

Logo

กับการละเมิดลิขสิทธิ์ เรื่องเล็กที่ไม่เล็ก



ชาย ชาญวรศรี
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น

ใโลกยุคปัจจุบันที่มีการพัฒนาทั้งในด้านธุรกิจและเทคโนโลยี ทำให้เกิดกลุ่มธุรกิจ Startup และ SME ขึ้นมาอย่างมากมาย จึงทำให้เกิดปัญหาสำคัญอย่างหนึ่ง คือการจะอย่างไรให้ผู้บริโภค รู้จักแบรนด์ของเรา? หรือจดจำแบรนด์ของเราได้ สิ่งนี้เป็นเรื่องสำคัญ ที่มีความมองข้าม เพราะถ้าเราได้ลงเงินตุนาการเมื่อผู้บริโภคเข้าไปใช้บริการในร้านสะดวกซื้อ ถ้าผู้บริโภคสามารถจดจำแบรนด์ของเราได้ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าเราก่อน เพราะให้ความรู้สึกเคยชิน เป็นที่รู้จักมากกว่าแบรนด์อื่น และช่องทางหนึ่งที่ทำให้แบรนด์ของเราเป็นที่รู้จักคือการสร้างสรรค์ ตราสัญลักษณ์ (Logo)

ความหมายตามราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ตราสัญลักษณ์ คือเครื่องหมายทำเป็นรูปต่างๆ มีลวดลายประดับ สำหรับประทับเป็นสัญลักษณ์แทนบุคคลหรือองค์กร เป็นต้น จากความหมายดังกล่าว จึงสามารถพบเห็นการใช้งานตราสัญลักษณ์ (Logo) ทั้งในภาครัฐ และเอกชนทุกระดับ และการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่ดีจะมีข้อดีหลายประการ ตัวอย่างเช่น เป็นการสื่อสารถึงองค์กรของเรา องค์กรของเราชื่ออะไร บอกบุคลิกภาพขององค์กร แยกความแตกต่างจากคู่แข่ง เป็นต้น



รูปที่ 1 ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ Apple



รูปที่ 2 ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์

DTAC



รูปที่ 3 ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์

AIS

จากรูปตัวอย่าง Logo ของทั้ง 2 บริษัท DTAC และ AIS ทั้ง 2 บริษัทประกอบธุรกิจในกลุ่มสื่อสารเหมือนกัน และกลุ่มลูกค้าเดียวกัน ถ้าตราสัญลักษณ์ทั้ง 2 บริษัทที่มีความคล้ายคลึงจะทำให้ลูกค้าเกิดความสับสน และทำให้เกิดทัศนคติที่คลาดเคลื่อนกับตัวสินค้าของเราได้ ดังนั้น จะเห็นได้ว่า Logo ทั้ง 2 บริษัทจึงมีรูปลักษณะแตกต่างกับคู่แข่งอย่างชัดเจน ทั้งโทนสี กราฟฟิกที่ใช้ในงาน เป็นต้น



รูปที่ 4 ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ร้าน After you

จากรูปตัวอย่าง Logo ร้านขนมหวาน After you ที่ให้บริการทั้งของหวาน และเครื่องดื่ม จะเห็นได้ว่าตัว Logo ใช้ลายเส้นแบบผู้หญิง ใช้สัญลักษณ์เป็นแพะ ใช้กราฟฟิก และตัวอักษรที่น่ารัก ตอบโจทย์วัยรุ่นในกลุ่มผู้หญิงที่ต้องการบริโภคของหวาน จึงเป็นที่จดจำในกลุ่มลูกค้า ทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

จากข้อดีต่างๆ ของการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ทำให้ผู้ประกอบการต้องการออกแบบ Logo ของธุรกิจตัวเองให้เป็นที่จดจำของกลุ่มลูกค้า ซึ่งมีสิ่งที่คำนึงถึงหลายประการ เช่น ความสวยงาม การจดจำได้ง่าย ความเหมาะสมกับธุรกิจตัวเอง สิ่งต่างๆ เหล่านี้ เป็นพื้นฐานที่โดยส่วนมากผู้ประกอบการจะต้องทำความเข้าใจ แต่มีอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการมักมองข้าม คือเรื่องเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ ตามกฎหมายนั้นตราสัญลักษณ์ (Logo) จะได้รับการคุ้มครองทางกฎหมายเป็นลิขสิทธิ์ของผู้สร้างสรรค์ ห้ามมิให้ผู้อื่นผู้ใดนำมาใช้เผยแพร่ ดัดแปลง ทำซ้ำ โดยผู้เป็นเจ้าของผลงานมิได้อนุญาต อาจมีบทลงโทษตามมาตรา 109 คือ บุคคลใดลอกเลียนแบบเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนแล้วในราชอาณาจักร เพื่อให้ประชาชนหลงเชื่อว่าเป็นเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรองหรือ



เครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 2 แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ



รูปที่ 5 ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ Starbucks



รูปที่ 6 ตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ Starbung

กรณีตัวอย่างที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ที่มีการพูดถึงกันเมื่อหลายปีก่อนคือ กรณีของร้านกาแฟ Starbuck กับร้าน Starbung โดยทั้ง 2 ร้านเป็นร้านที่มีผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกัน คือเครื่องดื่มประเภทกาแฟ แต่มีกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันมาก โดยร้าน Starbuck มีฐานลูกค้าในระดับกลางถึงระดับสูง ส่วน Starbung มีกลุ่มลูกค้าระดับล่าง สิ่งที่เป็นปัญหาคือ ชื่อผลิตภัณฑ์ และตัว Logo ของร้านทั้ง 2 มีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก ทั้งโทนสี ชื่อผลิตภัณฑ์ กราฟฟิกที่นำมาใช้ และรูปแบบตัวอักษร ส่งผลให้เกิดการฟ้องร้องจากทาง Starbuck ตามมา กรณีนี้ทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์กันในสังคม คือ Starbung ทำผิดหรือไม่? แต่สุดท้ายแล้วทาง Starbung ก็ได้มีการปรับเปลี่ยนชื่อผลิตภัณฑ์ และ Logo เป็นตัวใหม่ที่มีความแตกต่างกับทาง Starbuck โดยเปลี่ยนชื่อผลิตภัณฑ์เป็นชื่อ “น้ำตาบัง” ทำให้กรณีนี้จบลงได้

จะกรณีตัวอย่าง Starbung นั้น การออกแบบตราสัญลักษณ์ หรือ Logo ถ้าการออกแบบนั้นมีความคล้ายคลึงกับ Logo ของผู้อื่น ผู้ใด โดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ผู้เขียนขอแนะนำว่าควรมีการปรับเปลี่ยนแก้ไขเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่จะตามมาในอนาคต เพราะถ้าเกิดการฟ้องร้องขึ้น จะเสียทั้งเวลา เงินทอง และส่งผลต่อภาพลักษณ์หรือแบรนด์สินค้าขององค์กรได้

“ที่สำคัญคุณอาจจะไม่โชคดีเหมือน Starbung ก็ได้ ที่ทุกอย่างจบลงด้วยดี”