดและพิสูจน์ได้ว่าได้ปฏิบัติถูกต้องตามหลักเกณฑ์นั้นแล้ว ก็ถือได้ว่ามีลักษณะบ่งเฉพาะ

1.6.2 เป็นเครื่องหมายที่ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย

เครื่องหมายการค้าที่ประกอบด้วยลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้
ห้ามมิให้รับจดทะเบียน (ต้องห้ามตามกฎหมาย)

- 1) ตราแผ่นดิน พระราชลัญจกร ลัญจกรในราชการ ตราจักรี ตราเครื่องราชอิสริยาภรณ์ ตราประจำตำแหน่ง ตราประจำกระทรวง ทบวง กรม หรือตราประจำจังหวัด
- 2) ธงชาติของประเทศไทย ธงพระอิสริยยศ หรือธงราชการ
- 3) พระปรมาภิไธย พระนามาภิไธย พระปรมาภิไธยย่อ พระนามาภิไธยย่อ หรือ นามพระราชวงศ์
- 4) พระบรมฉายาลักษณ์หรือพระบรมสาทิสลักษณ์ของพระมหากษัตริย์ พระราชินี หรือ รัชทายาท
- 5) ชื่อ คำ ข้อความ หรือเครื่องหมายใด อันแสดงถึงพระมหากษัตริย์ พระราชินี รัชทายาท หรือพระราชวงศ์
- 6) ธงชาติ หรือเครื่องหมายประจำชาติของรัฐต่างประเทศ ธง หรือเครื่องหมาย ขององค์การระหว่างประเทศ ตราประจำประชุม ของรัฐต่างประเทศ เครื่องหมายราชการ และเครื่องหมายควบคุมและรับรองคุณภาพสินค้าของรัฐต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ หรือชื่อและชื่อย่อของรัฐต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ เว้นแต่ได้รับอนุญาตจากผู้ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ของรัฐต่างประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศ
- 7) เครื่องหมายราชการ เครื่องหมายกาชาด นามกาชาด หรือกาจาณีวา
- 8) เครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายกับเหรียญ ใบสำคัญ หนังสือรับรอง ประกาศนียบัตร หรือเครื่องหมายอื่นใด อันได้รับรางวัลในการแสดงหรือประกวดสินค้าที่รัฐบาลไทย ส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐบาลไทย รัฐบาลต่างประเทศ หรือองค์การระหว่างประเทศได้จัดให้มีขึ้น เว้นแต่ผู้จดทะเบียนได้รับเหรียญ ใบสำคัญ หนังสือรับรอง ประกาศนียบัตรหรือเครื่องหมายนั้น เป็นรางวัลสำหรับสินค้านั้นและใช้เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องหมายการค้านั้น แต่ทั้งนี้ ต้องระบุปีปฏิทินที่ได้รับรางวัลด้วย
- 9) เครื่องหมายที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือรัฐประศาสนบาย

- 10) เครื่องหมายที่เหมือนกับเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดหรือคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าว จนอาจทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดในความเป็นเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดสินค้า ไม่ว่าจะได้จดทะเบียนไว้แล้วหรือไม่ก็ตาม
- 11) เครื่องหมายที่คล้ายกับ (1) (2) (3) (4) (5) (6) หรือ (7)
- 12) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายว่าด้วยการนั้น
- 13) เครื่องหมายอื่นที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด เช่น เครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายกับชื่อเกาส์ชวังก์สากลที่องค์การอนามัยโลกได้ขึ้นทะเบียนสงวนสิทธิการครอบครองไว้ และเครื่องหมายหรือคำบรรยาย ซึ่งอาจทำให้ สาธารณชนสับสนหรือหลงผิดเกี่ยวกับชนิดของสินค้าหรือบริการ หรือ สับสนหรือหลงผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดหรือความเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการ

1.6.3 ไม่เป็นเครื่องหมายการค้าหรือคล้ายกับเครื่องหมายที่ผู้อื่นได้จดทะเบียนไว้แล้ว

เครื่องหมายอันใช้กับสินค้าจำพวกเดียวกันหรือต่างจำพวกกันที่นายทะเบียนเห็นว่า มีลักษณะอย่างเดียวกัน จนทำให้สาธารณชนสับสนหรือหลงผิดในความเป็นเจ้าของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า ซึ่งเครื่องหมายการที่จะถือว่าเป็นเครื่องหมายที่คล้ายหรือเหมือนกัน มีแนวปฏิบัติโดยทั่ว ๆ ไปจะพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ คือ

- 1) เสียงและสำเนียงในการเรียกขานของเครื่องหมายการค้า
 - 2) รูปลักษณะของเครื่องหมายการค้า
 - 3) การวางรูปรอยประดิษฐ์
 - 4) การใช้เครื่องหมายการค้านั้นกับตัวสินค้า
 - 5) พิจารณาจากสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้น ๆ
 - 6) อื่น ๆ เช่น เจตนาของผู้ขอจดทะเบียน กลุ่มผู้ใช้สินค้า เป็นต้น
- (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2547 : 4-14)

1.7 แนวทางการออกแบบเครื่องหมายการค้า

ในแนวทางการออกแบบเครื่องหมายการค้าจะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขตในการใช้งานอย่างชัดเจน ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการออกแบบเครื่องหมายก็เพื่อสร้างสรรค์ให้จดจำได้ดี โดยการใช้องค์ประกอบ ดังนี้ คือ การตั้งชื่อ ตัวอักษร ภาพประกอบ และ สี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่าง มีเอกลักษณ์ และง่ายต่อการจดจำ

1.7.1 แนวทางการตั้งชื่อ

ชื่อเป็นสิ่งแรกที่สร้างการจดจำได้ดี ชัยรัตน์ อัครวางกูร (2548 : 55-56) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะของชื่อที่ดี ควรมีความแตกต่าง สั้น และมีความหมายที่ดี ซึ่งแนวทางการตั้งชื่อสามารถทำได้โดยการนำเอาชื่อของเจ้าของ สร้างขึ้นเอง ใช้ชื่อย่อ หรือ ผสมผสานคำให้เกิดคำใหม่ ๆ การตั้งชื่อที่จดจำได้ดี คือ ชื่อที่มีความหมายที่เชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือปรัชญาของเจ้าของเครื่องหมาย

1.7.2 แนวทางการใช้ตัวอักษร

แนวทางการใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบและรูปลักษณ์ที่แตกต่างสามารถทำได้โดยการออกแบบตัวอักษรประดิษฐ์ขึ้นใหม่ โดยสร้างตัวอักษรให้มีเอกลักษณ์เสมือนหนึ่งเป็นภาพเพื่อถ่ายทอดภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์หรือเจ้าของเครื่องหมายได้ (ชัยรัตน์ อัครวางกูร, 2548 : 52) นอกจากนั้นในการออกแบบตัวอักษรประดิษฐ์จะต้องคำนึงถึงความสามารถในการอ่านได้อย่างชัดเจนอีกด้วย

1.7.3 แนวทางการใช้ภาพ

แนวทางการออกแบบภาพเพื่อสื่อความหมายในเครื่องหมายการค้าสามารถใช้เส้น รูปร่างและรูปทรงเรขาคณิต ภาพเหมือนจริงที่มีอยู่ และภาพวาดประกอบ ซึ่งประกอบไปด้วยภาพวาดล้อเลียน ภาพการ์ตูน ภาพนามธรรม และภาพวาดจากจินตนาการ มาผสมผสานกันหรือใช้อย่างใดอย่างหนึ่งดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยใช้เทคนิคของการลดตัดทอน

ภาพ การเพิ่มรายละเอียด การวาดภาพทับซ้อนกันเพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง และการเคลื่อนไหว (ทองเจือ เขียดทอง, 2548 : 125) เพื่อสร้างภาพมีเอกลักษณ์และจดจำได้ง่าย

1.7.4 แนวทางการใช้สี

แนวทางการใช้สีเพื่อการออกแบบเครื่องหมายการค้า เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ง่ายต่อการจดจำ และระลึกถึง (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547 : 57) เนื่องจากความหมายของสีในแต่ละสังคมและวัฒนธรรมมีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งทองเจือ เขียดทอง (2547 : 200-202) ได้กล่าวว่า การใช้สีเพื่อสื่อความหมายในการออกแบบควรคำนึงถึงจิตวิทยา ทางด้านความรู้สึกนึกคิด และความเชื่อในวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย และจากการศึกษาสีเพื่อการสื่อความหมายของลิซ่า เกรแฮม (Lisa Graham) และ เอล เค ปีเตอร์สัน และเชอร์เร เดนเจล คลูแลน (L.K. Peterson and Cheryl Dangel Cullen) พบว่า การใช้สีเพื่อสื่อความหมายของชาวตะวันตก มีความแตกต่างจากชาวตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แสดงความหมายของสีในวัฒนธรรมตะวันตก และตะวันออก

ความหมายของสีในวัฒนธรรมตะวันตก	ความหมายของสีในวัฒนธรรมตะวันออก
สีแดง เป็นสีที่เด่นชัด สามารถดึงดูดความสนใจได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจน สีแดงมักถูกเลือกใช้เพื่อเป็นตัวแทนของงานรื่นเริง เช่นงานในช่วงคริสต์มาส	สีแดง เป็นสีที่สื่อถึงเลือดความรุนแรง และไฟที่แดงร้อน ซึ่งชาวตะวันออกเชื่อว่าเป็นสีที่สื่อถึงเลือด และอันตราย แต่บางประเทศเชื่อว่าสีแดงเป็นสีของพลังแห่งพระอาทิตย์ เป็นสิริมงคลและความสุข
สีส้ม เป็นสีมีความหมายคล้ายคลึงกับสีแดง และถ้าสีส้มเข้มเหมือนสนิมมักจะใช้เป็นตัวแทนของธรรมชาติ และช่วยเตือนความทรงจำในช่วงฤดูใบไม้ร่วงซึ่งใกล้ที่ถึงเทศกาลรื่นเริง	สีส้ม เป็นสีที่เชื่อมโยงกับสีของอาหารที่มีรสชาติจัดในแถบตะวันออก ดังนั้นสีส้มจึงสื่อถึงความเจริญอาหาร และความน่ายับประทาน เป็นสีส้มของกุ่มมังกรซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความมีอายุยืน
สีเหลือง เป็นสีแห่งความสุข และพลังแสงแห่งความดี	สีเหลือง เป็นแสงทอง ความร่ำรวยและความมั่งมีศรีสุข
สีเขียว เป็นสีแห่งความเจริญอกงาม และสีเขียวสื่อถึงธรรมชาติ และความมั่นคง	สีเขียว เป็นสีสื่อถึงธรรมชาติ และความอุดมสมบูรณ์

สีฟ้า เป็นสีของท้องฟ้า น้ำ ทะเล ซึ่งเป็นสีฟ้า เข้มสื่อถึงความสงบ และเจียบสงบ และสีฟ้า อ่อนสื่อถึงความสดใส และเยาว์วัย ใน วัฒนธรรมตะวันตกเชื่อว่าสีฟ้าและสีน้ำเงินเป็น สีที่สุภาพบุรุษชื่นชอบมากที่สุด	สีฟ้า สีน้ำเงิน และสีกรมท่า เป็นสีของเสื้อผ้า ทำงานของชาวตะวันออก เช่น ชุดชาวนา และ ชุดอาบน้ำของชาวญี่ปุ่นเป็นผ้าพื้นสีน้ำเงิน พิมพ์ลวดลายสีขาว
---	--

ตารางที่ 2.1 แสดงความหมายของสีในวัฒนธรรมตะวันตก และตะวันออก (ต่อ)

ความหมายของสีในวัฒนธรรมตะวันตก	ความหมายของสีในวัฒนธรรมตะวันออก
สีม่วง เป็นสีที่เชื่อมโยงกับความสูงศักดิ์ และสี ม่วงเข้มสื่อถึงความวิจิตรบรรจง ในวัฒนธรรม ตะวันตกเชื่อว่าสีม่วงเลเวนเดอร์เป็นสีที่ สุภาพสตรีชื่นชอบมากที่สุด	สีม่วง เป็นสีสำหรับจักรพรรดิ สัญลักษณ์ของ ของสูงค่า
สีทอง เป็นสีของความมั่นคง คุณภาพสูง และ วิจิตรบรรจง	สีทอง เป็นสีของความร่ำรวย
สีเงิน เป็นสีที่สื่อถึงเทคโนโลยีขั้นสูง และความ ล้ำสมัย	สีเงิน เป็นสีที่สื่อถึงโลหะ และอาวุธ จึงเป็นของ สุภาพบุรุษ และเป็นสีของความแข็งแกร่ง
สีน้ำตาล อื่น ๆ สื่อถึงเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย และ หรูหรา	สีน้ำตาล อื่น ๆ สื่อถึงเทคโนโลยีใหม่ และ ความล้ำสมัย
สีดำ เป็นสีของความลึกลับ และหรูหรา สง่า งาม ทนสมัย	สีดำ เป็นสีของความมืด ความเศร้าหมอง สีดำ ความแข็งแรงทนทาน

ที่มา : Graham, 2002 : 170-171 และ Peterson and Cullen, 2000 : 147-171.

ในการเลือกใช้สีเพื่อสื่อความหมาย ควรพิจารณาจากวัตถุประสงค์ในการสื่อ
ความหมายของเจ้าของเครื่องหมาย และความเชื่อและความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
ให้รับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และเจ้าของเครื่องหมายผ่านสี ดังนั้นการกำหนดสีในงาน
ออกแบบเครื่องหมายการค้าจะต้องทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการเลือกใช้ทุกครั้ง

1.8 หลักการออกแบบเครื่องหมายการค้า

การออกแบบเครื่องหมายการค้าต้องคำนึงถึงหลักการดังต่อไปนี้ คือ ทฤษฎีของภาพสัญลักษณ์ (Semiotics) และทฤษฎีเกสตัล (Gestalt)

1.8.1 การศึกษาทฤษฎีของภาพสัญลักษณ์ (Semiotic)

ชาร์ล กัปเบลยู มอร์ริส (Chales W. Morris) (อ้างใน Meggs, 1992 : 402-403) ได้กล่าวว่า การศึกษาทฤษฎีของภาพสัญลักษณ์มุ่งเน้นทางด้านหลักการออกแบบภาพสัญลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ เช่น ความหมายของภาพ ความสามารถในการรับรู้และตีความหมายภาพของมนุษย์ และลักษณะของโครงสร้างของสื่อที่นำเสนอภาพสัญลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งทฤษฎีของภาพสัญลักษณ์สามารถแบ่งออกเป็น 3 แขนงใหญ่ ๆ คือ

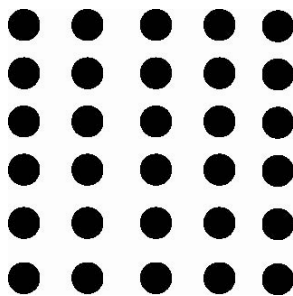
- 1) การศึกษาภาพสัญลักษณ์และโครงสร้างของสื่อกราฟิก (Syntactic) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพสัญลักษณ์กับขนาดและพื้นที่บนโครงสร้างของสื่อกราฟิกเป็นหลัก เพื่อช่วยในการกำหนดขนาดของภาพสัญลักษณ์ให้สอดคล้องกับตำแหน่งในการจัดวางบนโครงสร้างสื่อกราฟิกและระยะในการมองเห็นภาพสัญลักษณ์บนสื่อกราฟิก
- 2) การศึกษาภาพสัญลักษณ์และความหมายของภาพ (Semantic) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพสัญลักษณ์และความหมายของภาพตัวแทนที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ เพื่อช่วยให้เลือกใช้ภาพตัวแทนในการออกแบบได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน
- 3) การศึกษาภาพสัญลักษณ์และความสามารถในการตีความหมายภาพของกลุ่มเป้าหมาย (Pragmatic) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพสัญลักษณ์และความสามารถในการตีความหมายภาพของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีความสามารถแตกต่างกันทางด้านสังคม วัฒนธรรม เชื้อชาติ ภาษาและประสบการณ์ในการรับรู้ภาพ ดังนั้นการศึกษาศาสามารถใน

การรับรู้ภาพของกลุ่มเป้าหมายก่อนสรุปรงานออกแบบภาพ
สัญลักษณ์เพื่อช่วยให้การสื่อความหมายชัดเจน

1.8.2 ทฤษฎีเกสทอลต์ (Gestalt Theory)

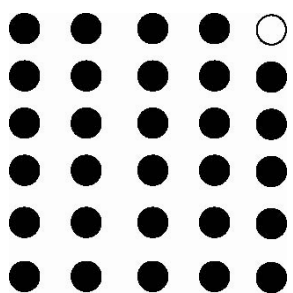
คำว่า เกสทอลต์ เป็นภาษาเยอรมัน หมายถึง ภาพโดยรวมทั้งหมด การศึกษาทฤษฎีเกสทอลต์เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ภาพโดยรวมทั้งหมดจึงจะสามารถรับรู้ความหมายของที่สมบูรณ์กว่าการรับรู้ภาพบางส่วน ซึ่งทฤษฎีเกสทอลต์ประกอบไปด้วย 4 หลักการในการจัดหมวดหมู่ภาพเพื่อการรับรู้และสื่อความหมาย ดังนี้ คือ

- 1) ความคล้ายคลึง (Similarity) เป็นหลักการจัดหมวดหมู่ภาพเพื่อการรับรู้โดยใช้สิ่งที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันมีรวมกันเพื่อสร้างภาพใหม่ ดังรูปที่ 2.1 หรือเพื่อการเน้นสิ่งที่แตกต่างให้เด่นชัดขึ้นดังรูปที่ 2.2



รูปที่ 2.1 การจัดวางหมวดหมู่ภาพที่คล้ายคลึงกันเพื่อสร้างภาพ

ที่มา : ศิริพรรณ ปีเตอร์, 2546



รูปที่ 2.2 การจัดวางหมวดหมู่ภาพที่คล้ายคลึงกันเพื่อเน้นสิ่งที่แตกต่างให้เด่นชัด

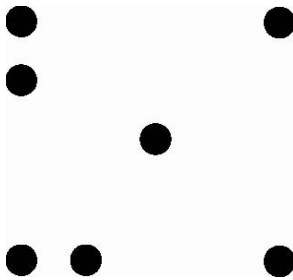
ที่มา : ศิริพรรณ ปีเตอร์, 2546.

- 2) ความใกล้ชิด (Proximity) เป็นหลักการจัดหมู่หมวดภาพเพื่อการรับรู้โดยมุ่งเน้นการจัดวางสิ่งต่าง ๆ ให้อยู่ในตำแหน่งใกล้เคียงกันเพื่อสร้างภาพใหม่ ดังรูปที่ 2.3 ถ้าสิ่งต่าง ๆ ขาดการจัดหมู่หมวดหมู่จึงทำให้เกิดที่ตีความหมายอันใด ดังรูปที่ 2.4



รูปที่ 2.3 การจัดวางหมวดหมู่ภาพให้ใกล้เคียงกันเพื่อสร้างภาพที่มีความหมาย

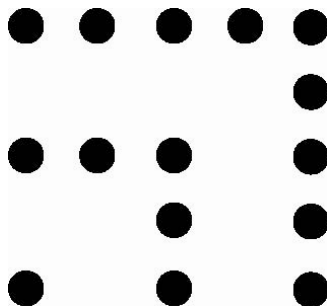
ที่มา : ศิริพรรณ ปีเตอร์, 2546.



รูปที่ 2.4 ภาพที่ขาดการจัดวางหมวดหมู่ภาพ

ที่มา : ศิริพรรณ ปีเตอร์, 2546.

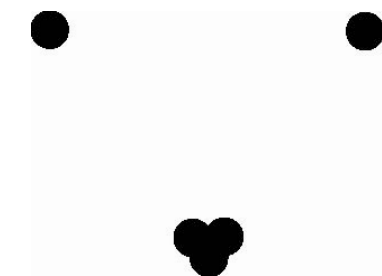
- 3) ความต่อเนื่อง (Continuation) เป็นหลักการจัดหมู่หมวดภาพเพื่อการรับรู้โดยการจัดวางสิ่งต่าง ๆ ให้อยู่รวมกันให้มีความต่อเนื่องกันเพื่อสร้างภาพใหม่ที่มีความหมาย ดังรูปที่ 2.5



รูปที่ 2.5 ภาพการจัดวางหมวดหมู่ภาพอย่างต่อเนื่อง

ที่มา : ศิริพรรณ ปีเตอร์, 2546.

- 4) การประสานสนธิ (Closure) ในที่นี้ หมายถึง การจัดวางหมวดหมู่ที่ไม่สมบูรณ์ แต่ใช้ตัวพื้นและพื้นที่ว่างช่วยในชี้นำสายตาให้เกิดเป็นภาพที่สมบูรณ์ได้ ดังรูปที่ 2.6 แสดงภาพใบหน้าของหมีขาว ถ้าผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการเห็นหมีขาวมาก่อน ก็อาจจะไม่สามารถประสานภาพที่ไม่สมบูรณ์กับพื้นที่ว่างได้เกิดเป็นภาพได้ ดังนั้น การใช้หลักการจัดวางหมวดหมู่ภาพแบบประสานสนธิ จะต้องพิจารณาความสามารถในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก



รูปที่ 2.6 ภาพการจัดวางหมวดหมู่ภาพโดยการประสานสนธิ
ที่มา : ศิริพรรณ ปีเตอร์, 2546.

1.9 คุณสมบัติสำคัญของเครื่องหมายการค้าที่ดี

การออกแบบเครื่องหมายการค้าที่ดี ควรจะมีคุณสมบัติสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. มีชื่อที่สั้น อ่านออกเสียงได้ง่าย และมองเห็นได้ชัดเจนทั้งในขนาดเล็กประมาณ $\frac{1}{2}$ นิ้วและขนาดใหญ่ ทั้งในสีขาวดำและสี (Graham, 2002 : 236)
2. ง่ายต่อการจดจำ
3. มีลักษณะเฉพาะตัว
4. เป็นสัญลักษณ์ตัวแทนอันทรงคุณค่าต่อเจ้าของเครื่องหมาย
5. มีความแตกต่างจากเครื่องหมายผู้อื่น
6. มีความเชื่อมโยงถึงผลิตภัณฑ์ (สุมิตรา ศรีวิบูลย์, 2547 : 74-80 และ Graham, 2002 : 236-237)

7. มีบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ หรือเจ้าของเครื่องหมายที่ชัดเจน

8. ไม่ขัดต่อกฎหมาย และสามารถนำไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ (จรรยาบรรณ ศรียเมธสุนทร, 2547 : 75)

กล่าวโดยสรุป เครื่องหมายการค้าที่ดีและมีประสิทธิภาพ ในงานวิจัยในครั้งนี้ ต้องสามารถขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ โดยมีลักษณะบ่งเฉพาะ ไม่เป็นเครื่องหมายต้องห้าม ไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของผู้อื่นที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว มีชื่อที่สั้น จดจำได้ง่าย มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากเครื่องหมายของผู้อื่น และสามารถสื่อถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และเชื่อมโยงถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้โดยไม่ขัดต่อพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า

1.10 ข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบเครื่องหมายการค้า

การออกแบบควรมีการเขียนใจหายซึ่งสอดคล้องกับอารยะ ศรีกันยานบุตร (2541 : 41-42) เพื่อกำหนดลำดับความสำคัญของข้อมูล และกำหนดขอบเขตในการออกแบบให้ชัดเจน ซึ่งรายละเอียดในใจหายของการออกแบบประกอบไปด้วย

- 1) ชื่อขององค์กร (ถ้ามี)
- 2) ประวัติความเป็นมาขององค์กร
- 3) โครงสร้างขององค์กร
- 4) แผนงานในอนาคต (ถ้ากำหนดชัดเจน)
- 5) สถานการณ์ทางการตลาดและคู่แข่ง
- 6) การดำเนินการตลาด
- 7) ข้อจำกัดที่ควรพิจารณา
- 8) ปัญหาที่เกิดขึ้น
- 9) วัตถุประสงค์ของการออกแบบ
- 10) กลุ่มเป้าหมาย และความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์
- 11) การวางตำแหน่งทางการตลาด
- 12) เหตุผลสนับสนุนการวางตำแหน่ง
- 13) อารมณ์ ความรู้สึก และบุคลิกภาพ
- 14) ประเภทของตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่มีความเป็นไปได้
- 15) การใช้งานสัญลักษณ์

- 16) ภาพลักษณ์ที่เหมาะสม ส่วนใหญ่จะเป็นนามธรรมที่มองไม่เห็น แต่การออกแบบสามารถทำให้ภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรมปรากฏชัดเจนและสามารถรับรู้ได้ผ่านองค์ประกอบของเครื่องหมาย เช่น ตัวอักษร ภาพ และสี

1.11 กระบวนการออกแบบเครื่องหมายการค้า

ในกระบวนการออกแบบเครื่องหมายการค้า สามารถแบ่งออกเป็นไปได้อย่างขั้นตอนดังที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและสรุปไว้ ดังนี้ คือ

- 1) การตรวจค้นชื่อ
- 2) ปฏิบัติการออกแบบ
- 3) ตรวจค้นเครื่องหมาย
- 4) พัฒนาเครื่องหมาย
- 5) ทดสอบการใช้งาน ด้วยหุ่นจำลองต้นแบบ เท่านั้น
- 6) ประเมินผล
- 7) วิเคราะห์และสรุปผล
- 8) ยื่นขอจดทะเบียน โดยได้รับการรับจดทะเบียนเรียบร้อย ภายใน 90 วัน
- 9) การผลิตเพื่อใช้งาน

1.12 ขั้นตอนการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

จากการศึกษาเอกสารประชาสัมพันธ์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า พบว่า ขั้นตอนการขอจดทะเบียนประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนหลัก ๆ คือ

1.12.1 ขั้นตรวจค้นความเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายของผู้อื่น

เครื่องหมายการค้าใหม่ที่เคยยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า สามารถตรวจสอบความเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายของผู้อื่นที่ยื่นขอจดทะเบียนไว้ก่อนได้ โดยการยื่นคำขอ ตรวจค้น และชำระค่าธรรมเนียม 100 บาทต่อชั่วโมง จากฐานข้อมูล

คอมพิวเตอร์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ฝ่ายบริการและตรวจรับคำขอ ส่วนบริหารงานจดทะเบียน ชั้น 3

1.12.2 ชั้นจัดเตรียมคำขอและเอกสาร

- 1) พิมพ์ข้อความในแบบพิมพ์ ก. 01 พร้อมลงลายมือชื่อ เจ้าขอหรือตัวแทน (ต้นฉบับ)
- 2) ถ่ายสำเนาแบบพิมพ์ ก. 01 ที่พิมพ์และลงลายมือชื่อเรียบร้อยแล้ว ตามข้อที่ 1) อีก 5 แผ่น
- 3) ปิดรูปเครื่องหมายที่ชัดเจนมีขนาดกว้างยาวไม่เกิน 5 ซม. ทุกแผ่น รวมต้นฉบับเป็น 6 แผ่น ถ้าเกิน 5 ซม. ชำระเงินเพิ่มเซนติเมตรละ 100 บาท
- 4) พิมพ์ข้อความลงในบัตรแข็ง ก.16 โดยข้อความทั้งหมดต้องตรงกับแบบพิมพ์ ก. 01 ทุกรายการ รวม 2 แผ่นพร้อมปิดรูปเครื่องหมายทุกแผ่น
- 5) รูปเครื่องหมายที่ยื่นขอจดทะเบียนอีก 5 รูป
- 6) ภาพถ่ายบัตรประจำตัวเจ้าของเครื่องหมายในกรณี เป็นบุคคลธรรมดา หรือต้นฉบับหนังสือรับรองนิติบุคคลที่ออกให้ไม่เกิน 6 เดือน ในกรณีนิติบุคคล
- 7) ภาพถ่ายหนังสือมอบอำนาจ ก.18 ซึ่งถ่ายจากต้นฉบับที่ติดอากร 30 บาท ต่อผู้รับมอบอำนาจ 1 คน พร้อมขีดฆ่าอากรและภาพถ่ายบัตรประจำตัวประชาชนของผู้รับมอบอำนาจ (ถ้ามีการมอบอำนาจ)
- 8) ค่าธรรมเนียมในการยื่นคำขอจดทะเบียนสินค้า/บริการ อย่างละ 500 บาท

1.12.3 ชั้นรับจดทะเบียน

เมื่อรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เจ้าขอเครื่องหมายจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียม สินค้า/บริการ อย่างละ 300 บาท และเครื่องหมายการค้าจะได้รับการคุ้มครอง 10 ปี นับแต่วันยื่นคำขอจดทะเบียน และต่ออายุคราวละ 10 ปี การต่ออายุให้ยื่นคำขอภายใน 90 วัน

ก่อนวันสิ้นอายุ โดยใช้แบบพิมพ์ ก. 07 (คำขอต่ออายุ) และ ก. 17 (บัตรแข็งต่ออายุ) ส่วนวิธี
จัดเตรียมคำขอปฏิบัติเช่นเดียวกับ ก. 01 และ ก. 16 กรณีตั้งตัวแทนใหม่ ให้ยื่น ก. 06 (คำขอ
แก้ไขเปลี่ยนแปลง) ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. ม.ป.ป. **ความรู้เบื้องต้นด้านทรัพย์สินทางปัญญา**. นนทบุรี : สห
มิตรพรินติ้ง.

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. 2547. **ความรู้เบื้องต้นด้านเครื่องหมายการค้า**. [Online] Available :
www.ipthailand.org.

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. 2544. **พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า**. กรุงเทพฯ : อักษรไทย
ชัยรัตน์ อัครวางกูร. 2548. **การออกแบบให้โดนใจ: คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ**
ผู้ประกอบการและนักออกแบบ. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน.

ทองเจือ เขียดทอง. 2548. **การออกแบบสัญลักษณ์**. กรุงเทพฯ : สิปปประชา.

สุมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547. **การออกแบบอัตลักษณ์: Corporate Identity**. นนทบุรี : Core
Function.

จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. 2547. **การตลาด**. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง.

อารยะ ศรีกันยาณบุตร. 2541. **การออกแบบตราสัญลักษณ์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

Berryman, Gregg. 1990. **Notes on Graphic Design and Visual Communication**. California :
Crisp.

Peterson, L.K. and Cheryl Dangel Cullen. 2000. **Global Graphics: Color**. China : Rockport.

Lisa Graham. 2002. **Basics of Design: Layout and Typography for Beginners**. New York :
Delmar.

Cowie, P.E.. 1994. **Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English**. 4th ed. England
:Clays.

Meggs, . Phillip. 1992. **History of Graphic Design**. 2nd ed. New York : Van Nostrand
Reinhold.