

วิชา 100-106: อาเซียนในโลกยุคใหม่

การบรรยาย ครั้งที่ ๘

มหาวิทยาลัยสยาม

บัณฑิต หลิมสกุล (bunditwto@hotmail.com)

กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ

การบริหารจัดการทุนทางปัญญา

(Intellectual Capital: IC)

และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

(Intellectual Property: IP)

ในบริบทของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Bill Gates

Joanne
"Jo"
Rowling
(J. K.
Rowling)

Mark
Zuckerberg

นิติพงษ์
ห่อนาค

Steven Paul Jobs

The Global Competitiveness Report 2009-2010

Global Competitiveness Index 2009-2010				
	Competitiveness Index	Innovation and sophistication factors	Education and training	Technological readiness
Switzerland	1 (2)	3	6	3
US	2 (1)	1	7	13
Singapore	3 (5)	10	5	6
Japan	8 (9)	2	23	25
Korea	19 (13)	16	16	15
Malaysia	24 (21)	24	41	37
Thailand	36 (34)	47	54	63

World Economic Forum's Global Competitiveness Index

Competitiveness Index 2007-2008			Business Competitiveness Index 2007-2008		
	Rank	Score	Business Competitiveness	Sophistication of company operations and strategy	Quality of the national business environment
US	1	5.67	1	1	1
Switzerland	2	5.62	6	4	6
Singapore	7	5.45	9	14	8
Japan	8	5.43	10	6	12
Korea	11	5.40	19	10	19
H K	12	5.37	12	16	10
Malaysia	21	5.10	21	20	22
Thailand	28	4.70	37	36	36

Global Competitiveness Index 2007-2008

	Competitive ness Index 2007 - 2008	Innovation and sophistication factors	Higher education and training	Technological readiness
US	1	4	5	9
Switzerland	2	1	7	3
Singapore	7	13	16	12
Japan	8	2	22	20
Korea	11	7	6	7
H K	12	21	26	6
Malaysia	21	19	27	30
Thailand	28	39	44	45

Global Competitiveness Index	Singapore	Malaysia	Thailand
Rank	7	21	28
Sub-index A: Basic requirements	3	21	40
Institutions	3	20	47
Infrastructure	3	23	27
Macroeconomic stability	24	45	30
Health and primary education	19	26	63
Sub-index B: Efficiency enhancers	6	24	29
Higher education and training	<u>16</u>	<u>27</u>	<u>44</u>
Goods market efficiency	2	20	34
Labor market efficiency	2	16	11
Financial market sophistication	3	19	52
Technological readiness	<u>12</u>	<u>30</u>	<u>45</u>
Market size	50	29	17
Sub-index C: Innovation and sophistication factors	13	19	39
Business sophistication	16	18	40
Innovation	<u>11</u>	<u>21</u>	<u>36</u>

แนวคิดเกี่ยวกับ DIGITAL ECONOMY

นักวิชาการหลายคนเรียกปรากฏการณ์นี้ว่า เป็น
“เศรษฐกิจใหม่” เพราะนอกจากเทคโนโลยีสารสนเทศ
และการค้าเสรีจะมีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์แล้ว เทคโนโลยีดังกล่าวยังทำ
ให้มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดการบริหารการจัดการทาง
ธุรกิจใหม่ด้วย

ความหลากหลายของการเรียกชื่อระบบเศรษฐกิจใหม่

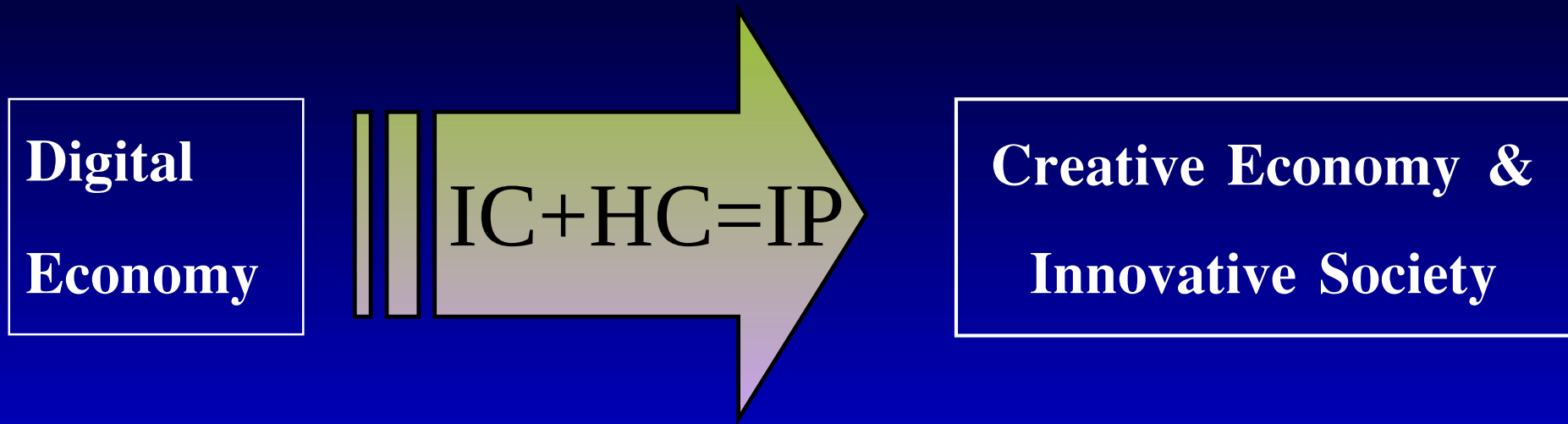
นักวิชาการ	หนังสือ บทความ และปีที่พิมพ์เผยแพร่	ชื่อที่เรียก	
Toffler	The third wave (1981)	knowledge society	สังคมแห่งความรู้
Sveiby & Lloyd	Managing know-how: Increase profits by harnessing the creativity in your company (1988)	knowledge economy	เศรษฐกิจแห่งความรู้
Drucker	Managing for the Future (1993)	post-industrial society	สังคมหลังยุคอุตสาหกรรม
Gidden	<i>Living in a post-traditional society (1994)</i>	information society	สังคมสารสนเทศ
Shapiro & Varian	<i>The information economy (2003)</i>	information economy	เศรษฐกิจสารสนเทศ

Harrison & Kessels	Human resource development in a knowledge economy: An organisational view (2004)	learning society/ economy	สังคมและเศรษฐกิจแห่งการเรียนรู้
Castells	The rise of the network society. The information age: economy, society and culture, Vol. 1 (1996)	network society	สังคมเครือข่าย
Stewart	The wealth of knowledge: Intellectual capital and the 21st century organization (2002)	intellectual capital economy	เศรษฐกิจทุนทางปัญญา
Florida	The rise of the creative class (2002)	creative economy	เศรษฐกิจนวัตกรรม
Andriessen	Making sense of intellectual capital (2004)	intangible economy	เศรษฐกิจที่ไม่มีรูปร่าง

คำจำกัดความของ Digital Economy

- **KNOWLEDGE-BASED ECONOMY** : ระบบเศรษฐกิจที่ใช้ **ความรู้ ข้อมูล และสารสนเทศ** หรือที่เรียกว่า **ทุนทางปัญญา** (*Intellectual Property*) เป็นปัจจัยสร้างความได้เปรียบทางการผลิต
- **INFORMATION ECONOMY/ NETWORK ECONOMY** : ระบบเศรษฐกิจที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นฐานการผลิตทั้งสินค้าและบริการ
- **NEW ECONOMY** : การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจที่เกิดจากการนำระบบ ICT มาปรับใช้ในการผลิต และบริโภค
- **DIGITAL ECONOMY**: ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการนำ ICT และ E-commerce มาปรับใช้ในทุกขั้นตอนทางธุรกิจ (Value Chain)

ทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยทางการผลิตที่มีนัยสำคัญในยุค Digital Economy



Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของทุนทางปัญญาว่า

Intangible investment is growing more rapidly than **physical** investment. Individuals with more knowledge get better paid jobs, firm with more knowledge are winners on market and nations endowed with more knowledge are more productive.

INDUSTRIAL ECONOMY



- depended on physical goods and services
- concentrated on mass production
- addressed the problems of scarcity and the high cost of mobilizing raw materials, fabricating and assembling goods, and delivering them.



DIGITAL ECONOMY

- non physical and knowledge-based
- the value of physical items depends on the knowledge embedded in their design and production
- the economy shifts from scarcity to abundance since the cost of knowledge reproduction and distribution is near zero.

Environment Change in R&D & Business

Information Content

1910-1980

Mass Production Era

Standardized Parts &
Processes

Economies of Scale

Producer-Centric Design,
Mfg., and Delivery

Vertical Orientation

Required Invention Buffers

Locally Oriented

1980-2000

Quality Management Era

Lean Manufacturing

Shift to Horizontal Structure

Focus on Core Competency

Reliability & Durability

Producer-led Design

Shifting towards Globalization

2000 - e-Manufacturing

Consumer-driven Design
& Delivery

Flat Corporate Structure

Collaborative Virtual
Networks

Mass Customization

Transparency

Speed & Agility

Global Orientation

Responsiveness to Consumer

EVOLUTION OF MANAGEMENT IDEAS

- MASS PRODUCTION ERA (1910-1980)

Standardized parts & Process + Economic of Scale + Producer-Centric Design + Manufacturing and Delivery + Vertical Orientation
(*locally oriented*)

- QUALITY MANAGEMENT ERA (1980-2000)

Lean Manufacturing + Horizontal Organization + Core Competency + Producer-lead Design + Business Process Reengineering (BPR) + Just-In-Time + MBO + TQM

(*shifting toward Globalization*)

EVOLUTION OF MANAGEMENT IDEAS

e - MANUFACTURING (2000s)

(แนวคิดการบริหารในบริบทของ *digital environment*)

Consumer - Driven Design & Delivery + Flat Corporation Structure
+ Outsourcing + Speed & Agility + Mass Customization +
Customer Relation Management (CRM) + Learning Organization
+ Knowledge/ Intellectual Capital Management + Good Corporate
Governance (กระแส Social Corporate Responsibility) + Key
Performance Indicators (KPI) ie. balanced scorecard or six sigma

“ National Prosperity is created, not inherited. It does not grow out of a country’s natural endowments, its labor pool, its interest rate, or its currency’s value, as classical economics insists. A nation’s competitiveness depends on the capacity of its industry to innovate and upgrade. Companies gain advantage against the world’s best competitors because of pressure and challenge...”

Michael E. Porter, “*The Competitive Advantage of Nations*”,
Harvard Business Review, March-April **1990**, p. **73**

The Global Competitiveness Report 2009-2010

Once a member of the top 30, **Thailand** (36th) **drops for the second year in a row**. The country's competitiveness suffers from protracted instability. Unsurprisingly, the quality of public institutions continues to deteriorate. Ranked 63rd in this category, Thailand has **dropped 20 places** over the past three years. Insufficient protection of property rights (75th) and security (85th) are of particular concern to the business community. With respect to public health (78th), HIV/AIDS, which afflicts 1.4 percent of the adult population; tuberculosis (142 cases per 100,000 population); and malaria (400 cases per 100,000 population) are all major concerns. **Thailand's technological readiness (63rd) is also lagging**. Although mobile telephony penetration is among the densest in the world at 124 mobile subscriptions per 100 population, the use of the Internet (21 users per 100) and computers (6 per 100) remains scarce. Looking at the most positive aspects of Thailand's performance, the macroeconomic situation (22nd) improved slightly between 2007 and 2008. The efficiency of the labor market (25th) constitutes another strength. Finally, the sheer size of its domestic (22nd) and foreign (18th) markets is a source of economies of scale.

วิชา
ความรู้
และ
ปัญญา

การ
บริหาร
จัดการ
ในยุค

knowledge
economy

ทรัพย์สิน
ทาง
ปัญญา
และ
ทุนทาง
ปัญญา

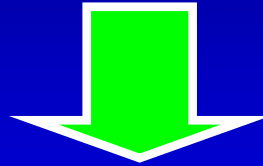
เปรียบเทียบแนวความคิดว่าด้วยการบริหารจัดการ ที่เกี่ยวกับวิชา ความรู้และปัญญา

การบริหาร
ความรู้



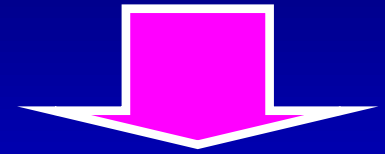
วิชา
ความรู้
และ
ปัญญา

การบริหาร **ทุน**
ทางปัญญา

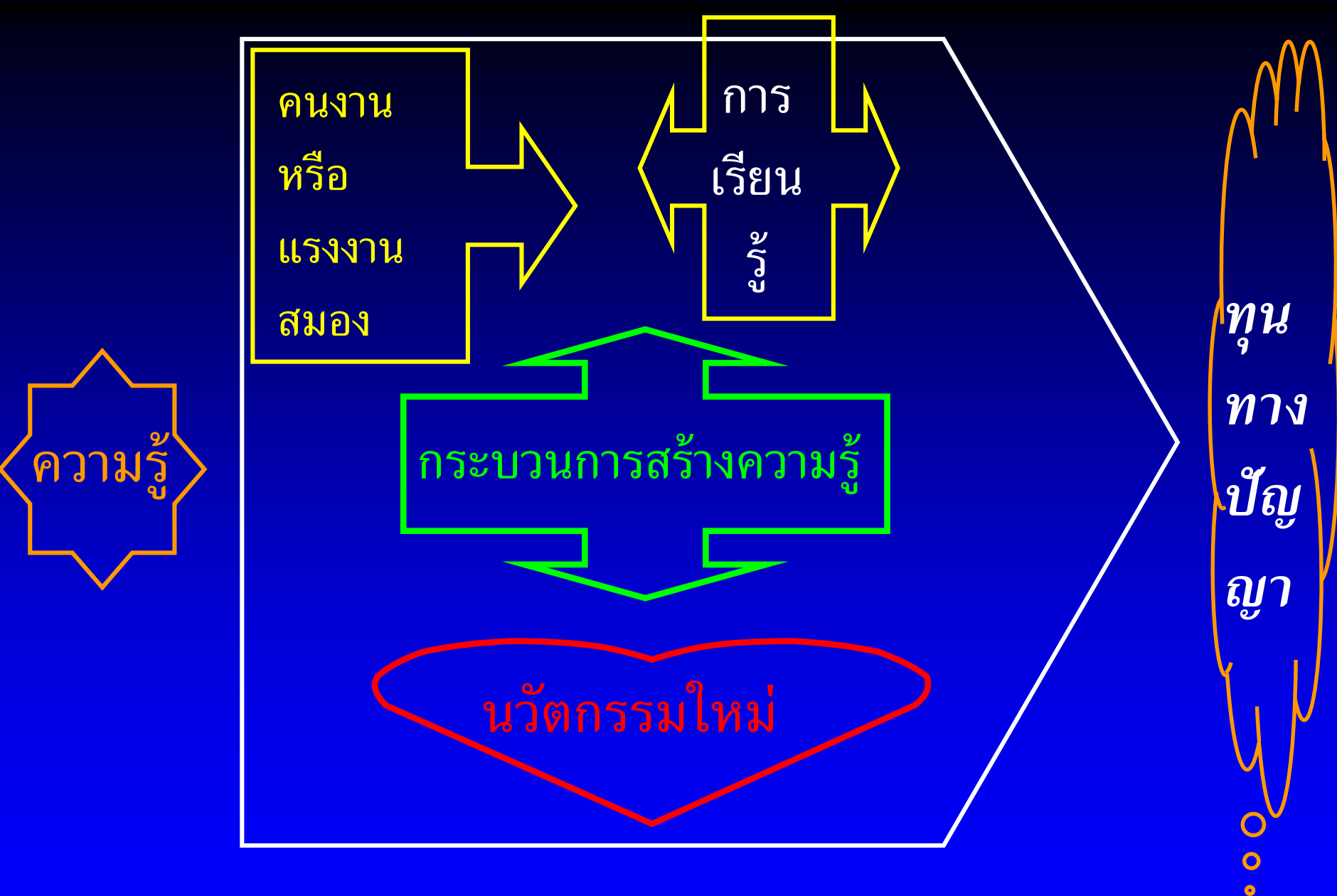


ทรัพยากรที่ไม่มี
รูปร่าง และ
จับต้องไม่ได้

แนวคิด core
competency



ปัจจัยทุกด้านที่
เกี่ยวกับ
ศักยภาพและ
ความสามารถ
หลักขององค์กร



กระบวนการสร้างความรู้และนวัตกรรมใหม่ภายในบริษัท

ความหมายของทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญา หมายถึงความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นจนทำให้เกิดมีค่าขึ้นได้หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ทรัพย์สินทางปัญญาได้แก่การที่ผู้ใด หรือคณะบุคคลใด ร่วมกันประดิษฐ์คิดค้น ออกแบบ สร้างสรรค์ จนเกิดผลขึ้นมา และผลงานนั้นมีคุณค่า สามารถใช้ประโยชน์ได้ทั้งงาน เกษตรกรรม อุตสาหกรรม และ พาณิชยกรรม

ทรัพย์สินทางปัญญา เป็นสิทธิทางกฎหมายที่มีอยู่เหนือสิ่งที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ทางปัญญาของมนุษย์

“ ผลงานอันเกิดจากการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ”

ทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญา แบ่งได้ 2 ประเภทด้วยกัน คือ

- ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial property)
- ลิขสิทธิ์ (Copyright)

ความหมายของทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม

ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม เป็นความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรม โดยอาจเป็นความคิดในการประดิษฐ์คิดค้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรม หรือเทคนิคในการผลิตที่ได้ปรับปรุงหรือคิดค้นขึ้นใหม่ หรือที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า นอกจากนี้ยังรวมถึงเครื่องหมายการค้าหรือยี่ห้อ ชื่อและถิ่นที่อยู่ทางการค้า ที่รวมถึงแหล่งกำเนิดสินค้าและการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งในปัจจุบัน

ประเภทของทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม

ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม สามารถแบ่งประเภทออกได้ดังนี้

- สิทธิบัตร (Patent)
- เครื่องหมายการค้า (Trademark)
- การออกแบบวงจรรวม (Layout-Designs of Integrated Circuit)
- ความลับทางการค้า (Trade Secrets)
- ชื่อทางการค้า (Trade Name)
- ชื่อทางภูมิศาสตร์แหล่งกำเนิดสินค้า (Appellations of Origin)

สิทธิบัตร (Patent)

- **สิทธิบัตร (Patent)** หมายถึง หนังสือที่สำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้น (Invention) การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) หรือผลิตภัณฑ์อรรถประโยชน์ (Utility Model) บัญญัติให้เจ้าของสิทธิบัตร มีสิทธิเด็ดขาด หรือสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการแสวงหาประโยชน์จากการประดิษฐ์ และสิทธิที่ว่านี้จะมียู่เพียงช่วงระยะเวลาที่จำกัดช่วงหนึ่งเท่านั้น
- **การประดิษฐ์**
ความคิดสร้างสรรค์ ต่าง ๆ เช่น ถ้าเราสามารถคิดประดิษฐ์แผงวงจรไฟฟ้า กลไกยานพาหนะ เครื่องใช้ กรรมวิธีการผลิตต่าง ๆ สูตรเคมี ที่ยังไม่เคยมีใครประดิษฐ์คิดค้นได้เลย เราก็สามารถนำไปจดสิทธิบัตรได้

สิทธิบัตร

อาจแยกคำนิยามของ “สิทธิบัตร” ได้เป็นสองความหมาย ดังนี้

- **สิทธิบัตร** หมายถึง หนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์คิดค้นหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด
- **สิทธิบัตร** หมายถึง สิทธิพิเศษที่กฎหมายบัญญัติให้เจ้าของสิทธิบัตรมีสิทธิเด็ดขาดหรือ สิทธิแต่เพียงผู้เดียว ในการแสวงหาประโยชน์จากการประดิษฐ์หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสิทธิบัตรนั้น เช่น การผลิตและจำหน่าย เป็นต้น โดยจะมีอยู่เพียงช่วงระยะเวลาที่จำกัดช่วงหนึ่ง

ความลับทางการค้า (Trade Secrets)

ความลับทางการค้า หมายถึง “ข้อมูลทางธุรกิจที่ยังไม่เปิดเผย”

ในกรณีที่ธุรกิจอาจมีความลับทางส่วนผสมทางการผลิต ก็อาจจดทะเบียนความลับทางการค้าก็ได้ โดยที่ธุรกิจจะไม่ยอมเปิดเผยสูตรให้ผู้ใด

เช่น – ความลับในการผลิตเครื่องดื่มยี่ห้อหนึ่ง

– ความลับในการผลิตน้ำพริก

ซึ่งผู้อื่นที่มีใจเจ้าของความลับจะทราบคร่าว ๆ เท่านั้นว่า ส่วนผสมหลักคืออะไรแต่ไม่ทราบรายละเอียดจริง

เครื่องหมายการค้า (Trade Mark)

“ เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ หรือตราที่ใช้กับสินค้า หรือบริการ ”

- **เครื่องหมายสำหรับสินค้า (Goods Marks)** ก็คือตราสินค้าที่ติดอยู่กับตัวสินค้าเพื่อให้จดจำง่ายขึ้นเอง ซึ่งเราได้พบเห็นกันอยู่ทั่วไป เช่น ตราของโค้ก , หลุยส์วิตตอง ที่มีรูปลักษณะเฉพาะตัว
- **เครื่องหมายบริการ (Service Mark)** เครื่องหมายที่ใช้ในธุรกิจบริการ เช่นการบินไทย, FedEx
- **เครื่องหมายรับรอง (Certification Mark)** เป็นเครื่องหมายที่รับรองคุณภาพของสินค้าเช่นแม่ช้อยนางรำ, เซลล์ชวนชิม
- **เครื่องหมายร่วม (Collective Mark)** เป็นเครื่องหมายที่ใช้ร่วมกับบริษัทในเครือ เช่น บริษัทปูนซิเมนต์ไทย

ชื่อทางการค้า (Trade Name)

ชื่อทางการค้า (Trade Name) หมายถึง ชื่อที่ใช้
ในการประกอบกิจการ เช่น โกดัก ฟุจิ เป็นต้น

ชื่อทางภูมิศาสตร์แหล่งกำเนิดสินค้า (Appellations of Origin)

ชื่อ สัญลักษณ์ หรือ สิ่งอื่นใด ที่ใช้เรียกหรือใช้แทน
แหล่งทางภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจาก
แหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือ
คุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์นั้น เช่น มีดอรัญญิก
ส้มบางมด ผ้าไหมไทย แชมเปญ คอนยัค เป็นต้น

ลิขสิทธิ์

ลิขสิทธิ์ เป็นผลงานที่เกิดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะในการสร้างสรรค์งานให้เกิดขึ้น ซึ่งถือว่าเป็น "ทรัพย์สินทางปัญญา" ประเภทหนึ่งที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ

ลิขสิทธิ์ในงานวรรณกรรมและศิลปกรรมเป็น “สิทธิ” ที่อยู่ก้ำกึ่งระหว่างทรัพย์สินสิทธิ (*jus in rem*) และบุคคลสิทธิ (*jus in personam*) ส่งผลให้ระบบทรัพย์สินสิทธิและบุคคลสิทธิที่มีอยู่ไม่สามารถรองรับสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาได้ จึงจำเป็นต้องมีการตรากฎหมายพิเศษ (*sui generis law*)

พัฒนาการและวิวัฒนาการของการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในไทย

- รัฐสยาม ในอดีตไม่แตกต่างไปจากหลักปรัชญาและแนวปฏิบัติของสังคมยุโรปและจีนโบราณในอดีตที่ถือว่างานสร้างสรรค์ทางวรรณกรรมเป็น **สาธารณสมบัติ** ที่อยู่นอกเหนือกลไกตลาดและการค้าเชิงพาณิชย์
- “**ประกาศหอพระสมุดวชิรญาณ**” ร.ศ.111 ในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อวันที่ 20 กันยายน พ.ศ. 2435 (ค.ศ. 1892) ประกาศฉบับนี้ได้รับการยกย่องให้เสมือนเป็นกฎหมายลิขสิทธิ์ฉบับแรกของไทย

พัฒนาการและวิวัฒนาการของการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในไทย

- เมื่อเทคโนโลยีด้านการพิมพ์และอุตสาหกรรมการพิมพ์ของสยามได้พัฒนามากขึ้นทำให้เกิดความจำเป็นที่ต้องคุ้มครองงานพิมพ์ของผู้อื่นด้วย นอกเหนือจากงานวรรณกรรมในหนังสือ “วชิรญาณวิเศษ” จึงทำให้มีการตรากฎหมายพระราชบัญญัติกรรมสิทธิ์ผู้ □ แต่ □ งหนังสือ ร.ศ. 120 ในปี □ พ.ศ. 2444
- และต่อมาได้แก้ไขกฎหมายลิขสิทธิ์ให้ทันสมัยขึ้นใน “พระราชบัญญัติแก้ไขพระราชบัญญัติกรรมสิทธิ์ผู้แต่งหนังสือ พ.ศ. 2457” เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2457

พัฒนาการและวิวัฒนาการของการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในไทย

จุดสำคัญทางประวัติศาสตร์ของการปรับเปลี่ยนระบบลิขสิทธิ์ของไทย
ให้มีความทันสมัยเป็นสากลมากขึ้นเกิดในวันที่ 17 กรกฎาคม ค.ศ.
1931 (พ.ศ. 2474) เมื่อสยามในรัชสมัยสมเด็จพระปกเกล้า
เจ้าอยู่หัวได้ให้สัตยาบันสารในการเข้าร่วมเป็นภาคีอนุสัญญากรุง
เบอร์ลินว่าด้วยการคุ้มครองงานอันมีลิขสิทธิ์ฉบับ ค.ศ. 1886 ซึ่งได้
แก้ไขเพิ่มเติม ณ กรุงเบอร์ลิน เมื่อปี ค.ศ. 1908 และครั้งสุดท้ายใน
ปี ค.ศ. 1914 ส่งผลให้สยามมีพันธกรณีที่ต้องปรับปรุงกฎหมายว่า
ด้วยการคุ้มครองงานลิขสิทธิ์ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความผูกพัน
ที่มีอยู่ตามอนุสัญญาดังกล่าว ดังนั้นในปี พ.ศ. 2474 จึงได้ออก
“พระราชบัญญัติคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม พ.ศ. 2474”
(ค.ศ. 1931)

พระราชบัญญัติคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม พ.ศ.

2474

- ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรม พ.ศ. 2474 นี้ ได้มีนำแนวคิดด้วย “**ลิขสิทธิ์**” มาใช้เป็นครั้งแรกในสยาม โดยได้บัญญัติคำว่า “ลิขสิทธิ์” ซึ่งเป็นการแปลมาจากคำว่า “copyright” ตามแนวปฏิบัติของอนุสัญญากรุงเบอร์ลิน นอกจากนั้นยังได้เพิ่มประเภทงานที่ได้รับความคุ้มครองภายใต้พระราชบัญญัติฉบับนี้ให้ขยายขอบเขตการคุ้มครองให้ครอบคลุมงานวรรณกรรมและศิลปกรรม ให้รวมถึงสร้างสรรค์งานทุกชนิดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ และแผนกศิลปะ จากเดิมที่เคยจำกัดการคุ้มครองเฉพาะงานวรรณกรรมตามพระราชบัญญัติกรรมสิทธิ์ผู้แต่งหนังสือเท่านั้น
- นอกจากนั้นยังได้ยกเลิกแบบพิธีการที่เคยเป็นเงื่อนไขที่จะได้รับความคุ้มครองในอาณาเขตสยาม โดยพระราชบัญญัติฉบับนี้ให้ความคุ้มครองแก่งานประเภทต่าง ๆ ที่ระบุไว้ได้ โดยไม่ต้องไปจดทะเบียนหรือแสดงข้อความสงวนลิขสิทธิ์ไว้แต่อย่างใด ซึ่งถือว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงสาระสำคัญและแนวทางในการคุ้มครองภายใต้พระราชบัญญัติแก้ไขพระราชบัญญัติกรรมสิทธิ์ผู้แต่งหนังสือ พ.ศ. 2457 ทั้งนี้เพราะเป็นการดำเนินการให้สอดคล้องกับพันธกรณีตามอนุสัญญาเบอร์ลินที่กำหนดให้ประเทศภาคีต้องไม่กำหนดแบบพิธี (Formality) ใด ๆ เป็นเงื่อนไขการได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

ลิขสิทธิ์เป็น “สิทธิในทางนิเสธ”

ลิขสิทธิ์เป็น “สิทธิในทางนิเสธ” หรือ negative right ซึ่งเป็นสิทธิที่จะคอยป้องกัน ป้องปราม หรือปกป้องมิให้ผู้อื่นที่มีใช้ผู้สร้างสรรค์งานมา “ทำซ้ำ” ในงานดังกล่าว

ระบบ copyright ซึ่งแปลออกมาตรงตัวว่าเป็นสิทธิในการทำซ้ำ หรือ right to copy ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้สร้างสรรค์งานวรรณกรรมและศิลปกรรมนั้น มิได้เป็นเจ้าของหรือผูกขาดในงานสร้างสรรค์ดังกล่าวในลักษณะอย่างเด็ดขาดแต่เพียงผู้เดียวเหมือนการเป็น “เจ้าของ” ทรัพย์สินที่จับต้องได้ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปสังหาริมทรัพย์หรืออสังหาริมทรัพย์ก็ตาม ทั้งนี้เพราะในผลงานสร้างสรรค์วรรณกรรมและศิลปกรรมนั้น มีองค์ประกอบอื่นๆ อีกมากมายหลายมิติที่อาจจะเข้าข่ายได้รับการคุ้มครองหรือไม่มีคุณสมบัติที่จะได้รับการคุ้มครองก็ได้ ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะและคุณภาพขององค์ประกอบในงานเหล่านั้น

งานสร้างสรรค์ที่มีลิขสิทธิ์

มาตรา 6 งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่งาน
สร้างสรรค์ประเภทวรรณกรรม นาฏกรรม ศิลปกรรม ดนตรี
กรรม โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง งานแพร่เสียง
แพร่ภาพ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์
หรือแผนกศิลปะ ของผู้สร้างสรรค์ *ไม่ว่างานดังกล่าวจะ
แสดงออกโดยวิธีหรือรูปแบบอย่างใด*

- งานวรรณกรรม เช่น หนังสือ จุลสาร สิ่งเขียน สิ่งพิมพ์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์
- งานนาฏกรรม เช่น งานเกี่ยวกับการรำ การเต้น การทำท่า หรือการแสดงที่ประกอบขึ้นเป็น เรื่องราว การแสดงโดยวิธีใด

งานสร้างสรรค์ที่มีลิขสิทธิ์

- งานศิลปกรรม เช่น งานทางด้านจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ สถาปัตยกรรม ภาพถ่าย ภาพประกอบแผนที่ โครงสร้าง ศิลปประยุกต์ และรวมทั้งภาพถ่าย และแผนผังของงานดังกล่าว งานดนตรีกรรม เช่น เนื้อร้อง ทำนอง และรวมถึงโน้ตเพลงที่ได้แยกและเรียบเรียงเสียงประสาน
- งานโสตทัศนวัสดุ เช่น วีดีโอเทป แผ่นเลเซอร์ดิสก์ เป็นต้น

งานสร้างสรรค์ที่มีลิขสิทธิ์ ไม่รวมถึง “idea”

วรรคสองของมาตรา 6 ว่า

การคุ้มครองลิขสิทธิ์ไม่คลุมถึงความคิด หรือ
ขั้นตอน กรรมวิธี หรือ ระบบ หรือ วิธีใช้หรือทำงาน
หรือแนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎี
ทางวิทยาศาสตร์หรือคณิตศาสตร์

สิ่งที่ไม่ถือว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์

มาตรา 7 สิ่งต่อไปนี้ไม่ถือว่าเป็นงานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้

- (1) ข่าวประจำวัน และข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสารอันมิใช่งานในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ
- (2) รัฐธรรมนูญ และกฎหมาย
- (3) ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง และหนังสือโต้ตอบของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่น
- (4) คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายงานของทางราชการ
- (5) คำแปลและการรวบรวมสิ่งต่าง ๆ ตาม (1) ถึง (4) ที่กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่นจัดทำขึ้น

การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

สิทธิในลิขสิทธิ์จะเกิดขึ้นโดยทันทีนับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างผลงาน โดยไม่ต้องจดทะเบียน

มาตรา 8 ให้ผู้สร้างสรรค์เป็นผู้มีลิขสิทธิ์ในงานที่ตนได้สร้างสรรค์ขึ้น

- ลิขสิทธิ์เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติทันทีที่มีการสร้างสรรค์งานขึ้น โดยไม่ต้องดำเนินการใดๆ ทั้งสิ้น ซึ่งถือเป็นหลักปฏิบัติของนานาประเทศมานับตั้งแต่มีการจัดตั้งระบบลิขสิทธิ์ขึ้น โดยหลักว่าด้วยการคุ้มครองโดยปราศจากขั้นตอนและแบบพิธี หรือที่เรียกว่าการคุ้มครองโดยอัตโนมัตินี้ได้ถูกบัญญัติไว้ในวรรคสองของมาตรา 5 ของอนุสัญญากรุงเบอร์ลินว่า **การได้รับและการใช้สิทธิภายใต้ความตกลงฉบับนี้จะต้องไม่ขึ้นกับรูปแบบเงื่อนไขตามพิธีการขั้นตอนใดๆ**

การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

สิทธิในลิขสิทธิ์จะเกิดขึ้นโดยทันทีนับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างผลงานโดยไม่ต้องจดทะเบียน ซึ่งมีลักษณะการได้มา ดังนี้

- คู่ครองทันทีที่ได้มีการสร้างสรรค์งานนั้น
- กรณีที่ยังไม่ได้มีการโฆษณางาน ผู้สร้างสรรค์ต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทย หรือมีสัญชาติในประเทศที่เป็นภาคีแห่งอนุสัญญา ว่าด้วยการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่ประเทศไทยเป็นภาคีอยู่ด้วย
- กรณีที่มีการโฆษณาแล้ว ต้องเป็นการโฆษณาครั้งแรกได้ทำขึ้นในราชอาณาจักรหรือในประเทศที่เป็นภาคีฯ
- กรณีที่ผู้สร้างสรรค์เป็นนิติบุคคล ต้องเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์

- มาตรา 9 งานที่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ขึ้นในฐานะ**พนักงาน** หรือ**ลูกจ้าง** ถ้ามิได้ทำเป็นหนังสือตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น ให้**ลิขสิทธิ์ในงานนั้นเป็นของผู้สร้างสรรค์** แต่นายจ้างมีสิทธินำงานนั้นออกเผยแพร่ต่อสาธารณชนได้ตามที่เป็นวัตถุประสงค์แห่งการจ้างแรงงานนั้น
- มาตรา 10 งานที่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ขึ้นโดย**การรับจ้าง** บุคคลอื่น ให้**ผู้ว่าจ้างเป็นผู้มีลิขสิทธิ์ในงานนั้น** เว้นแต่ผู้สร้างสรรค์และผู้ว่าจ้างจะได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่น

ความแตกต่างระหว่างลิขสิทธิ์ / วัตถุแห่งสิทธิ

ลิขสิทธิ์

สิทธิในลิขสิทธิ์

เจ้าของในงานลิขสิทธิ์

วัตถุแห่งสิทธิ

วัตถุแห่งสิทธิ

เจ้าของในวัตถุแห่งสิทธิ

สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์

มาตรา 15 ภายใต้บังคับมาตรา 9 มาตรา 10 และมาตรา 14 เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่ผู้เดียวดังต่อไปนี้

- (1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง
- (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน
- (3) ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ และสิ่งบันทึกเสียง
- (4) ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น
- (5) อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตาม (1) (2) หรือ (3) โดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดหรือไม่ก็ได้ แต่เงื่อนไขดังกล่าวจะกำหนดในลักษณะที่เป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรมไม่ได้

สิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์

เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใด ๆ ต่อกงานอันมีลิขสิทธิ์ของตน ดังต่อไปนี้

- มีสิทธิในการทำซ้ำ ดัดแปลง จำหน่าย ให้เช่า คัดลอก เลียนแบบทำสำเนา
- การทำให้ปรากฏต่อสาธารณชนหรืออนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิของตน โดยมีหรือไม่มีค่าตอบแทนก็ได้

การละเมิดลิขสิทธิ์

มาตรา 27 การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานอันมีลิขสิทธิ์ตาม

พระราชบัญญัตินี้ โดยไม่ได้รับอนุญาตตามมาตรา 15 (5) ให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำความดังต่อไปนี้

(1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน

ทั้งมาตรา 15 และมาตรา 27 สะท้อนให้เห็นถึงหลักการคุ้มครองที่จำกัด เฉพาะ “สิทธิในทางนิเสธ” ไว้อย่างชัดเจน เนื่องจากขอบเขตของผู้เป็นเจ้าของงานลิขสิทธิ์ (ซึ่งอาจเป็นผู้สร้างงานหรือผู้ได้รับ โอนลิขสิทธิ์ หรือผู้ว่าจ้างตามนัยที่ระบุในมาตรา 10 ที่กล่าวข้างต้น) จะมีอำนาจเพียง (1) ทำซ้ำหรือดัดแปลง และ (2) เผยแพร่ต่อสาธารณชน เท่านั้น ทั้งนี้หากผู้ใดกระทำการดังกล่าวโดยมิได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์ อาจถือว่าเป็นการละเมิดที่ถูกฟ้องร้องดำเนินคดีได้

ระดับของ ความเหมือนคล้าย	แนวคำตัดสิน
TOTAL IDENTITY	การทำซ้ำ
SUBSTANTIAL IDENTITY	การดัดแปลงแก้ไข
SUBSTANTIAL SIMILALITY	ต้องพิจารณาระดับของ ความเหมือนคล้าย จาก ข้อเท็จจริง
NON-SUBSTANTIAL IDENTITY และ NON-SUBSTANTIAL SIMILALITY	ไม่ถือว่าเป็นงานที่มี ความ เหมือนคล้าย

อายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

- งานทั่ว ๆ ไป ลิขสิทธิ์จะมี**ตลอดอายุผู้สร้างสรรค์** และจะมีต่อไปอีก **50** ปี นับแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย กรณีเป็นนิติบุคคล ลิขสิทธิ์จะมีอยู่ 50 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น
- งานภาพถ่าย โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ หรืองานแพร่เสียง แพร่ภาพ ลิขสิทธิ์มีอยู่ **50** ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น
- กรณีได้มีการโฆษณางานเหล่านั้น ในระหว่างระยะเวลาดังกล่าว ให้ลิขสิทธิ์มีอยู่ต่อไปอีก 50 ปี นับแต่โฆษณาครั้งแรก
- ศิลปประยุกต์ ให้มีลิขสิทธิ์อยู่ต่อไปอีก **25** ปี นับแต่โฆษณาครั้งแรก

อายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ผลภายหลังลิขสิทธิ์หมดอายุ

งานนั้นตกเป็นสมบัติของสาธารณะ บุคคลใด ๆ

สามารถใช้งานนั้น ๆ ได้โดยไม่เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

- **การปลอมแปลง** เป็นการผลิตที่มีการใช้วัสดุ รูปลักษณะ ตราสินค้าที่เหมือนกับเจ้าของทุกประการ โดยที่ผู้ซื้ออาจแยกไม่ออกว่าเป็นของจริงหรือไม่ ดังที่เราพบเห็นกันในท้องตลาด เช่น การปลอม นาฬิกาโรเล็กซ์ เสื้อโปโล กระเป๋าหลุยส์ วิตตอง, สินค้าของ Dior เป็นต้น
- **การลอกเลียนแบบ** โดยที่ตัวสินค้ามีรูปร่างหน้าตาเหมือนสินค้าของเจ้าของผู้ผลิตแต่มีการปรับเครื่องหมายการค้าเล็กน้อย เช่น PRADA เป็น PRADO , Sony เป็น Somy เป็นต้น

การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา

- **การลักลอบผลิต** คือการลักลอบผลิต เทปผี ซีดีเถื่อน ซึ่งเราได้พบเห็นข่าวการลักลอบผลิตอยู่เป็นประจำ เช่น ซีดีภาพยนตร์เรื่องต้มยำกุ้งที่เคยเป็นข่าวมาแล้ว
- สำหรับการละเมิดลิขสิทธิ์โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการ **ละเมิดลิขสิทธิ์ทางด้านซอฟต์แวร์ (Software Piracy)**

การแสวงหาประโยชน์ในทางธุรกิจจากงานลิขสิทธิ์

มาตรา 17 ลิขสิทธิ์นั้นย่อมโอนให้แก่กันได้

- เจ้าของลิขสิทธิ์อาจโอนลิขสิทธิ์ของตนทั้งหมดหรือแต่บางส่วนให้แก่บุคคลอื่นได้ และจะโอนให้โดยมีกำหนดเวลาหรือตลอดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ก็ได้
- การโอนลิขสิทธิ์ตามวรรคสองซึ่งมิใช่ทางมรดกต้องทำเป็นหนังสือลงลายมือชื่อผู้โอนและผู้รับโอน ถ้าไม่ได้กำหนดระยะเวลาไว้ในสัญญาโอนให้ถือว่าเป็นการโอนมีกำหนดระยะเวลาสิบปี

ข้อยกเว้นในการละเมิดลิขสิทธิ์

มาตรา 32 การกระทำความงานอันมีลิขสิทธิ์ของบุคคลอื่นตามพระราชบัญญัตินี้ หากไม่ขัดต่อการแสวงหาประโยชน์จากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามปกติของเจ้าของลิขสิทธิ์และไม่กระทบกระเทือนถึงสิทธิอันชอบด้วยกฎหมายของเจ้าของลิขสิทธิ์เกินสมควร มิให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์

ภายใต้บังคับบทบัญญัติในวรรคหนึ่ง การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งแก่งานอันมีลิขสิทธิ์ตามวรรคหนึ่ง มิให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้กระทำดังต่อไปนี้

- (1) วิจัยหรือศึกษางานนั้น อันมิใช่การกระทำเพื่อหากำไร
- (2) ใช้เพื่อประโยชน์ของตนเอง หรือเพื่อประโยชน์ของตนเองและบุคคลอื่นในครอบครัวหรือญาติสนิท

ข้อยกเว้นในการละเมิดลิขสิทธิ์

- (3) ตีชม วิจารณ์ หรือนำผลงานโดยมีการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานนั้น
- (4) เสนอรายงานข่าวทางสื่อสารมวลชนโดยมีการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานนั้น
- (5) ทำซ้ำ ดัดแปลง นำออกแสดง หรือทำให้ปรากฏ เพื่อประโยชน์ในการพิจารณาของศาลหรือเจ้าพนักงานซึ่งมีอำนาจตามกฎหมาย หรือในการรายงานผลการพิจารณาดังกล่าว
- (6) ทำซ้ำ ดัดแปลง นำออกแสดง หรือทำให้ปรากฏโดยผู้สอนเพื่อประโยชน์ในการสอนของตน อันมิใช่การกระทำเพื่อหากำไร

ข้อยกเว้นในการละเมิดลิขสิทธิ์

- (7) ทำซ้ำ ดัดแปลงบางส่วนของงาน หรือตัดทอนหรือทำ
บทสรุปโดยผู้สอนหรือสถาบันศึกษา เพื่อแจกจ่ายหรือ
จำหน่ายแก่ผู้เรียนในชั้นเรียนหรือในสถาบันศึกษา ทั้งนี้ ต้อง
ไม่เป็นการกระทำเพื่อหากำไร
- (8) นำงานนั้นมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการถามและตอบในการ
สอบ

มาตรา 33 การกล่าว คัดลอก เลียน หรืออ้างอิงงานบาง
ตอนตามสมควรจากงานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้
โดยมีการรับรู้ถึงความเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ในงานนั้น มิให้ถือ
ว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ถ้าได้ปฏิบัติตามมาตรา 32 วรรค
หนึ่ง

ข้อยกเว้นในการละเมิดลิขสิทธิ์

มาตรา 36 การนำงานนาฏกรรม หรือดนตรีกรรมออกแสดง เพื่อเผยแพร่ต่อสาธารณชนตามความเหมาะสม โดยมีได้ จัดทำขึ้นหรือดำเนินการเพื่อหากำไรเนื่องจากการจัดให้มีการ เผยแพร่ต่อสาธารณชนนั้น และมีได้จัดเก็บค่าเข้าชมไม่ว่าโดย ทางตรงหรือโดยทางอ้อม และนักแสดงไม่ได้รับค่าตอบแทน ในการแสดงนั้น มิให้ถือว่าเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ หากเป็นการ ดำเนินการโดยสมาคม มูลนิธิ หรือองค์การอื่นที่มี วัตถุประสงค์เพื่อการสาธารณกุศล การศึกษา การศาสนา หรือ การสังคมสงเคราะห์ และได้ปฏิบัติตามมาตรา 32 วรรคหนึ่ง

ธรรมสิทธิ (Moral Rights)

มาตรา 18 ผู้สร้างสรรค์งานอันมีลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัตินี้มีสิทธิที่จะ**แสดงว่าตน**เป็นผู้สร้างสรรค์งานดังกล่าว และมีสิทธิที่จะห้ามมิให้ผู้รับโอนลิขสิทธิ์หรือบุคคลอื่นใดบิดเบือน ตัดทอน ดัดแปลง หรือทำโดยประการอื่นใดแก่งานนั้นจนเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงหรือเกียรติคุณของผู้สร้างสรรค์ และเมื่อผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย **ทายาท**ของผู้สร้างสรรค์มีสิทธิที่จะฟ้องร้องบังคับตามสิทธิดังกล่าวได้ตลอดอายุแห่งการคุ้มครองลิขสิทธิ์ ทั้งนี้ เว้นแต่จะได้ตกลงกันไว้เป็นอย่างอื่นเป็นลายลักษณ์อักษร

สิทธิของนักแสดง

มาตรา 44 นักแสดงย่อมมีสิทธิแต่ผู้เดียวในการกระทำอันเกี่ยวกับการแสดงของตน ดังต่อไปนี้

- (1) แพร่เสียงแพร่ภาพ หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนซึ่งการแสดงไว้แต่จะเป็นการแพร่เสียงแพร่ภาพ หรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนจากสิ่งบันทึกการแสดงที่มีการบันทึกไว้แล้ว
- (2) บันทึกการแสดงที่ยังไม่มีการบันทึกไว้แล้ว
- (3) ทำซ้ำซึ่งสิ่งบันทึกการแสดงที่มีผู้บันทึกไว้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากนักแสดงหรือสิ่งบันทึกการแสดงที่ได้รับอนุญาตเพื่อวัตถุประสงค์อื่น หรือสิ่งบันทึกการแสดงที่เข้าข่ายกเว้นการละเมิดสิทธิของนักแสดงตามมาตรา 53

สิทธิของนักแสดง

มาตรา 45 ผู้ใดนำสิ่งบันทึกเสียงการแสดงซึ่งได้นำออกเผยแพร่เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าแล้ว หรือนำสำเนาของงานนั้นไปแพร่เสียงหรือเผยแพร่ต่อสาธารณชนโดยตรง ให้ผู้นั้นจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นธรรมแก่นักแสดงในกรณีที่ตกลงค่าตอบแทนไม่ได้ ให้อธิบดีเป็นผู้มีคำสั่งกำหนดค่าตอบแทน คำสั่งของอธิบดีตามวรรคหนึ่ง คู่กรณีอาจอุทธรณ์ต่อคณะกรรมการได้ภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่งของอธิบดี คำวินิจฉัยของคณะกรรมการให้เป็นที่สุด

มาตรา 46 ในกรณีที่การแสดงหรือการบันทึกเสียงการแสดงใดมีนักแสดงมากกว่าหนึ่งคนขึ้นไป นักแสดงเหล่านั้นอาจแต่งตั้งตัวแทนร่วมเพื่อดูแลหรือบริหารเกี่ยวกับสิทธิของตนได้