

ประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้า
(Terminology on Trademarks)

นางสาวชุติมา เตชะพิรุฬห์

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการแปลและการล่าม หลักสูตรการแปลและการล่าม
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2550

บทคัดย่อสารนิพนธ์

ชุตติมา เตชะพิรุฬห์: ประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้า (TERMINOLOGY ON TRADEMARKS) อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ อรุณมานะกุล, 128 หน้า

สารนิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระเบียบวิธีการประมวลศัพท์ตามทฤษฎีทางศัพท์วิทยา และจัดทำประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้า ซึ่งประกอบด้วยศัพท์เกี่ยวกับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ประมวลศัพท์อันเป็นผลมาจากการวิจัยครั้งนี้มุ่งให้เป็นเอกสารอ้างอิงสำหรับนักแปลและผู้สนใจทั่วไป

ในการประมวลศัพท์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวทางในการจัดทำประมวลศัพท์ที่นักศัพท์วิทยาได้เสนอไว้ โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 6 ขั้นตอน คือ (1) การรวบรวมข้อมูล (2) การกำหนดผู้เชี่ยวชาญ (3) การสร้างคลังข้อมูลภาษา (4) การวิเคราะห์คลังข้อมูลและเลือกคำศัพท์ที่จะนำมาสร้างมโนทัศน์ (5) การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ (6) การจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์

ประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้ประกอบด้วยศัพท์จำนวน 50 คำ นำเสนอตามกลุ่มมโนทัศน์สัมพันธ์ การนำเสนอศัพท์แต่ละคำประกอบด้วยคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ศัพท์เทียบเคียงภาษาไทย รูปไวยากรณ์ หมวดเรื่อง คำนิยาม บริบท รูปศัพท์อื่นๆ และข้อมูลอ้างอิง

ภาควิชา การแปลและการล่าม
สาขาวิชา การแปลและการล่าม
ปีการศึกษา 2550

ABSTRACT

CHUTIMA TECHAPIROON: TERMINOLOGY ON TRADEMARKS.
SPECIAL RESEARCH ADVISOR: WIROTE AROONMANAKUN,
Asst.Prof., Ph.D., 128 pages.

The objective of this special research is to study the methodology of terminology and create a terminology on trademarks, which consists of terms relating to trademark registration. The terminology is expected to be a reference material for translators as well as interested people in general.

The research is based on terminological methods and principles proposed by several terminologists. The methodology of the terminology is composed of six steps: (1) Data compilation (2) Indication of an expert (3) Corpus building (4) Corpus analysis and term extraction (5) Extraction recording and (6) Terminology recording.

The terminology on trademarks includes 50 terms presented according to conceptual relations. Each term is presented with information about English term(s) and a Thai term, grammatical category, subject field, definition, illustration, linguistic information and cross reference.

Department: Translation and Interpretation
Field of study: Translation and Interpretation
Academic year: 2007

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ ผศ.ดร. วิโรจน์ อรุณมานะกุล อาจารย์ที่ปรึกษาผู้กรุณาให้ความรู้และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งตลอดการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ อีกทั้งได้สละเวลาตรวจแก้สารนิพนธ์ทุกขั้นตอน

ขอขอบพระคุณคณาจารย์แห่งศูนย์การแปลและการล่ามเฉลิมพระเกียรติทุกท่านที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นพื้นฐานสำหรับการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณคุณรุ่งโรจน์ กอบกิจวรรณากุล ทนายความเครื่องหมายการค้าแห่งบริษัทกฎหมาย ดิลลิกี่แอนด์กิบบินส์ อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องหมายการค้า ที่กรุณาสละเวลาเพื่อให้ความรู้และตอบข้อสงสัยมาตลอดการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณสมาชิกครอบครัวและเพื่อนทุกคนที่เป็นกำลังใจให้ไม่ขาดระหว่างการทำสารนิพนธ์นี้ และขอขอบคุณผู้เกี่ยวข้องในการทำสารนิพนธ์ทุกท่านมา ณ ที่นี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผลของการประมวลศัพท์	1
วัตถุประสงค์การประมวลศัพท์	4
สมมติฐานการประมวลศัพท์	4
ขอบเขตการประมวลศัพท์	4
ระเบียบวิธีวิจัย	5
ขั้นตอนการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 ศัพท์วิทยาเพื่อการทำประมวลศัพท์	7
ความหมายของศัพท์วิทยา	7
ความเป็นมาและวิวัฒนาการของศัพท์วิทยา	7
ทฤษฎีศัพท์วิทยาและความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์ และพจนานุกรม	8
การกำหนดมาตรฐานทางศัพท์วิทยา	9
ระเบียบวิธีการประมวลศัพท์	10
บทที่ 3 การจัดทำคลังข้อมูลภาษาและการดึงศัพท์	12
ความหมายของคลังข้อมูลภาษา	12
เกณฑ์การเลือกข้อมูลสำหรับคลังข้อมูลภาษา	12
การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างคลังข้อมูลภาษา	14
การจัดทำคลังข้อมูลภาษาเพื่อการประมวลศัพท์เรื่อง เครื่องหมายการค้า	15
การดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา	25
บทที่ 4 การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ การบันทึกข้อมูลศัพท์	
เบื้องต้นและการบันทึกข้อมูลศัพท์	27
ความหมายของมโนทัศน์	27
การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์	27

	การทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น	31
	การทำบันทึกข้อมูลศัพท์	32
บทที่ 5	บทสรุป	36
	รายการอ้างอิง	39
ภาคผนวก ก	รายละเอียดข้อมูลในคลังข้อมูลภาษา	40
ภาคผนวก ข	บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น	43
ภาคผนวก ค	บันทึกข้อมูลศัพท์	106

บทที่ 1

บทนำ

บทนี้จะกล่าวถึงหลักการและเหตุผลของการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้า วัตถุประสงค์ สมมติฐาน และขอบเขตของประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้า ระเบียบวิธีวิจัย ขั้นตอนการศึกษา และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้า

1.1 หลักการและเหตุผลของการประมวลศัพท์

เครื่องหมายการค้าเป็นสาขาหนึ่งของทรัพย์สินทางปัญญา เครื่องหมายการค้าโดยทั่วไปเป็นคำกว้างๆ ที่ใช้เรียกทรัพย์สินทางปัญญาที่เป็นเครื่องหมาย ตามมาตรา 4 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เครื่องหมาย หมายถึง *ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประดิษฐ์ ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ กลุ่มของสิรูปรางหรือรูปทรงของวัตถุ หรือสิ่งเหล่านี้โดยใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน* แบ่งเป็นสี่ประเภท คือ

- เครื่องหมายการค้า (Trademark) หมายถึงเครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น เช่น เครื่องหมายที่เป็นรูปห้วง 4 ห้วงคล้องกันของ **Audi** เป็นเครื่องหมายที่ใช้สำหรับสินค้าของ **Audi** เท่านั้นซึ่งต่างจากสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าอื่น
- เครื่องหมายบริการ (Service mark) หมายถึงเครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับบริการ เพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น เช่น เครื่องหมาย **DHL** ที่เป็นตัวอักษรประดิษฐ์เป็นเครื่องหมายที่ใช้สำหรับบริการของ **DHL** เท่านั้นซึ่งต่างจากบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการอื่น
- เครื่องหมายรับรอง (Certification mark) หมายถึงเครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้หรือจะใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้านั้น หรือเพื่อรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือ

คุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น เช่น เครื่องหมาย **เขลลชวณขิม**เป็น เครื่องหมายที่รับรองคุณภาพของอาหารซึ่งผลิตโดยบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ เจ้าของเครื่องหมายรับรอง **เขลลชวณขิม**

- เครื่องหมายร่วม (Collective mark) หมายถึงเครื่องหมายการค้าหรือ เครื่องหมายบริการที่ใช้หรือจะใช้โดยบริษัทหรือวิสาหกิจในกลุ่ม เดียวกัน หรือโดยสมาชิกของสมาคม สหกรณ์ สหภาพ สมาพันธ์ กลุ่ม บุคคลหรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน เช่น เครื่องหมายร่วมของ เครือซีเมนต์ไทย

ทั้งนี้ เครื่องหมายที่จะนำไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้นั้นไม่จำเป็นต้อง มีการใช้จริงกับสินค้ามาก่อนแต่ผู้จดทะเบียนรับรองว่ามีเจตนาจะนำไปใช้ในอนาคตก็ ได้ เครื่องหมายการค้าช่วยให้ผู้บริโภคจดจำและเรียกขานสินค้าหรือบริการของ เจ้าของเครื่องหมายนั้นได้ ทำให้สามารถแยกแยะและเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่ ต้องการได้โดยไม่สับสนกับเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น รวมทั้งสามารถเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการที่มีคุณภาพตามต้องการด้วย ประเทศไทย ได้ใช้ตราหรือยี่ห้อเพื่อเรียกขานกิจการค้าและสินค้าตั้งแต่เริ่มติดต่อค้าขายกับ ต่างประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2452 การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในประเทศไทย เป็นไปในทิศทางเดียวกับประเทศอื่นๆ ทั่วโลก กล่าวคือเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น ตามลำดับ

เนื่องจากการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าระหว่างประเทศเพื่อให้มีการ คัมครองเครื่องหมายการค้าหนึ่งๆ ในประเทศอื่นนอกเหนือจากประเทศของผู้ประดิษฐ์ เครื่องหมายการค้าเป็นที่นิยมมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ การฟ้องร้องเกี่ยวกับ เครื่องหมายการค้าระหว่างผู้ประกอบการในประเทศไทยและต่างประเทศก็เกิดขึ้น บ่อยครั้ง การแปลจึงได้เข้ามามีบทบาทในเรื่องเครื่องหมายการค้า อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่มียุทธศาสตร์เฉพาะทางเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า มีเพียงยุทธศาสตร์ เกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งมีปรากฏอยู่เพียงเล่มเดียวคือ *ประมวลคำศัพท์และ อธิบายความหมายทรัพย์สินทางปัญญา อังกฤษ - ไทย* โดยอุดมศรี นาทีกาญจนลาก แต่ยุทธศาสตร์เล่มนี้ก็ได้รวบรวมคำศัพท์ด้านเครื่องหมายการค้าไว้อย่างครบถ้วน สมบูรณ์ นอกจากนี้ ผู้เขียนยังมุ่งเน้นที่การอธิบายกฎหมายมากกว่าอธิบายคำ สังเกต ได้จากให้คำอธิบายที่เกินกว่าตัวคำศัพท์ที่ให้ เช่น

compliance with the requirement of international convention or agreement

หากคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นไปตามที่กำหนดในอนุสัญญาหรือความตกลงระหว่างประเทศ ให้ถือว่าคำขอดังกล่าวเป็นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตาม พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 (พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 11 วรรคท้าย)

compoundable offence

ความผิดตามพ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นความผิดอันยอมความได้ (มาตรา 66)

confiscation of all imported goods

บรรดาสินค้าที่ได้นำเข้ามาในราชอาณาจักรเพื่อจำหน่าย หรือมีไว้เพื่อจำหน่ายอันเป็นการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ให้ริบเสียทั้งสิ้น ไม่ว่าจะมีผู้ถูกลงโทษตามคำพิพากษาหรือไม่ (พ.ร.บ. เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 115)

สำหรับคำอธิบายที่ไม่ได้มาจากพระราชบัญญัติหรือตัวบทกฎหมายอื่นๆ ผู้เขียนจะให้คำแปลสั้นๆ เท่านั้น เช่น

infringement

การล่วงละเมิดสิทธิ

ผู้วิจัยเห็นว่าการให้ความหมายเพียงเท่านี้อาจทำให้ผู้ใช้พจนานุกรมเล่มนี้นำคำแปลไปใช้โดยไม่ถูกต้องกับบริบทได้ เนื่องจากไม่มีตัวอย่างประโยคที่แสดงบริบทการใช้คำนี้ให้เห็น เช่น ผู้ใช้อาจไม่เข้าใจว่า infringement ต่างจาก breach, violation และ transgression อย่างไร ทั้งนี้ การที่จะได้คำศัพท์ที่ครอบคลุมและมีคำอธิบายความแตกต่างของศัพท์ต่างๆ อย่างชัดเจนนั้น จำเป็นต้องทำประมวลศัพท์อย่างเป็นระบบจากข้อมูลภาษาที่มีการใช้จริง

ผู้วิจัยเล็งเห็นความจำเป็นที่จะต้องมีแหล่งอ้างอิงของคำศัพท์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าซึ่งประกอบด้วยคำนิยาม ประเภททางไวยากรณ์ ศัพท์ที่สามารถใช้แทนกันได้ ตัวอย่างการใช้ และคำศัพท์ในภาษาไทย เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจคำนั้นๆ และสามารถนำไปใช้ได้ถูกต้อง

1.2 วัตถุประสงค์การประมวลศัพท์

สารนิพนธ์ประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาทฤษฎีศัพท์วิทยาและนำความรู้ดังกล่าวมาใช้ทำประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าอย่างมีระเบียบวิธีของนักวิชาการสาขาศัพท์วิทยาผู้ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

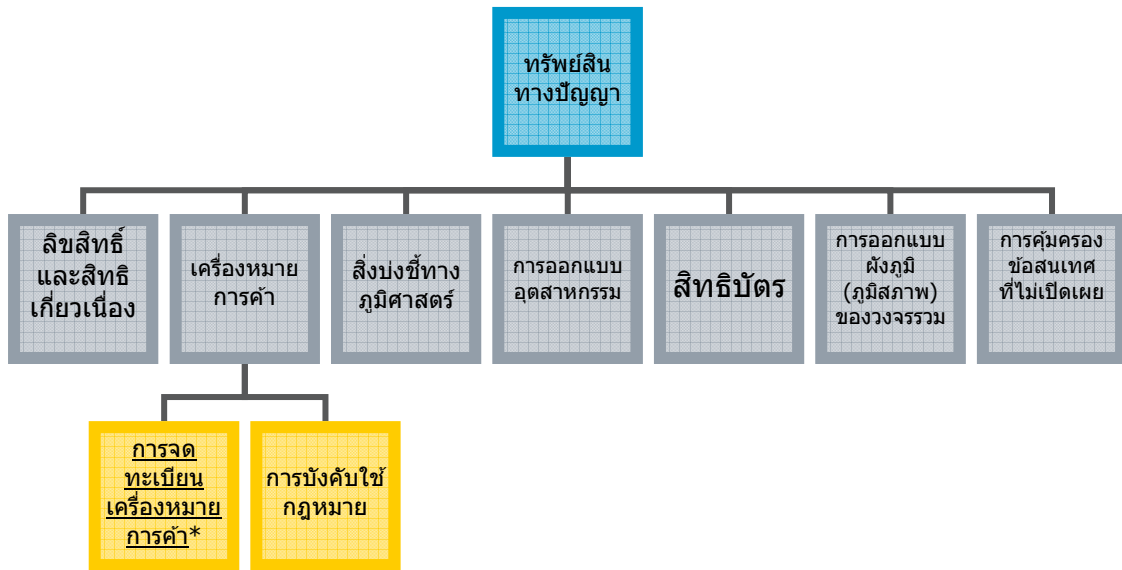
1.3 สมมติฐานการประมวลศัพท์

เครื่องหมายการค้าเป็นสาขาของทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งประกอบไปด้วยคำศัพท์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันและสามารถนำมาเขียนเป็นมโนทัศน์เพื่อแสดงความสัมพันธ์ได้ และสามารถสร้างประมวลศัพท์เฉพาะทางสำหรับเรื่องเครื่องหมายการค้าได้

1.4 ขอบเขตการประมวลศัพท์

เครื่องหมายการค้าเป็นประเภทหนึ่งของทรัพย์สินทางปัญญา เนื้อหาเรื่องเครื่องหมายการค้าแบ่งกว้างๆ ได้เป็นสองส่วนคือ การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและการบังคับใช้กฎหมาย การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาคำศัพท์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าในส่วนของการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเท่านั้น

ขอบเขตของการศึกษานี้แสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



1.5 ระเบียบวิธีวิจัย

ประยุกต์ใช้แนวทางการทำประมวลศัพท์ของ Cabré ซึ่งเริ่มจากการกำหนดขอบเขตของงานที่ศึกษา รวบรวมข้อมูล กำหนดผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษา แล้วจึงสร้างคลังข้อมูลเพื่อเป็นตัวแทนของสาขาวิชาในขอบเขตที่กำหนด ดึงรายการศัพท์และวิเคราะห์หมโนทัศน์สัมพันธ์ของศัพท์ที่ได้ จากนั้นจึงเขียนประมวลศัพท์ที่วิเคราะห์ได้

1.6 ขั้นตอนการศึกษา

การประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้มีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. รวบรวมข้อมูล โดยรวบรวมจากแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า ทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ หมายรวมถึงพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 บทความเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าบนเว็บไซต์ขององค์กรเกี่ยวกับเครื่องหมายที่น่าเชื่อถือ ซึ่งรวมถึงกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ World Intellectual Property Organization และ UK Patent Office คำพิพากษาคดีเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าระหว่าง พ.ศ. 2545-2549 และตำราและหนังสือเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2. กำหนดผู้เชี่ยวชาญ
3. สร้างคลังข้อมูลภาษา
4. วิเคราะห์คลังข้อมูลและเลือกคำศัพท์ที่จะนำมาสร้างมโนทัศน์

5. สร้างมโนทัศน์สัมพันธ์
6. จัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์โดยแสดงคำจำกัดความและรายละเอียดความเชื่อมโยงของคำศัพท์ ซึ่งครอบคลุมถึงคำนิยาม หน้าที่ทางไวยากรณ์ ตัวอย่างการใช้คำ คำศัพท์ในภาษาไทย และรายการอ้างอิง

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าคือ ได้ประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ทำงานด้านกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าและต้องการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า

บทที่ 2

ศัพท์วิทยาเพื่อการทำประมวลศัพท์

บทนี้จะกล่าวถึงความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับศัพท์วิทยา ซึ่งครอบคลุมถึงความหมายของศัพท์วิทยา ความเป็นมาและวิวัฒนาการของศัพท์วิทยา ทฤษฎีศัพท์วิทยาและความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์และพจนานุกรม การกำหนดมาตรฐานทางศัพท์วิทยา และระเบียบวิธีการประมวลศัพท์

2.1 ความหมายของศัพท์วิทยา

ศัพท์วิทยาคือการศึกษาและกิจกรรมเกี่ยวกับการรวบรวม อธิบาย ประมวล และนำเสนอศัพท์ในสาขาความรู้เฉพาะด้าน ซึ่งอาจเป็นภาษาเดียวหรือหลายภาษาก็ได้ (Sager, 1990: 2) คำว่า "ศัพท์วิทยา" มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Terminology ซึ่งมีความหมายสามด้านซึ่งเกี่ยวเนื่องกันดังนี้

1. ทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์และศัพท์ซึ่งเป็นพื้นฐานของการรวบรวม อธิบาย และนำเสนอศัพท์
2. ระเบียบวิธีการรวบรวม อธิบาย และนำเสนอศัพท์ เป็นความหมายในด้านวิธีปฏิบัติ
3. ชุดคำศัพท์หรือประมวลศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะด้าน เป็นผลที่ได้จากการปฏิบัติในข้อ 2 (Cabré, 1999:32; Sager, 1990: 3)

สำหรับในภาษาไทย เรามีคำเพื่อเรียก Terminology ในสามความหมายแยกกัน คือ ศัพท์วิทยา การประมวลศัพท์ และการประมวลศัพท์ตามลำดับ จากนิยามข้างต้นแสดงให้เห็นว่าศัพท์วิทยาเป็นสหศาสตร์ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับวิชาความรู้แขนงอื่นอันประกอบด้วยภาษาศาสตร์ ตรรกศาสตร์ ภาษาศาสตร์ สาธารณศาสตร์ วิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์ และสาขาวิชาใดๆ ที่ทำการประมวลศัพท์ ศัพท์วิทยาเป็นเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของมโนทัศน์และศัพท์ (Cabré, 1999: 25; Sager, 1990:2) และการวางมาตรฐานการใช้ชื่อเรียกหรือศัพท์ในภาษาใดภาษาหนึ่งเพื่อการสื่อสารระหว่างกลุ่มคนในสาขาวิชาเฉพาะด้าน (Rey, 1995: 7)

2.2 ความเป็นมาและวิวัฒนาการของศัพท์วิทยา

การรวบรวมคำที่ใช้เรียกสิ่งของเฉพาะเรื่องอยู่คู่กับการใช้ภาษาของมนุษย์มาตั้งแต่โบราณ มีหลักฐานเก่าแก่ที่สุดตั้งแต่สมัยศตวรรษที่ 16 (Rey, 1995: 11) การประมวลศัพท์เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 18 และ 19 เนื่องจากการ

ขยายตัวทางวิทยาศาสตร์ การประมวลศัพท์พัฒนาขึ้นเพื่อหาคำเรียกมโนทัศน์ของ ความรู้ใหม่ๆ และกำหนดข้อตกลงในการใช้ศัพท์นั้นๆ

ในช่วงทศวรรษ 1930 Wüster ผู้ซึ่งมีพื้นฐานความรู้มาจากสายวิศวกรรมศาสตร์ ได้นำเสนอวิธีการทำประมวลศัพท์อย่างเป็นระบบ และกำหนดหลักเกณฑ์สำหรับศัพท์ และการประมวลข้อมูลทางศัพท์วิทยาเนื่องจากเห็นว่าประมวลศัพท์เป็นเครื่องมือสำคัญ สำหรับกำจัดความคลุมเครือและไม่ชัดเจนในการสื่อสารทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Cabr , 1999: 5)

ข้อเสนอของ Wüster เป็นจุดเริ่มต้นของศัพท์วิทยาสมัยใหม่ หลังจากนั้น ในปี ค.ศ. 1988 Auger ได้แบ่งพัฒนาการของศัพท์วิทยาสมัยใหม่ออกเป็นสี่ยุค เริ่มจากยุค แรกเริ่ม (ค.ศ. 1930-1960) ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มมีการศึกษาการสร้างศัพท์อย่างเป็นระบบ Wüster และ Lotte ได้เขียนหนังสือทฤษฎีศัพท์วิทยาเล่มแรกๆ ในช่วงนี้ ต่อมา ในช่วง ปี ค.ศ. 1960-1975 มีการพัฒนาคอมพิวเตอร์และระบบการเก็บเอกสารซึ่งมีผลอย่างมากต่อพัฒนาการของศัพท์วิทยา ยุคที่สาม (ค.ศ. 1975-1985) เป็นยุครุ่งเรืองของการ ทำประมวลศัพท์ มีการวางแผนทางภาษาและจัดโครงการประมวลศัพท์ในหลาย ประเทศ การพัฒนาคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลทำให้การประมวลข้อมูลด้านประมวลศัพท์ สะดวกและมีประสิทธิภาพขึ้น การพัฒนาล่าสุดทางด้านศัพท์วิทยาเริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985 เป็นต้นมา นับเป็นยุคแห่งการขยายความรู้ด้านศัพท์วิทยา วิทยาศาสตร์ คอมพิวเตอร์มีส่วนสำคัญอันดับต้นๆ ต่อพัฒนาการทางด้านศัพท์วิทยา ในยุคนี้มีการ สร้างเครือข่ายนานาชาติเพื่อพัฒนาประมวลศัพท์และมีการบรรจุศัพท์วิทยาลงใน แผนการพัฒนาภาษาในประเทศกำลังพัฒนาด้วย (Cabr , 1999: 5-6)

2.3 ทฤษฎีศัพท์วิทยาและความแตกต่างระหว่างประมวลศัพท์และพจนานุกรม

ทฤษฎีศัพท์วิทยาโดยทั่วไปแล้วมีพื้นฐานมาจากแนวคิดเรื่องมโนทัศน์ มโนทัศน์ สัมพันธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างศัพท์และมโนทัศน์ และการกำหนดศัพท์เพื่อใช้เรียกมโน- ทัศน์ การให้ความสำคัญกับการสร้างศัพท์เพื่อให้เรียกมโนทัศน์นี้เองทำให้การประมวล ศัพท์แตกต่างจากวิธีการทำพจนานุกรม การประมวลศัพท์เริ่มจากมโนทัศน์ไปสู่การ สร้างคำศัพท์ ในขณะที่การทำพจนานุกรมเริ่มจากคำไปสู่มโนทัศน์โดยอธิบาย ความหมายและการใช้คำนั้นๆ (Cabr , 1999: 7-8)

คุณสมบัติที่แตกต่างกันของประมวลศัพท์และพจนานุกรมมีสี่ประการตามตาราง ด้านล่างนี้ (Cabr , 1999: 35-37)

	พจนานุกรม	ประมวลศัพท์
1. ขอบเขต (domain)	คำทุกคำในภาษาหนึ่งๆ	คำที่ใช้ในสาขาวิชาหนึ่งๆ เช่น ฟิสิกส์ สถาปัตยกรรม หรือ กิจกรรมเฉพาะอาชีพ เช่น กีฬา
2. หน่วยพื้นฐาน (basic unit)	คำ (word) ซึ่งหมายถึงหน่วยที่อธิบายได้จากคุณลักษณะทางภาษาศาสตร์ คำใช้อ้างถึงสิ่งที่มีอยู่จริง คำที่อยู่ในพจนานุกรมแบ่งได้เป็นคำนาม คำกริยา คำคุณศัพท์ คำวิเศษณ์ คำบ่งความชี้เฉพาะ คำสรรพนาม คำบุพบท คำสันธาน และคำอุทาน ผู้ใช้คำคือทุกคนที่พูดภาษานั้นๆ	ศัพท์ (term) ซึ่งเป็นหน่วยที่มีคุณลักษณะทางภาษาศาสตร์ เช่นเดียวกับคำ แต่ใช้ในเฉพาะด้าน ศัพท์ในประมวลศัพท์โดยทั่วไป จะมีเพียงคำนามเท่านั้น ผู้ใช้ศัพท์คือผู้เชี่ยวชาญหรือคนที่อยู่ในวงการนั้นๆ
3. จุดประสงค์ (purpose)	เพื่อแสดงหน่วยคำในภาษาหนึ่งๆ และบอกวิธีการใช้	เพื่อระบุและสร้างศัพท์เพื่อใช้เรียกมโนทัศน์ในสาขาวิชาหนึ่งๆ
4. ระเบียบวิธีการ (methodology)	วิเคราะห์วาทกรรมของผู้ใช้ภาษา	หาศัพท์เพื่อใช้เรียกมโนทัศน์ที่มีอยู่

2.4 การกำหนดมาตรฐานทางศัพท์วิทยา

การกำหนดมาตรฐานทางศัพท์วิทยามีอย่างน้อยสามความหมายดังนี้

1. การกำหนดมาตรฐานในระดับสถาบัน หมายถึงกระบวนการกำหนดชื่อโดยสถาบัน
2. การกำหนดมาตรฐานในระดับสากล หมายถึงกระบวนการกำหนดคุณลักษณะหรือเงื่อนไขที่ผลิตภัณฑ์พึงมีโดยการกำหนดศัพท์ที่เหมาะสมโดยองค์กรระหว่างประเทศ
3. การกำหนดมาตรฐานที่ไม่ถูกแทรกแซง หมายถึงกระบวนการกำหนดชื่อโดยอาศัยการยอมรับในหมู่ผู้ใช้

การกำหนดมาตรฐานทางศัพท์วิทยาโดยทั่วไปแล้วจะเน้นไปที่ความหมายในสองแบบแรก ทั้งนี้ เพื่อกำหนดมาตรฐานสำหรับศัพท์เฉพาะสาขาและสำหรับหลักเกณฑ์และวิธีการประมวลศัพท์ทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติ (Cabré, 1999: 199)

การกำหนดมาตรฐานทางศัพท์วิทยามีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญเสนอความคิดและมโนทัศน์ผ่านศัพท์และจำเป็นต้องใช้ศัพท์เพื่อกำหนดและระบุมาตรฐานผลิตภัณฑ์ กระบวนการกำหนดมาตรฐานศัพท์ประกอบด้วยการรวบรวมมโนทัศน์ การนิยามศัพท์ การลดคำพ้องรูปหรือพ้องเสียง การหลีกเลี่ยงคำที่มีความหมายเหมือนกัน การกำหนดชื่อ คำย่อ และสัญลักษณ์ และการสร้างศัพท์

การกำหนดมาตรฐานมีเพื่อเอื้อต่อการสื่อสารโดยใช้ภาษาเฉพาะซึ่งไม่สามารถปรับใช้กับคำศัพท์ในภาษาทั่วไปได้ (Cabré, 1999: 200)

2.5 ระเบียบวิธีการประมวลศัพท์

Cabré (1999) ใช้เกณฑ์แบ่งการประมวลศัพท์สองเกณฑ์คือ ระบุจำนวนภาษาที่เกี่ยวข้องและระบุว่าการประมวลศัพท์นั้นเป็นไปอย่างมีระบบหรือไม่ การแบ่งโดยใช้เกณฑ์แรกทำให้แบ่งการประมวลศัพท์ได้เป็นสองแบบคือ แบบภาษาเดียวและแบบหลายภาษา ส่วนเกณฑ์ที่สองทำให้แบ่งได้เป็นแบบเป็นระบบ (systematic) และแบบเฉพาะกิจ (ad-hoc)

การประมวลศัพท์แบบเป็นระบบครอบคลุมศัพท์ทุกคำที่อยู่ในสาขาใดสาขาหนึ่งหรือส่วนใดส่วนหนึ่งของสาขานั้น ในขณะที่การประมวลศัพท์แบบเฉพาะกิจจะจำกัดเพียงศัพท์คำเดียวหรือชุดคำศัพท์ขนาดเล็กซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของส่วนย่อยของสาขาวิชาเฉพาะหนึ่งๆ หรือของกลุ่มศัพท์ที่มาจากหลากหลายสาขาวิชา

ด้วยเกณฑ์ดังกล่าว การประมวลศัพท์แบ่งเป็นสี่ประเภทดังนี้

1. การประมวลศัพท์ภาษาเดียวแบบเป็นระบบ
2. การประมวลศัพท์หลายภาษาแบบเป็นระบบ
3. การประมวลศัพท์ภาษาเดียวแบบเฉพาะกิจ
4. การประมวลศัพท์หลายภาษาแบบเฉพาะกิจ (Cabré, 1999: 129)

สำหรับประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้ ผู้จัดทำเลือกใช้วิธีการประมวลศัพท์แบบเป็นระบบภาษาเดียว (Systematic monolingual searches) ของ Cabré คือเป็นการประมวลศัพท์ภาษาเดียว คือภาษาอังกฤษ ส่วนข้อมูลภาษาไทยที่จะใช้เพื่อหาคำมาเทียบเคียงกับคำศัพท์ที่ประมวลได้ หรือที่เรียกว่า Monolingual records with equivalents ซึ่งทำให้ประมวลศัพท์ที่ได้เป็นทั้งแบบภาษาเดียวและหลายภาษา กล่าวคือ เป็นภาษาเดียวเนื่องจากเป็นประมวลศัพท์ที่รวบรวมจากการศึกษาข้อมูลใน

ภาษาหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันการศึกษานี้ก็ทำให้ผู้ศึกษาหาค่าที่มีความหมาย เทียบเคียงกันในภาษาอื่นได้ (Cabr , 1999: 124)

ขั้นตอนการประมวลศัพท์แบบเป็นระบบของ Cabr  มีหกขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดขอบเขตโดยการกำหนดหัวข้อการศึกษา กลุ่มผู้ใช้ วัตถุประสงค์ และขนาดของประมวลศัพท์
2. เตรียมการ ซึ่งประกอบด้วยรวบรวมข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ หัวข้อที่จะประมวลศัพท์ เลือกผู้เชี่ยวชาญ สร้างคลังข้อมูล เขียน โครงสร้างมโนทัศน์ของสาขาที่ศึกษา และนำเสนอโครงร่างการศึกษานี้
3. ประมวลศัพท์โดยเตรียมรายการคำศัพท์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับคำนั้นๆ ดึง ศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา ทำบันทึกข้อมูลคำศัพท์เบื้องต้น และเขียน บันทึกข้อมูลศัพท์
4. นำเสนองานโดยการเตรียมเอกสารเกี่ยวกับประมวลศัพท์ที่ได้สำหรับผู้ ใช้ประมวลศัพท์นั้น
5. ตรวจสอบงาน ขั้นตอนนี้จะดำเนินการโดยนักประมวลศัพท์ที่ทำงานใน องค์กรด้านการประมวลศัพท์ และผู้เชี่ยวชาญสาขาวิชาเฉพาะเรื่องที่เป็น ที่ยอมรับ
6. แก้ปัญหา เมื่อทำประมวลศัพท์เสร็จแล้ว จะพบว่ามีปัญหาบางประการ ที่ยังไม่ได้แก้ไข เช่น ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดขอบเขตและการกำหนด มโนทัศน์ ผู้ทำประมวลศัพท์ต้องปรึกษาผู้เชี่ยวชาญสาขาวิชาเฉพาะ เรื่องและกลุ่มผู้ใช้ประมวลศัพท์เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว (Cabr , 1999: 130-151)

บทที่ 3

การจัดทำคลังข้อมูลภาษาและการดึงศัพท์

บทนี้จะกล่าวถึงความหมายของคลังข้อมูลภาษา เกณฑ์การเลือกข้อมูลสำหรับคลังข้อมูลภาษา การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างคลังข้อมูลภาษา การจัดทำคลังข้อมูลภาษาเพื่อการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้า และการดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา

3.1 ความหมายของคลังข้อมูลภาษา

คลังข้อมูล (Corpus) หมายถึง ข้อมูลภาษาพูดหรือภาษาเขียนที่คัดเลือกจากภาษาที่ใช้ในสถานการณ์จริง จัดระบบตามเกณฑ์และเงื่อนไขทางภาษาศาสตร์ และเก็บบันทึกไว้ในรูปของเอกสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเป็นตัวอย่างของภาษา (Sinclair, อ้างถึงใน Pearson, 1998: 42) หรือเป็นตัวแทนของภาษานั้นๆ (Francis, อ้างถึงใน Pearson, 1998: 43) ทั้งนี้ข้อมูลภาษาสำหรับคลังข้อมูลต้องมีจำนวนมากเพียงพอที่จะครอบคลุมความหลากหลายของภาษานั้นๆ เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้สำหรับการศึกษาการใช้ไวยากรณ์ คำศัพท์ และการหลากคำ (Sinclair, อ้างถึงใน Pearson, 1998: 44)

คลังข้อมูลภาษามีประโยชน์หลากหลาย ในด้านการแปล คลังข้อมูลภาษาช่วยให้ผู้แปล โดยเฉพาะผู้ที่แปลจากภาษาแม่เป็นภาษาอื่น เลือกใช้ศัพท์หรือสำนวนให้สอดคล้องกับรูปแบบภาษาที่ผู้พูดภาษาแม่ใช้ เนื่องจากเป็นข้อมูลที่คัดเลือกจากภาษาที่เกิดขึ้นจริง ในด้านการประมวลศัพท์ คลังข้อมูลภาษาเป็นแหล่งข้อมูลของคำศัพท์ซึ่งเป็นตัวแทนของมโนทัศน์ในเรื่องหนึ่งๆ ผู้ประมวลศัพท์ต้องเลือกข้อมูลที่เป็นตัวแทนของเรื่องนั้นและครอบคลุมเนื้อหาที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้ประมวลศัพท์ที่มีคุณภาพและนำไปใช้ได้จริง

3.2 เกณฑ์การเลือกข้อมูลสำหรับคลังข้อมูลภาษา

สถานการณ์การสื่อสารของตัวบทที่นำมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับคลังข้อมูลภาษาได้นั้นแบ่งกว้างๆ ได้เป็นสี่ประเภทดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้วยกัน (*Expert-expert communication*) การสื่อสารประเภทนี้จะมีชุดคำศัพท์เฉพาะทางปนอยู่มากเนื่องจากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาที่สื่อสารเท่าๆ กัน ผู้ส่งสารคาดหวังว่าผู้รับสารจะเข้าใจคำศัพท์และโครงสร้างประโยคซึ่งเป็นขนบของทำเนียบภาษานั้นๆ

2. การสื่อสารระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับผู้ที่อยู่ในแวดวงเดียวกัน (*Expert to initiates*) ผู้รับสารในสถานการณ์การสื่อสารประเภทนี้มีความรู้ในเรื่องที่สื่อสารกันในระดับหนึ่ง แต่ไม่มากเท่ากับผู้ส่งสารซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น เช่น อาจารย์-นักศึกษา วิศวกร-ช่าง และแพทย์-แพทย์ฝึกหัด สำหรับการสื่อสารประเภทนี้ ผู้ส่งสารจะใช้ศัพท์เฉพาะทางและให้คำอธิบายศัพท์ที่คาดว่าผู้รับสารไม่เข้าใจเพิ่มเติม
3. การสื่อสารระหว่างผู้เทียบเคียงได้กับผู้เชี่ยวชาญ กับผู้ที่ไม่ได้อยู่ในแวดวงเดียวกัน (*Relative expert to the uninitiated*) ผู้เทียบเคียงได้กับผู้เชี่ยวชาญหมายถึงผู้ที่มีความรู้โดยทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องที่สื่อสาร ความรู้อาจได้มาด้วยการประกอบอาชีพหรือจากการเรียนรู้จากความสนใจส่วนบุคคลก็ได้ ตัวอย่างที่ผลิตในสถานการณ์การสื่อสารประเภทนี้จะมีคำศัพท์เฉพาะทางอยู่บ้างแต่ไม่มากเท่ากับสองประเภทแรก ผู้ส่งสารอาจใช้คำทั่วไปเพื่อสื่อมโนทัศน์ด้วย
4. การสื่อสารระหว่างผู้รอบรู้กับผู้ที่ไม่มีความรู้เรื่องนั้นๆ มาก่อน (*Teacher-pupil communication*) ตัวอย่างที่ใช้สถานการณ์การสื่อสารประเภทนี้ เช่น ตำราเรียนและคู่มือการใช้งาน ผู้ส่งสารอธิบายเนื้อหาและคำศัพท์เฉพาะทางอย่างชัดเจน

Pearson (1998) กล่าวว่าไว้ว่าสถานการณ์การสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการสร้างคลังข้อมูลภาษาคือประเภทที่ 1 2 และ 4 ในสถานการณ์การสื่อสารดังกล่าวนี้ผู้เชี่ยวชาญซึ่งเข้าใจคำศัพท์เฉพาะทางตรงกันเป็นผู้ส่งสารเอง ทำให้คำศัพท์เฉพาะทางที่ใช้มีมาตรฐาน (Pearson, 1998: 36-39)

สำหรับประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ข้อมูลที่มาจกสถานการณ์การสื่อสารประเภทที่ 1 2 และ 4

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาเมื่อเลือกข้อมูลสำหรับคลังข้อมูลภาษาตามที่เสนอโดย Roe (1977) Yang (1986) Fang (1991) Flowerdew (1993) James (1994) และ Gledhill (1996) นั้นมีสามด้านคือ ขนาด หัวข้อ และประเภทตัวบท

- *ขนาดของคลังข้อมูลภาษา (Size)* Sinclair กล่าวว่าคลังข้อมูลภาษาควรมีขนาดใหญ่ที่สุดเท่าที่จะรวบรวมได้ โดยทั่วไปควรมีประมาณหนึ่งล้านคำ แต่อาจน้อยกว่านี้ได้หากเป็นเรื่องเฉพาะด้าน
- *หัวข้อ (Topic)* ในการประมวลศัพท์ ผู้ประมวลศัพท์ต้องจำกัดหัวข้อของคลังข้อมูลภาษาซึ่งอาจเป็นหัวข้อกว้างๆ อย่างวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์หรือหัวข้อที่เฉพาะเจาะจงกว่านั้นก็ได้

- *ประเภทตัวบท (Genre)* ผู้ประมวลศัพท์มักรวบรวมข้อมูลจากตำราวิชาการและบทบรรยายทางวิชาการเกี่ยวกับหัวข้อที่เลือกประมวลศัพท์ (Pearson, 1998: 56-57)

Cabré (1999) ได้เสนอว่าคลังข้อมูลภาษาควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

- คลังข้อมูลภาษาต้องเป็นตัวแทนของข้อมูลในสาขาที่ทำ หากเป็นไปได้ควรเป็นข้อมูลที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ
- คลังข้อมูลภาษาต้องสมบูรณ์และครอบคลุมเนื้อหาทุกด้านของประมวลศัพท์ที่ทำ
- คลังข้อมูลภาษาต้องเป็นข้อมูลทันสมัยเพื่อให้ได้ชุดคำศัพท์ที่สมบูรณ์
- คลังข้อมูลภาษาต้องเป็นภาษาเดียวกับประมวลศัพท์ (Cabré, 1999: 134)

3.3 การรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างคลังข้อมูลภาษา

Cabré (1999) แบ่งข้อมูลสำหรับการประมวลศัพท์ออกเป็นสามประเภท ได้แก่ ข้อมูลอ้างอิง ข้อมูลเฉพาะเรื่อง และข้อมูลสนับสนุน

1. ข้อมูลอ้างอิง (Reference materials) หมายถึงข้อมูลที่ผู้ประมวลศัพท์ใช้เพื่อศึกษาความรู้พื้นฐาน ซึ่งหมายรวมถึงเอกสารเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูลสำหรับคลังข้อมูลภาษา เอกสารเกี่ยวกับการประมวลศัพท์ และเอกสารเกี่ยวกับเรื่องที่ประมวลศัพท์ ข้อมูลอ้างอิงช่วยให้ผู้ประมวลศัพท์เข้าใจแก่นสำคัญของเรื่องที่ประมวลศัพท์ ตัวอย่างของแหล่งข้อมูลอ้างอิง เช่น พจนานุกรมเฉพาะทาง เป็นต้น

ข้อมูลอ้างอิงที่ใช้ในการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้ามีดังนี้

- *ประมวลคำศัพท์และอธิบายความหมายทรัพย์สินทางปัญญา อังกฤษ-ไทย* โดยอุดมศรี นาทีกาญจนลาภ ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2547
- *เครื่องหมายการค้า: ตัวบทพร้อมข้อสังเกต* โดยวิส ดิงสมิตร ปีที่พิมพ์ พ.ศ. 2543
- ประมวลศัพท์เครื่องหมายการค้าออนไลน์จากเว็บไซต์ของ International Trademark Association ซึ่งเป็นองค์กรระหว่างประเทศที่ดูแลเรื่องเครื่องหมายการค้า (<http://www.inta.org/>) และของ United States Patent and Trademark Office (<http://www.uspto.gov/main/glossary/index.html>)
- เว็บไซต์กรมทรัพย์สินทางปัญญา (www.ipthailand.org)

- คำพิพากษาคดีเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าระหว่าง พ.ศ. 2545-2549 รวบรวมจากเว็บไซต์ของศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง (<http://www.cipitc.or.th/>)
 - บทความเรื่อง "สรุปกฎหมายเครื่องหมายการค้า" ปี 2543 โดย ไมตรี สุเทพากุล (www.lawonline.co.th/Document/d016.doc)
 - บทความเรื่อง "ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับกฎหมายเครื่องหมายการค้าและการป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม" โดยวิชัย อริยะ-นันทกะ (www.judiciary.go.th/~library/intellectual2.doc)
 - คำอธิบายของผู้เชี่ยวชาญ
2. ข้อมูลเฉพาะเรื่อง (Specific materials) หมายถึงข้อมูลที่ได้จากการสืบสารทั้งที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียนซึ่งใช้เพื่อตีพิมพ์เฉพาะที่ใช้เรียกมันว่าคำศัพท์เฉพาะสาขา การประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้ใช้ข้อมูลเฉพาะเรื่องที่เป็นภาษาเขียนมาเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับคลังข้อมูลภาษา โดยอาศัยเกณฑ์ในการเลือกข้อมูลตามที่ Cabré เสนอไว้ดังนี้ 1) ต้องเป็นข้อมูลที่เป็นตัวแทนของเรื่องที่ประมวลศัพท์ 2) ข้อมูลทันสมัยทั้งในแง่ของคำศัพท์และเนื้อหา 3) ข้อมูลเชื่อถือได้ สำหรับรายละเอียดของเอกสารเฉพาะเรื่องที่ใช้ในการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าจะกล่าวต่อไปในหัวข้อ รายละเอียดของคลังข้อมูลภาษา
 3. ข้อมูลสนับสนุน (Support materials) หมายถึงข้อมูลที่บันทึกไว้สำหรับการประมวลศัพท์ ได้แก่ บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น (Extraction record) และบันทึกข้อมูลศัพท์ (Terminological record) (Cabré, 1999: 116-121)

3.4 การจัดทำคลังข้อมูลภาษาเพื่อการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้า

การประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้ใช้คลังข้อมูลภาษาเดียว คือ ภาษาอังกฤษ ส่วนข้อมูลภาษาไทยที่ใช้นั้นเป็นข้อมูลอ้างอิงที่ได้กล่าวมา คลังข้อมูลภาษาที่ใช้เป็นแบบ Special purpose corpora ตามหลักเกณฑ์การแบ่งของ Pearson (1998) ซึ่งหมายถึงคลังข้อมูลภาษาเฉพาะทางซึ่งประกอบด้วยคำศัพท์เฉพาะสาขา

การคัดเลือกตัวบทสำหรับคลังข้อมูลภาษา ได้ใช้หลักเกณฑ์ดังที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อ 3.2 ประกอบกับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ทำงานด้าน

เครื่องหมายการค้า ข้อมูลที่ได้มีทั้งที่เป็นสิ่งพิมพ์และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้จัดเก็บเป็น Text file ซึ่งสามารถนำมาใช้กับโปรแกรม Concordance และ Collocation Test ได้ทันที ส่วนข้อมูลที่เป็นสิ่งพิมพ์นั้นต้องนำเข้าเอกสารโดยใช้เครื่องสแกนเนอร์และใช้โปรแกรม ABBYY FineReader 8.0 Professional Edition ซึ่งเป็นโปรแกรม Optical Character Recognition (OCR) เพื่อแปลงภาพเอกสารที่นำเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้เครื่องสแกนเนอร์ให้เป็นข้อมูลที่เป็นตัวอักษรเพื่อให้จัดเก็บเป็น Text file ได้

ทั้งนี้ ข้อมูลที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์หรือข้อมูลที่มาจากอินเทอร์เน็ตนั้นมีข้อควรระวังทางด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลเนื่องจากข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตเผยแพร่ได้โดยไม่ต้องมีการรับประกันความถูกต้องใดๆ ผู้วิจัยได้ใช้หลักเกณฑ์ CARS ตามที่ Harris (2000) เสนอ หลักเกณฑ์นี้ประกอบด้วย **Credibility** คือดูความน่าเชื่อถือของผู้เขียน ดูว่าเว็บไซต์นั้นๆ จัดทำโดยองค์กรใด **Accuracy** คือดูความถูกต้องของข้อมูล ข้อมูลที่ดีควรระบุเวลาที่เผยแพร่เพื่อดูว่าข้อมูลทันสมัยหรือไม่ นอกจากนี้ ยังควรเป็นข้อมูลที่นำเสนอทุกแง่มุมของเรื่องนั้นๆ เพื่อรับประกันว่าข้อมูลนั้นเขียนโดยไม่มีอคติ **Reasonableness** คือดูว่าข้อมูลมีเหตุผลเพียงใด โดยดูจากน้ำเสียงของผู้เขียนและดูความเกี่ยวเนื่องของข้อมูล และ **Support** คือดูว่าข้อมูลนั้นมาจากแหล่งใด มีข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียนหรือไม่ และดูว่าข้อมูลนั้นไปในทางเดียวกับข้อมูลจากแหล่งอื่นหรือไม่ (<http://www.nhcc.edu/library/display.cfm?article=2000264>)

คลังข้อมูลภาษาที่ได้มาจากดวบท 27 ดวบท มีจำนวนคำทั้งสิ้น 217,183 คำ เป็นข้อมูลที่มาจากดวบทเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าโดยเฉพาะ มีคำศัพท์เฉพาะเรื่องอยู่หนาแน่น อีกทั้งมีเนื้อหาครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา รายละเอียดของดวบทมีดังนี้

รหัสอ้างอิง	TM01.TXT
ปีที่พิมพ์	2005
ชื่อเอกสาร	<i>2005 Trademark Law Handbook (Volume II)</i>
ชื่อผู้แต่ง	Rosemarie Christofolo และ Pier Luigi Roncaglia
จัดทำโดย	International Trademark Association
ข้อมูลโดยสรุป	สรุปตัวอย่างคดีเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าที่เกิดขึ้นทั่วโลก เนื้อหาแบ่งตามหัวข้อของเครื่องหมายการค้า เช่น Geographical Names และ Similarity of Marks
จำนวนคำ	57,267 คำ

รหัสอ้างอิง	TM02.TXT
ปีที่พิมพ์	1996
ชื่อเอกสาร	<i>A Practical Guide to Trade Mark Law</i>
ชื่อผู้แต่ง	Amanda Michaels
จัดทำโดย	สำนักพิมพ์ Sweet & Maxwell
ข้อมูลโดยสรุป	อธิบายกฎหมายเครื่องหมายการค้าของยุโรป ครอบคลุมเรื่องการจดทะเบียนได้และการละเมิด
จำนวนคำ	30,114 คำ

รหัสอ้างอิง	TM03.TXT
ปีที่พิมพ์	2001
ชื่อเอกสาร	<i>Intellectual Property: Patents, Trademarks, and Copyrights</i>
ชื่อผู้แต่ง	Richard Stim
จัดทำโดย	สำนักพิมพ์ Thomson Learning
ข้อมูลโดยสรุป	ครอบคลุมเนื้อหาทั้งเรื่องสิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์
จำนวนคำ	10,724 คำ

รหัสอ้างอิง	TM04.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.law.cornell.edu/supct/index.html http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode15/uscode15_00001127---000-.html
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a
ชื่อเรื่อง	Supreme Court Collection, US Code Collection
จัดทำโดย	มหาวิทยาลัย Cornell สหรัฐอเมริกา
ข้อมูลโดยสรุป	คำพิพากษาคดีเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าของศาลสูงสุดในสหรัฐอเมริกา และมาตรา 1127 ของ Lanham Trademark Act ซึ่งให้คำนิยามของเครื่องหมายรับรองและเครื่องหมายร่วม
จำนวนคำ	25,578 คำ

รหัสอ้างอิง	TM05.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.uspto.gov/index.html
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	6 มิถุนายน 2005
ชื่อเรื่อง	Trademarks
จัดทำโดย	United States Patent and Trademark Office
ข้อมูลโดยสรุป	ให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า เช่น อธิบายประเภทของเครื่องหมายการค้าและขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
จำนวนคำ	20,511 คำ

รหัสอ้างอิง	TM06.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.wipo.int
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	2006
ชื่อเรื่อง	IP for Business About Intellectual Property New Types of Marks WIPO Magazine Trademark Act B.E. 2534
จัดทำโดย	World Intellectual Property Organization
ข้อมูลโดยสรุป	บทความเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าซึ่งอธิบายศัพท์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า และพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ของประเทศไทยซึ่งแปลเป็นภาษาอังกฤษ
จำนวนคำ	21,153 คำ

รหัสอ้างอิง	TM07.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.bitlaw.com/
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a
ชื่อเรื่อง	Trademark Law in the United States
จัดทำโดย	บริษัทกฎหมาย Beck & Tysver
ข้อมูลโดยสรุป	อธิบายกฎหมายเครื่องหมายการค้าในสหรัฐอเมริกา
จำนวนคำ	23,347 คำ

รหัสอ้างอิง	TM08.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.canlii.org/ca/sta/t-13/whole.html
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a
ชื่อเรื่อง	Trade-marks Act
จัดทำโดย	Canadian Legal Information Institute
ข้อมูลโดยสรุป	พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าของประเทศแคนาดา
จำนวนคำ	1,718 คำ

รหัสอ้างอิง	TM09.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.delphilaw.com/filearchive/1/112/050110_Protection%20of%20trademark%20in%20China.pdf
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	ธันวาคม 2004
ชื่อเรื่อง	"Hand on China," have you prepared your trademark strategy?
จัดทำโดย	บริษัทกฎหมาย Delphi & Co
ข้อมูลโดยสรุป	ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในประเทศจีน
จำนวนคำ	734 คำ

รหัสอ้างอิง	TM10.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.ige.ch/faq/f03e.shtm
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	2007
ชื่อเรื่อง	Trademarks
จัดทำโดย	ของ Swiss Federal Institute of Intellectual Property
ข้อมูลโดยสรุป	อธิบายเรื่องเครื่องหมายการค้าโดยทั่วไป ซึ่งรวมถึงเรื่องเครื่องหมายการค้าแบบเสียง
จำนวนคำ	473 คำ

รหัสอ้างอิง	TM11.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.indlaw.com/guest/columns/default.asp?unconventionaltrademark
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a

ชื่อเรื่อง	Registration of Unconventional Trademarks in India
จัดทำโดย	บริษัท Indlaw Communications
ข้อมูลโดยสรุป	การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแบบใหม่ที่ประเทศอินเดีย
จำนวนคำ	1,197 คำ

รหัสอ้างอิง	TM12.TXT
ที่มาของข้อมูล	www.ipd.gov.hk/eng/intellectual_property/trademarks/registry/Shape%20marks.PDF
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	1 มกราคม 2007
ชื่อเรื่อง	Shape marks
จัดทำโดย	กรมทรัพย์สินทางปัญญาของเขตปกครองพิเศษ ฮองกง
ข้อมูลโดยสรุป	บทความเรื่อง Shape marks ซึ่งกล่าวถึงเครื่องหมายการค้าแบบสามมิติ
จำนวนคำ	1,225 คำ

รหัสอ้างอิง	TM13.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://symlaw.ac.in/doc/avantika.pdf
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	2006
ชื่อเรื่อง	Unconventional Trademark – Position in India
จัดทำโดย	มหาวิทยาลัย Symbiosis International University
ข้อมูลโดยสรุป	เครื่องหมายการค้าแบบใหม่ เน้นสถานการณ์ในประเทศอินเดีย
จำนวนคำ	3,150 คำ

รหัสอ้างอิง	TM14.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://blog.brettttrout.com/2007/02/collective-trademarks.html
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	21 กุมภาพันธ์ 2007
ชื่อเรื่อง	Collective Trademarks
จัดทำโดย	Brett J. Trout ผู้เชี่ยวชาญด้านสิทธิบัตร
ข้อมูลโดยสรุป	เครื่องหมายรวม

จำนวนคำ	250 คำ
---------	--------

รหัสอ้างอิง	TM15.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/gettext.pl?where=&lang=en&num=79939386T19030153&doc=T&ouvert=T&seance=ARRET
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	13 มิถุนายน 2006
ชื่อเรื่อง	Judgment of the Court of First Instance (Second Chamber)
จัดทำโดย	The Court of Justice of the European Communities
ข้อมูลโดยสรุป	บางส่วนของคำพิพากษาคดีระหว่าง Inex SA และ Office for Harmonisation in the Internal Market (OHIM) ซึ่งเป็นคดีเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกันจนอาจทำให้สาธารณชนสับสน
จำนวนคำ	563 คำ

รหัสอ้างอิง	TM16.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.inta.org
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	2006
ชื่อเรื่อง	Nontraditional Trademarks Protectability of Touch Marks Trademarks vs. Generic Terms
จัดทำโดย	International Trademark Association (INTA)
ข้อมูลโดยสรุป	บทความเรื่องเครื่องหมายการค้าแบบใหม่ เรื่องเครื่องหมายการค้าและคำสามัญ และคำตัดสินคดีเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าแบบสัมผัส
จำนวนคำ	2,697 คำ

รหัสอ้างอิง	TM17.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.ipthailand.org/en/index.php?option=com_content&task=view&id=114&Itemid=52

วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	4 พฤศจิกายน 2006
ชื่อเรื่อง	Registration Procedures
จัดทำโดย	กรมทรัพย์สินทางปัญญา ประเทศไทย
ข้อมูลโดยสรุป	ขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
จำนวนคำ	4,160 คำ

รหัสอ้างอิง	TM18.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://marklaw.com/
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a
ชื่อเรื่อง	How Do I Obtain Trademark Rights?
จัดทำโดย	บริษัทกฎหมาย Pliam Law Firm
ข้อมูลโดยสรุป	บทความเกี่ยวกับการเลือกเครื่องหมายการค้าที่จะนำมาจดทะเบียน และเรื่องความเหมือนกันจนทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิด
จำนวนคำ	1,825 คำ

รหัสอ้างอิง	TM19.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.patentstyret.no/no/Varemerke/Artikler/_om_varemerker/Taste_smell_and_sound/
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	17 มีนาคม 2004
ชื่อเรื่อง	Taste, smell and sound – Future Trademarks?
จัดทำโดย	Norwegian Patent Office
ข้อมูลโดยสรุป	บทความเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าแบบรส กลิ่น และเสียง
จำนวนคำ	1,039 คำ

รหัสอ้างอิง	TM20.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.tipo.gov.tw/eng/howto/procedures-t2.asp
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	26 กันยายน 2005
ชื่อเรื่อง	Trademark-Related Definitions
จัดทำโดย	หน่วยงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาของรัฐบาลไต้หวัน

ข้อมูลโดยสรุป	ให้คำนิยามของเครื่องหมายการค้าประเภทต่างๆ
จำนวนคำ	801 คำ

รหัสอ้างอิง	TM21.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.twobirds.com/english/publications/casereports/TM_Cases_for_May_2005.cfm?RenderForPrint=1 http://www.twobirds.com/english/publications/articles/Protection_for_nontraditional_trade_marks_in_Asia.cfm
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	31 พฤษภาคม 2005
ชื่อเรื่อง	Reported Trade Mark Cases for May 2005 Protection for Non-Traditional Trade Marks in Asia
จัดทำโดย	บริษัทกฎหมาย Bird & Bird
ข้อมูลโดยสรุป	คำพิพากษาคดีระหว่าง The Gillette Company และ OHIM และบทความเกี่ยวกับการคุ้มครองเครื่องหมายการค้าแบบใหม่ในเอเชีย
จำนวนคำ	786 คำ

รหัสอ้างอิง	TM22.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.ipo.gov.uk/tm/t-decisionmaking/t-law/t-law-pan/t-law-pan-pan1106.htm
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	25 พฤษภาคม 2006
ชื่อเรื่อง	Practice Amendment Notice
จัดทำโดย	UK Intellectual Property Office
ข้อมูลโดยสรุป	คำตัดสินคดีระหว่าง RTL Disney Fernsehen GmbH และ Finest Brands International Limited
จำนวนคำ	1,064 คำ

รหัสอ้างอิง	TM23.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.trademarkedge.com/info/confuse.htm

วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a
ชื่อเรื่อง	Trademark Confusion
จัดทำโดย	มหาวิทยาลัย Cornell สหรัฐอเมริกา
ข้อมูลโดยสรุป	บทความเกี่ยวกับความสับสนในความเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า
จำนวนคำ	786 คำ

รหัสอ้างอิง	TM24.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.lawyersweekly.ca/index.php?section=article&articleid=229
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a
ชื่อเรื่อง	Poppy trade-mark argument reveals unique amalgam of rights
จัดทำโดย	<i>The Lawyers Weekly</i>
ข้อมูลโดยสรุป	ข้อถกเถียงเรื่องเครื่องหมายต้องห้ามในประเทศแคนาดา
จำนวนคำ	992 คำ

รหัสอ้างอิง	TM25.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.trademarkscanada.ca/designmarks.html
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a
ชื่อเรื่อง	Word marks and design marks
จัดทำโดย	Business Names Unlimited Ltd. บริษัทให้คำปรึกษาด้านกฎหมายในประเทศแคนาดา
ข้อมูลโดยสรุป	ประเภทเครื่องหมายการค้าในประเทศแคนาดา
จำนวนคำ	264 คำ

รหัสอ้างอิง	TM26.TXT
ที่มาของข้อมูล	http://www.apisithalliance.com/summaryOfIPLawInANutshell.htm
วันที่ปรับปรุงแหล่งข้อมูล	n/a
ชื่อเรื่อง	Summary of IP Law in a nutshell

จัดทำโดย	Apisith & Alliance บริษัทกฎหมายในประเทศไทย
ข้อมูลโดยสรุป	การคัดค้านคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า
จำนวนคำ	135 คำ

3.5 การดึงศัพท์จากคลังข้อมูลภาษา

ศัพท์ (Term) หมายถึงคำที่ใช้อ้างถึงมโนทัศน์ (Concept) หนึ่งๆ ที่อยู่ในสาขาวิชาความรู้เฉพาะด้าน ประมวลศัพท์สร้างโดยการรวบรวมศัพท์เหล่านี้ (Sager, 1990: 19)

การดึงศัพท์ (Extraction) คือ การเลือกคำซึ่งพิจารณาแล้วว่าเป็นศัพท์เฉพาะสาขาที่ทำประมวลศัพท์ออกมาจากคลังข้อมูลภาษา ขั้นตอนนี้ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจะทำได้คล่องกว่าผู้ที่ไม่ใช่ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น เนื่องจากในคลังข้อมูลภาษาหนึ่งๆ นั้นประกอบด้วยทั้งคำศัพท์เฉพาะทางและคำทั่วไป การพิจารณาว่าคำใดเป็นศัพท์ คำใดไม่ใช่ เป็นเรื่องไม่ตายตัว ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของการประมวลศัพท์และผู้ใช้ประมวลศัพท์ อย่างไรก็ตาม มีตัวบ่งชี้ที่บอกว่าคำคำหนึ่งเป็นศัพท์ดังนี้

- วลีที่มีคำหนึ่งเป็นคำหลักและมีคำอื่นๆ วางเรียงลำดับอย่างเป็นระบบ เช่น Alternative Dispute Resolution, Intent to Use Application
- วลีที่เป็นศัพท์เฉพาะจะต้องไม่มีคำอื่นมาแทรกได้ เช่น เครื่องหมายการค้า ไม่ใช่ เครื่องหมายของการค้า Likelihood of dilution ไม่ใช่ Likelihood of the dilution
- วลีที่เป็นศัพท์เฉพาะจะต้องไม่มีส่วนอื่นมาขยาย เช่น Dominant portion of mark ไม่ใช่ Dominant portion of many marks
- ศัพท์มีคำที่มีความหมายพ้องกันได้ เช่น famous mark และ well-known mark
- ศัพท์มีคำที่มีความหมายตรงกันข้ามซึ่งอยู่ในสาขาวิชาเดียวกันได้ เช่น registrable vs. unregistrable
- วลีที่เป็นศัพท์จะเกิดขึ้นถี่เฉพาะในศัพท์เฉพาะสาขานั้นๆ เช่น คำว่า 'mark(s)' เกิดขึ้น 4,662 ครั้งจากคลังข้อมูลภาษาจำนวน 217,183 คำ
- ความหมายของวลีที่เป็นศัพท์ไม่สามารถเดาเอาจากคำใดคำหนึ่งของวลีนั้นได้ เช่น passing off ไม่ได้แปลว่า pass/pass off (Cabré, 1999: 137)

การดึงศัพท์เพื่อการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรม Concordancer for Windows Version 2.0 ในการหาความถี่ของคำที่อยู่ในคลังข้อมูล ภาษา จากนั้นจึงพิจารณาคำที่เป็นศัพท์เฉพาะด้านโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. สร้าง Word frequency list โดยเรียงลำดับตามความถี่ เนื่องจากคำที่เกิดขึ้นถี่ในศัพท์ในสาขาวิชาเฉพาะหนึ่งๆ มีโอกาสเป็นศัพท์เฉพาะในสาขานั้นสูงตามที่ Cabré ได้เสนอไว้
2. ตัดคำที่มีหน้าที่ทางไวยากรณ์ (Function word) ออก เช่น ตัวบ่งชี้ความชี้เฉพาะ/ไม่ชี้เฉพาะของคำนาม (a, an, the) คำบุพบท คำเชื่อม และคำสรรพนาม
3. ตัดคำที่มีความถี่น้อยกว่า 21 ครั้ง หรือร้อยละ 0.01 ออกเนื่องจากส่วนใหญ่เป็นคำทั่วไป
4. หาค่าปรากฏรวมของคำที่เหลือโดยพิจารณาข้อมูลอ้างอิงประกอบด้วย เพื่อไม่ให้พลาดวลีที่ศัพท์เฉพาะ เนื่องจากศัพท์ที่เป็นกลุ่มคำเมื่อปรากฏโดดๆ แล้วอาจเข้าใจได้ว่าเป็นคำทั่วไป เช่น likelihood แต่เมื่อดูความถี่ของการปรากฏร่วมกับคำอื่น เช่น confusion พบว่ามีวลี likelihood of confusion เกิดขึ้นถึง 100 ครั้ง วลี likelihood of confusion จึงน่าจะ เป็นศัพท์เฉพาะทาง
5. ค้นหากำจากโปรแกรม Concordancer โดยใช้คำกริยาที่ใช้ในการให้คำนิยามศัพท์ เช่น is, means, defined as เนื่องจากมีแนวโน้มว่าคำข้างหน้าตัวบ่งชี้เหล่านี้จะเป็นคำศัพท์ ซึ่งเป็นคำที่ต้องนิยาม เช่น Trademarks are generally distinctive symbols, pictures, or words that sellers affix to distinguish and identify the origin of their products.
6. ตรวจสอบว่าคำที่คัดเลือกไว้เป็นศัพท์เฉพาะทางหรือไม่โดยตรวจกับรายการศัพท์ที่เป็นข้อมูลอ้างอิงและสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญอีกชั้นหนึ่ง

เมื่อทำตามขั้นตอนดังกล่าวแล้วทำให้ได้ศัพท์สำหรับการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าจำนวน 50 คำ

บทที่ 4

การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ การบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น และการบันทึกข้อมูลศัพท์

บทนี้จะกล่าวถึงความหมายของมโนทัศน์ การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์ การทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น และการทำบันทึกข้อมูลศัพท์

4.1 ความหมายของมโนทัศน์

ศัพท์ ซึ่งเป็นหัวใจของการประมวลศัพท์ คือ สัญลักษณ์แทนมโนทัศน์ การสร้างมโนทัศน์เป็นกระบวนการจัดกลุ่มและเรียงลำดับสิ่งของที่เรารู้หรือจินตนาการถึง ซึ่งรวมทั้งที่จับต้องได้และไม่ได้ ให้เป็นหมวดหมู่ มนุษย์จัดหมวดหมู่สิ่งของที่มีลักษณะร่วมกัน ตัวอย่างเช่น เรียกสัตว์บางชนิดซึ่งมีลักษณะร่วมกันว่า “แมว” และจัดกลุ่มสิ่งของประเภทที่คล้ายกันเป็นหมวดหมู่ที่กว้างขึ้น เช่น จัดกลุ่มแมวและสุนัขในหมวดหมู่สัตว์ แยกประเภทสัตว์เลี้ยงและสัตว์ที่อยู่ในป่า และแบ่งประเภทสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต เราแบ่งสิ่งต่างๆ จากวัตถุที่เราสัมผัส รับรู้ หรือจินตนาการถึง และจากลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือมโนทัศน์ มโนทัศน์จึงหมายถึงสิ่งที่เกิดจากการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งใช้ในการจัดแบ่งประเภทวัตถุสิ่งของทุกอย่างอย่างเป็นระบบและไม่เป็นระบบ (Sager, 1990: 22)

เมื่อมีมโนทัศน์แล้ว มนุษย์ก็ตั้งชื่อหรือสร้างศัพท์เพื่อใช้เรียกมโนทัศน์นั้น ในการประมวลศัพท์ เราจึงต้องศึกษามโนทัศน์โดยอาศัยความรู้เกี่ยวกับสาขาวิชานั้นๆ แล้วจึงสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์เพื่อแสดงความสัมพันธ์ของชุดคำศัพท์

4.2 การสร้างมโนทัศน์สัมพันธ์

ศัพท์แต่ละคำในชุดคำศัพท์หนึ่งๆ ไม่ใช่หน่วยที่แยกออกจากกัน แต่เป็นส่วนประกอบของระบบภาษาเฉพาะทาง และพบในบริบทเกี่ยวกับสาขาเฉพาะทางที่เกิดขึ้นจริง ศัพท์คำหนึ่งๆ จะมีความสัมพันธ์กับศัพท์คำอื่นๆ ในสาขาเฉพาะทางนั้น

ความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ที่พบบ่อยในการประมวลศัพท์มีสามรูปแบบดังนี้ (Sager, 1990: 30-34)

1. ความสัมพันธ์แบบทั่วไป (Generic relationship) หรือความสัมพันธ์แบบ generic-specific เป็นความสัมพันธ์ที่แสดงลำดับชั้น กล่าวคือ แสดงความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ที่มาจากกลุ่มเดียวกันโดยมีมโนทัศน์ที่มีขอบเขตกว้างกว่าหรือมีความหมายทั่วๆ ไปมากกว่า (generic/superordinate) และมโนทัศน์ที่มีขอบเขตแคบกว่าหรือมี

ความหมายเฉพาะเจาะจงมากกว่า (specific/subordinate) ความสัมพันธ์แบบทั่วไป
อธิบายได้ดังนี้

X เป็น A ประเภทหนึ่ง
หรือ X, Y และ Z ต่างเป็น A ประเภทหนึ่ง
หรือ A มีมโนทัศน์เฉพาะเจาะจงเป็น X, Y และ Z
หรือ X เป็นประเภทย่อยของ A
ตัวอย่างเช่น ให้ A แทน สัตว์
X แทน สุนัข
Y แทน แมว
และ Z แทน นก

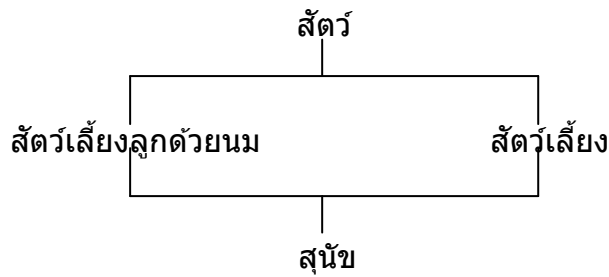
อธิบายความสัมพันธ์ได้ว่า สุนัข แมว และนก ต่างเป็นสัตว์ประเภทหนึ่ง
ความสัมพันธ์แบบนี้กลับกันไม่ได้ กล่าวคือ สุนัข แมว และนก ต่างมีคุณลักษณะเป็นสัตว์
แต่สัตว์ไม่สามารถอธิบายด้วยมโนทัศน์สุนัข แมว และนกได้ เนื่องจากมีสัตว์ชนิดอื่นอยู่
อีกมาก นอกจากนี้ สุนัข แมว และนกต่างมีคุณลักษณะของสัตว์ครบถ้วน แต่มีอย่างน้อย
คุณลักษณะใดคุณลักษณะหนึ่งที่แตกต่างกัน คุณลักษณะที่มโนทัศน์ที่มีขอบเขตแคบ
กว่า เช่น สุนัขและแมว มีร่วมกันนั้นอธิบายได้ด้วยมโนทัศน์ 'สัตว์' ส่วนคุณลักษณะที่
ต่างกัน ในที่นี้คือรูปร่างลักษณะ เป็นต้น เป็นคุณลักษณะเฉพาะของมโนทัศน์ที่มี
ขอบเขตแคบกว่าเท่านั้น

2. ความสัมพันธ์แบบส่วนประกอบ (Partitive relationship) หรือความสัมพันธ์
แบบ whole-part เป็นความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ที่ประกอบด้วยส่วนประกอบมากกว่า
หนึ่งส่วน ความสัมพันธ์แบบส่วนประกอบอธิบายได้ดังนี้

X เป็นส่วนประกอบของ Y
หรือ X, Y และ Z เป็นส่วนประกอบของ A
หรือ A มีส่วนประกอบคือ X
หรือ A มีส่วนประกอบคือ X Y และ Z

ตัวอย่างเช่น นาฬิกาข้อมือ ประกอบด้วยตัวเรือน เข็มนาฬิกา หน้าปัทม์ และสาย
นาฬิกา กล่าวอีกนัยหนึ่ง ตัวเรือน เข็มนาฬิกา หน้าปัทม์ และสายนาฬิกาเป็น
ส่วนประกอบของนาฬิกาข้อมือ

3. ความสัมพันธ์แบบหลายขั้ว (Polyvalent relationship) เกิดขึ้นเมื่อมโนทัศน์
หนึ่งมีความสัมพันธ์แบบลำดับชั้นมากกว่าหนึ่งลำดับชั้น เช่น



รูปนี้แสดงให้เห็นว่า 'สุนัข' เป็นทั้ง 'สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม' และ 'สัตว์เลี้ยง' นอกจากนี้ มโนทัศน์ที่มีความสัมพันธ์แบบซับซ้อน (Complex relationship) ซึ่งไม่สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยโครงสร้างแบบทั่วไปและแบบส่วนประกอบก็มีให้เห็นอยู่บ่อยครั้ง ตัวอย่างความสัมพันธ์แบบซับซ้อน เช่น

- | | |
|--------------------------|-------------------------|
| cause – effect | ไฟไหม้ – ควัน |
| material – product | ด้าย – ผ้า |
| material – property | น้ำแข็ง – เย็น |
| process – product | กลั่นน้ำมัน – น้ำมัน |
| process – instrument | ตัด – กรรไกร |
| phenomenon – measurement | น้ำหนัก – กิโลกรัม |
| object – counteragent | เชื้อรา – ยาฆ่าเชื้อรา |
| object – container | น้ำ – ขวด |
| object – material | ขวด – แก้ว |
| activity – place | เรียนหนังสือ – โรงเรียน |

ในการประมวลศัพท์เครื่องหมายการค้านี้ได้ใช้รูปแบบความสัมพันธ์ของมโนทัศน์ทั้งหมด 10 รูปแบบ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

รหัสเรียก	รูปแบบความสัมพันธ์	คำอธิบาย
AC	Action – Consequence	แสดงความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์หนึ่งซึ่งเป็นการกระทำก่อให้เกิดผลอย่างหนึ่ง เช่น เมื่อ นายทะเบียนมีคำสั่งปฏิเสธไม่รับจดทะเบียน <u>เครื่องหมายการค้า</u> ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนสามารถ <u>อุทธรณ์คำสั่ง</u> นายทะเบียนได้
APd	Action – Product	แสดงความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์หนึ่งเป็นการกระทำซึ่งทำให้เกิดผลิตผลหนึ่ง เช่น <u>การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า</u> ทำให้ได้ <u>เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน</u>

CE	Cause - Effect	แสดงความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์หนึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดอีกรมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <u>ความคล้ายคลึงกันด้านรูปลักษณะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดความคล้ายคลึงกันจนอาจทำให้เกิดความสับสนหลงผิด</u>
GS	Generic – Specific	แสดงความสัมพันธ์แบบมีลำดับชั้น กล่าวคือ มโนทัศน์หนึ่งเป็นประเภทย่อยของอีกรมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <u>เครื่องหมาย แบ่งออกได้เป็น เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และเครื่องหมายร่วม</u>
OA	Object – Action	แสดงความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์หนึ่งกับการกระทำที่เกิดกับมโนทัศน์นั้นได้ เช่น <u>เมื่อทะเบียนเครื่องหมายการค้าหมดอายุ เจ้าของทะเบียนต้องต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายนั้น</u>
OP	Object – Property	แสดงความสัมพันธ์ของมโนทัศน์หนึ่งกับคุณสมบัติของมโนทัศน์นั้น เช่น <u>เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนทำให้เจ้าของเครื่องหมายมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายนั้น</u>
OR	Object – Requirement	แสดงความสัมพันธ์ของมโนทัศน์หนึ่งและข้อบังคับของมโนทัศน์นั้น เช่น <u>เจ้าของเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนต้องมีการใช้เครื่องหมายโดยสุจริตเพื่อคงความคุ้มครองเครื่องหมายนั้น</u>
QA	Qualification – Action	แสดงความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์หนึ่งซึ่งเป็นคุณสมบัติที่บุคคลหนึ่งมี ทำให้เกิดการกระทำหนึ่ง เช่น <u>ผู้ที่เห็นว่าตนมีสิทธิดีกว่าผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสามารถยื่นคำคัดค้านคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้</u>
SO	Status indicator – Object	แสดงความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์หนึ่งเป็นตัวบอกระยะสถานะของอีกรมโนทัศน์หนึ่ง เช่น

		ทะเบียนเครื่องหมายการค้า เป็นสิ่งที่บอกสถานะของเครื่องหมายการค้าว่าเครื่องหมายนั้นได้รับการจดทะเบียนแล้ว
WP	Whole – Part	แสดงความสัมพันธ์ที่มโนทัศน์หนึ่งเป็นส่วนประกอบของอีกมโนทัศน์หนึ่ง เช่น <u>การมีลักษณะบ่งเฉพาะเป็นเงื่อนไขหนึ่งของการมีลักษณะที่จดทะเบียนได้</u>

4.2 การทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นเป็นเอกสารสนับสนุนประเภทหนึ่งซึ่งบอกรายละเอียดของคำศัพท์ที่ดึงมาจากคลังข้อมูลภาษา

บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นของการประมวลศัพท์เครื่องหมายการค้านี้มีรายละเอียดดังนี้

Concept:	ERxx
English term(s):	
Thai term(s):	
Feature:	
Conceptual relation:	
Extractions:	

1. **Concept** แสดงมโนทัศน์ที่กล่าวถึง
2. **Number of record** หรือหมายเลขบันทึก สำหรับการประมวลศัพท์เครื่องหมายการค้าครั้งนี้ใช้ว่า ER ซึ่งย่อมาจาก Extraction Record แล้วตามด้วยลำดับของมโนทัศน์ โดยเริ่มจาก ER01 ไปจนถึง ER50
3. **English term(s)** แสดงศัพท์ภาษาอังกฤษ มโนทัศน์หนึ่งอาจมีคำเรียกได้หลายคำ เช่น acquired distinctiveness, secondary meaning

และ distinctiveness through use ต่างเป็นคำที่ใช้เรียกมโนทัศน์เดียวกัน คือ ACQUIRED DISTINCTIVENESS

4. **Thai term(s)** แสดงศัพท์เทียบเท่าภาษาไทยตามที่พบในหนังสือหรือเอกสารอ้างอิง หรือสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ
 5. **Feature** แสดงความหมายของศัพท์โดยสรุป โดยวิเคราะห์และอ้างอิงบริบทที่พบในคลังข้อมูลภาษา
 6. **Conceptual relation** แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์อื่น
 7. **Extractions** แสดงบริบทของศัพท์ที่พบในคลังข้อมูลภาษา โดยจะบันทึกเป็นประโยคสมบูรณ์เพื่อให้ผู้ใช้ประมวลศัพท์ได้เห็นตัวอย่างการใช้ศัพท์อย่างชัดเจน พร้อมระบุที่มาของบริบทนั้นๆ สำหรับการดึงบริบทจากคลังข้อมูลภาษา ผู้วิจัยใช้คำสั่ง Word search ในโปรแกรม Concordancer for Windows Version 2.0 แล้วคัดเลือกบริบทซึ่งแบ่งเป็นสามประเภทตามที่ Cabré กล่าวไว้ (Cabré, 1999: 138) คือ
 - Testimonial context เป็นบริบทที่แสดงให้เห็นการใช้ศัพท์แต่ไม่ได้ให้ข้อมูลอื่นใดของศัพท์นั้น เช่น Whether the term is registrable is now a heatedly discussed topic among legal scholars and practitioners.
 - Defining context เป็นบริบทที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความหมายของศัพท์ เช่น For a color to be registrable as a trademark, the color cannot serve a functional purpose and cannot have some logical relationship to the goods.
 - Metalinguistic context เป็นบริบทที่ให้ข้อมูลของศัพท์ในฐานะที่เป็นหน่วยทางภาษา เช่น This acquired distinctiveness is generally called secondary meaning.
- Cabré กล่าวไว้ว่าบริบทแบบที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการประมวลศัพท์คือแบบ Defining context (Cabré, 1999: 139)

4.2 การทำบันทึกข้อมูลศัพท์

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากคลังข้อมูลภาษามาทันทีไว้ในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นแล้ว ขั้นตอนต่อมาในการประมวลศัพท์เครื่องหมายการค้าก็คือการทำบันทึกข้อมูลศัพท์ Sager ได้แบ่งประเภทข้อมูลพื้นฐาน (Basic data category) ที่บันทึกไว้ในบันทึกข้อมูลศัพท์ไว้ดังนี้ (Sager, 1990: 143)

- 1) ข้อมูลอ้างอิงซึ่งแสดงข้อมูลดิบที่ได้จากคลังข้อมูลภาษา ข้อมูลนี้เป็นแหล่งข้อมูลของคำนิยาม คำศัพท์ และบริบทที่บันทึกในบันทึกข้อมูลศัพท์
- 2) ศัพท์ อาจเป็นศัพท์ที่แท้จริง เป็นเพียงคำที่ใช้เรียกมโนทัศน์ หรือเป็นทั้งศัพท์ที่แท้จริงและคำที่ใช้เรียกแทนมโนทัศน์นั้นๆ ก็ได้
- 3) รูปภาษาและมโนทัศน์ของศัพท์ ได้แก่ นิยาม ประเภทศัพท์ บันทึกการใช้งาน และมโนทัศน์อื่นที่เชื่อมโยงกัน
- 4) ข้อมูลทางภาษาศาสตร์ของศัพท์ เช่น รูปศัพท์อื่นที่ใช้แทนมโนทัศน์เดียวกันและตัวย่อ
- 5) ตัวอย่างการใช้ศัพท์ในบริบทจริง
- 6) ข้อมูลจัดระบบ เช่น หมายเลขบันทึกศัพท์
- 7) คำในภาษาต่างประเทศที่มีความหมายเหมือนกัน

สำหรับบันทึกข้อมูลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลต่างๆ ดังต่อไปนี้

English term:	TRxx
Thai term:	
Grammatical category:	Subject field:
Definition:	
Illustration:	
Note:	
Linguistic specification:	
Cross-reference:	

1. **English term** เป็นคำภาษาอังกฤษที่เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดที่ใช้เรียกแทนมโนทัศน์นั้นๆ ในที่นี้ ผู้วิจัยเลือกคำที่มีความถี่มากที่สุด คลังข้อมูลภาษา เนื่องจากน่าจะเป็นคำที่ผู้ใช้งานจริงคุ้นเคยมากที่สุด และใช้มากที่สุดในบรรดาคำที่ใช้สื่อมโนทัศน์เดียวกัน เช่น มโนทัศน์ THREE-DIMENSIONAL MARK มีคำที่ใช้เรียกแทนมโนทัศน์นี้ได้ 4 คำ คือ three-dimensional mark, three-dimensional trademark, shape

mark และ shape trademark โดยมีความถี่ 32 8 9 และ 1 ตามลำดับ ผู้วิจัยจึงเลือก three-dimensional mark เป็นตัวแทนของมโนทัศน์นี้

2. **Number of record** หมายถึงหมายเลขบันทึกของมโนทัศน์ ในที่นี้ ผู้วิจัยให้ขึ้นต้นด้วย TR (Terminological Record) แล้วตามด้วย หมายเลขเรียงลำดับกันไป โดยเริ่มจาก TR01 ไปจนถึง TR50

3. **Thai term** เป็นศัพท์ภาษาไทยเทียบเคียงที่พบว่ามีการใช้แทนมโนทัศน์นั้นๆ โดยอ้างอิงจากหนังสือ ผู้ใช้มักคุ้นเคยกับศัพท์เหล่านี้ดีอยู่แล้ว และทราบว่าเป็นคำที่ใช้แทนมโนทัศน์ใด สังเกตได้จากการที่มีการใช้ศัพท์ภาษาไทยเดียวกันจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่ง เช่น มโนทัศน์ TRADEMARK, SERVICE MARK, CERTIFICATION MARK และ COLLECTIVE MARK มีคำในภาษาไทยที่เรียกแทนมโนทัศน์นี้ว่า เครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และ เครื่องหมายร่วม ตามลำดับ

สำหรับมโนทัศน์ที่ยังไม่มีคำภาษาไทยที่สื่อถึง ผู้วิจัยจะบัญญัติศัพท์ขึ้นมาใหม่โดยการแปลและสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ

4. **Grammatical category** หมายถึง ประเภททางไวยากรณ์ของศัพท์ ในที่นี้ มีประเภททางไวยากรณ์ประเภทเดียวคือ คำนาม

5. **Subject field** หมายถึงหมวดเรื่องซึ่งพบศัพท์นั้น เช่น traditional mark มาจากหมวดเรื่อง mark

6. **Definition** เป็นคำนิยามหรือคำอธิบายมโนทัศน์ ซึ่งต้องเป็นประโยคที่มีใจความสมบูรณ์ (Cabré, 1999: 141)

Cabré แบ่งคำนิยามออกเป็นสองประเภท คือ Intensional definition และ Extensional definition

Intensional definition หมายถึง คำนิยามที่กล่าวถึงลักษณะต่างๆ ของมโนทัศน์ ส่วน Extensional definition หมายถึง คำนิยามที่แจกแจงสิ่งที่มโนทัศน์สื่อถึง (Cabré, 1999: 105)

Cabré กล่าวว่าคำนิยามต้องอธิบายมโนทัศน์และแสดงให้เห็นความแตกต่างของมโนทัศน์หนึ่งกับมโนทัศน์อื่น นอกจากนี้ยังต้องแสดงความสัมพันธ์กับมโนทัศน์อื่นที่เกี่ยวข้องกัน แสดงตำแหน่งของมโนทัศน์ในเครือข่ายมโนทัศน์สัมพันธ์ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการประมวลศัพท์ด้วย (Cabré, 1999: 106)

ในการประมวลศัพท์ครั้งนี้ ผู้วิจัยเขียนคำนิยามโดยศึกษาบริบทของศัพท์ โดยเฉพาะบริบทแบบ defining ซึ่งให้ความหมายของศัพท์ ศึกษาข้อมูลอ้างอิงอื่นๆ ได้แก่ พจนานุกรมและพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้ได้คำนิยามที่ถูกต้องและเข้าใจง่าย เหมาะสมกับผู้อ่านกลุ่มเป้าหมาย

7. **Illustration** หมายถึงตัวอย่างการใช้งานจริงของศัพท์ซึ่งได้จากคลังข้อมูล ตัวอย่างในบันทึกข้อมูลศัพท์อาจไม่ใช่ Defining context เช่นเดียวกับบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น เนื่องจากตัวอย่างในบันทึกข้อมูลศัพท์นี้ไม่ได้นำมาใช้เป็นบริบทในการหาความหมายเช่นในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น แต่เป็นตัวอย่างที่แสดงการใช้งานจริงของศัพท์
8. **Note** ได้แก่ ข้อมูลอธิบายศัพท์เพิ่มเติมนอกเหนือจากคำนิยามซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าจำเป็นต้องกล่าวถึง
9. **Linguistic specification** หมายถึงรูปศัพท์อื่นๆ ที่พบซึ่งสัมพันธ์กับศัพท์นั้นๆ ในที่นี้แบ่งเป็นคำเหมือน (Synonym) และคำตรงข้าม (Antonym)
10. **Cross-reference** ได้แก่ ศัพท์อื่นที่เกี่ยวข้องกับศัพท์นั้นๆ ซึ่งช่วยอธิบายมโนทัศน์ของศัพท์หลัก

บทที่ 5

บทสรุป

ประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาทฤษฎีศัพท์วิทยาและนำความรู้ดังกล่าวมาใช้ทำประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าอย่างเป็นระบบ โดยมีขั้นตอนดังนี้คือ การสร้างคลังข้อมูล การศึกษาค้นข้อมูลและดึงศัพท์เพื่อจัดทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น การวิเคราะห์หมโนทัศน์สัมพันธ์ และการสร้างบันทึกข้อมูลศัพท์ประมวลศัพท์ที่ได้นี้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับนักแปลได้

ในการประมวลศัพท์ครั้งนี้ ผู้วิจัยพบปัญหาและข้อจำกัดหลายประการ ดังจะได้อภิปรายต่อไปนี้

ปัญหาในขั้นตอนการเลือกและเก็บข้อมูล

- *ซอฟต์แวร์แปลงเอกสารแบบ PDF เป็นไฟล์ตัวอักษร* ข้อมูลที่ใช้ในการประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าในครั้งนี้มีทั้งแบบที่เป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์และเอกสารจากกระดาษ สำหรับเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นไฟล์ข้อความ (text file) อยู่แล้วนั้นสามารถนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม Concordancer for Windows ได้ทันที แต่เอกสารจากกระดาษและเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสกุล PDF จะต้องใช้ซอฟต์แวร์แปลงเอกสารสกุล PDF ให้เป็นไฟล์ข้อความก่อน ซอฟต์แวร์ที่ว่ามีอยู่มากมาย มีคุณภาพต่างกันไป ผู้วิจัยเลือกใช้โปรแกรม SimpleOCR แต่เมื่อแปลงเอกสารเป็นแบบตัวอักษรแล้วพบว่าตัวอักษรส่วนมากผิดไป ไม่ตรงกับเอกสารต้นฉบับ เมื่อปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาแล้วจึงได้เปลี่ยนไปใช้ซอฟต์แวร์อื่น คือ ABBYY FineReady 8.0 Professional Edition ซอฟต์แวร์นี้แก้ปัญหาที่กล่าวมาได้ค่อนข้างมาก แต่ก็ยังมีข้อผิดพลาดอยู่บ้าง ผู้วิจัยจึงต้องตรวจสอบข้อมูลให้ตรงกับเอกสารต้นฉบับเพื่อให้แน่ใจว่าได้ข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์
- *การเลือกข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต* ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ข้อมูลที่ใช้ในการประมวลศัพท์ครั้งนี้มีแบบที่เป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ หรือเป็นข้อมูลที่ได้จากอินเทอร์เน็ตด้วย มีเว็บไซต์มากมายที่เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า แต่ก็มีเว็บไซต์จำนวนไม่น้อยที่ไม่แหล่งที่มาของข้อมูลให้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงตัดสินใจเลือกแต่ข้อมูลที่มาจากเว็บไซต์ขององค์กรที่เป็นที่รู้จัก เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทย องค์กรทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization) เว็บไซต์ของบริษัท

กฎหมาย และบทความที่เขียนโดยนักกฎหมาย วิธีนี้ทำให้มีข้อมูลจำนวนมากที่ผู้วิจัยต้องตัดทิ้งเนื่องจากขาดคุณสมบัติด้านความน่าเชื่อถือ และใช้เวลามากขึ้นในการเลือกข้อมูล

ปัญหาในขั้นตอนการทำบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

- *การดึงศัพท์* ผู้วิจัยมีความรู้เรื่องเครื่องหมายการค้าไม่ดีพอที่จะแยกแยะศัพท์เฉพาะด้านได้ และไม่แน่ใจว่าจะเลือกคำใดให้เป็นตัวแทนของมโนทัศน์นั้นๆ ในกรณีที่มีคำหลายคำที่ใช้เรียกมโนทัศน์หนึ่ง ทำให้มีปัญหาในการเลือกศัพท์ นอกจากนี้ กฎหมายเครื่องหมายการค้าของแต่ละประเทศมีรายละเอียดต่างกันไปบ้าง ทำให้มีศัพท์จำนวนหนึ่งที่ไม่มีในกฎหมายไทย แต่มีในต่างประเทศ เช่น ในบางประเทศมีการแบ่งประเภทเครื่องหมายร่วมเป็นเครื่องหมายร่วมที่เป็นเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายร่วมที่เป็นเครื่องหมายบริการ และเครื่องหมายร่วมที่ใช้บอกสมาชิกภาพ แต่สำหรับในประเทศไทย มีคำคำเดียวที่ใช้แทนศัพท์ทั้งสามคำนี้ คือ เครื่องหมายร่วม วิธีแก้ปัญหานี้คือหาความรู้เพิ่มเติมเอง และขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ
- *การเลือกบริบทศัพท์ในคลังข้อมูลภาษา* บริบทที่จะนำมาแสดงในบันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้นควรเป็นบริบทประเภท defining context ซึ่งเป็นบริบทที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความหมายของศัพท์ แต่เมื่อค้นหาบริบทโดยใช้คำสั่ง Word search และ Advanced word search ในโปรแกรม Concordancer for Windows ก็พบว่าไม่มีบางมโนทัศน์ที่หาบริบทแบบ defining หรือแม้แต่แบบ Metalinguistic ไม่ได้ ผู้วิจัยแก้ปัญหานี้โดยการหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตมาใส่ในคลังข้อมูลภาษาเพิ่มเติม แต่หากหาไม่ได้ ก็จะเลือกใช้บริบทแบบ Testimonial context ซึ่งเป็นบริบทที่แสดงให้เห็นการใช้ศัพท์แทน

ปัญหาในขั้นตอนการเขียนศัพท์เทียบเคียงภาษาไทย

การเขียนศัพท์เทียบเคียงภาษาไทย ดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นว่ากฎหมายเครื่องหมายการค้าในแต่ละประเทศอาจแตกต่างกันบ้าง ทำให้มีบางคำที่กฎหมายไทยไม่มีคำเรียก เช่น ในปัจจุบัน พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าของประเทศไทยยังไม่ได้ให้ความคุ้มครองเครื่องหมายที่มองเห็นไม่ได้ จะคุ้มครองเครื่องหมายเพียง 4 ลักษณะ ได้แก่ เครื่องหมายคำ เครื่องหมายรูป กลุ่มของสี และเครื่องหมายสามมิติ ในขณะที่กฎหมายบางประเทศคุ้มครองเครื่องหมายที่นอกเหนือจากเครื่องหมาย 4 ประเภท

ดังกล่าวแล้ว เช่น เครื่องหมายเสียง เครื่องหมายกลืน และเครื่องหมาย
รส นอกจากนี้ ยังไม่มีคำไทยที่ใช้เรียกประเภทเครื่องหมายตามระดับ
ความบ่งชี้เฉพาะอย่างที่แตกต่างกัน ปัญหาที่ ผู้วิจัยแก้ไขโดยการแปล
ศัพท์ตามความหมายทั่วไปของศัพท์นั้น โดยขอคำแนะนำจาก
ผู้เชี่ยวชาญ

ข้อสรุป

ความรู้เรื่องเครื่องหมายการค้าประกอบด้วยศัพท์เฉพาะที่ไม่สามารถพบ
คำอธิบายได้จากพจนานุกรมทั่วไป หรือแม้แต่ในพจนานุกรมเฉพาะทางที่มีอยู่ในปัจจุบัน
ได้ การประมวลศัพท์ครั้งนี้ทำให้ได้ชุดศัพท์เฉพาะด้านซึ่งผู้วิจัยหวังว่าจะเป็นแหล่ง
อ้างอิงให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะนักแปลเอกสารกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องหมาย
การค้า เพื่อให้ใช้คำไทยเรียกศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าได้ตรงกัน

อย่างไรก็ตาม ประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้าอาจมีข้อบกพร่องอยู่ คือ
ประมวลศัพท์นี้ไม่ได้ครอบคลุมเนื้อหาเรื่องเครื่องหมายการค้าในทุกด้าน กล่าวคือ ไม่ได้
ครอบคลุมเรื่องการบังคับใช้กฎหมาย เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องเวลา นอกจากนี้ เรื่อง
เครื่องหมายการค้า หรือรวมทั้งทรัพย์สินทางปัญญา นับว่าเป็นเรื่องใหม่ซึ่งยังมีการ
พัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ประมวลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้จึงควรต้องได้รับการ
ปรับปรุงให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่องด้วย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ธัชชัย ศุภผลศิริ. คำอธิบายกฎหมายเครื่องหมายการค้า พร้อมด้วยพระราชบัญญัติ
เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534. กรุงเทพมหานคร: นิติธรรม, 2536.
- ไมตรี สุเทพากุล. "สรุปกฎหมายเครื่องหมายการค้า." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
www.lawonline.co.th/Document/d016.doc.
- ราชบัณฑิตยสถาน. ศัพท์บัญญัติ อังกฤษ-ไทย ไทย-อังกฤษ. พิมพ์ครั้งที่ 6.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2530.
- วัส ดิงสมิตร. เครื่องหมายการค้า: ตัวอย่างพร้อมข้อสังเกตเรียงตามมาตราและคำ
พิพากษาศาลฎีกา. กรุงเทพมหานคร: นิติธรรม, 2542.
- วิชัย อริยะนันทกะ. "ข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับกฎหมายเครื่องหมายการค้าและการ
ป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม." [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
www.judiciary.go.th/~library/intellectual2.doc.
- วิโรจน์ อรุณมานะกุล. ภาษาศาสตร์คลังข้อมูล. กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่
ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- อุดมศรี นาทีกาญจนลาภ. ประมวลศัพท์และอธิบายความหมายทรัพย์สินทางปัญญา
อังกฤษ-ไทย. กรุงเทพมหานคร: อเบโนการพิมพ์, 2547.

ภาษาอังกฤษ

- Cabré, M. Teresa. Terminology: Theory, Methods, and Applications.
Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing, 1999.
- Pearson, Jennifer. Terms in Context. Amsterdam/Philadelphia: John
Benjamins Publishing, 1998.
- Rey, Alain. Essay on Terminology. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins
Publishing, 1995.
- Sager, Juan C. A Practical Course in Terminology Processing. Amsterdam/
Philadelphia: John Benjamins Publishing, 1990.

ภาคผนวก ก

รายละเอียดข้อมูลในคลังข้อมูลภาษา

รายละเอียดข้อมูลในคลังข้อมูลภาษา

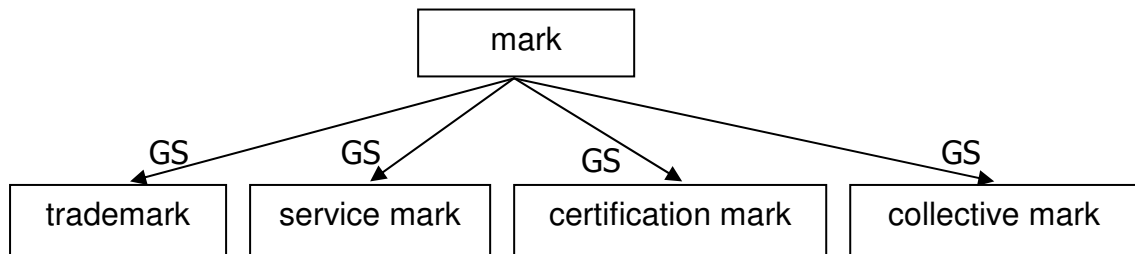
รหัสอ้างอิง	ที่มาของเอกสาร	จำนวน คำ
TM01.TXT	<i>2005 Trademark Law Handbook (Volume II)</i>	57,267
TM02.TXT	<i>A Practical Guide to Trade Mark Law</i>	30,114
TM03.TXT	<i>Intellectual Property: Patents, Trademarks, and Copyrights</i>	10,724
TM04.TXT	http://www.law.cornell.edu/supct/index.html http://www.law.cornell.edu/uscode/html/uscode15/uscode15_sc_sec_15_00001127----000-.html	25,578
TM05.TXT	http://www.uspto.gov/index.html	20,511
TM06.TXT	http://www.wipo.int	21,153
TM07.TXT	http://www.bitlaw.com/	23,347
TM08.TXT	http://www.canlii.org/ca/sta/t-13/whole.html	1,718
TM09.TXT	http://www.delphilaw.com/filearchive/1/112/050110_Protection%20of%20trademark%20in%20China.pdf	734
TM10.TXT	http://www.ige.ch/faq/f03e.shtm	473
TM11.TXT	http://www.indlaw.com/guest/columns/default.asp?unconventionaltrademark	1,197
TM12.TXT	www.ipd.gov.hk/eng/intellectual_property/trademarks/registry/Shape%20marks.PDF	1,225
TM13.TXT	http://symlaw.ac.in/doc/avantika.pdf	3,150
TM14.TXT	http://blog.bretttrout.com/2007/02/collective-trademarks.html	250
TM15.TXT	http://curia.europa.eu/jurisp/cgi-bin/gettext.pl?where=&lang=en&num=79939386T19030153&doc=T&ouvert=T&seance=ARRET	563
TM16.TXT	http://www.inta.org	2,697

TM17.TXT	http://www.ipthailand.org/en/index.php?option=com_content&task=view&id=114&Itemid=52	4,160
TM18.TXT	http://marklaw.com/	1,825
TM19.TXT	http://www.patentstyret.no/no/Varemerke/Artikler_om_varemerker/Taste smell and sound/	1,039
TM20.TXT	http://www.tipo.gov.tw/eng/howto/procedures-t2.asp	801
TM21.TXT	http://www.twobirds.com/english/publications/casereports/TM Cases for May 2005.cfm?RenderForPrint=1 http://www.twobirds.com/english/publications/articles/Protection for nontraditional trade marks in Asia.cfm	786
TM22.TXT	http://www.ipo.gov.uk/tm/t-decisionmaking/t-law/t-law-pan/t-law-pan-pan1106.htm	1,064
TM23.TXT	http://www.trademarkedge.com/info/confuse.htm	786
TM24.TXT	http://www.lawyersweekly.ca/index.php?section=article&articleid=229	992
TM25.TXT	http://www.trademarkscanada.ca/designmarks.html	264
TM26.TXT	http://www.apisithalliance.com/summaryOfIPLawInANutshell.htm	135

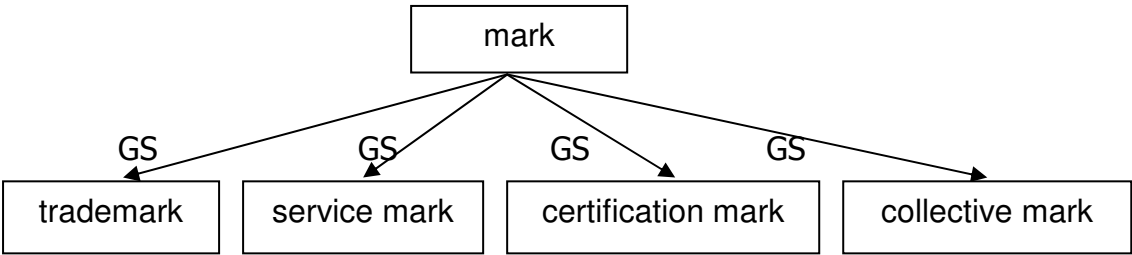
ภาคผนวก ข

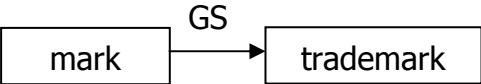
บันทึกข้อมูลศัพท์เบื้องต้น

แผนภูมิโน้ตส์สัมพันธ์หมวดเรื่องประเภทเครื่องหมายการค้า
(แบ่งตามลักษณะ)

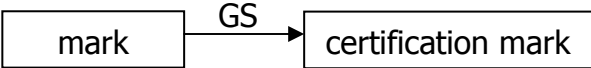


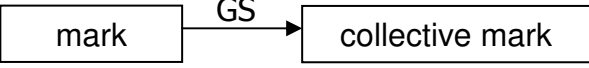
GS = General-Specific

Concept: MARK	ER01
English term(s): mark (noun), trademark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมาย [ศัพท์บัญญัติราชบัณฑิตยสถาน]	
<p>Feature: เครื่องหมาย หมายถึง คำ คำโฆษณา สัญลักษณ์ ภาพประติษฐ์ หรือสิ่งเหล่านี้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน ใช้เพื่อแสดงให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น เครื่องหมายที่มีลักษณะบ่งเฉพาะสามารถใช้เป็นเครื่องหมายการค้าได้ โดยทั่วไปแบ่งตามประเภทของเครื่องหมายได้เป็นเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และเครื่องหมายร่วม</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph TD mark[mark] -- GS --> trademark[trademark] mark -- GS --> service[service mark] mark -- GS --> cert[certification mark] mark -- GS --> collective[collective mark] </pre>	
<p>Extractions:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. A <u>trademark</u> is a word, slogan, symbol, design, or combination of these elements, which identifies and distinguishes the goods or services of one party from others. [TM03.TXT] 2. As noted earlier, the term <u>trademark</u> or <u>mark</u> is used in this book interchangeably to describe trademarks, service marks, collective marks, or certification marks, unless the specific type of mark is distinguished by the context. [TM03.TXT] 	

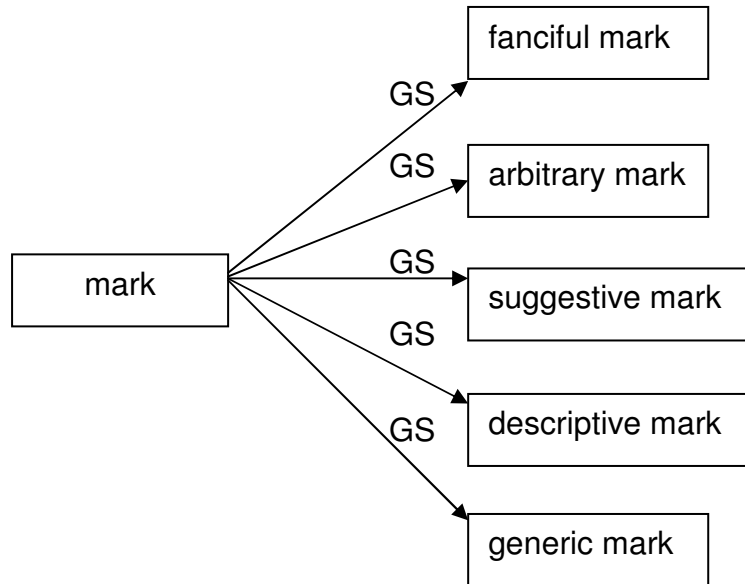
Concept: TRADEMARK	ER02
English term(s): trademark (noun), mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้า [วัส ดิงสมิตร]	
Feature: เครื่องหมายการค้าซึ่งอาจเป็นคำ ชื่อ สัญลักษณ์ หรือรูปที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ ใช้กับสินค้าเพื่อให้รู้ว่าสินค้านั้นแตกต่างจากสินค้าของบุคคลอื่น	
Conceptual relation:  <pre> graph LR mark[mark] -- GS --> trademark[trademark] </pre>	
Extractions: <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Trademarks</u> are generally distinctive symbols, pictures, or words that sellers affix to distinguish and identify the origin of their products. [TM04.TXT] 2. Any word, symbol, design, device, logo, or slogan that identifies and distinguishes one product from another is a <u>trademark</u>. [TM03.TXT] 3. A <u>trademark</u> is a word, name, symbol or device which is used in trade with goods to indicate the source of the goods and to distinguish them from the goods of others. [TM05.TXT] 	

Concept: SERVICE MARK	ER03
English term(s): service mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายบริการ [วีส์ ดิงสมิตร]	
Feature: เครื่องหมายบริการ ประกอบด้วยคำ ชื่อ สัญลักษณ์ หรือรูป หรือสิ่งเหล่านี้ตัวอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน ใช้โดยบุคคลหนึ่งเพื่อให้รู้ว่าบริการนั้นแตกต่างจากบริการของบุคคลอื่น	
Conceptual relation:	
<pre> graph LR mark[mark] -- GS --> service_mark[service mark] </pre>	
Extractions:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The term "<u>service mark</u>" means any word, name, symbol, or device, or any combination thereof - (1) used by a person, or (2) which a person has a bona fide intention to use in commerce and applies to register on the principal register established by this chapter, to identify and distinguish the services of one person, including a unique service, from the services of others and to indicate the source of the services, even if that source is unknown. [TM04.TXT] 2. A trademark is a mark used to distinguish goods, whereas a <u>service mark</u> is used to distinguish services. [TM03.TXT] 3. A mark that is used in the sale or advertising of services to identify and distinguish services performed for the benefit of others is known as a <u>service mark</u>. [TM03.TXT] 	

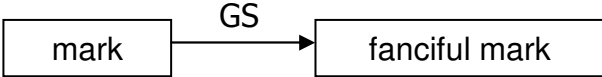
Concept: CERTIFICATION MARK	ER04
English term(s): certification mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายรับรอง [วีส์ ดิงสมิตร]	
<p>Feature: เครื่องหมายรับรอง ประกอบด้วยคำ ชื่อ สัญลักษณ์ หรือรูป หรือสิ่งเหล่านี้ได้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน ใช้โดยบุคคลอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของโดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของเพื่อรับรองแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ ถูกต้อง หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือบริการ</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[certification mark] </pre> </div>	
<p>Extractions:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The term "<u>certification mark</u>" means any word, name, symbol, or device, or any combination thereof - (1) used by a person other than its owner, or (2) which its owner has a bona fide intention to permit a person other than the owner to use in commerce and files an application to register on the principal register established by this chapter, to certify regional or other origin, material, mode of manufacture, quality, accuracy, or other characteristics of such person's goods or services or that the work or labor on the goods or services was performed by members of a union or other organization. [TM04.TXT] 2. A <u>certification mark</u> is used in connection with products and services to certify regional or other origin, material, mode of manufacture, quality, accuracy, or other characteristics. [TM03.TXT] 3. A <u>certification mark</u> is always used in conjunction with another mark, because the owner of the certification mark does not produce or sell goods—it only certifies some quality of the goods or services. [TM03.TXT] 4. <u>Certification marks</u> are, unlike any others, not intended to have any functions indicating the origin of goods, but only indications of their geographic origin, quality or other characteristics, etc. [TM02.TXT] 	

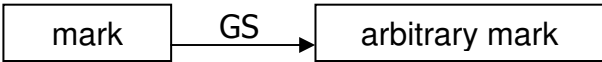
Concept: COLLECTIVE MARK	ER05
English term(s): collective mark (noun), collective trademark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายร่วม [วีส์ ดิงสมิตร]	
<p>Feature: เครื่องหมายร่วม คือ เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้โดยสมาชิกสหกรณ์ สมาคม กลุ่มบุคคลหรือองค์กรใดเพื่อแสดงว่าเครื่องหมายนั้นไม่ได้ใช้โดยบุคคลหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง แต่ใช้เป็นกลุ่มร่วมกัน หรือใช้เพื่อบอกสมาชิกภาพ เครื่องหมายร่วมแบ่งเป็นสองประเภทคือ 1) เครื่องหมายการค้าร่วมหรือเครื่องหมายบริการร่วม 2) เครื่องหมายสมาชิกร่วม</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[collective mark] </pre> </div>	
<p>Extractions:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. The term "<u>collective mark</u>" means a trademark or service mark - (1) used by the members of a cooperative, an association, or other collective group or organization, or (2) which such cooperative, association, or other collective group or organization has a bona fida intention to use in commerce and applies to register on the principal register established by this chapter, and includes marks indicating membership in a union, an association, or other organization. [TM04.TXT] 2. There are basically two types of <u>collective marks</u>: (1) collective trademarks or collective service marks; and (2) collective membership marks. [TM07.TXT] 3. A collective mark is a trademark used by the members of a group to indicate association with that group. Popular collective trademarks include American Bar Association, Realtor Associate, Rotary International, American Institute of Certified Public Accountants, as well as the names of various fraternities and sororities. A <u>collective trademark</u>, may also indicate membership in an organization, such as a union or a cooperative. [TM14.TXT] 	

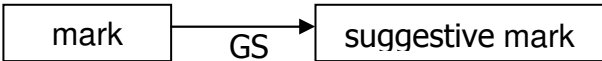
แผนภูมิโน้ตส์สัมพันธ์หมวดเรื่องประเภทเครื่องหมายการค้า
(แบ่งตามระดับความบังเอิญ)

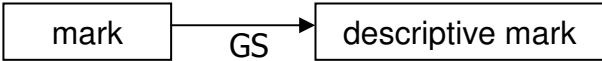


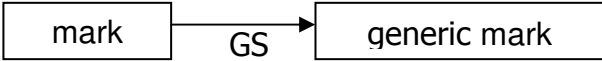
GS = General-Specific

Concept: FANCIFUL MARK	ER06
English term(s): fanciful mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายที่เป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่เป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อใช้เป็นเครื่องหมายการค้าเท่านั้น เช่น Kodak อย่างไรก็ตาม หากคำที่สร้างขึ้นใหม่สื่อถึงลักษณะของสินค้าจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไม่ได้ เช่น Breadspread (จดสำหรับสินค้าประเภทแยมหรือเยลลี่) เครื่องหมายประเภทนี้มีลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเอง และถือว่ามีควมบ่งเฉพาะมากที่สุด</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[fanciful mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. From most distinctive to least distinctive, these categories are * <u>fanciful</u>, * arbitrary, * suggestive, * descriptive (including surnames), and * generic. [TM07.TXT] 2. <u>Fanciful marks</u> are considered stronger than suggestive marks, and therefore are granted greater protection by the courts. [TM07.TXT] 3. <u>Fanciful marks</u> are devices which have been invented for the sole purpose of functioning as a trademark and have no other meaning than acting as a mark. [TM07.TXT] 4. Not All Coined Terms Are <u>Fanciful</u>. [TM03.TXT] 5. Breadspread (for jams and jellies) is not a <u>fanciful mark</u> because it has a meaning to consumers and is descriptive of the qualities of the goods—i.e., that they can be spread on bread [TM03.TXT] 6. In the context of word marks, courts have applied the now-classic test originally formulated by Judge Friendly, in which word marks that are arbitrary (Camel cigarettes), <u>fanciful</u> (Kodak film), or suggestive (Tide laundry detergent) are held to be inherently distinctive. [TM04.TXT] 	

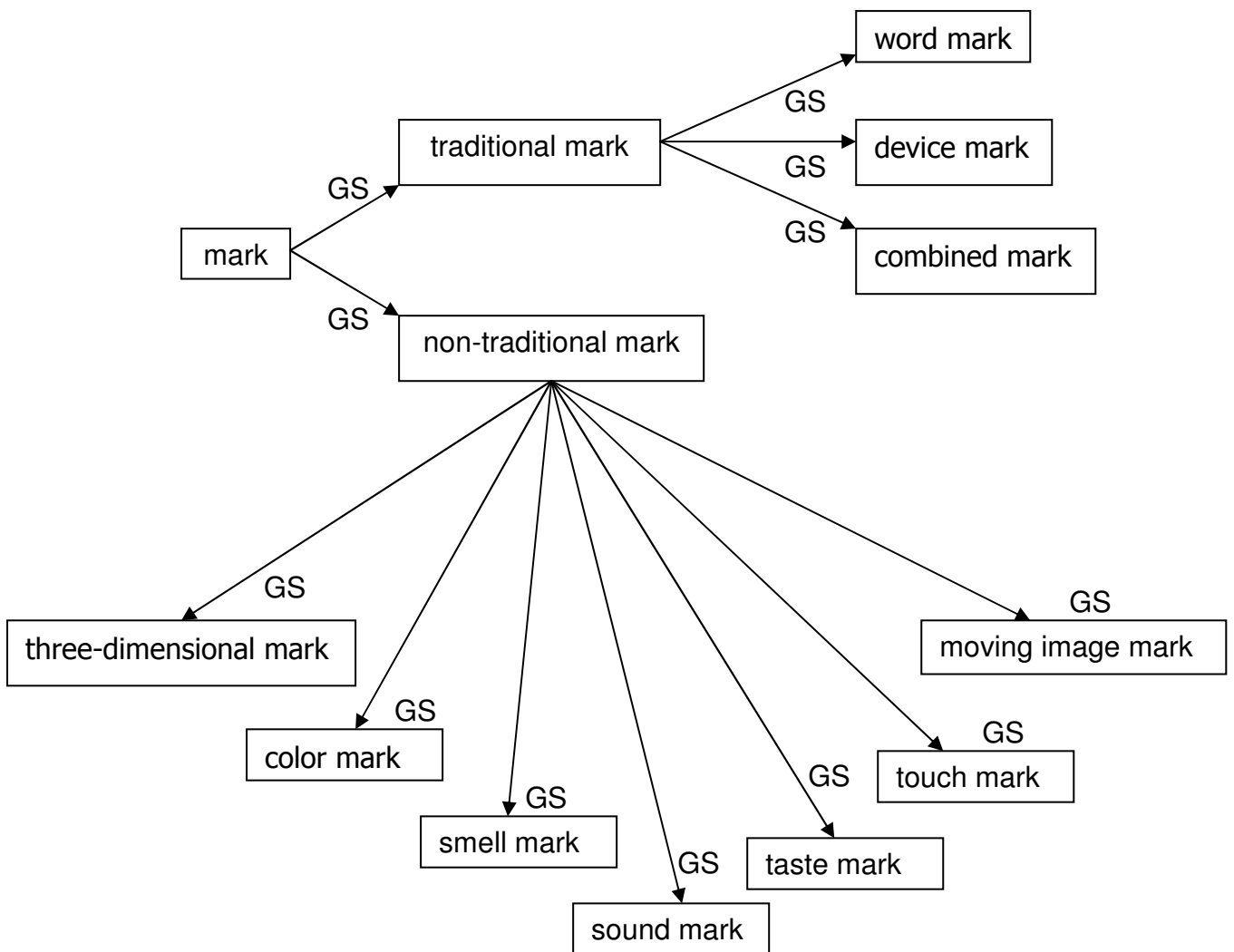
Concept: ARBITRARY MARK	ER07
English term(s): arbitrary mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายที่เป็นคำที่ยกมาใช้ตามอำเภอใจ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่เป็นคำที่มีความหมายอยู่แล้วแต่ไม่อธิบายหรือบอกลักษณะของตัวสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนี้ เช่น Camel แปลว่าอูฐ เอามาจดเป็นเครื่องหมายสำหรับบุหรี อูฐกับบุหรีไม่ได้มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน ไม่ได้อธิบายลักษณะของสินค้า ผู้บริโภคต้องทำความเข้าใจเองว่าเครื่องหมายนี้ใช้กับสินค้าหรือบริการใด เครื่องหมายประเภทนี้มีลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเองโดยมีระดับความบ่งเฉพาะมากรองจากเครื่องหมายที่เป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ ชื่อทางภูมิศาสตร์ที่ไม่ได้บอกลงก่าเนิดสินค้าและบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นถือเป็นเครื่องหมายประเภทนี้</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[arbitrary mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. An <u>arbitrary mark</u> utilizes a device having a common meaning that has no relation to the goods or services being sold. [TM07.TXT] 2. Devices that are fanciful, <u>arbitrary</u>, or suggestive are considered distinctive enough to function as trademarks. [TM07.TXT] 3. In the context of word marks, courts have applied the now-classic test originally formulated by Judge Friendly, in which word marks that are <u>arbitrary</u> (Camel cigarettes), fanciful (Kodak film), or suggestive (Tide laundry detergent) are held to be inherently distinctive. [TM04.TXT] 4. <u>Arbitrary marks</u>, like fanciful marks, require education of consumers as to the association between the mark and the goods or services. [TM03.TXT] 5. When a geographic term does not describe the location or the origin of the goods, then the mark is considered to be <u>arbitrary</u>. [TM03.TXT] 	

Concept: SUGGESTIVE MARK	ER08
English term(s): suggestive mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายที่เป็นคำที่เล็งถึงลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง [วัส ดิง-สมิตร]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่แนะนำให้รู้คุณภาพหรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคต้องใช้จินตนาการบ้างเพื่อเข้าใจลักษณะเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น เครื่องหมายประเภทนี้บ่งเฉพาะพอที่จะจดเป็นเครื่องหมายการค้าได้ ถึงจะได้ความคุ้มครองไม่เท่าเครื่องหมายที่เป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่และเครื่องหมายที่เป็นคำที่ใช้ตามอำเภอใจ แต่เครื่องหมายประเภทนี้เป็นที่นิยมมากกว่าเนื่องจากทำให้ผู้บริโภครู้ลักษณะบางอย่างของผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องหมาย Microsoft สื่อว่าเป็นสินค้าซอฟต์แวร์สำหรับไมโครคอมพิวเตอร์ บ่อยครั้งที่แยกเครื่องหมายแบบแนะนำและเครื่องหมายแบบบรรยายยากเนื่องจากเครื่องหมายทั้งสองประเภทต่างอ้างถึงสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้น</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[suggestive mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Suggestive marks</u> are marks that suggest a quality or characteristic of the goods and services. [TM07.TXT] 2. <u>Suggestive marks</u> require some imagination, thought, or perception to reach a conclusion as to the nature of the goods. [TM07.TXT] 3. Devices that are fanciful, arbitrary, or <u>suggestive</u> are considered distinctive enough to function as trademarks. [TM07.TXT] 4. Despite the fact that <u>suggestive marks</u> are not as strong as fanciful or arbitrary marks, suggestive marks are far more common due to the inherent marketing advantage of tying a mark to the product in a customer's mind. [TM07.TXT] 5. <u>Suggestive marks</u> are often difficult to distinguish from descriptive marks (described below), since both are intended to refer to the goods and services in question. [TM07.TXT] 6. The following marks can be considered <u>suggestive</u>: * MICROSOFT (suggestive of software for microcomputers) * NETSCAPE (suggestive of software which allows traversing the landscape of the Internet) [TM07.TXT] 	

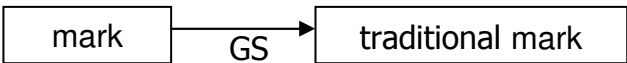
Concept: DESCRIPTIVE MARK	ER09
English term(s): descriptive mark (noun), merely descriptive mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายที่เป็นคำบรรยาย [วีส์ ดิงสมิตร]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่บอกจุดประสงค์ การใช้ คุณภาพ ลักษณะ คุณภาพ ส่วนประกอบ หรือแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคเข้าใจความเชื่อมโยงของเครื่องหมายและสินค้าหรือบริการได้โดยไม่ต้องอาศัยความเข้าใจหรือจินตนาการ ชื่อทางภูมิศาสตร์ที่บอกแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการถือว่าเป็นเครื่องหมายที่เป็นคำบรรยาย เครื่องหมายประเภทนี้จดทะเบียนการค้าไม่ได้ เว้นแต่จะมีลักษณะบ่งเฉพาะที่ได้จากการใช้หรือมีความหมายที่สอง เช่น SHARP (สำหรับโทรทัศน์)</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[descriptive mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. A <u>descriptive mark</u> describes a product or service, or its purpose, function, use, nature, quality, characteristics, ingredients, or geographic origin. [TM03.TXT] 2. <u>Descriptive marks</u> allow one to reach that conclusion without such imagination, thought or perception. [TM07.TXT] 3. <u>Descriptive marks</u> (or more properly, <u>merely descriptive marks</u>) are devices which merely describe the services or goods on which the mark is used. [TM07.TXT] 4. No trademark rights are granted to <u>merely descriptive marks</u>. [TM07.TXT] 5. Once it can be shown that a <u>descriptive term</u> or phrase has achieved this second meaning (the first meaning being the generally understood meaning of the term or phrase), a protectable trademark is developed. [TM07.TXT] 6. Examples of marks which might be considered <u>descriptive</u> but have clearly developed secondary meaning include: * SHARP for televisions [TM07.TXT] 7. When a geographic term is used to describe the location or origin of the goods, it is considered to be <u>descriptive</u> and is therefore not inherently distinctive. [TM03.TXT] 	

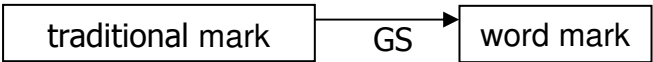
Concept: GENERIC MARK	ER10
English term(s): generic mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายที่เป็นคำสามัญ [วัส ดิงสมิตร]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่เป็นคำทั่วไปที่ใช้เรียกสินค้า เช่น เครื่องพิมพ์ มีความบ่งชี้้น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับเครื่องหมายการค้าที่เป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่ เครื่องหมายที่เป็นคำที่ยกมาใช้ตามอำเภอใจ เครื่องหมายที่เป็นคำที่เล็งถึงลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง และเครื่องหมายที่เป็นคำบรรยาย</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[generic mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Generic marks</u> are devices which actually name a product and are incapable of functioning as a trademark. [TM07.TXT] 2. From most distinctive to least distinctive, these categories are * fanciful, * arbitrary, * suggestive, * descriptive (including surnames), and * <u>generic</u>. [TM07.TXT] 3. Unlike descriptive marks, <u>generic</u> devices will not become a trademark even if they are advertised so heavily that secondary meaning can be proven in the mind of consumers. [TM07.TXT] 4. Consumers are used to seeing a <u>generic</u> term used in conjunction with a trademark (for example, Avery labels or Hewlett-Packard printers). [TM03.TXT] 	

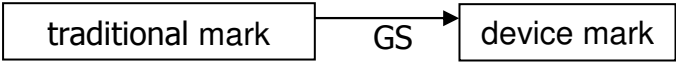
แผนภูมิโน้ตส์สัมพันธ์หมวดเรื่องประเภทเครื่องหมายการค้า
(แบ่งตามองค์ประกอบ)

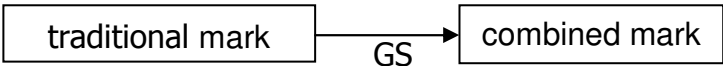


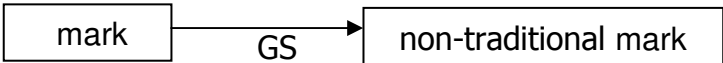
GS = General-Specific

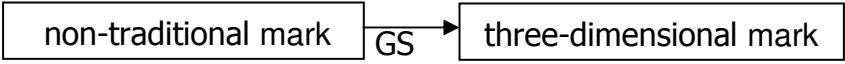
Concept: TRADITIONAL MARK	ER11
English term(s): traditional mark (noun), traditional trademark (noun), traditional types of trademark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบดั้งเดิม [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: เครื่องหมายที่เป็นคำ รูปรอยประดิษฐ์ ตัวเลข หรือเครื่องหมายอื่นๆ ซึ่งใช้เพื่อให้รู้ว่าสินค้านั้นแตกต่างจากสินค้าของบุคคลอื่น	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[traditional mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Non-traditional trademarks may have a very different appearance than the <u>traditional trademarks</u>, such as word marks, logos, slogans, figurative marks or even three-dimensional marks. [TM19.TXT] 2. In the case of new types of marks, the response to the need to keep signs available does not differ from the standard applied with regard to <u>traditional trademarks</u>. [TM06.TXT] 3. Examples include <u>traditional types of trademarks</u>, such as logotypes, paintings, figures and drawings. [TM06.TXT] 4. <u>Traditional marks</u> are typically words, designs, numerals and/or devices used to identify and distinguish goods and non-traditional trademarks are those which are used to distinguish the goods but not in similar manner such as traditional trademark they are Color Sound, Shape, Moving Images and/or smells. [TM13.TXT] 	

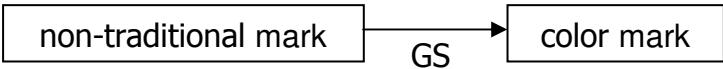
Concept: WORD MARK	ER12
English term(s): word mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายคำ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยตัวอักษรแบบปกติเพียงอย่างเดียว อาจเป็นคำทั่วไปหรือคำที่สร้างขึ้นใหม่ก็ได้ อาจเป็นสีก็ได้ โดยทั่วไปแล้ว การพิจารณาว่าเครื่องหมายสองเครื่องหมายมีเสียงเรียกขานเหมือนกันหรือไม่ จะพิจารณาจากเครื่องหมายคำหรือส่วนประกอบของเครื่องหมายที่เป็นคำ</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[traditional mark] -- GS --> B[word mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. When applying for a Canadian trademark registration, you are asked to identify your trademark as one of three types: a <u>word mark</u>, design mark or word mark with design characteristics. [TM25.TXT] 2. <u>Word marks</u> normally consist solely of letters and common characters that are used for real or made-up words. [TM25.TXT] 3. <u>Word marks</u> may appear as stylized marks in color lettering. [TM05.TXT] 4. In assessing the degree of aural similarity between two marks one is mainly concerned with <u>word marks</u> or word elements, although pictures with an obvious aural description may also give rise to a degree of aural similarity. [TM22.TXT] 	

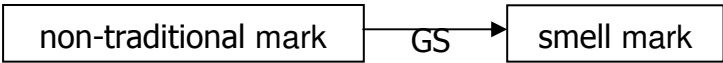
Concept: DEVICE MARK	ER13
English term(s): device mark (noun), figurative mark (noun), design mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายรูปรอยประดิษฐ์ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยรูปเพียงอย่างเดียว เช่น เครื่องหมายคล้ายเครื่องหมาย ลูก (swoosh) ของไนกี้ เครื่องหมายรูปแอปเปิ้ลที่มีรอยกัดของแอปเปิ้ล คอมพิวเตอร์ เครื่องหมายรูปกระชังของลาคอสท์ เครื่องหมายรูปมักมีความบังเอิญเฉพาะมากกว่าเครื่องหมายคำ สำนักงานเครื่องหมายการค้าในบางประเทศรับจดทะเบียนเครื่องหมายฮอโลแกรมหรือ เครื่องหมายสามมิติเป็นเครื่องหมายรูป</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[traditional mark] -- GS --> B[device mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. When applying for a Canadian trademark registration, you are asked to identify your trademark as one of three types: a word mark, <u>design mark</u> or word mark with design characteristics. [TM25.TXT] 2. <u>Design Mark</u>: A trademark may consist of only a design, with no words or characters at all, such as the Nike "swoosh." [TM25.TXT] 3. <u>Design marks</u> are often inherently more distinctive than word marks, and hence are stronger trademarks. [TM25.TXT] 4. Although Apple Computer's <u>design mark</u> shows an apple with a bite in it and the cited design shows a complete apple, the court agreed with the Chinese Trademark Office that the two marks were confusingly similar conceptually and phonetically and the goods designated were related. [TM01.TXT] 5. Lacoste, of course, was the first one in the world to make the crocodile <u>design mark</u> famous for its clothing products and accessories, and the company had registered it in China. [TM01.TXT] 6. One trademark office has accepted holograms for registration as trademarks and published them as <u>figurative marks</u> in the trademark gazette on paper. [TM06.TXT] 7. Notices of opposition were filed against the registration of two <u>device marks</u> in Classes 29 and 30 in the name of PepsiCo. [TM01.TXT] 	

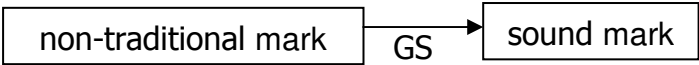
Concept: COMBINED MARK	ER14
English term(s): combined mark (noun), combined word-device mark (noun), word mark with design characteristics (noun), word & device mark (noun), composite word and device mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายผสม [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยทั้งคำและรูป	
Conceptual relation: <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[traditional mark] -- GS --> B[combined mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. When applying for a Canadian trademark registration, you are asked to identify your trademark as one of three types: a word mark, <u>design mark</u> or word mark with design characteristics. [TM25.TXT] 2. Its wine labels bore a <u>word & device mark</u> with the name MEZZACORONA and a picture of a half crown (the Italian meaning of the word). [TM01.TXT] 3. Interquell GmbH applied to register a mark consisting of the words HAPPY DOG and device elements for foodstuffs for dogs. The application was opposed by SCA Nutrition Limited under Article 8(l)(b) of Council Regulation No. 40/94 on the basis of the similarity of the mark to the word mark HAPPIDOG and a <u>composite word and device mark</u>, featuring the word HAPPIDOG registered in the United Kingdom for foodstuffs for dogs. [TM01.TXT] 4. An argument against registration based on lack of distinctiveness of a <u>combined word-device mark</u> for food and beverages consisting of the slogan Plus, voir bieten mehr (Plus, we offer more) accompanied by an illustration of various fruits, cheese and skewers remained unsuccessful. [TM01.TXT] 5. It clarified that, although STARBUCKS COFFEE was a <u>combined mark</u>, that is, formed by both a graphic element and a nominative element, the prevailing element was the word. [TM01.TXT] 	

Concept: NON-TRADITIONAL MARK	ER15
English term(s): non-traditional mark (noun), non-traditional trademark (noun), non-conventional mark (noun), non-conventional trademark (noun), unconventional trademark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบใหม่ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: เครื่องหมายการค้าแบบใหม่ แบ่งได้เป็นหลายประเภท เช่น เครื่องหมายที่เป็นรูปทรง สี กลิ่น เสียง รส สัมผัส รูปเคลื่อนไหวที่มีเสียงประกอบและไม่มี แต่เดิม กฎหมายเครื่องหมายการค้าไม่ได้ครอบคลุมเครื่องหมายการค้าประเภทนี้ เครื่องหมายประเภทนี้พบน้อยกว่าเครื่องหมายการค้าแบบดั้งเดิม แต่ก็ได้รับความคุ้มครองเท่ากับเครื่องหมายแบบดั้งเดิม	
Conceptual relation: <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[mark] -- GS --> B[non-traditional mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Although smells, sounds, taste and holograms are not specifically mentioned, the predominant legal opinion seems to suggest that the newly amended definition of trade mark is wide enough to include these <u>non-conventional marks</u> within its ambit. [TM11.TXT] 2. However, there are many other, less familiar types of trademarks, which may be described as <u>nontraditional trademarks</u>. [TM16.TXT] 3. Such <u>nontraditional marks</u> usually have consisted of the following types of marks: product designs or configurations, colors, scents, sounds, taste and touch. [TM16.TXT] 4. In addition to these types of marks, rights in moving images, dubbed motion marks, which can combine colors, sounds and aspects of product designs, can be considered under the <u>nontraditional marks</u> banner. [TM16.TXT] 5. There are 5 kinds of marks which are recognized as <u>unconventional trademarks</u> that are Color Shape Smell Olfactory Marks and moving images. [TM13.TXT] 6. There is nothing to show in the Act or Rules thereunder to treat <u>non-conventional trademarks</u> different from traditional trademarks. [TM11.TXT] 	

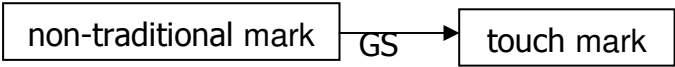
Concept: THREE-DIMENSIONAL MARK	ER16
English term(s): three-dimensional mark (noun), three-dimensional trademark (noun), shape mark (noun), shape trademark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบสามมิติ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: เครื่องหมายการค้าแบบสามมิติ เป็นเครื่องหมายการค้าแบบใหม่ประเภทมองเห็นได้ ประกอบด้วยรูปสามมิติ กล่าวคือ มีความสูง ความกว้าง และความลึก อาจจะเป็นรูปสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้าก็ได้ รูปทรงที่จดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้ต้องเป็นรูปทรงที่ไม่ได้ทำหน้าที่ และผู้ผลิตอื่นยังมีรูปทรงอื่นให้เลือกใช้ได้	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph LR A[non-traditional mark] -- GS --> B[three-dimensional mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. A <u>three-dimensional trademark</u> is a mark occupying three dimensions in a space (height, width and depth). [TM01.TXT] 2. Non-conventional trade marks like combination of colors per se, <u>three-dimensional marks</u>, smells, sounds, and taste, were not capable of being registered under the Act of 1958. [TM11.TXT] 3. <u>Shape</u>: This type of mark may be a <u>three-dimensional</u> representation of the product itself, the container for the product, or the architectural design of a store or sign-post. [TM16.TXT] 4. <u>Shape marks</u>: <u>Three-dimensional marks</u> or shapes which are capable of distinguishing the goods and services of one trader from those of another have been registrable as trade marks since 1996. [TM12.TXT] 5. In addition to traditional trademarks labeled on the goods or their packaging and containers, trademarks may also include some special forms such as <u>three-dimensional</u>, color and sound <u>trademarks</u>. [TM20.TXT] 6. The general rule regarding <u>shape trademark</u> is that, i) a shape can be registered as long as product feature is not primarily functional or ii) as long as an unlimited number of alternatives configurations of shapes remain in the market, a feature with the functionality may still be protected as a trade mark or trade dress. [TM13.TXT] 	

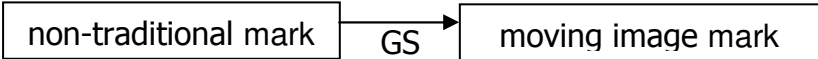
Concept: COLOR MARK	ER17
English term(s): color mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบสี [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: เครื่องหมายการค้าแบบสีประกอบด้วยสีเพียงอย่างเดียว อาจมีสีเดียวหรือหลายสีก็ได้ หากเป็นสีเดียว ต้องมีความบ่งเฉพาะสูงจึงจะจดเป็นเครื่องหมายการค้าได้	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph LR A[non-traditional mark] -- GS --> B[color mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. This section only concerns marks that include color as well as other elements and not <u>color marks</u>, which consist exclusively of color. [TM05.TXT] 2. <u>Color marks</u> are marks that consist solely of one or more colors used on particular objects or substances (as opposed to marks that include color in addition to other elements). [TM05.TXT] 3. This decision is significant because the Assistant Commissioner confirmed that in order for <u>colour marks</u> consisting of a single basic colour to be registrable as a trade mark a very substantial level of factual distinctiveness, obtained through use, is required. [TM01.TXT] 	

Concept: SMELL MARK	ER18
English term(s): smell mark (noun), fragrance mark, odor mark, olfactory mark, scent mark	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบกลิ่น [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: ในบางประเทศ สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแบบกลิ่นได้ เครื่องหมายประเภทนี้ไม่สามารถมองเห็นได้ กลิ่นที่มีเพื่อทำหน้าที่บางอย่าง เช่น กลิ่นน้ำหอม หรือกลิ่นที่มีความสัมพันธ์กับสินค้าหรือบริการอย่างมีเหตุผล จดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าไม่ได้</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[non-traditional mark] -- GS --> B[smell mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. It is widely accepted that a trademark or service mark which is not perceived visually (for example a sound mark or a <u>smell mark</u>) can be protected and registered, provided that the mark can be defined clearly and unambiguously. [TM16.TXT] 2. A <u>scent</u> will not be protected as a trademark if it serves a function (for example, the scent of perfume) or has a logical relationship to the goods (the pine scent used in a deodorizer). [TM03.TXT] 3. It is possible to register <u>olfactory (odor, scent or smell) marks</u> in some countries. [TM06.TXT] 4. It seems as though the new Trademark Act is still conservative on accepting acoustic marks, <u>fragrance marks</u> and colour marks as registrable marks. [TM09.TXT] 5. <u>OLFACTORY/SMELL/SCENT Mark</u> consisting of scents and smells are the most problematic and the issue related to their registration is debatable. [TM13.TXT] 	

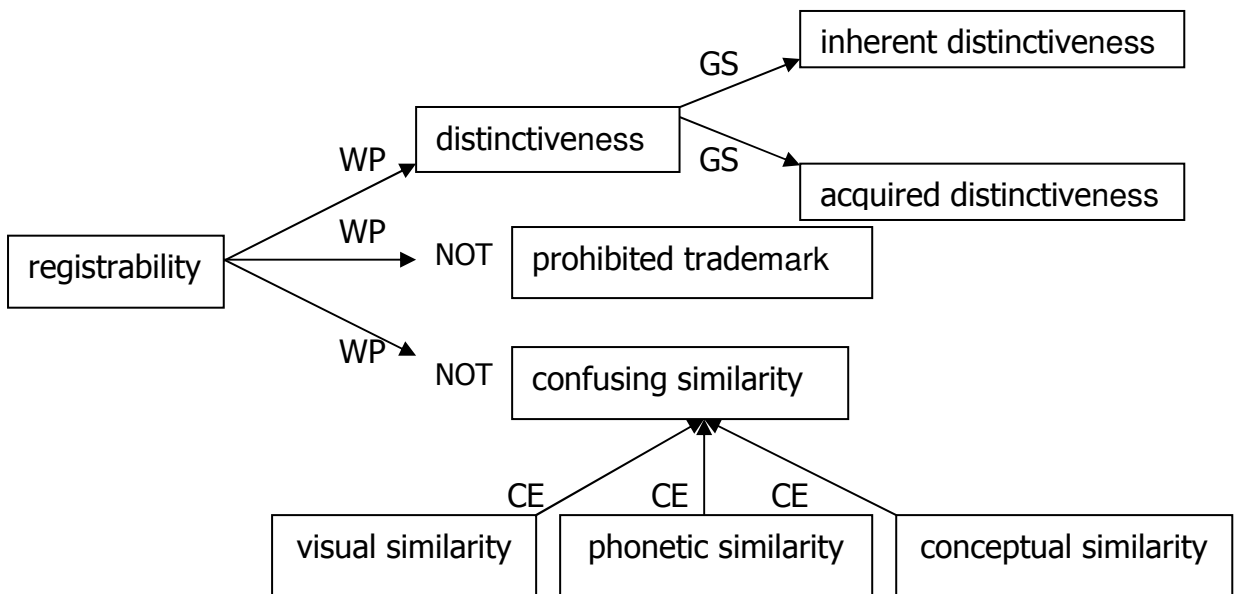
Concept: SOUND MARK	ER19
English term(s): sound mark (noun), sound trademark (noun), acoustic mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบเสียง [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: เครื่องหมายการค้าแบบเสียงเป็นเครื่องหมายแบบที่ไม่สามารถมองเห็นได้ เสียงที่จดทะเบียนต้องเป็นเสียงที่ทำให้ผู้บริโภครู้แหล่งของสินค้าหรือบริการได้ อาจเป็นเสียงที่เป็นดนตรีหรือไม่ใช่ก็ได้ เช่น เสียงเพลงโฆษณา เสียงคนพูด	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph LR A[non-traditional mark] -- GS --> B[sound mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. It is widely accepted that a trademark or service mark which is not perceived visually (for example a <u>sound mark</u> or a smell mark) can be protected and registered, provided that the mark can be defined clearly and unambiguously. [TM16.TXT] 2. *<u>Sounds</u>: This type of mark may be a jingle or any piece of music or other sound. [TM16.TXT] 3. A <u>sound trademark</u> is a sound that can adequately allow relevant consumers to identify the source of certain goods or services. [TM20.TXT] 4. For instance, a short advertising jingle, rhythm, sound of human speaking, peal, bell ringing, or the call of an animal can be registered as a <u>sound trademark</u>. [TM20.TXT] 5. <u>Sound marks</u>: Sounds may be both musical and non-musical. [TM06.TXT] 6. <u>Acoustic marks</u> (jingles) are also possible. [TM10.TXT] 	

Concept: TASTE MARK	ER20
English term(s): taste mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบรส [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: เครื่องหมายการค้าแบบรสใช้กับสินค้าได้เท่านั้น รสที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต้องบอกแหล่งกำเนิดของสินค้าได้	
Conceptual relation:	
<pre> graph LR A[non-traditional mark] -- GS --> B[taste mark] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. And here we can safely say that <u>taste marks</u> can only be applied to goods and not services. [TM19.TXT] 2. <u>Taste marks</u>: Here it is the taste that will indicate the commercial origin of the goods. [TM19.TXT] 3. Such nontraditional marks usually have consisted of the following types of marks: product designs or configurations, colors, scents, sounds, <u>taste</u> and touch. [TM16.TXT] 	

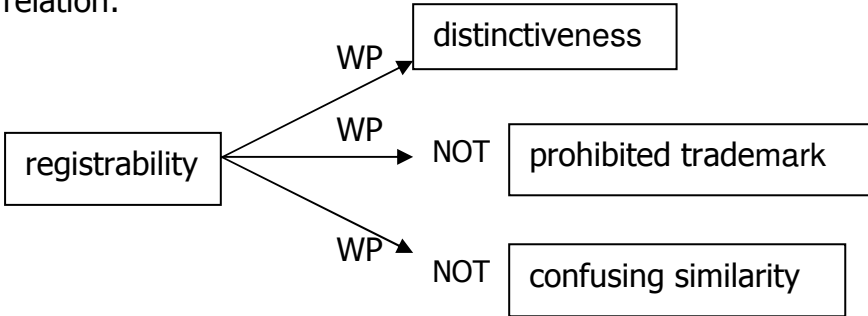
Concept: TOUCH MARK	ER21
English term(s): touch mark (noun), tactile mark (noun), feel mark (noun), texture mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบสัมผัส [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: สัมผัสหนึ่งๆ สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้หากสัมผัสนั้นมีโครงสร้างหรือรูปร่างที่เป็นเอกลักษณ์ เครื่องหมายการค้าแบบสัมผัสอาจมีลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเองได้ หากสัมผัสนั้นไม่ใช่สัมผัสปกติของสินค้าหรือบริการได้	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph LR A[non-traditional mark] -- GS --> B[touch mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Feel marks (tactile marks)</u>: A single touch of a certain object might lead to recognition, for instance because the surface touched has a specific recognizable structure or shape. [TM19.TXT] 2. *<u>Touch</u>: It is possible for products to be manufactured in such a way that the good or their packaging have a particular sensation to the touch, which can distinguish them from those of competitors. [TM16.TXT] 3. While a <u>touch mark</u> may possibly be inherently distinctive (if the touch characteristic, properly defined, is unusual and unexpected in the context of the goods or services involved), it is more likely that evidence of distinctiveness acquired through use will have to be provided before a touch mark is registrable as a trademark or service mark. [TM16.TXT] 4. In general, it is the norm amongst Asian countries for trade mark examination to exclude from registrability smell marks, taste marks and <u>texture marks</u>. [TM21.TXT] 	

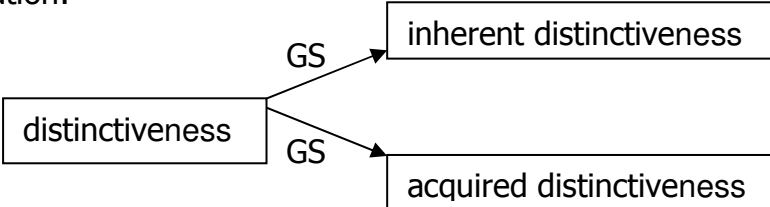
Concept: MOVING IMAGE MARK	ER22
English term(s): moving image mark (noun), moving mark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าแบบภาพเคลื่อนไหว [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: ภาพเคลื่อนไหวจัดเป็นเครื่องหมายการค้าได้ ภาพเคลื่อนไหวที่นำมาจดทะเบียนอาจเป็นคลิปภาพยนตร์ วีดิทัศน์ หรือโลโก้ของรายการโทรทัศน์ที่เป็นภาพเคลื่อนไหวก็ได้ โดยมาก เครื่องหมายการค้าแบบภาพเคลื่อนไหวแสดงเป็นภาพได้	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph LR A[non-traditional mark] -- GS --> B[moving image mark] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The UK has registered a <u>moving mark</u> for Kraft Foods UK Ltd. [TM19.TXT] 2. The <u>moving image</u> can be a film-clip, video, moving logo for TV-shows, etc. [TM06.TXT] 3. Most <u>moving image marks</u> can be represented graphically. [TM19.TXT] 	

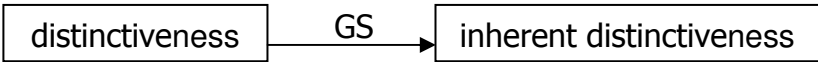
**แผนภูมิโน้ตสัมพันธ์หมวดเรื่อง
เงื่อนไขในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า**

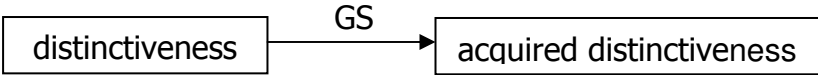



GS = General-Specific
 WP = Whole-Part
 CE = Cause-Effect

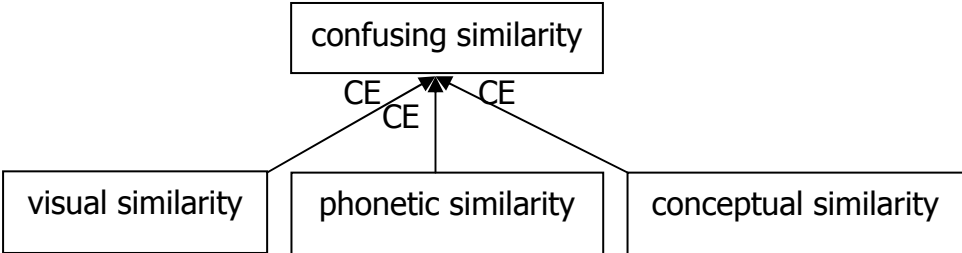
Concept: REGISTRABILITY	ER23
English term(s): registrability (noun)	
Thai term(s): การมีลักษณะที่จดทะเบียนได้ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่จะจดทะเบียนการค้าได้ต้องมีลักษณะบ่งเฉพาะ ไม่ว่าจะบ่งเฉพาะในตัวเองหรือที่ได้จากการใช้ ต้องไม่ใช่เครื่องหมายที่มีลักษณะต้องห้าม และต้องไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นจนอาจทำให้เกิดความสับสน</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph LR A[registrability] -- WP --> B[distinctiveness] A -- WP --> C[NOT prohibited trademark] A -- WP --> D[NOT confusing similarity] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Requisites for <u>Registrability</u>. To be registrable, a trademark must (1) be distinctive; (2) not be prohibited under this Act; (3) not be the same as or similar to a trademark registered by another person. [TM06.TXT] 2. Given the low level of inherent distinctiveness, a substantial level of factual distinctiveness, through use by the applicant, was required to establish <u>registrability</u>. [TM01.TXT] 3. The test of <u>registrability</u> of the trademarks is whether the mark indicates a source or origin. [TM11.TXT] 4. The second, vital overall requirement for <u>registrability</u> set out in section 1(1) of the 1994 Act is that the sign to be registered must be capable of distinguishing the goods or services of the applicant from those of his competitors. [TM02.TXT] 	

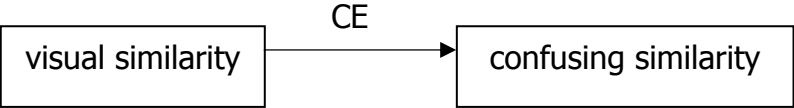
concept: DISTINCTIVENESS	ER24
English term(s): distinctiveness (noun)	
Thai term(s): ลักษณะบ่งเฉพาะ [ไมตรี สุเทพากุล]	
<p>Feature: ลักษณะบ่งเฉพาะแบ่งได้เป็นสองประเภทคือ ลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเองและลักษณะบ่งเฉพาะที่ได้จากการใช้ เครื่องหมายการค้า แบ่งตามระดับความบ่งเฉพาะได้ห้าชนิด เรียงจากมากไปน้อย คือ เครื่องหมายการค้าที่สร้างขึ้นใหม่ เครื่องหมายการค้าที่กำหนดเอง เครื่องหมายการค้าแบบแนว เครื่องหมายการค้าแบบบรรยาย และเครื่องหมายการค้าที่เป็นคำสามัญ ทั้งนี้ เครื่องหมายการค้าอาจสูญเสียลักษณะบ่งเฉพาะได้เมื่อเครื่องหมายการค้านั้น กลายเป็นชื่อสามัญของสินค้าหรือบริการ เช่น Aspirin</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph LR A[distinctiveness] -- GS --> B[inherent distinctiveness] A -- GS --> C[acquired distinctiveness] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The general rule regarding <u>distinctiveness</u> is clear: an identifying mark is distinctive and capable of being protected if it either (1) is inherently distinctive or (2) has acquired distinctiveness through secondary meaning. [TM04.TXT] 2. The <u>distinctiveness</u> of a device can generally be categorized into one of five categories which fall along a spectrum of distinctiveness. From most [distinctive] to least distinctive, these categories are * fanciful, * arbitrary, * suggestive, * descriptive (including surnames), and * generic. [TM07.TXT] 3. This can be difficult where the mark is applied to an innovative product of some sort, such as Shredded Wheat, Aspirin, or Escalator, all of which were originally trade marks but lost their <u>distinctiveness</u> by becoming the generic name of the goods. [TM02.TXT] 	

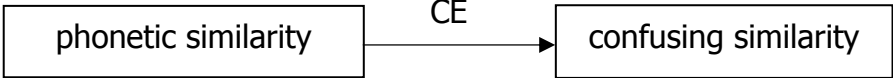
Concept: INHERENT DISTINCTIVENESS	ER25
English term(s): inherent distinctiveness (noun)	
Thai term(s): ลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเอง [ถัซซัย ศุภผลศิริ]	
<p>Feature: เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเองคือเครื่องหมายที่ไม่เล็งถึงแหล่งกำเนิดของสินค้าโดยตรง จะได้รับความคุ้มครองทันทีที่มีการใช้ในทางพาณิชย์ซึ่งทำให้ผู้อื่นที่ใช้เครื่องหมายที่คล้ายกันต้องหยุดใช้เครื่องหมายนั้น เครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเองได้แก่เครื่องหมายการค้าที่สร้างขึ้นใหม่ เครื่องหมายการค้าที่กำหนดเอง เครื่องหมายการค้าแบบแนะ การพิจารณาว่าเครื่องหมายมีลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเองหรือไม่คือต้องดูว่าเครื่องหมายนั้นเป็นรูปร่างทั่วไปหรือเป็นรูปที่ออกแบบขึ้นมา เป็นเครื่องหมายที่ปกติไม่ได้ใช้ในจำพวกสินค้า/บริการนั้นหรือไม่ เป็นเครื่องหมายที่ลอกเลียนมาจากเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปหรือไม่ และเป็นเครื่องหมายที่โดดเด่นพอหรือไม่</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[distinctiveness] -- GS --> B[inherent distinctiveness] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. It seems to us that design, like color, is not inherently distinctive. The attribution of <u>inherent distinctiveness</u> to certain categories of word marks and product packaging derives from the fact that the very purpose of attaching a particular word to a product, or encasing it in a distinctive packaging, is most often to identify the source of the product. [TM04.TXT] 2. If a trademark is <u>inherently distinctive</u>, protection begins upon its use in commerce. [TM03.TXT] 3. A mark is "<u>inherently distinctive</u>" if it is: * Fanciful, or completely made up (e. g. EXXON, KODAK, or REEBOK); * Arbitrary with respect to the underlying goods or services (e.g. APPLE for computers, BLUE DIAMOND for nuts, or GREEN LEAF for insurance), or * Suggestive of the the qualities of the underlying goods or services (e.g. COPPERTONE for suntan oil, ROACH MOTEL for insect traps). [TM18.TXT] 4. The owner of an <u>inherently distinctive</u> mark will immediately be able to stop subsequent users of similar marks on similar goods and services. [TM03.TXT] 5. To determine whether a mark is <u>inherently distinctive</u>, the examining attorney must consider whether the proposed mark is: 1) a common basic shape or design; 2) unique or unusual in the field in which it is used; 3) a mere refinement of a commonly-adopted and well-known form of ornamentation for a particular class of goods viewed by the public as a dress or ornamentation for the goods; 4) capable of creating a commercial impression distinct from the accompanying words. [TM05.TXT] 	

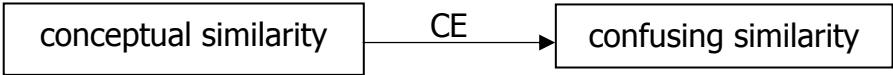
Concept: ACQUIRED DISTINCTIVENESS	ER26
English term(s): acquired distinctiveness (noun), secondary meaning (noun), distinctiveness through use (noun)	
Thai term(s): ลักษณะบ่งเฉพาะที่ได้จากการใช้ [ฉัซชัย ศุภผลศิริ]	
<p>Feature: เครื่องหมายการค้าจะจดทะเบียนได้ก็ต่อเมื่อมีลักษณะบ่งเฉพาะที่ได้จากการใช้หรือมีความหมายที่สอง หมายถึงการที่เครื่องหมายการค้าที่ไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเองสื่อให้ผู้บริโภคแหล่งกำเนิดเชิงพาณิชย์ของสินค้าหรือบริการได้ ไม่ใช่บอกลักษณะของผลิตภัณฑ์ ลักษณะบ่งเฉพาะชนิดนี้เกิดขึ้นเมื่อเครื่องหมายการค้านั้นใช้มาเป็นระยะเวลาอันยาวนานหรือมีการโฆษณาอย่างมาก ทั้งนี้ ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องรู้ชื่อบริษัทที่ผลิตสินค้าหรือให้บริการนั้น เพียงแต่รู้ว่าผู้ผลิตหนึ่งผลิตสินค้าหรือให้บริการภายใต้เครื่องหมายการค้า</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[distinctiveness] -- GS --> B[acquired distinctiveness] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. This <u>acquired distinctiveness</u> is generally called secondary meaning. [TM04.TXT] 2. The Court of Appeal upheld the earlier decision that the mark applied for was not inherently distinctive and that it could be registered only if <u>acquired distinctiveness</u> could be shown in accordance with Section 3(1). [TM01.TXT] 3. <u>Secondary meaning</u> can be achieved through long term use, or large amounts of advertising and publicity. [TM07.TXT] 4. Second, a mark has <u>acquired distinctiveness</u>, even if it is not inherently distinctive, if it has developed <u>secondary meaning</u>, which occurs when, in the minds of the public, the primary significance of a mark is to identify the source of the product rather than the product itself. [TM04.TXT] 5. <u>Secondary meaning</u> does not mean that the consumer knows the name of the business that supplies the goods; it only means that the consuming public thinks that there is one particular source for certain trademarked goods. [TM03.TXT] 6. The Court ruled that the bottle device was not an ordinary design for a bottle, as asserted by the defendant; that the trademark had been registered and marketed in the plaintiff's home country and other European countries; and therefore that it had gained <u>distinctiveness through use</u>. [TM01.TXT] 	

Concept: PROHIBITED TRADEMARK	ER27
English term(s): prohibited trademark (noun), forbidden trademark (noun),	
Thai term(s): เครื่องหมายที่มีลักษณะต้องห้าม [วัส ดิงสมิตร]	
<p>Feature: เครื่องหมายที่จะจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ต้องไม่มีมีลักษณะต้องห้าม เช่น ไม่เป็นคำที่ขัดต่อศีลธรรม ไม่ทำให้บุคคล สถาบัน ความเชื่อ หรือสัญลักษณ์ประจำชาติต้องเสื่อมเสีย ไม่ประกอบด้วยชื่อ ภาพ หรือลายเซ็นของบุคคลที่ยังมีชีวิตอยู่ เว้นแต่จะได้รับหนังสืออนุญาตแล้ว</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[registrability] -- WP NOT --> B[prohibited trademark] </pre> </div>	
<p>1. In addition to generic marks, several other categories of marks never receive legal protection. If you adopt one of these marks, anybody can copy your mark without consequence. These are sometimes referred to as <u>prohibited</u> or <u>forbidden trademarks</u>, and include: (1) Immoral, or scandalous marks; (2) Marks which disparage any person, institution, belief or national symbol; (3) Marks consisting of a living person's name, portrait or signature, unless written permission has been granted; (4) Deceptive marks (i.e. those that are either used intentionally to deceive or in fact cause consumers to rely upon the deceptive aspect when making purchasing decisions); (5) Marks consisting of a deceased President's name, portrait or signature unless that President's spouse has granted written permission or is no longer alive; (6) Marks consisting of a flag, coat of arms or other national insignia; and (7) Marks which are primarily functional (i.e. those where the feature for which protection is sought has a primarily utilitarian purpose to improve the salability of the product). [TM18.TXT]</p>	

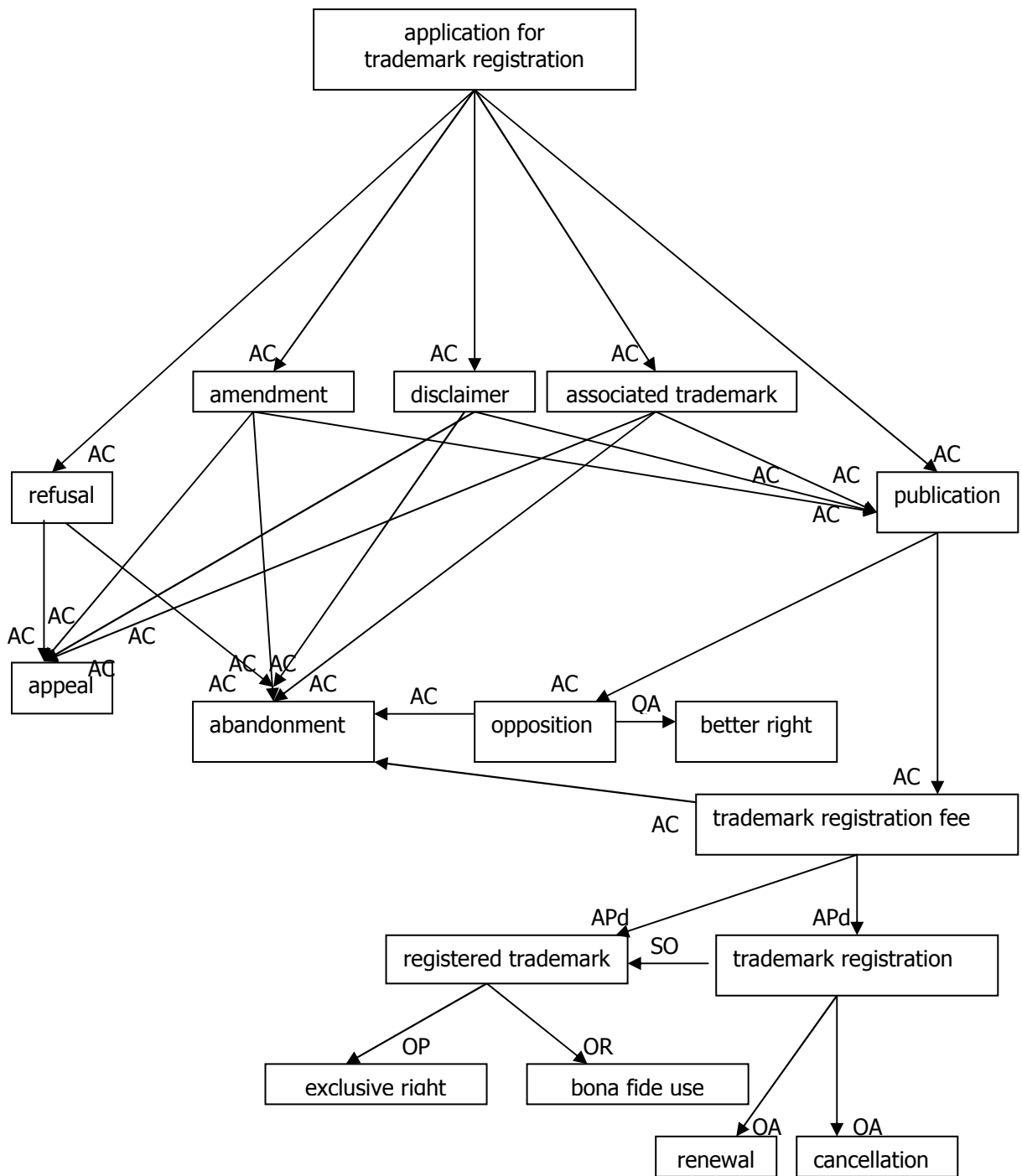
Concept: CONFUSING SIMILARITY	ER28
English term(s): confusing similarity (noun), confusingly similar (adjective)	
Thai term(s): ความคล้ายคลึงกันจนอาจทำให้เกิดความสับสนหลงผิด [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: ความคล้ายคลึงกันของเครื่องหมายการค้าจนอาจทำให้ประชาชนสับสนหลงผิด ใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาว่ามีการละเมิดสิทธิ์ในเครื่องหมายการค้าหรือไม่ เครื่องหมายที่คล้ายกันจนอาจทำให้ประชาชนสับสนหลงผิดจะจดทะเบียนไม่ได้</p>	
<p>Conceptual relation: (CE: cause-effect)</p>  <pre> graph BT A[confusing similarity] B[visual similarity] -- CE --> A C[phonetic similarity] -- CE --> A D[conceptual similarity] -- CE --> A </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. In short, marks that sound alike, look alike or have similar meanings are <u>confusingly similar</u>. [TM18.TXT] 2. Secondly, registration might be refused of a mark with <u>confusingly similar</u> essential features [TM02.TXT] 3. The terms, <u>confusingly similar</u> or likelihood of confusion both refer to the legal criteria required to prove infringement of a trademark. [TM23.TXT] 	

Concept: VISUAL SIMILARITY	ER29
English term(s): visual similarity (noun), visually similar (adjective), graphic similarity (noun)	
Thai term(s): ความคล้ายคลึงกันด้านลักษณะปรากฏ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: ความคล้ายคลึงกันทางด้านลักษณะปรากฏของเครื่องหมายการค้าซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคสับสนได้เมื่อใช้กับสินค้าหรือบริการในประเภทเดียวกัน	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph LR A[visual similarity] -- CE --> B[confusing similarity] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="240 891 1430 1122">1. The Council of State applied this interpretation to the case at hand, and established that there certainly were phonetic and <u>visual similarities</u> between the marks STARBUCKS COFFEE and STARBURST that could confuse consumers, even more so because they cover products belonging to the same class. [TM01.TXT] <li data-bbox="240 1167 1430 1346">2. It also recognized that, in this case, there were no <u>graphic or visual similarities</u> between the trademarks CRAYOLA and MINI MILK CRAYOLA because of their different extension and their different sequence of vowels and consonants. [TM01.TXT] <li data-bbox="240 1391 1430 1473">3. It was found that the two marks are <u>visually similar</u> because they share a common second word COLA. [TM01.TXT] 	

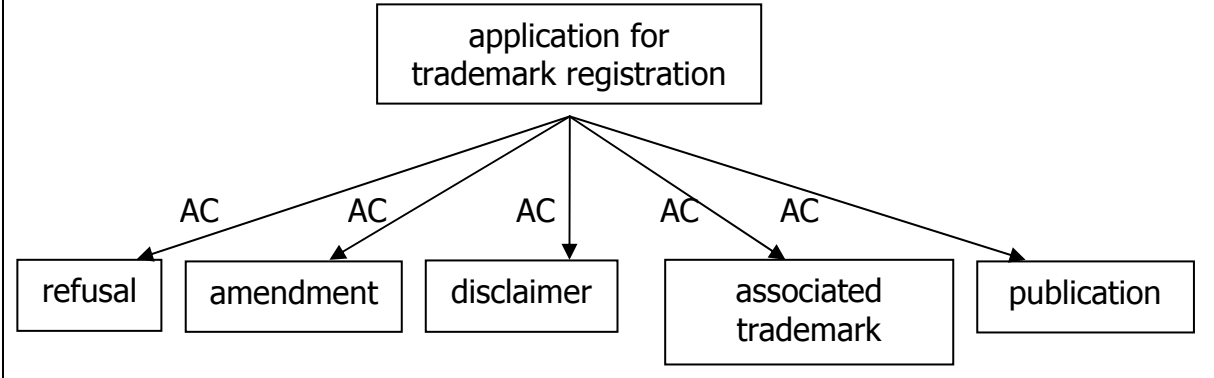
Concept: PHONETIC SIMILARITY	ER30
English term(s): phonetic similarity (noun), phonetically similar (adjective), aural similarity (noun)	
Thai term(s): ความคล้ายคลึงกันด้านเสียงเรียกขาน [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: ความคล้ายคลึงกันทางด้านเสียงเรียกขานของเครื่องหมายการค้าซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคสับสนได้เมื่อใช้กับสินค้าหรือบริการในประเภทเดียวกัน	
Conceptual relation:  <pre> graph LR A[phonetic similarity] -- CE --> B[confusing similarity] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Because of the <u>phonetic similarity</u> of the trademarks and the fact that both were intended to protect Class 5 products, the Tribunal found that the similarity was evident and could lead to the confusion of consumers. [TM01.TXT] 2. The Committee held that the two trademarks are visually and <u>phonetically similar</u> and that the covered goods in Class 30 are similar, thus creating risk of confusion to consumers as far as the origin of the goods from a certain company is concerned. [TM01.TXT] 3. In assessing the degree of <u>aural similarity</u> between two marks one is mainly concerned with word marks or word elements, although pictures with an obvious aural description may also give rise to a degree of <u>aural similarity</u>. [TM22.TXT] 	

Concept: CONCEPTUAL SIMILARITY	ER31
English term(s): conceptual similarity (noun), conceptually similar (adjective)	
Thai term(s): ความคล้ายคลึงกันด้านความคิด [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Feature: ความคล้ายคลึงกันด้านความคิด กล่าวคือ ทำให้ผู้บริโภคเกิดจินตภาพหรือความคิดเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ความคล้ายคลึงกันประเภทนี้อาจไม่ทำให้เกิดความสับสนได้หากจินตภาพหรือความคิดนั้นไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้น	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;">  <pre> graph LR A[conceptual similarity] -- CE --> B[confusing similarity] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Since both marks would be perceived as evoking Western goods or services in the case of WEST or as pertaining to a Western lifestyle in the case of WESTLIFE, they both had similar connotations, which entailed a degree of <u>conceptual similarity</u>. [TM21.TXT] 2. The conflicting marks were also <u>conceptually similar</u> in the sense that they both evoked the same idea of a film star. [TM21.TXT] 3. It considered, however, that the marks at issue were <u>conceptually similar</u> since they both called to mind the idea of a cow. However, on account of the fact that that similarity related to an aspect which was not very distinctive for the goods in question, it was not considered sufficient to lead to the conclusion that there was a likelihood of confusion. [TM15.TXT] 	

แผนภูมิโน้ตสนสัมพันธ์หมวดเรื่องขั้นตอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า



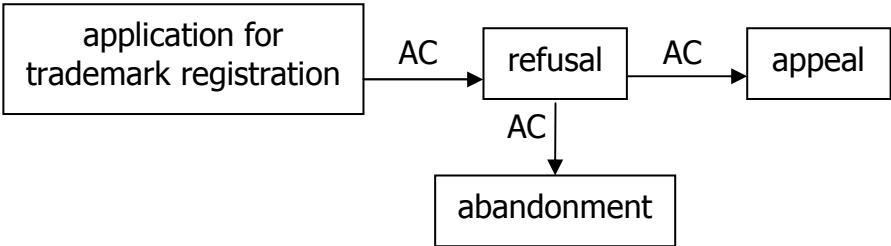
AC = Action-Consequence QA = Qualification-Action
 APd = Action-Product OP = Object-Property
 OR = Object-Requirement OA = Object-Action
 SO = Status indicator-Object

Concept: APPLICATION FOR TRADEMARK REGISTRATION	ER32
English term(s): application for trademark registration (noun), application for registration (noun), application for registration of a trademark (noun)	
Thai term(s): การขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วิศ ดิงสมิตร]	
<p>Feature: การขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง</p> <p>หากนายทะเบียนตรวจสอบแล้วเห็นว่าคำขอจดทะเบียนไม่เป็นไปตามนั้น นายทะเบียนต้องมีคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ถูกต้องภายในเก้าสิบวันนับแต่วันที่ได้รับคำสั่ง</p> <p>หากบางส่วนของเครื่องหมายการค้าเป็นสิ่งที่ใช้กันสามัญอันไม่ควรให้ผู้ขอจดทะเบียนรายหนึ่งรายใดถือเป็นสิทธิของตนแต่ผู้เดียว นายทะเบียนจะมีคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนแสดงปฏิเสธว่าไม่ขอถือเป็นสิทธิของตนแต่ผู้เดียวที่จะให้ส่วนดังกล่าวของเครื่องหมายการค้า</p> <p>หากนายทะเบียนเห็นว่าเครื่องหมายการค้าที่ขอจดทะเบียนไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียน นายทะเบียนจะมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น</p> <p>หากนายทะเบียนพิจารณาแล้วเห็นควรรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายใด นายทะเบียนจะมีคำสั่งให้ประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น</p> <p>หากนายทะเบียนเห็นว่าเครื่องหมายการค้าจากเจ้าของเดียวกันเหมือนกันหรือคล้ายกันจนถึงกับว่า ถ้าบุคคลอื่นจะเป็นผู้ใช้เครื่องหมายการค้าที่ขอจดทะเบียนนั้นแล้วก็จะทำให้สาธารณชนสับสนหรือหลงผิดในความเป็นเจ้าของของสินค้าหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเหล่านั้นเป็นเครื่องหมายชุด</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph TD A[application for trademark registration] -- AC --> B[refusal] A -- AC --> C[amendment] A -- AC --> D[disclaimer] A -- AC --> E[associated trademark] A -- AC --> F[publication] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The Trademark Act just lays down the principle that the <u>application for trademark registration</u> shall follow the rules and methods provided by the Ministerial Regulations because of the detailed content and the flexibility for changes. [TM17.TXT] 2. An <u>application for registration of a trademark</u> may be made for specific goods in one class or in different classes but the particular kinds of goods for which protection is sought shall be clearly specified. [TM06.TXT] 	

3. Subject to Section 27, where the Registrar finds that the trademark for which on application for registration is filed: (1) is identical with a trademark already registered by another person; or (2) is so similar to a registered trademark of another person that the public might be confused or misled as to the owner or origin of the goods, and such application is for goods of the same class or for goods of a different class found by the Registrar to be of the same character, he shall not register such trademark. In the event registered or pending trademarks of the same owner covering goods of the same class or different classes but the same character so similar to one another that the public might be confused or misled as to the owner or origin of the goods of used by different persons, the Registrar shall require the trademarks to be registered as associated trademarks and shall in writing notify the applicant without delay. If, in the opinion of the Registrar, (1) any unessential part of a trademark applied for is not registrable under Section 6, or (2) any application for registration is contrary to Section 9 or Section 10 or is not in accordance with the rules and procedures prescribed in Ministerial Regulations issued under Section 11, the Registrar shall require and, without delay, in writing notify the applicant to amend the application within ninety days from the date of receipt of the order. If, in the opinion of the Registrar, the entire trademark or any essential part thereof is not registrable under Section 6, the Registrar shall refuse registration and shall, without delay, in writing notify the applicant of the order giving the grounds therefor. If, in the opinion of the Registrar, a trademark considered as a whole is registrable under Section 6 but contains one or more parts which are common to the trade for some types or classes of goods such that no applicant should have exclusive right thereto or which are not distinctive, the Registrar shall make either of the following: (1) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to disclaim exclusive right to use of such part of the trademark; (2) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to make such other disclaimer as the Registrar may consider necessary for the purpose of defining the rights of the owner under such registrations.

[TM06.TXT]

4. The Registrar shall order the publication of the application for trademark registration if the trademark fulfills the registrability. [TM17.TXT]

Concept: REFUSAL	ER33
English term(s): refusal (noun), refuse (verb), reject (verb)	
Thai term(s): การปฏิเสธไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: นายทะเบียนจะไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหากพิจารณาแล้วว่าเครื่องหมายนั้นอาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดของสินค้า หรือไม่เป็นไปตามมาตรา 6 อย่างไรก็ตาม ผู้ขอจดทะเบียนมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ หากผู้ขอจดทะเบียนไม่อุทธรณ์ ให้ถือว่าผู้ขอจดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph LR A[application for trademark registration] -- AC --> B[refusal] B -- AC --> C[appeal] B -- AC --> D[abandonment] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. A.G. Combi B.V. (Combi) applied to register the trademark UNITED STEAKS OF AMERICA for meat, fish, poultry and game, meat extracts, preserved meat, fish, poultry and game in Class 29. The Administrative Trademark Committee <u>rejected</u> the application on the grounds that it describes the goods it is intended to cover and that it may cause confusion to consumers regarding the origin of the covered goods because consumers may think that the covered goods originate from the USA, whereas Combi is a Dutch company. [TM01.TXT] 2. The Examiner found the mark applied for was exclusively composed of a very simple slogan devoid of any distinctive character and, therefore, not capable of registration pursuant to Article 7(I)(b) of Council Regulation No. 40/94. The rhetorical flourish, emphatic sound and symmetrical form, which were claimed, were not sufficient to confer any distinctiveness on the mark. The fact that the mark was registered in the United States was not a sufficient reason to conclude that the mark was distinctive. The Board of Appeal maintained the <u>refusal</u>. The applicant appealed to the Court of First Instance. [TM01.TXT] 3. Section 16. If, in the opinion of the Registrar, the entire trademark or any essential part thereof is not registrable under Section 6, the Registrar shall 	

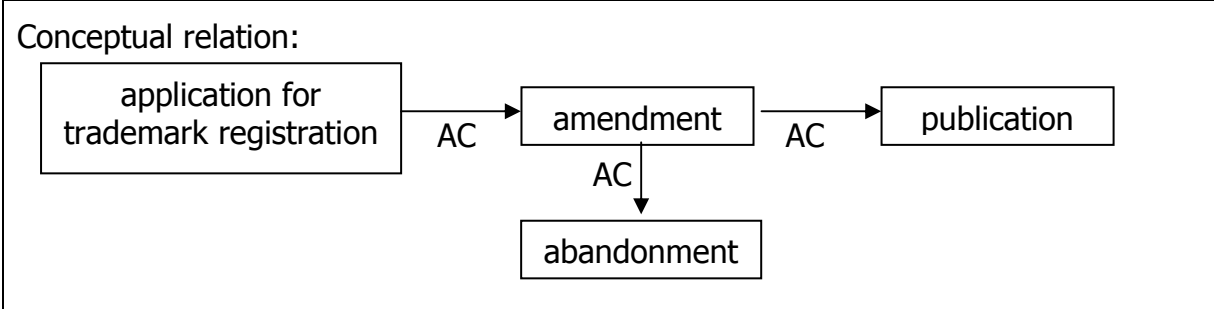
refuse registration and shall, without delay, in writing notify the applicant of the order giving the grounds therefor. Section 17. If, in the opinion of the Registrar, a trademark considered as a whole is registrable under Section 6 but contains one or more parts which are common to the trade for some types or classes of goods such that no applicant should have exclusive right thereto or which are not distinctive, the Registrar shall make either of the following: (1) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to disclaim exclusive right to use of such part of the trademark; (2) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to make such other disclaimer as the Registrar may consider necessary for the purpose of defining the rights of the owner under such registrations. For the purpose of implementing the provisions of the first paragraph, the Registrar shall have the power to declare by notification what is common to the trade with respect to certain types or classes of goods. The Registrar shall, without delay, in writing notify the applicant of any order under the first paragraph giving the grounds therefor. Section 18. The applicant may appeal against the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 to the Trademark Board within ninety days from receipt thereof. Decisions of the Trademark Board shall be final. If the Board has decided that an order of the Registrar under Section 14 is correct, the Registrar shall proceed to process such application. If the Board has decided that an order of the Registrar under Section 15 or 17 is correct, the applicant shall comply with the order of the Registrar within ninety days from receipt of the decision of the Board. If the Board has decided that an order of the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 is incorrect, the Registrar shall proceed to process such application. Section 19. If the applicant does not appeal under the first paragraph Section 18, and does not comply with an order of the Registrar under Section 15 or 17, as the case may be, or if the applicant files an appeal under the first paragraph of Section 18, but does not comply with Section 18, paragraph three, the application shall be deemed abandoned. [TM06.TXT]

Concept: AMENDMENT	ER34
--------------------	------

English term(s): amendment (noun), amend (verb)

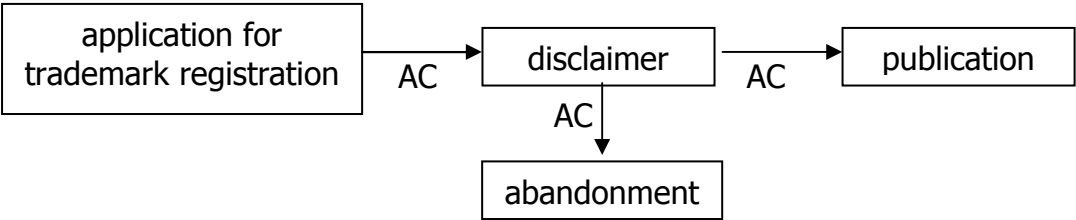
Thai term(s): การแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำขอ/ทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]

Feature: การขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าจะต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง หากไม่เป็นไปตามนั้น นายทะเบียนต้องมีคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้ถูกต้องภายในเก้าสิบวันแต่วันที่รับคำสั่ง การแก้ไขเปลี่ยนแปลงนี้มีข้อจำกัดคือต้องไม่ทำให้ลักษณะของเครื่องหมายการค้าเปลี่ยนไป และต้องไม่เพิ่มรายการสินค้าหรือบริการที่คำขอนั้นครอบคลุม เมื่อผู้ขอจดทะเบียนปฏิบัติตามคำสั่งนายทะเบียนแล้วให้นายทะเบียนดำเนินการจดทะเบียนต่อไป นั่นก็คือการลงประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น ผู้ขอจดทะเบียนมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน หากผู้ขอจดทะเบียนไม่ปฏิบัติตามคำสั่งนายทะเบียนและไม่อุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน ให้ถือว่าผู้ขอจดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น

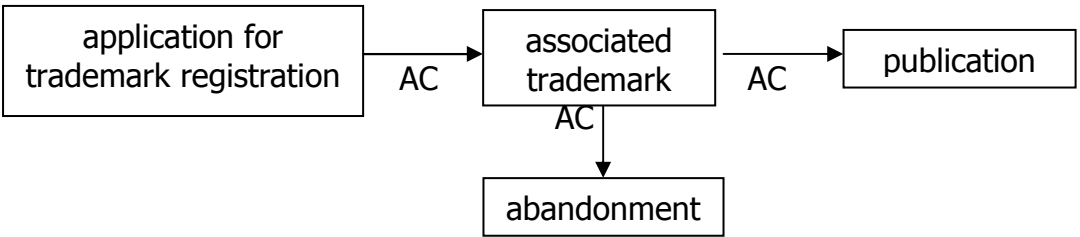


1. This provides, on the one hand, that the applicant may at any time restrict the goods or services to be covered by the application but, on the other, provides that in other respects the application may only be amended by correcting the name or address of the applicant, errors of wording or of copying, or obvious mistakes and then subject to the proviso that such amendments may be allowed only where the correction does not substantially affect the identity of the trade mark or extend the goods or services covered by the application. [TM02.TEXT]
2. Section 15. If, in the opinion of the Registrar, (1) any unessential part of a trademark applied for is not registrable under Section 6, or (2) any application for registration is contrary to Section 9 or Section 10 or is not in accordance with the rules and procedures prescribed in the Ministerial Regulations issued under Section 11, The Registrar shall require and, without delay, in writing notify the applicant to amend the application within ninety days from the date of receipt of the order. 16. If, in the opinion of the Registrar, the entire trademark or any essential part thereof is not registrable under Section 6, the Registrar shall

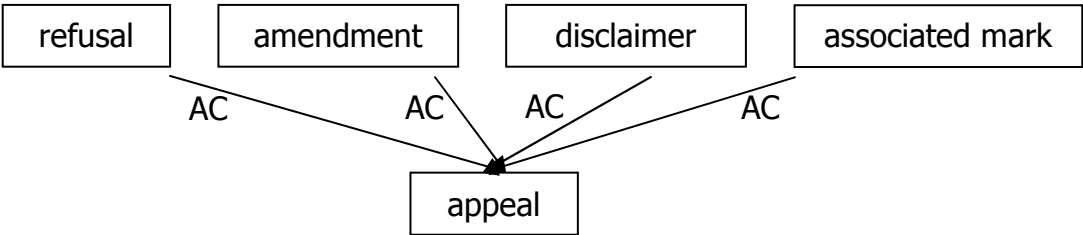
refuse registration and shall, without delay, in writing notify the applicant of the order giving the grounds therefor. Section 17. If, in the opinion of the Registrar, a trademark considered as a whole is registrable under Section 6 but contains one or more parts which are common to the trade for some types or classes of goods such that no applicant should have exclusive right thereto or which are not distinctive, the Registrar shall make either of the following: (1) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to disclaim exclusive right to use of such part of the trademark; (2) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to make such other disclaimer as the Registrar may consider necessary for the purpose of defining the rights of the owner under such registrations. For the purpose of implementing the provisions of the first paragraph, the Registrar shall have the power to declare by notification what is common to the trade with respect to certain types or classes of goods. The Registrar shall, without delay, in writing notify the applicant of any order under the first paragraph giving the grounds therefor. Section 18. The applicant may appeal against the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 to the Trademark Board within ninety days from receipt thereof. Decisions of the Trademark Board shall be final. If the Board has decided that an order of the Registrar under Section 14 is correct, the Registrar shall proceed to process such application. If the Board has decided that an order of the Registrar under Section 15 or 17 is correct, the applicant shall comply with the order of the Registrar within ninety days from receipt of the decision of the Board. If the Board has decided that an order of the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 is incorrect, the Registrar shall proceed to process such application. Section 19. If the applicant does not appeal under the first paragraph Section 18, and does not comply with an order of the Registrar under Section 15 or 17, as the case may be, or if the applicant files an appeal under the first paragraph of Section 18, but does not comply with Section 18, paragraph three, the application shall be deemed abandoned. [TM06.TXT]

Concept: DISCLAIMER	ER35
English term(s): disclaimer (noun), disclaim (verb)	
Thai term(s): การสละสิทธิ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: นายทะเบียนจะสั่งให้ผู้จดทะเบียนแสดงปฏิเสธว่าไม่ขอถือเป็นสิทธิของตนแต่ผู้เดียวในอันที่จะใช้ส่วนของเครื่องหมายการค้าที่เป็นสิ่งที่ใช้กันสามัญในการค้าขายสินค้าบางอย่างอันไม่ควรให้ผู้จดทะเบียนรายหนึ่งรายใดถือเป็นสิทธิของตนแต่ผู้เดียว หรือมีลักษณะไม่บ่งเฉพาะ เมื่อผู้จดทะเบียนปฏิบัติตามคำสั่งนายทะเบียนแล้ว ให้นายทะเบียนดำเนินการขั้นตอนการจดทะเบียนต่อไป นั่นก็คือการลงประกาศโฆษณาการค้าจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น ผู้จดทะเบียนมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน หากผู้จดทะเบียนไม่ปฏิบัติตามคำสั่งนายทะเบียนและไม่อุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน ให้อถือว่าผู้จดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph LR A[application for trademark registration] -- AC --> B[disclaimer] B -- AC --> C[publication] B -- AC --> D[abandonment] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. It is noted that the word JEAN would also be descriptive and non-registrable if used on jeans or denim products. However, it was one of various elements in the applicant's mark and the applicant had <u>disclaimed</u> it. [TM01.TXT] 2. Section 17. If, in the opinion of the Registrar, a trademark considered as a whole is registrable under Section 6 but contains one or more parts which are common to the trade for some types or classes of goods such that no applicant should have exclusive right thereto or which are not distinctive, the Registrar shall make either of the following: (1) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to <u>disclaim</u> exclusive right to use of such part of the trademark; (2) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to make such other <u>disclaimer</u> as the Registrar may consider necessary for the purpose of defining the rights of the owner under such registrations. For the purpose of implementing the provisions of the first paragraph, the Registrar shall have the power to declare by notification what is common to the trade with respect to certain types or classes of goods. The Registrar shall, without delay, in writing notify the applicant of any order under the first paragraph giving the grounds 	

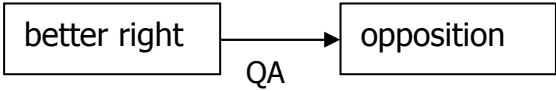
therefor. Section 18. The applicant may appeal against the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 to the Trademark Board within ninety days from receipt thereof. Decisions of the Trademark Board shall be final. If the Board has decided that an order of the Registrar under Section 14 is correct, the Registrar shall proceed to process such application. If the Board has decided that an order of the Registrar under Section 15 or 17 is correct, the applicant shall comply with the order of the Registrar within ninety days from receipt of the decision of the Board. If the Board has decided that an order of the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 is incorrect, the Registrar shall proceed to process such application. Section 19. If the applicant does not appeal under the first paragraph Section 18, and does not comply with an order of the Registrar under Section 15 or 17, as the case may be, or if the applicant files an appeal under the first paragraph of Section 18, but does not comply with Section 18, paragraph three, the application shall be deemed abandoned. [TM06.TXT]

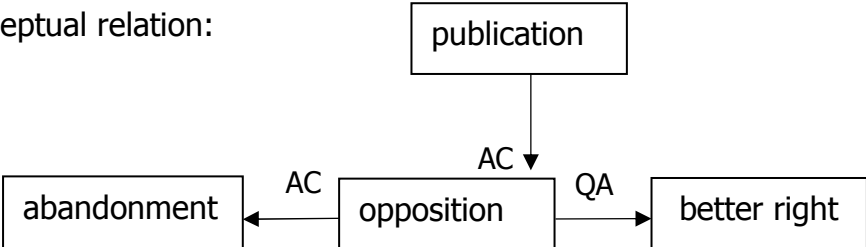
Concept: ASSOCIATED TRADEMARK	ER36
English term(s): associated trademark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายชุด [วัส ดิงสมิตร]	
<p>Feature: หากเครื่องหมายการค้าคล้ายกันจนทำให้ประชาชนสับสนหลงผิดเรื่องแหล่งกำเนิดสินค้าแต่เป็นเครื่องหมายของเจ้าของเดียวกัน นายทะเบียนจะสั่งให้จดทะเบียนเป็นเครื่องหมายชุด เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้เป็นเครื่องหมายชุดจะโอนหรือรับมรดกกันได้ต่อเมื่อเป็นการโอนหรือรับมรดกกันทั้งชุด เมื่อผู้ขอจดทะเบียนปฏิบัติตามคำสั่งนายทะเบียนแล้ว ให้นายทะเบียนดำเนินการขึ้นตอนการจดทะเบียนต่อไป นั่นก็คือการลงประกาศโฆษณา ค่าขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น ผู้ขอจดทะเบียนมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน หากผู้ขอจดทะเบียนไม่ปฏิบัติตามคำสั่งนายทะเบียนและไม่อุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน ให้ถือว่าผู้ขอจดทะเบียนละทิ้งค่าขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph LR A[application for trademark registration] -- AC --> B[associated trademark] B -- AC --> C[publication] B -- AC --> D[abandonment] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Notwithstanding section 12 or 14, confusing trademarks are registrable if the applicant is the owner of all such trademarks, which shall be known as <u>associated trademarks</u>. [TM08.TXT] 2. <u>Associated trademarks</u> may be assigned or transferred by succession only when all of them are assigned or transferred together. [TM06.TXT] 3. Section 14. In the event registered or pending trademarks of the same owner covering goods of the same class or different classes but the same character so similar to one another that the public might be confused or misled as to the owner or origin of the goods of used by different persons, the Registrar shall require the trademarks to be registered as <u>associated trademarks</u> and shall in writing notify the applicant without delay. Section 15. If, in the opinion of the Registrar, (1) any unessential part of a trademark applied for is not registrable under Section 6, or (2) any application for registration is contrary to Section 9 or Section 10 or is not in accordance with the rules and procedures prescribed in the Ministerial Regulations issued under Section 11, The Registrar shall require 	

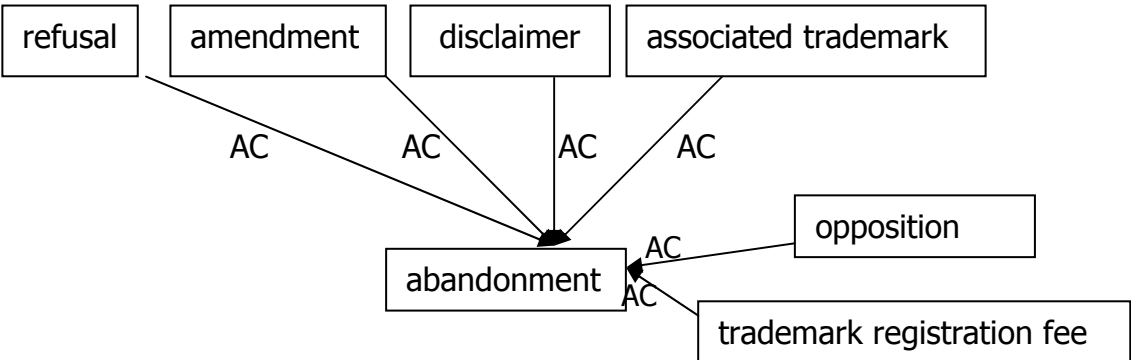
and, without delay, in writing notify the applicant to amend the application within ninety days from the date of receipt of the order. Section 16. If, in the opinion of the Registrar, the entire trademark or any essential part thereof is not registrable under Section 6, the Registrar shall refuse registration and shall, without delay, in writing notify the applicant of the order giving the grounds therefor. Section 17. If, in the opinion of the Registrar, a trademark considered as a whole is registrable under Section 6 but contains one or more parts which are common to the trade for some types or classes of goods such that no applicant should have exclusive right thereto or which are not distinctive, the Registrar shall make either of the following: (1) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to disclaim exclusive right to use of such part of the trademark; (2) order the applicant, within ninety days from receipt of the order, to make such other disclaimer as the Registrar may consider necessary for the purpose of defining the rights of the owner under such registrations. For the purpose of implementing the provisions of the first paragraph, the Registrar shall have the power to declare by notification what is common to the trade with respect to certain types or classes of goods. The Registrar shall, without delay, in writing notify the applicant of any order under the first paragraph giving the grounds therefor. Section 18. The applicant may appeal against the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 to the Trademark Board within ninety days from receipt thereof. Decisions of the Trademark Board shall be final. If the Board has decided that an order of the Registrar under Section 14 is correct, the Registrar shall proceed to process such application. If the Board has decided that an order of the Registrar under Section 15 or 17 is correct, the applicant shall comply with the order of the Registrar within ninety days from receipt of the decision of the Board. If the Board has decided that an order of the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 is incorrect, the Registrar shall proceed to process such application. Section 19. If the applicant does not appeal under the first paragraph Section 18, and does not comply with an order of the Registrar under Section 15 or 17, as the case may be, or if the applicant files an appeal under the first paragraph of Section 18, but does not comply with Section 18, paragraph three, the application shall be deemed abandoned. [TM06.TXT]

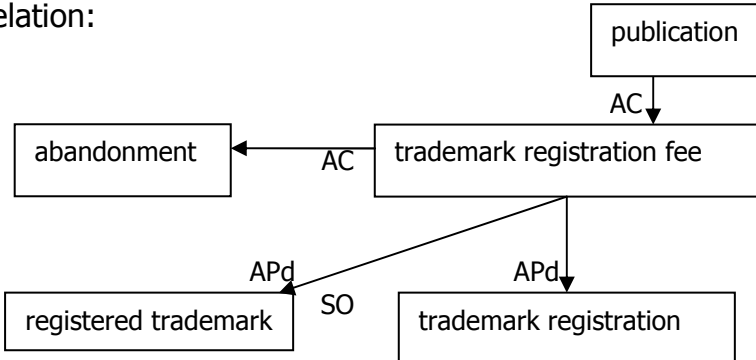
Concept: APPEAL	ER37
English term(s): appeal (noun), (verb)	
Thai term(s): อุทธรณ์ [ศัพท์บัญญัติราชบัณฑิตยสถาน]	
<p>Feature: เมื่อนายทะเบียนมีคำสั่งไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ให้แก้ไขเปลี่ยนแปลงคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ให้ปฏิเสธว่าไม่ขอถือเป็นสิทธิของตนแต่ผู้เดียว หรือให้จดทะเบียนเป็นเครื่องหมายชุด ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนมีสิทธิอุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน ให้ถือคำวินิจฉัยของคณะกรรมการเครื่องหมายการค้าเป็นที่สุด</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph TD refusal[refusal] -- AC --> appeal[appeal] amendment[amendment] -- AC --> appeal disclaimer[disclaimer] -- AC --> appeal associated_mark[associated mark] -- AC --> appeal </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Having received notification from the French Intellectual Property Office (INPI) confirming its refusal to register the trademark E-SERVICE, in respect of customer maintenance and assistance provided by video teleconference and via the Internet, the applicant filed an <u>appeal</u> with the Court of Appeal of Paris to have this decision reversed. [TM01.TXT] 2. Section 18. The applicant may <u>appeal</u> against the Registrar under Sections 14, 15, 16 and 17 to the Trademark Board within ninety days from receipt thereof. Decisions of the Trademark Board shall be final. [TM06.TXT] 	

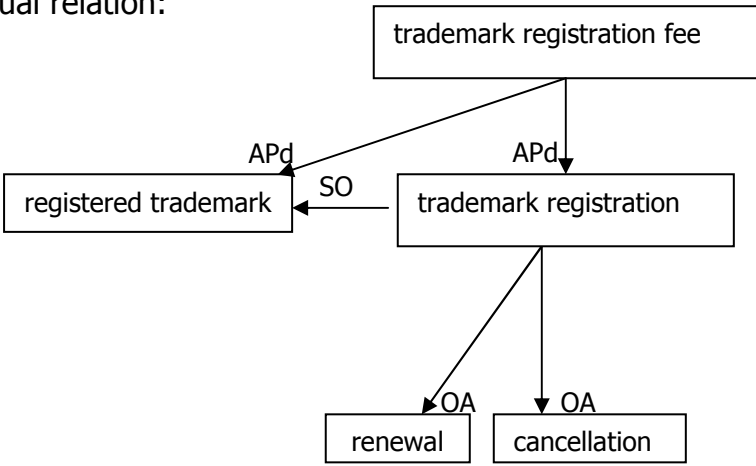
Concept: PUBLICATION	ER38
English term(s): publication (noun), publish (verb)	
Thai term(s): การประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วิส ดิงสมิตร]	
<p>Feature: นายทะเบียนจะสั่งให้ประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหากพิจารณาแล้วเห็นว่าเครื่องหมายนั้นเป็นไปตามข้อกำหนดในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า การประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนต้องเป็นไปตามวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง การลงประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเปิดโอกาสให้มีการยื่นคำคัดค้านได้ หากลงประกาศโฆษณาไป 90 วันแล้วยังไม่มีผู้ใดคัดค้านให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้นได้ หากไม่มีผู้ใดคัดค้าน เครื่องหมายการค้านั้นจะได้รับการจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าจดทะเบียน</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <pre> graph TD A[application for trademark registration] -- AC --> B[amendment] A -- AC --> C[disclaimer] A -- AC --> D[associated trademark] A -- AC --> E[publication] B -- AC --> F[refusal] C -- AC --> F D -- AC --> F F -- AC --> G[appeal] B -- AC --> E C -- AC --> E D -- AC --> E E -- AC --> H[opposition] E -- AC --> I[trademark registration fee] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The Registrar shall order the <u>publication</u> of the application for trademark registration if the trademark fulfills the registrability. [TM17.TXT] 2. When an application for registration of a trademark is considered acceptable, the Registrar shall order the application to be <u>published</u>. [TM06.TXT] 3. The <u>publication</u> of applications shall be in accordance with the procedures prescribed in the Ministerial Regulations. [TM06.TXT] 4. The <u>publication</u> of the application is an effective mechanism to provide an opportunity to any one who wants to oppose the application. [TM17.TXT] 5. If, during the ninety-day period from the date of <u>publication</u>, no opposition is encountered, the mark will normally proceed to registration. [TM26.TXT] 	

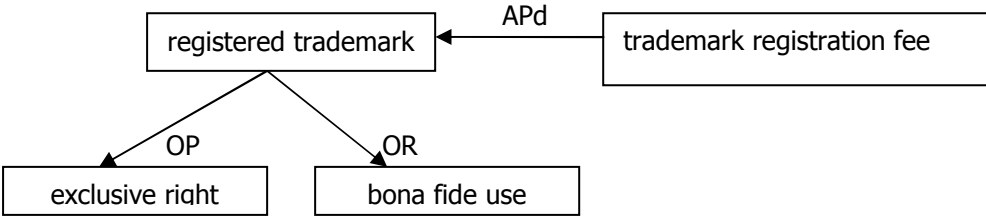
Concept: BETTER RIGHT	ER39
English term(s): better right (noun)	
Thai term(s): สิทธิดีกว่า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เมื่อได้ประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามมาตรา 29 แล้วบุคคลใดเห็นว่าตนมีสิทธิดีกว่าผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น หรือเห็นว่าเครื่องหมายการค้ารายนั้นไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้ตามมาตรา 6 หรือการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้นไม่ถูกต้องตามบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า บุคคลนั้นจะยื่นคำคัดค้านต่อนายทะเบียนได้ในเก้าสิบวันนับแต่วันประกาศโฆษณาการลงประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเปิดโอกาสให้มีการยื่นคำคัดค้านได้</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[better right] -- QA --> B[opposition] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The Trademark Act recognizes the right of a person who thinks that he has a <u>better right</u> to the trademark or that the trademark being applied for registration does not fulfill the registration requirements or the applicant does not duly follow the application procedures. The publication of the application is an effective mechanism to provide an opportunity to any one who wants to oppose the application. Such person is entitled to file an opposition to the Registrar within ninety days as from the publication of the application together with the reasons supporting the opposition. [TM17.TXT] 2. After the publication of a trademark application under Section 29, any person who thinks that he has <u>better right</u> in the trademark than the applicant or that the trademark is not registrable under Section 6 or that the application is not in conformity with the provisions of this Act may, within ninety days from the date of publication under Section 29, file a notice of opposition with the Registrar stating the grounds of the opposition. [TM06.TXT] 	

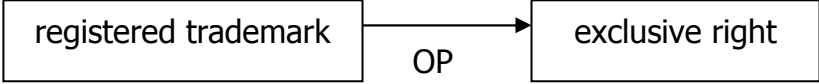
Concept: OPPOSITION	ER40
English term(s): opposition (noun), oppose (verb)	
Thai term(s): การคัดค้านคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เมื่อได้ประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว บุคคลใดเห็นว่าตนมีสิทธิดีกว่าผู้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น หรือเห็นว่าเครื่องหมายการค้าานั้นไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้ บุคคลนั้นจะยื่นคำคัดค้านต่อนายทะเบียนได้ภายในเก้าสิบวันนับแต่วันประกาศโฆษณา เมื่อมีการคัดค้านแล้ว ผู้จดทะเบียนสามารถยื่นคำโต้แย้งคัดค้านได้ภายในเก้าสิบวันที่ได้รับสำเนาคำคัดค้าน ไม่เช่นนั้นจะถือว่าละทิ้งคำขอจดทะเบียน</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph TD publication[publication] -- AC --> opposition[opposition] opposition -- AC --> abandonment[abandonment] opposition -- QA --> better_right[better right] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. After the publication of a trademark application under Section 29, any person who thinks that he has better right in the trademark than the applicant or that the trademark is not registrable under Section 6 or that the application is not in conformity with the provisions of this Act may, within ninety days from the date of publication under Section 29, file a notice of opposition with the Registrar stating the grounds of the <u>opposition</u>. [TM06.TXT] 2. If an <u>opposition</u> is filed under Section 35, the Registrar shall send a copy thereof to the applicant without delay. The applicant shall, within ninety days from the date of receipt of the copy of the opposition, file a counterstatement, in the form prescribed by the Director-General, stating the grounds on which he relies in support of his application. The Registrar shall send a copy of the counterstatement to the opposer without delay. If the applicant fails to comply with the requirement under paragraph two, he shall be deemed to have abandoned his application. [TM06.TXT] 3. The publication of the application is an effective mechanism to provide an opportunity to any one who wants to <u>oppose</u> the application. [TM17.TXT] 	

Concept: ABANDONMENT	ER41
English term(s): abandonment (noun), abandon (verb)	
Thai term(s): การละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วัส ดิงสมิตร]	
<p>Feature: หากนายทะเบียนปฏิเสธไม่รับคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า มีคำสั่งให้ผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำขอจดทะเบียน ให้ปฏิเสธไม่ขอถือเป็นสิทธิของตนแต่ผู้เดียว หรือให้จดทะเบียนนั้นเป็นเครื่องหมายชุดแล้วผู้ขอจดทะเบียนไม่ปฏิบัติตามคำสั่งนายทะเบียนและไม่อุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียน ให้ถือว่าผู้ขอจดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น</p> <p>หากมีผู้คัดค้านคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้วผู้ขอจดทะเบียนไม่ยื่นหนังสือโต้แย้งคำคัดค้าน ให้ถือว่าผู้ขอจดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้น</p> <p>เจ้าของทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้มีการใช้ทะเบียนเครื่องหมายการค้าในเชิงพาณิชย์เป็นเวลาต่อเนื่องตามที่กำหนด ให้ถือว่าเจ้าของทะเบียนละทิ้งทะเบียนเครื่องหมายการค้า</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph TD refusal[refusal] -- AC --> abandonment[abandonment] amendment[amendment] -- AC --> abandonment disclaimer[disclaimer] -- AC --> abandonment associated[associated trademark] -- AC --> abandonment opposition[opposition] -- AC --> abandonment fee[trademark registration fee] -- AC --> abandonment </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Section 19. If the applicant does not appeal under the first paragraph Section 18, and does not comply with an order of the Registrar under Section 15 or 17, as the case may be, or if the applicant files an appeal under the first paragraph of Section 18, but does not comply with Section 18, paragraph three, the application shall be deemed <u>abandoned</u>. [TM06.TXT] 2. If the applicant fails to pay the fee within the prescribed period, the application shall be deemed <u>abandoned</u>. [TM06.TXT] 	


Concept: TRADEMARK REGISTRATION FEE	ER42
English term(s): trademark registration fee (noun), fee for trademark registration (noun)	
Thai term(s): ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เมื่อนายทะเบียนมีคำสั่งให้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว นายทะเบียนจะมีหนังสือแจ้งคำสั่งให้ผู้จดทะเบียนทราบ และให้ชำระค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนภายในสามสิบวัน นับแต่วันที่ได้รับหนังสือแจ้งคำสั่ง ถ้าผู้จดทะเบียนไม่ชำระค่าธรรมเนียมภายในกำหนดเวลาดังกล่าว ให้ถือว่าละทิ้งคำขอจดทะเบียน</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph TD publication[publication] -- AC --> trademark_registration_fee[trademark registration fee] trademark_registration_fee -- AC --> abandonment[abandonment] trademark_registration_fee -- APd --> registered_trademark[registered trademark] trademark_registration_fee -- APd --> trademark_registration[trademark registration] registered_trademark -- SO --> trademark_registration </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. When an order to register a trademark has been made under the first paragraph, the Registrar shall notify the applicant in writing and the <u>registration fee</u> shall be paid within thirty days of receipt of the notification. [TM06.TXT] 2. The fee paid for filing an opposition to the Institute's decision with respect to a trademark application shall be deducted from the <u>trademark registration fee</u> if the appeal is accepted. [TM06.TXT] 3. Section 79 of the Act similarly provides that rules may be made as to the payment or <u>fees for trade mark registration</u> procedures: the current scale of fees is set out in the Trade Marks (Fees) Rules 1994. [TM02.TXT] 	

Concept: TRADEMARK REGISTRATION	ER43
English term(s): trademark registration (noun), registration certificate (noun)	
Thai term(s): ทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วัส ดิงสมิตร]	
<p>Feature: เมื่อคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าลงประกาศโฆษณาแล้วและไม่มีผู้ใดยื่นคัดค้าน เครื่องหมายการค้ารายนั้นจะได้รับจดทะเบียน ทะเบียนเครื่องหมายการค้ามีอายุสิบปี นับแต่วันที่จดทะเบียน หากเจ้าของทะเบียนไม่ยื่นคำขอต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายการค้าภายในเวลาที่กำหนด ให้ถือว่าเครื่องหมายการค้าได้ถูกเพิกถอนการจดทะเบียนแล้ว</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph TD A[trademark registration fee] -- APd --> B[trademark registration] A -- APd --> C[registered trademark] B -- SO --> C B -- OA --> D[renewal] B -- OA --> E[cancellation] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The owner of a trademark who wants to renew the term of his <u>trademark registration</u> shall apply to the Registrar within ninety days before the expiration of the term. [TM06.TXT] 2. In the case where the trademark owner does not apply for renewal of the <u>trademark registration</u> within the period prescribed under Section 54 paragraph one, the registration of the trademark shall be deemed cancelled. [TM06.TXT] 	

Concept: REGISTERED TRADEMARK	ER44
English term(s): registered trademark (noun)	
Thai term(s): เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เมื่อคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าลงประกาศโฆษณาแล้วและไม่มีผู้ใดยื่นคัดค้าน เครื่องหมายการค้ารายนั้นจะได้รับจดทะเบียน เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายการค้า นั้น และหากมีผู้ใดใช้เครื่องหมายที่เหมือนคล้ายกับเครื่องหมายการค้าจดทะเบียน จะถือว่าละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าจดทะเบียน</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph TD A[trademark registration fee] -- APd --> B[registered trademark] B -- OP --> C[exclusive right] B -- OR --> D[bona fide use] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Once a trademark is registered, it doesn't mean that the proprietor holds the exclusive trademark right forever. The validity duration of a <u>registered trademark</u> is ten years, subject to renewals for further validity, which is in conformity to the prevailing international norms. [TM09.TXT] 2. Paragraph 12 of the same provides that a mark that is identical with or similar to a <u>registered trademark</u> of another person, designated for the same or similar goods, cannot be registered either. [TM01.TXT] 3. Infringement takes place when: • someone uses a sign identical or similar to your <u>registered trade mark</u> for identical or similar goods or services; and the public are likely to confuse the two marks. [TM18.TXT.TXT] 	


Concept: EXCLUSIVE RIGHT	ER45
English term(s): exclusive right (noun)	
Thai term(s): สิทธิแต่เพียงผู้เดียว [วีส ดิงสมิตร]	
<p>Feature: ผู้ที่จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าจะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียน กล่าวคือ บุคคลอื่นใดห้ามนำเครื่องหมายนั้นไปใช้ ทั้งนี้ ต้องมีการใช้เครื่องหมายการค้าด้วยเพื่อรักษาสิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายการค้า สำหรับเครื่องหมายการค้าแบบบรรยายที่มีความหมายที่สองแล้ว ผู้ที่จดทะเบียนได้สิทธิที่จะใช้เครื่องหมายการค้าในความหมายที่สองเท่านั้น ไม่ใช่ความหมายดั้งเดิมซึ่งเป็นแบบบรรยาย</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[registered trademark] -- OP --> B[exclusive right] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The owner of a trademark has <u>exclusive right</u> to use it on the product it was intended to identify and often on related products. [TM04.TXT] 2. This right to describe is the reason that descriptive terms qualify for registration as trademarks only after taking on secondary meaning as distinctive of the applicant's goods, with the registrant getting an <u>exclusive right</u> not in the original, descriptive sense, but only in the secondary one associated with the markholder's goods. [TM04.TXT] 3. Furthermore, the use of the trademark is also a requirement to maintain the <u>exclusive right</u> of the registered trademark. [TM09.TXT] 4. Under trademark law, the trademark owner enjoys the <u>exclusive right</u> to use the protected trademark, as expressed by the right to exclude third parties from such use. [TM06.TXT] 5. Subject to Sections 27 and 68, a person who is registered as the owner of a trademark shall have the <u>exclusive right</u> to use it for the goods for which it is registered. [TM06.TXT] 	

Concept: BONA FIDE USE	ER46
English term(s): bona fide use (noun)	
Thai term(s): การใช้เครื่องหมายการค้าโดยสุจริต [วัส ดิงสมิตร]	
Feature: เจ้าของเครื่องหมายการค้าต้องมีการใช้เครื่องหมายการค้าโดยสุจริตสำหรับสินค้าที่จดทะเบียน ไม่เช่นนั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือนายทะเบียนอาจร้องขอให้เพิกถอนทะเบียนเครื่องหมายการค้าดังกล่าวได้	
Conceptual relation: <div style="text-align: center; margin: 10px 0;"> <div style="display: inline-block; border: 1px solid black; padding: 5px 20px; margin-right: 10px;">registered trademark</div> → <div style="display: inline-block; border: 1px solid black; padding: 5px 20px; margin-left: 10px;">bona fide use</div> </div> <p style="text-align: center; margin: 0 100px;">OR</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Any interested person or the Registrar may petition the Board to cancel a trademark registration if it is proved that at the time of registration the owner of the trademark had no bona fide intention to use the trademark with the goods for which it was registered and in fact there was no bona fide use whatsoever of the trademark for such goods or that during the three years prior to the petition for cancellation there was no <u>bona fide use</u> of the trademark for the goods for which it was registered unless the owner can prove that such non-use was due to special circumstances in the trade and not to an intention not to use or to abandon the trademark for the goods for which it was registered. [TM06.TXT] 2. The term use in commerce means the <u>bona fide use</u> of a mark in the ordinary course of trade, and not made merely to reserve a right in a mark. [TM04.TXT] 	

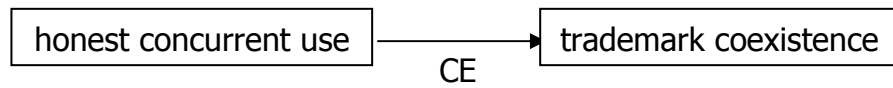
Concept: RENEWAL	ER47
English term(s): renewal (noun), renew (noun)	
Thai term(s): การต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วัส ดิงสมิตร]	
<p>Feature: เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วมีอายุสิบปีนับแต่วันที่จดทะเบียนตามมาตรา 42 และอาจต่ออายุได้ตามมาตรา 54 เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ประสงค์จะต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายการค้า ให้ยื่นคำขอต่ออายุต่อนายทะเบียนภายในเก้าสิบวันก่อนวันสิ้นอายุ เมื่อได้ยื่นคำขอต่ออายุแล้ว ให้ถือว่าเครื่องหมายนั้นจดทะเบียนอยู่จนกว่านายทะเบียนจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น การขอต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายการค้าให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง หากนายทะเบียนเห็นว่าการขอต่ออายุเป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ให้นายทะเบียนต่ออายุการจดทะเบียนเครื่องหมายนั้นอีกสิบปี นับแต่วันสิ้นอายุการจดทะเบียน หากนายทะเบียนเห็นว่าการขอต่ออายุไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง ให้นายทะเบียนมีคำสั่งให้เจ้าของเครื่องหมายการค้านั้นแก้ไขให้ถูกต้องภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ได้รับคำสั่งนั้น ถ้าเจ้าของเครื่องหมายการค้าไม่ปฏิบัติตามคำสั่ง ให้นายทะเบียนเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า</p>	
<p>Conceptual relation:</p>  <pre> graph LR A[EXPIRED trademark registration] -- OA --> B[renewal] </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. The registration of a trademark shall have a term of ten years from the date of registration under Section 42 and may be <u>renewed</u> under Section 54. [TM06.TXT] 2. The owner of a trademark who wants to <u>renew</u> the term of his trademark registration shall apply to the Registrar within ninety days before the expiration of the term. When an application for <u>renewal</u> is filed within the prescribed period, the trademark shall be deemed registered until the Registrar orders otherwise. [TM06.TXT] 3. The <u>renewal</u> of trademark registration shall be in accordance with the rules and procedures prescribed in the Ministerial Regulations. [TM06.TXT] 4. In the case where the owner of a trademark has applied for <u>renewal</u> within the period prescribed in Section 54 paragraph one, and the Registrar finds that the application complies with the rules and procedures prescribed in the Ministerial Regulations under Section 54 paragraph two, the Registrar shall renew the 	

registration for a further period of ten years from the date of expiration of the registration or of the last renewal thereof, as the case may be. [TM06.TXT]

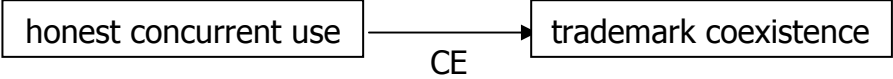
5. In the case where the owner of a trademark has applied for renewal within the period prescribed in Section 54 paragraph one, but the Registrar finds that the application is not in compliance with the rules and procedures prescribed in the Ministerial Regulations under Section 54 paragraph two, the Registrar shall require the owner to correct the application within thirty days from the date of receipt of such order and notify, without delay the owner in writing. If the owner does not comply with the order within the time prescribed, the Registrar shall order the cancellation of the trademark registration. [TM06.TXT]

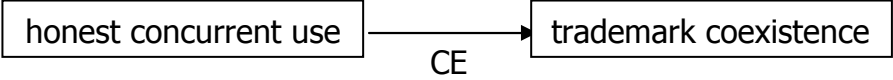
Concept: CANCELLATION	ER48
English term(s): cancellation (noun), cancel (verb)	
Thai term(s): การเพิกถอนทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วิส ดิงสมิตร]	
Feature: เจ้าของทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ประสงค์จะต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายการค้าต้องยื่นขอต่ออายุต่อนายทะเบียนภายในเวลาที่กำหนด ไม่เช่นนั้นจะถือว่าเครื่องหมายการค้านั้นถูกเพิกถอนการจดทะเบียนแล้ว	
Conceptual relation:  <pre> graph LR A[trademark registration] -- OA --> B[cancellation] C[EXPIRED] --- A </pre>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. In the case where the trademark owner does not apply for renewal of the trademark registration within the period prescribed under Section 54 paragraph one, the registration of the trademark shall be deemed <u>cancelled</u>. [TM06.TXT] 2. In the case where the owner of a trademark has applied for renewal within the period prescribed in Section 54 paragraph one, but the Registrar finds that the application is not in compliance with the rules and procedures prescribed in the Ministerial Regulations under Section 54 paragraph two, the Registrar shall require the owner to correct the application within thirty days from the date of receipt of such order and notify, without delay the owner in writing. If the owner does not comply with the order within the time prescribed, the Registrar shall order the <u>cancellation</u> of the trademark registration. [TM17.TXT] 	

แผนภูมิโน้ตสัมพันธ์หมวดเรื่องการอยู่ร่วมกันของเครื่องหมายการค้า



CE = Cause-Effect

Concept: HONEST CONCURRENT USE	ER49
English term(s): honest concurrent use (noun)	
Thai term(s): การใช้มาแล้วร่วมกันโดยสุจริต [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: การใช้เครื่องหมายการค้ามาแล้วร่วมกันโดยสุจริตเป็นปัจจัยที่ทำให้เครื่องหมายการค้าที่คล้ายกันจนทำให้ประชาชนสับสนหลงผิดจดทะเบียนได้ เกณฑ์สำหรับพิจารณาว่ามีการใช้เครื่องหมายการค้ามาแล้วร่วมกันโดยสุจริตหรือไม่ คือ ระยะเวลาการใช้ วิธีการใช้ เขตแห่งการใช้ และความสุจริตในการใช้เครื่องหมายนั้น เมื่อจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่คล้ายกันแล้วทำให้มีเครื่องหมายที่คล้ายกันอยู่ร่วมกันได้</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph LR A[honest concurrent use] -- CE --> B[trademark coexistence] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Indeed, although a similarity of marks may well not cause confusion if there is no similarity of goods (Swan for matches hardly clashing with Swan for soap, for example), it would seem very likely that the necessary similarity of both marks and goods would be likely to lead to confusion in many cases, and the exceptions would tend to depend upon special circumstances, such as <u>honest concurrent use</u>, itself provided for in section 27. [TM02.TXT] 2. Section 27 applies to cases where an applicant satisfies the Registrar that there has been <u>honest concurrent use</u> of the trade mark for which he seeks registration, despite conflict with an earlier trade mark or earlier right which would otherwise disentitle him to registration pursuant to sub-sections 5(1) to (4) inclusive. [TM02.TXT] 3. In certain common law jurisdictions, the concept of "<u>honest concurrent use</u>" may apply. This takes into account the nature and length of use, the geographical area of trade, and the honesty of the adoption and subsequent use of the mark. A long period of concurrent use (at least five years) may help to overcome an opposition, and allow the two marks to coexist. [TM06.TXT] 	

Concept: TRADEMARK COEXISTENCE	ER50
English term(s): trademark coexistence (noun)	
Thai term(s): การอยู่ร่วมกันของเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
<p>Feature: เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วสามารถจดทะเบียนได้และอยู่ร่วมกันได้ในกรณีที่เจ้าของเครื่องหมายทั้งสองต่างได้ใช้เครื่องหมายมาด้วยกันโดยสุจริต</p>	
<p>Conceptual relation:</p> <div style="text-align: center; margin: 20px 0;">  <pre> graph LR A[honest concurrent use] -- CE --> B[trademark coexistence] </pre> </div>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Trademark coexistence</u> describes a situation in which two different enterprises use a similar or identical trademark to market a product or service without necessarily interfering with each other’s businesses. [TM06.TXT] 2. In Colombia, <u>trademark coexistence</u> agreements— instruments that traders execute to commercialize products or merchandise covered by similar or identical trademarks— must meet the following requirements: 1. Existence of registrations for identical trademarks in the Subregion; 2. Existence of an agreement between the parties; 3. Adoption by the parties of measures intended to prevent confusion among consumers, and clear information about the origin of the products or services; 4. Recordal of the agreement before the national competent office; and 5. Observance of provisions concerning commercial practices and promotion of competition. [TM01.TXT] 	

ภาคผนวก ค

บันทึกข้อมูลศัพท์

รหัสอ้างอิงที่ใช้บันทึกข้อมูลศัพท์

ในบันทึกข้อมูลศัพท์เรื่องเครื่องหมายการค้านี้ได้กำหนดรหัสอ้างอิงไว้ดังนี้

รหัสสั้น	ความหมาย
TRxx	เลขที่ศัพท์
TMxx.txt	เลขที่แฟ้มข้อมูลจากคลังข้อมูล
SYN	คำเหมือน
ANT	คำตรงข้าม

English term: mark	TR01
Thai term: เครื่องหมาย [ราชบัณฑิตยสถาน]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: คำ คำโฆษณา สัญลักษณ์ ภาพประติษฐ์ หรือสิ่งเหล่านี้โดยใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกันซึ่งใช้เพื่อแสดงให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น อาจมีความหมายเฉพาะเจาะจงถึงเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมได้	
Illustration: In July 1998 the two parties signed an agreement allowing Zhengfang to use the <u>mark</u> PIERRE CARDIN on Chinese-made children's shoes and socks until the end of 2001. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: (SYN) trademark [TM03.TXT]	
Cross-reference: trademark (TR02)	

English term: trademark	TR02
Thai term: เครื่องหมายการค้า [วิศ ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายซึ่งใช้กับสินค้าเพื่อให้รู้ว่าสินค้านั้นแตกต่างจากสินค้าของบุคคลอื่น อาจหมายถึงเครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง และเครื่องหมายร่วมได้ นอกเสียจากระบุชัดเจนว่าเป็นเครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าเท่านั้น	
Illustration: The Judge of First Instance admitted the complaint and ruled that the <u>trademarks</u> were not confusingly similar. [TM01.TXT]	
Note: -	

Linguistic specification: (SYN) mark [TM03.TXT]
Cross-reference: mark (TR01)

English term: service mark	TR03
Thai term: เครื่องหมายบริการ [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายซึ่งใช้เพื่อให้รู้ว่าบริการนั้นแตกต่างจากบริการของบุคคลอื่น	
Illustration: Specimens that show use of a <u>service mark</u> in relation to television programs or a movie series may be in the nature of a photograph of the video or film frame when the mark is used in the program. [TM07.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: mark (TR01)	

English term: certification mark	TR04
Thai term: เครื่องหมายรับรอง [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายซึ่งใช้โดยบุคคลอื่นที่ไม่ใช่เจ้าของโดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของเพื่อรับรองแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ ถูกต้อง หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือบริการ	
Illustration: The Board noted that the words COMPATIBILITY CERTIFIED served to inform those seeing the mark that it is functioning as a <u>certification mark</u> , and that the <u>certification mark</u> included a design feature not found in the previously registered marks). [TM07.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: mark (TR01)	

English term: collective mark	TR05
Thai term: เครื่องหมายร่วม [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark

Definition: เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้โดยสมาชิกสหกรณ์ สมาคม กลุ่มบุคคลหรือองค์กรใดเพื่อแสดงว่าเครื่องหมายนั้นไม่ได้ใช้โดยบุคคลหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งแต่ใช้เป็นกลุ่มร่วมกัน หรือใช้เพื่อบอกสมาชิกภาพ
Illustration: In such cases, the creation of a <u>collective mark</u> has not only helped to market such products domestically and occasionally internationally, but has also provided a framework for cooperation between local producers. [TM06.TXT]
Note: ในบางประเทศมีการแบ่งประเภทเครื่องหมายร่วมเป็นสามประเภทคือ เครื่องหมายการค้าร่วม (Collective trademark) เครื่องหมายบริการร่วม (Collective service mark) และเครื่องหมายสมาชิกร่วม (Collective membership mark) แต่ประเทศไทยไม่มีการแบ่งประเภทดังกล่าว แต่ใช้คำว่า เครื่องหมายร่วม เพียงคำเดียวเพื่อใช้เรียกเครื่องหมายซึ่งมีคุณสมบัติเป็นได้ทั้งเครื่องหมายการค้าร่วม เครื่องหมายบริการร่วม และเครื่องหมายสมาชิกร่วม
Linguistic specification: -
Cross-reference: mark (TR01)

English term: fanciful mark	TR06
Thai term: เครื่องหมายที่เป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่เป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่เพื่อใช้เป็นเครื่องหมายการค้าเท่านั้นจึงเป็นเครื่องหมายที่มีความบังเอิญเฉพาะมากที่สุด เช่น KODAK	
Illustration: Breadspreed (for jams and jellies) is not a <u>fanciful mark</u> because it has a meaning to consumers and is descriptive of the qualities of the goods—i.e., that they can be spread on bread. [TM03.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: mark (TR01)	

English term: arbitrary mark	TR07
Thai term: เครื่องหมายที่เป็นคำที่ยกมาใช้ตามอำเภอใจ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่เป็นคำที่มีความหมายอยู่แล้วและไม่ได้อธิบายหรือบอกลักษณะของตัวสินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนี้ เช่น ใช้เครื่องหมายการค้า APPLE กับสินค้าประเภทคอมพิวเตอร์	

Illustration: AstraZeneca submitted that the elements of color and shape in each of the two marks made the marks inherently distinctive; AstraZeneca noted that these elements were arbitrary and contended that an <u>arbitrary mark</u> is inherently distinctive. [TM01.TXT]
Note: -
Linguistic specification: -
Cross-reference: mark (TR01)

English term: suggestive mark	TR08
Thai term: เครื่องหมายที่เป็นคำที่เล็งถึงลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าโดยตรง [วัส ดิง-สมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่เป็นคำที่แนะนำให้ผู้บริโภครู้ว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ มีคุณภาพหรือลักษณะอย่างไร เช่น เครื่องหมายการค้า MICROSOFT แนะนำให้ผู้บริโภคว่าเป็นเครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์สำหรับไมโครคอมพิวเตอร์	
Illustration: <u>Suggestive marks</u> require some imagination, thought, or perception to reach a conclusion as to the nature of the goods. [TM07.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: mark (TR01)	

English term: descriptive mark	TR09
Thai term: เครื่องหมายที่เป็นคำบรรยาย [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่เป็นคำที่บอกจุดประสงค์ การใช้ คุณภาพ ลักษณะ คุณภาพ ส่วนประกอบ หรือแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้าหรือบริการโดยตรง เช่น เครื่องหมาย SLIM-FAST เมื่อใช้กับสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก	
Illustration: Thirdly, there might be bad faith where an application is made in some other way in misleading terms, such as by misrepresenting the extent of the user upon which it is sought to justify registration of a <u>descriptive mark</u> . [TM02.TXT]	
Note: เครื่องหมายที่เป็นคำบรรยายจะจดทะเบียนการค้าไม่ได้เว้นแต่จะมีลักษณะบ่งเฉพาะที่ได้จากการใช้หรือมีความหมายที่สอง	

Linguistic specification: (SYN) merely descriptive mark [TM07.TXT]
Cross-reference: mark (TR01)

English term: generic mark	TR10
Thai term: เครื่องหมายที่เป็นคำสามัญ [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่เป็นคำทั่วไปที่ใช้เรียกสินค้า เช่น TEFLON ไม่สามารถนำมาจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าจำพวกเครื่องครัวได้เนื่องจากคำว่า Teflon เป็นคำทั่วไปที่ใช้เรียกวาสุดที่ใช้เคลือบอุปกรณ์ทำครัว คำประเภทนี้ไม่สามารถนำมาจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าได้	
Illustration: The rationale for creating the category of <u>generic marks</u> is that no manufacturer or service provider should be given exclusive right to use words that generically identify a product. [TM07.TXT]	
Note: เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วอาจกลายเป็นคำสามัญได้หากสูญเสียความสามารถในการระบุแหล่งที่มาของสินค้าหรือบริการ เรียกกระบวนการนี้ว่า genericide [TM16.TXT]	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: mark (TR01)	

English term: traditional mark	TR11
Thai term: เครื่องหมายแบบดั้งเดิม [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่เป็นคำ รุปรอยประติษฐ์ ตัวเลข หรือเครื่องหมายอื่นๆ ซึ่งใช้เพื่อให้รู้ว่าสินค้านั้นแตกต่างจากสินค้าของบุคคลอื่น	
Illustration: Colors and color combination play an important role in distinguishing products in the marketplace and are particularly useful where <u>traditional marks</u> are not easily understood by consumer. [TM13.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: (SYN) traditional trademark, traditional types of trademark; (ANT) non-traditional mark	
Cross-reference: mark (TR01), word mark (TR12), device mark (TR13), combined mark (TR14), non-traditional mark (TR15)	

English term: word mark	TR12
Thai term: เครื่องหมายคำ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายการค้าที่ประกอบด้วยตัวอักษรเพียงอย่างเดียว อาจเป็นคำทั่วไปหรือเป็นคำที่สร้างขึ้นใหม่ก็ได้ และอาจเป็นสื่อก็ได้	
Illustration: Iceland Michelin & Cie appealed the Registrar's decision to refuse registration of its <u>word mark</u> HI-CONTROL for tires and similar goods in Class 12. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: mark (TR01), traditional mark (TR11)	

English term: device mark	TR13
Thai term: เครื่องหมายรูปรอยประดิษฐ์ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายการค้าที่ประกอบด้วยรูปเพียงอย่างเดียว	
Illustration: Under the heading reverse confusion the judge considered whether the relevant section of the Trade Marks Act mandated a consideration that, by reason of the reputation of the opposed mark (the THORPEDO mark), purchasers of the goods with the registered mark (the T <u>device mark</u>) might be caused to wonder whether the source of those goods was Thorpe or Thorpedo Enterprises Pty Ltd. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: (SYN) figurative mark, design mark	
Cross-reference: mark (TR01), traditional mark (TR11)	

English term: combined mark	TR14
Thai term: เครื่องหมายผสม [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายการค้าที่ประกอบด้วยทั้งคำและรูป	
Illustration: It clarified that, although STARBUCKS COFFEE was a <u>combined mark</u> , that is, formed by both a graphic element and a nominative element, the prevailing element was the word. [TM01.TXT]	

Note: -
Linguistic specification: (SYN) combined word-device mark, word mark with design characteristics, word & design mark, composite word and device mark
Cross-reference: mark (TR01), traditional mark (TR11)

English term: non-traditional mark	TR15
Thai term: เครื่องหมายแบบใหม่ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายการค้าแบบใหม่ซึ่งไม่จัดว่าเครื่องหมายการค้าแบบดั้งเดิม กล่าวคือ ไม่ได้เป็นเครื่องหมายในรูปของตัวหนังสือ ตัวเลข ตรา ภาพถ่าย ภาพวาด สัญลักษณ์ หรือสิ่งเหล่านี้โดยอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน	
Illustration: Furthermore, the legal requirement in many Asian nations for a graphical representation of the mark applied-for presents an additional legislative hurdle that has yet to be dealt with satisfactorily in practice before <u>non-traditional marks</u> are ready for mass adoption. [TM21.TXT]	
Note: คำนิยามนี้สรุปมาจากเว็บไซต์วิกิพีเดีย (http://en.wikipedia.org/wiki/Non-conventional_trademark) A non-conventional trademark, also known as a nontraditional trademark, is any new type of trademark which does not belong to a pre-existing, conventional category of trade mark, and which is often difficult to register, but which may nevertheless fulfill the essential trademark function of uniquely identifying the commercial origin of products or services. The term is broadly inclusive as it encompasses marks which do not fall into the conventional set of marks (eg. those consisting of letters, numerals, words, logos, pictures, symbols, or combinations of one or more of these elements), and therefore includes marks based on appearance, shape, sound, smell, taste and texture.	
Linguistic specification: (SYN) non-traditional trademark, non-conventional mark, non-conventional trademark, unconventional trademark; (ANT) traditional mark	
Cross-reference: mark (TR01), traditional mark (TR14)	

English term: three-dimensional mark	TR16
Thai term: เครื่องหมายสามมิติ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยรูปหรือวัตถุสามมิติ กล่าวคือ มีความสูง ความกว้าง และความลึก ที่มีลักษณะบ่งเฉพาะจนทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะแหล่งกำเนิดของสินค้า	

หรือบริการและจำแนกความแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่นได้
Illustration: Portugal Unilever, NV appealed to the Court against the decision of the IPO refusing protection to its <u>three-dimensional mark</u> on the ground of lack of distinctiveness. [TM01.TXT]
Note: -
Linguistic specification: (SYN) three-dimensional trademark, shape mark, shape trademark [TM12.TXT]
Cross-reference: mark (TR01), non-traditional mark (TR15)

English term: color mark	TR17
Thai term: เครื่องหมายสี [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยสีเพียงอย่างเดียว อาจมีสีเดียวหรือหลายสีก็ได้ที่มีลักษณะบ่งเฉพาะจนทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการและจำแนกความแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่นได้	
Illustration: In modern commercial dealings colors are becoming an important means of identification from the point of view of consumers and this may explain the rising numbers of trademark applications concerning <u>color marks</u> . [TM06.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: mark (TR01), non-traditional mark (TR15)	

English term: smell mark	TR18
Thai term: เครื่องหมายกลิ่น [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยกลิ่นที่มีลักษณะบ่งเฉพาะจนทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการและจำแนกความแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่นได้	
Illustration: The UK has a few <u>smell marks</u> registered; the smell of bitter ale for plights for darts, and the smell of roses for tires. [TM19.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: (SYN) fragrance mark, odor mark, olfactory mark, scent mark [TM06.TXT]	

Cross-reference: mark (TR01), non-traditional mark (TR15)

English term: sound mark	TR19
Thai term: เครื่องหมายเสียง [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยเสียงที่มีลักษณะบ่งเฉพาะจนทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการและจำแนกความแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่นได้	
Illustration: The IP office of another Member State requires applicants to describe <u>sound marks</u> using musical notation, where possible. [TM06.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: (SYN) sound trademark, acoustic mark	
Cross-reference: mark (TR01), non-traditional mark (TR15)	

English term: taste mark	TR20
Thai term: เครื่องหมายรส [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยรสที่มีลักษณะบ่งเฉพาะจนทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะแหล่งกำเนิดของสินค้าและจำแนกความแตกต่างจากสินค้าของบุคคลอื่นได้	
Illustration: There are no applications for <u>taste marks</u> in Norway or in any of the other Scandinavian countries. [TM19.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: mark (TR01), non-traditional mark (TR15)	

English term: touch mark	TR21
Thai term: เครื่องหมายสัมผัส [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยพื้นผิวซึ่งรับรู้ได้ด้วยการสัมผัสที่มีลักษณะบ่งเฉพาะจนทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการและจำแนกความแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่นได้	
Illustration: In summary, the Committee believes that it is important for the Board to adopt a position on the protectability of <u>touch marks</u> . [TM16.TXT]	

Note: -	
Linguistic specification: (SYN) tactile mark, feel mark, texture mark	
Cross-reference: mark (TR01), non-traditional mark (TR15)	
English term: moving image mark	TR22
Thai term: เครื่องหมายภาพเคลื่อนไหว [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: mark
Definition: เครื่องหมายที่ประกอบด้วยภาพเคลื่อนไหวซึ่งมีลักษณะบ่งเฉพาะจนทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการและจำแนกความแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่นได้	
Illustration: Denmark has registered one <u>moving image mark</u> . [TM19.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: (SYN) moving mark	
Cross-reference: mark (TR01), non-traditional mark (TR15)	

English term: registrability	TR23
Thai term: ลักษณะที่สามารถจดทะเบียนได้ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: ลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่สามารถจดทะเบียนได้ซึ่งมีองค์ประกอบคือต้องเป็นเครื่องหมายที่มีลักษณะบ่งเฉพาะ ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย และไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่นซึ่งได้รับการจดทะเบียนไว้แล้วหรือยื่นคำขอจดทะเบียนก่อนจนอาจทำให้เกิดความสับสน	
Illustration: If not, the applicant may have to look for other arguments to support <u>registrability</u> — for example, that the words when sounded together are not clearly descriptive or deceptively misdescriptive. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: distinctiveness (TR24), prohibited trademark (TR27), confusing similarity (TR28)	

English term: distinctiveness	TR24
Thai term: ลักษณะบ่งเฉพาะ [ไมตรี สุเทพากุล]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: ลักษณะบ่งเฉพาะของเครื่องหมายซึ่งเป็นตัวบ่งชี้หนึ่งว่าเครื่องหมายนั้นๆ จะจด	

ทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้หรือไม่
Illustration: Under Section 9, a mark referring directly to the character or quality of goods is unregistrable in Part A unless evidence of <u>distinctiveness</u> is adduced. [TM01.TXT]
Note: -
Linguistic specification: -
Cross-reference: registrability (TR23), inherent distinctiveness (TR25), acquired distinctiveness (TR26)

English term: inherent distinctiveness	TR25
Thai term: ลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเอง [รัชชัย ศุภผลศิริ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: ลักษณะบ่งเฉพาะของเครื่องหมายซึ่งเกิดจากการที่เครื่องหมายนั้นไม่เล็งถึงแหล่งกำเนิดหรือคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการโดยตรงทำให้ได้รับความคุ้มครองทันทีที่มีการใช้ในทางพาณิชย์	
Illustration: In particular, the Court of Appeals rejected petitioner's argument that a finding of no secondary meaning contradicted a finding of <u>inherent distinctiveness</u> . [TM04.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: registrability (TR23), distinctiveness (TR24)	

English term: acquired distinctiveness	TR26
Thai term: ลักษณะบ่งเฉพาะที่ได้จากการใช้ [รัชชัย ศุภผลศิริ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: ลักษณะบ่งเฉพาะของเครื่องหมายซึ่งเกิดขึ้นเมื่อมีการใช้เครื่องหมายที่ไม่มีลักษณะบ่งเฉพาะในตัวเองอย่างแพร่หลายและเป็นระยะเวลาอันยาวนานจนสาธารณชนรับรู้ได้ถึงความเป็นเครื่องหมายการค้าและสื่อให้ผู้บริโภคแหล่งกำเนิดเชิงพาณิชย์ของสินค้าหรือบริการได้	
Illustration: In connection with evidence of intensive use in local and international commerce and extended use, the Court found that these alone did not evidence <u>acquired distinctiveness</u> and suggested that additional evidence was missing. [TM01.TXT]	
Note: -	

Linguistic specification: (SYN) secondary meaning [TM04.TXT], distinctiveness through use
Cross-reference: registrability (TR23), distinctiveness (TR24)

English term: prohibited trademark	TR27
Thai term: เครื่องหมายที่มีลักษณะต้องห้าม [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: เครื่องหมายที่มีลักษณะที่ไม่พึงจดทะเบียนได้ เช่น ขัดต่อศีลธรรม	
Illustration: Section 9 of the TMA lists these <u>prohibited marks</u> , which include various Crown and state symbols (such as armorial crests, flags and the letters "RCMP"), as well as the national flags of foreign states, United Nations symbols and the emblems of the Red Cross, Red Crescent and Red Lion. [TM24.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: (SYN) forbidden trademark [TM18.TXT], prohibited mark	
Cross-reference: registrability (TR23)	

English term: confusing similarity	TR28
Thai term: ความคล้ายคลึงกันจนอาจทำให้เกิดความสับสนหลงผิด [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: ความคล้ายคลึงกันของเครื่องหมายการค้าจนอาจทำให้ประชาชนสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดสินค้า โดยพิจารณาจากความคล้ายคลึงกันทางด้านลักษณะปรากฏ เสียงเรียกขาน และความคิด	
Illustration: Thus, the fact that the initial four letters of the denominations BARBIE and BARBRA are identical results in <u>confusing similarity</u> from the visual and phonetic perspectives. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: registrability (TR23), visual similarity (TR29), phonetic similarity (TR30), conceptual similarity (TR31)	

English term: visual similarity	TR29
Thai term: ความคล้ายคลึงกันด้านลักษณะปรากฏ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability

Definition: ความคล้ายคลึงกันของเครื่องหมายการค้าในด้านลักษณะปรากฏ ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคสับสนในตัวเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการได้เมื่อใช้กับสินค้าหรือบริการในประเภทเดียวกัน
Illustration: The Council of State applied this interpretation to the case at hand, and established that there certainly were phonetic and <u>visual similarities</u> between the marks STARBUCKS COFFEE and STARBURST that could confuse consumers, even more so because they cover products belonging to the same class. [TM01.TXT]
Note: -
Linguistic specification: (SYN) graphic similarity
Cross-reference: confusing similarity (TR28)

English term: phonetic similarity	TR30
Thai term: ความคล้ายคลึงกันด้านเสียงเรียกขาน [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: ความคล้ายคลึงกันของเครื่องหมายการค้าในด้านเสียงเรียกขาน ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคสับสนในตัวเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการได้เมื่อใช้กับสินค้าหรือบริการในประเภทเดียวกัน	
Illustration: Because of the <u>phonetic similarity</u> of the trademarks and the fact that both were intended to protect Class 5 products, the Tribunal found that the similarity was evident and could lead to the confusion of consumers. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: (SYN) aural similarity	
Cross-reference: confusing similarity (TR28)	

English term: conceptual similarity	TR31
Thai term: ความคล้ายคลึงกันด้านความคิด [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: ความคล้ายคลึงกันของเครื่องหมายการค้าในด้านความคิด ทำให้ผู้บริโภคมีมโนภาพคล้ายกันเมื่อเห็นเครื่องหมายการค้าที่คล้ายคลึงกันนี้ ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคสับสนในตัวเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการได้เมื่อใช้กับสินค้าหรือบริการในประเภทเดียวกัน	
Illustration: Since both marks would be perceived as evoking Western goods or services in the case of WEST or as pertaining to a Western lifestyle in the case of WESTLIFE, they both had similar connotations, which entailed a degree of	

conceptual similarity. [TM21.TXT]
Note: -
Linguistic specification: -
Cross-reference: confusing similarity (TR28)

English term: application for trademark registration	TR32
Thai term: การขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	
Illustration: Brill Manitoba S.p.A, an Italian corporation, filed an <u>application for registration</u> of the trademark OMINO BIANCO MARSEILLAISE FOAM to cover liquid detergent, used mainly for household purposes, in Class 3. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: refusal (TR33), amendment (TR34), disclaimer (TR35), associated trademark (TR36) publication (TR38)	

English term: refusal	TR33
Thai term: การปฏิเสธไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การปฏิเสธไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเมื่อนายทะเบียนเห็นว่าเครื่องหมายนั้นอาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดของสินค้า หรือไม่เป็นไปตามมาตรา 6	
Illustration: Having received notification from the French Intellectual Property Office (INPI) confirming its <u>refusal</u> to register the trademark E-SERVICE, in respect of customer maintenance and assistance provided by video teleconference and via the Internet, the applicant filed an appeal with the Court of Appeal of Paris to have this decision reversed. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: refuse (verb)	
Cross-reference: application for trademark registration (TR32), appeal (TR37), publication (38)	

English term: amendment	TR34
Thai term: การแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำขอ/ทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำขอ/ทะเบียนเครื่องหมายการค้าเมื่อนายทะเบียนมีคำสั่งเนื่องจากเห็นว่าส่วนหนึ่งส่วนใดอันมิใช่สาระสำคัญของเครื่องหมายการค้าที่ขอจดทะเบียนไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้ หรือการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง	
Illustration: Whether the drawing in the application can be <u>amended</u> depends on whether the amendment would be a material alteration of the mark, as discussed above. [TM05.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: amend (verb)	
Cross-reference: application for trademark registration (TR32), appeal (TR37), publication (38)	

English term: disclaimer	TR35
Thai term: การสละสิทธิ [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การที่ผู้จดทะเบียนสละสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้ส่วนของเครื่องหมายการค้าที่เป็นสิ่งที่ใช้กันสามัญในการค้าขายสินค้าบางอย่างอันไม่ควรให้ผู้จดทะเบียนรายหนึ่งรายใดถือเป็นสิทธิของตนแต่ผู้เดียว หรือมีลักษณะไม่บ่งเฉพาะ	
Illustration: The Opposition Board noted that the maple leaf had been <u>disclaimed</u> and could not be distinctive. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: disclaim (verb)	
Cross-reference: application for trademark registration (TR32), appeal (TR37), publication (38)	

English term: associated trademark	TR36
Thai term: เครื่องหมายชุด [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: เครื่องหมายการค้าที่คล้ายกันจนทำให้ประชาชนสับสนหลงผิดเรื่องแหล่งกำเนิดสินค้าแต่เป็นเครื่องหมายของเจ้าของเดียวกัน	

Illustration: <u>Associated trademarks</u> may be assigned or transferred by succession only when all of them are assigned or transferred together. [TM06.TXT]
Note: -
Linguistic specification: -
Cross-reference: application for trademark registration (TR32), appeal (TR37), publication (38)

English term: appeal	TR37
Thai term: อุทธรณ์ [ศัพท์บัญญัติราชบัณฑิตยสถาน]	
Grammatical category: noun, verb	Subject field: trademark registration
Definition: กระบวนการในการขอให้คณะกรรมการเครื่องหมายพิจารณาคำสั่งนายทะเบียน	
Illustration: On <u>appeal</u> , the National Bureau of Registries revoked the Intellectual Property Department's denial of registration, noting that the word mark had been assigned by Akapol to Sidela after the date of the denial resolution. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: refusal (TR33), amendment (TR34), disclaimer (TR35), associated trademark (TR36)	

English term: publication	TR38
Thai term: การประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วิส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การที่นายทะเบียนสั่งให้ประกาศโฆษณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า หลังจากพิจารณาแล้วเห็นว่าเครื่องหมายนั้นเป็นไปตามข้อกำหนดในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า	
Illustration: China In 2004, after the Chinese Trademark Office approved and <u>published</u> a trademark application for CHIONG YAO JIANG (meaning fairy drinks) for wine, brandy and fruit wine in International Class 33 by Yantai Zhangyu Group, Inc. in Yantai City, Shandong Province, Weilong Wine Co. Ltd., also in Yantai, filed an opposition against the registration of the mark. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: publish (verb)	
Cross-reference: application for trademark registration (TR32), amendment (TR34),	

disclaimer (TR35), associated trademark (TR36), opposition (TR40), trademark registration fee (TR42)

English term: better right	TR39
Thai term: สิทธิดีกว่า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: สิทธิดีกว่าในเครื่องหมายการค้าซึ่งอาจได้จากการใช้หรือจดทะเบียนมาก่อนเครื่องหมายการค้าอีกรายหนึ่งที่เหมาะสมหรือคล้ายกันจนอาจทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดในตัวเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือบริการ	
Illustration: After the publication of a trademark application under Section 29, any person who thinks that he has <u>better right</u> in the trademark than the applicant or that the trademark is not registrable under Section 6 or that the application is not in conformity with the provisions of this Act may, within ninety days from the date of publication under Section 29, file a notice of opposition with the Registrar stating the grounds of the opposition. [TM06.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: opposition (TR40)	

English term: opposition	TR40
Thai term: การคัดค้านคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การที่บุคคลซึ่งเห็นว่าตนมีสิทธิดีกว่าผู้ขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าหรือเห็นว่าเครื่องหมายการค้านั้นไม่มีลักษณะอันพึงรับจดทะเบียนได้ยื่นคำคัดค้านต่อนายทะเบียนให้ไม่รับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ารายนั้นหลังจากที่คำขอจดทะเบียนนั้นได้ลงประกาศโฆษณาแล้ว	
Illustration: That application was <u>opposed</u> by Danjaq LLC (the opponent), which claimed ownership of the well-known JAMES BOND character. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: oppose (verb)	
Cross-reference: publication (TR38), better right (TR39), abandonment (TR41)	

English term: abandonment	TR41
Thai term: การละทิ้งคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การที่ผู้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการจดทะเบียน เช่น ไม่อุทธรณ์คำสั่งของนายทะเบียนเมื่อนายทะเบียนมีคำสั่งให้ผู้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแก้ไขเปลี่ยนแปลงคำขอจดทะเบียน	
Illustration: In the case where the first foreign application has been refused, or withdrawn or <u>abandoned</u> by the applicant, he may not claim the rights under the first paragraph. [TM06.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: abandon (verb)	
Cross-reference: refusal (TR33), amendment (TR34), disclaimer (TR35), associated trademark (TR36), opposition (TR40), trademark registration fee (TR41)	

English term: trademark registration fee	TR42
Thai term: ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: ค่าธรรมเนียมการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าต้องชำระภายในเวลาที่กำหนด ไม่เช่นนั้นจะถือว่าผู้ยื่นคำขอจดทะเบียนละทิ้งคำขอจดทะเบียน	
Illustration: When an order to register a trademark has been made under the first paragraph, the Registrar shall notify the applicant in writing and the <u>trademark registration fee</u> shall be paid within thirty days of receipt of the notification. [TM06.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: publication (TR38), abandonment (TR41), trademark registration (TR43), registered trademark (TR44)	

English term: trademark registration	TR43
Thai term: ทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: ทะเบียนเครื่องหมายการค้าซึ่งผู้จดทะเบียนได้หลังจากผ่านกระบวนการจด	

ทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้วและไม่มีผู้ใดคัดค้านคำขอจดทะเบียน
Illustration: An application for registration of the denomination BARF3RA (combined) was refused on the basis of an opposition filed by the owner of the older <u>trademark registration</u> BARBIE. [TM01.TXT]
Note: -
Linguistic specification: -
Cross-reference: trademark registration fee (TR42), registered trademark (TR44), renewal (TR47), cancellation (TR48)

English term: registered trademark	TR44
Thai term: เครื่องหมายการค้าจดทะเบียน [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วซึ่งจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเป็นเวลาสิบปี ทั้งนี้เจ้าของเครื่องหมายการค้าต้องมีการใช้เครื่องหมายนั้นโดยสุจริตด้วย	
Illustration: The decision stated that the first and most important and relevant element of the application was the word VISION, which was clearly identical, both graphically and phonetically, to the <u>registered trademark</u> VISION. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: trademark registration fee (TR42), trademark registration (TR43), exclusive right (TR45), bona fide use (TR46)	

English term: exclusive right	TR45
Thai term: สิทธิแต่เพียงผู้เดียว [วิศ ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: สิทธิแต่เพียงผู้เดียวของผู้ที่จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จะใช้เครื่องหมายการค้านั้นสำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียน	
Illustration: The Lanham Act gives a seller or producer the <u>exclusive right</u> to register a trademark, and to prevent his or her competitors from using that trademark. [TM04.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: registered trademark (TR44)	

English term: bona fide use	TR46
Thai term: การใช้เครื่องหมายการค้าโดยสุจริต [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การใช้เครื่องหมายการค้าโดยสุจริต โดยพิจารณาจากความเป็นเจ้าของและรูปแบบการใช้เครื่องหมาย	
Illustration: The term use in commerce means the <u>bona fide use</u> of a mark in the ordinary course of trade, and not made merely to reserve a right in a mark. [TM04.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: registered trademark (TR44)	

English term: renewal	TR47
Thai term: การต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การต่ออายุทะเบียนเครื่องหมายการค้าเมื่อเครื่องหมายการค้าหมดอายุ กล่าวคือ สิบปีนับแต่วันที่จดทะเบียน	
Illustration: The applicant argued that the fact that it had obtained a previous registration for CUBA LIBRE ORIGINAL FORMULA & Design for products in Class 33 as of March 6, 1992, which was <u>renewed</u> on March 6, 2002, for ten more years, evidenced that its trademarks did not fall in the prohibition, and therefore the new registrations ought to be granted. [TM01.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: renew (verb)	
Cross-reference: trademark registration (TR43)	

English term: cancellation	TR48
Thai term: การเพิกถอนทะเบียนเครื่องหมายการค้า [วัส ดิงสมิตร]	
Grammatical category: noun	Subject field: trademark registration
Definition: การเพิกถอนทะเบียนเครื่องหมายการค้าเมื่อเจ้าของทะเบียนเครื่องหมายการค้าไม่ได้ยื่นคำขอต่ออายุเครื่องหมายการค้าที่หมดอายุแล้วภายในเวลาที่กำหนด	
Illustration: China In 2003, Warner Bros, failed in its attempt to <u>cancel</u> two registrations for TU BA GE in Chinese characters (translation and transliteration of	

BUGS BUNNY) for cookies and instant noodles in International Class 30 and for nonalcoholic beverages in Class 32. [TM01.TXT]
Note: นอกจากกรณีเจ้าของทะเบียนเครื่องหมายการค้าไม่ได้ยื่นคำขอต่ออายุเครื่องหมายการค้าที่หมดอายุแล้วภายในเวลาที่กำหนดแล้ว ยังมีกรณีอื่นๆ อีกที่ทำให้เกิดการเพิกถอนทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้ เช่น การไม่ได้ใช้เครื่องหมายการค้าอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลาเกินกว่าสามปี กรณีที่ปรากฏต่อนายทะเบียนว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนแล้วฝ่าฝืนหรือมิได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดอื่นที่นายทะเบียนกำหนดในการรับจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า กรณีที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนแล้วหรือตัวแทนเลิกตั้งสำนักงานหรือสถานที่ที่ได้จดทะเบียนไว้ในประเทศไทยแล้ว เป็นต้น
Linguistic specification: cancel (verb)
Cross-reference: trademark registration (TR43)

English term: honest concurrent use	TR49
Thai term: การใช้มาแล้วร่วมกันโดยสุจริต [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: การใช้เครื่องหมายการค้ามาแล้วร่วมกันโดยสุจริตโดยพิจารณาจากระยะเวลาการใช้ วิธีการใช้ เขตแห่งการใช้ และความสุจริตในการใช้เครื่องหมายนั้น	
Illustration: Indeed, although a similarity of marks may well not cause confusion if there is no similarity of goods (Swan for matches hardly clashing with Swan for soap, for example), it would seem very likely that the necessary similarity of both marks and goods would be likely to lead to confusion in many cases, and the exceptions would tend to depend upon special circumstances, such as <u>honest concurrent use</u> , itself provided for in section 7. [TM02.TXT]	
Note: -	
Linguistic specification: -	
Cross-reference: trademark coexistence (TR50)	

English term: trademark coexistence	TR50
Thai term: การอยู่ร่วมกันของเครื่องหมายการค้า [ผู้เชี่ยวชาญ]	
Grammatical category: noun	Subject field: registrability
Definition: การที่เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกันอยู่ร่วมกันได้เนื่องจากเจ้าของเครื่องหมายทั้งสองต่างได้ใช้เครื่องหมายมาด้วยกันโดยสุจริต	
Illustration: In the complaint, the corporation asked this body to take into account the worldwide <u>trademark coexistence</u> agreement entered into by the parties, which agreement had allowed these trademarks to coexist peacefully in the market for	

several years. [TM01.TXT]
Note: -
Linguistic specification: -
Cross-reference: honest concurrent use (TR49)