

ความตกลงการค้าเสรีกำหนดให้ประเทศคู่สัญญาต้องให้ความคุ้มครองเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป โดยให้มีการนำอนุสัญญากรุงปารีสว่าด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม มาตรา ๖ ทวิ มาใช้บังคับทั้งกับสินค้าและบริการ แม้ว่าในความเป็นจริงแล้ว การคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปภายใต้อนุสัญญากรุงปารีสจะนำไปใช้เฉพาะกับสินค้าเท่านั้น แต่หลักการเช่นนี้ก็สอดคล้องกับความตกลงทริปส์ที่กำหนดให้คุ้มครองเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการ อย่างไรก็ดี มีข้อสังเกตว่า ความตกลงการค้าเสรีกำหนดให้ประเทศคู่สัญญาตีความความหมายและขอบเขตของการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปตามคำแนะนำร่วมของสหภาพปารีสและองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก ซึ่งหลักการเช่นนี้อาจมีความแตกต่างจากกฎหมายไทย ๒ ประการด้วยกันคือ ประการแรก การตีความความหมายของเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปนั้นจะต้องถือตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๕๑) โดยเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ ๑) เครื่องหมายนั้นจะต้องมีปริมาณจำหน่ายจำนวนมาก หรือมีการใช้หรือการโฆษณาเป็นที่แพร่หลายจนทำให้สาธารณชนทั่วไป หรือสาธารณชนในสาขาที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยรู้จักเป็นอย่างดี และ ๒) เครื่องหมายนั้นจะต้องมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับอย่างสูงในหมู่ผู้บริโภค จากหลักการเช่นนี้ย่อมหมายความว่า กฎหมายเครื่องหมายการค้าของไทยได้คำนึงถึงการรับรู้ของสาธารณชนและผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพราะเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปนั้นต้องเป็นเครื่องหมายที่เป็นที่แพร่หลายจนทำให้สาธารณชนทั่วไปหรือสาธารณชนในสาขาที่เกี่ยวข้องรู้จักเป็นอย่างดี และเครื่องหมายนั้นต้องมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภคด้วย ในทางตรงกันข้าม ความหมายของเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปตามคำแนะนำร่วมดังกล่าวข้างต้นนั้นมีขอบเขตที่กว้างขวางกว่ากฎหมายไทยมาก เนื่องจากคำว่า “สาธารณชนในสาขาที่เกี่ยวข้อง” (Relevant Sector of the Public) นั้น ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงผู้บริโภคสินค้าหรือบริการนั้นเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงบุคคล (persons) หรือวงการธุรกิจ (business circles) ที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าหรือการให้บริการนั้นด้วย จากหลักการนี้ย่อมหมายความว่า หากบุคคลหรือกลุ่มธุรกิจใดรู้จักเครื่องหมายการค้าหรือบริการใด เครื่องหมายนั้นย่อมเป็นเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปทันที แม้ว่าสาธารณชนในสาขานั้นหรือผู้บริโภคจะไม่รู้จักหรือรับรู้ถึงความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้านั้นเลยก็ตาม นอกจากนี้หลักการดังกล่าวข้างต้นแล้ว คำแนะนำร่วมดังกล่าวข้างต้นยังขยายความคุ้มครองเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเพิ่มเติมอีกด้วย กล่าวคือ เมื่อเครื่องหมายใดได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปแล้ว เจ้าของเครื่องหมายนั้นไม่เพียงแต่มีสิทธิติดกันมิให้ผู้อื่นใช้เครื่องหมาย (Mark) ที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเท่านั้น แต่เจ้าของเครื่องหมายการค้าดังกล่าวยังมีสิทธิห้ามมิให้บุคคลอื่นใช้สัญลักษณ์ทางธุรกิจ (Business Identifier) และชื่อโดเมน (Domain Name) ที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปได้อีกด้วย ซึ่งหลักการเช่นนี้ไม่ได้มีการกำหนดไว้โดยชัดแจ้งทั้งในความตกลงทริปส์และในกฎหมายเครื่องหมายการค้าของไทย