

บทที่ 10

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

*Creative
Economy*



ความคิด เศรษฐกิจ และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์



ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) คือกระบวนการใช้ความคิดเพื่อผลิตความคิดใหม่ออกมา เมื่อไหร่ก็ตามที่บุคคลพูด กระทำ หรือสร้างบางสิ่งบางอย่างซึ่งเป็นสิ่งใหม่ และมีความน่าสนใจ

ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (Creative Product) คือ สินค้าหรือบริการ หรือประสบการณ์เชิง เศรษฐกิจ ผลมาจากความคิดสร้างสรรค์ สิ่งเหล่านี้นี้อาจจะมีบุคลิกลักษณะ สวยงาม เป็นความรู้ สักัญลักษณ์ หรือ นามธรรมก็ได้ ดังนั้นลักษณะสองด้านของความคิดสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นระบบการผลิต การแลกเปลี่ยน และการใช้ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์

บริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์: ศิลปะ การออกแบบ และสื่อ



- งานศิลปะ
- หนังสือ
- ภาพยนตร์
- ดนตรี
- การออกแบบ
- สื่อโฆษณา
- หนังสือพิมพ์และนิตยสาร
- โทรทัศน์และวิทยุ



ตอนแรกจะเลิกทำหนังแล้ว
จะไปอยู่ป่า เมื่อ 5 ปีที่แล้ว รู้สึกเบื่อเมือง
แต่มีคนคนหนึ่งบอกว่า
เพียงมีประโยชน์ต่อชาติบ้านเมือง
ที่น่าจะทำหนังดีๆ ให้คนดู

ต่อ-รณชัย ศรศรีวิชัย



“
อย่ามีชีวิต

ชนิดที่เวลาผ่านไปแล้ว...

มานึก **เสียดายทีหลัง**

”

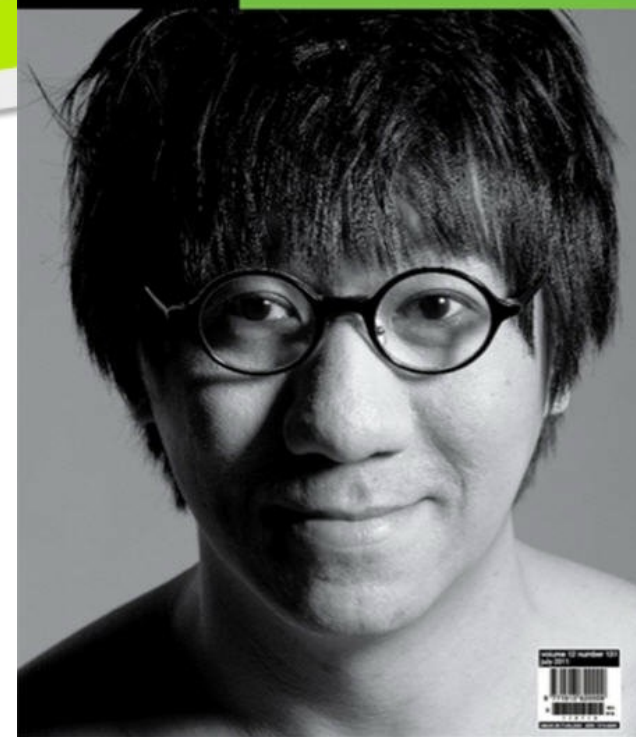
- วงศ์ทนง ชัยณรงค์สิงห์
ผู้ก่อตั้งนิตยสาร a day

WWW.KAPOOK.COM

ภาพจาก Wongthanong.com

a day

131



ขวัญใจเด็กแนว' นิตยสารอะเดย์ ผลิตโดย บริษัท
เดย์ โปเอ็ทส์ จำกัด (Day Poets Co. Ltd.) โดย
บริษัทก่อตั้งขึ้นโดยบุคคล 3 คน ได้แก่ วงศ์ทนง
ชัยณรงค์สิงห์, นิติพัฒน์ สุขสวย และ ภาสกร
ประมูลวงศ์ ด้วยความเชื่อว่า "ทำหนังสือ
เหมือนทำชีวิต

การจัดการความคิดสร้างสรรค์



1. ประดิษฐ์และสร้าง
2. ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่ข้อมูล
3. ปฏิบัติเหมือนชนเผ่าเร่ร่อนที่สามารถเลือกเส้นทาง
4. นิยาม กำหนดตัวเองจากกิจกรรมทางความคิด
5. การเรียนรู้ตลอด
6. ทำตนให้มีชื่อเสียง
7. รักษาความเหมือนจริง
8. ความเมตตาเป็นเครื่องหมายของความสำเร็จ
9. ชื่นชมความสำเร็จอย่างเปิดเผย
10. จงมีความทะเยอทะยานมาก กล้าที่จะไป

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์



1. การผลิตสินค้าที่เป็นปัจจัย 4

เนื่องจากผู้บริโภคมีความจำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นปัจจัยสี่ แม้ในยามเศรษฐกิจตกต่ำ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีความจำเป็น จึงทำให้การประกอบธุรกิจผลิตสินค้าเหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนของธุรกิจ และผู้บริโภคยังเห็นคุณประโยชน์ด้านการใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (Utilitarian Value) แม้ผู้บริโภคจะรู้สึกเคยชินกับการอุปโภค บริโภค สินค้าที่เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยสี่

2. การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยกลยุทธ์การโฆษณา

ในขณะที่นักการตลาดมีความเชื่อว่า การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในงานโฆษณา (Celebrity Endorsement) สามารถเพิ่มการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มแฟน ๆ ได้ แต่ผลการวิจัยกลับพบว่า โฆษณาเหล่านี้ทำให้บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือ ฟรีเซ็นเตอร์มีความโด่งดังมากขึ้น แต่ไม่ได้ส่งผลดีใด ๆ ต่อผลิตภัณฑ์

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์



3. การเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์โดยการสร้างความแตกต่าง การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง และสอดคล้องกับบุคลิกภาพหรือรสนิยมของผู้บริโภคนั้น จะสามารถทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าด้านสุนทรียภาพ ความชอบ และความพอใจ (Hedonic Value)

นอกจากนี้ การสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ของบริษัทหนึ่ง ๆ ยังสามารถทำให้สินค้า นั้น โดดเด่นออกจากผลิตภัณฑ์ของบริษัทอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่ง คือ การสร้างความแตกต่างเพื่อการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

4. การเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์โดยการลดความรู้สึกละอาย คือ สิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกละอายลดลง ซึ่งการลดความรู้สึกละอายได้ถูกพิสูจน์ในงานวิเคราะห์อภิมานแล้วว่า สามารถส่งผลให้เกิดความสำเร็จทางการตลาดได้

การสร้าง Infographics What & How?

ผศ.สมิทธิ์ บุณชูติมา

Infographics: What and How?

<https://www.mycourseville.com/?q=onlinecourse/market>

<https://mooc.chula.ac.th/courses/cumooc-08>

	Information รุ่นที่ 4
	Length เริ่มลงทะเบียน 5 เมษายน 2562 สิ้นสุดการเรียน 31 พฤษภาคม 2562
	Content 10 บทเรียน
	Target group นักเรียน นิสิต นักศึกษา และประชาชนทั่วไป จำนวน 4,000 คน
	How To Pass ผู้เรียนต้องทำคะแนนรวมทั้งหมดให้ได้ร้อยละ 60 ขึ้นไป

<https://www.mycourseville.com/?q=onlinecourse%2Fcourse%2F13029&fbclid=IwAR2C8xPMtQII75BiVIZgxUURExPZAVTC8fejfoaclKiMa4C4IJaO6pa0LVk>

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์



5. การสร้างคุณค่าร่วม และ คุณค่าทางสังคม

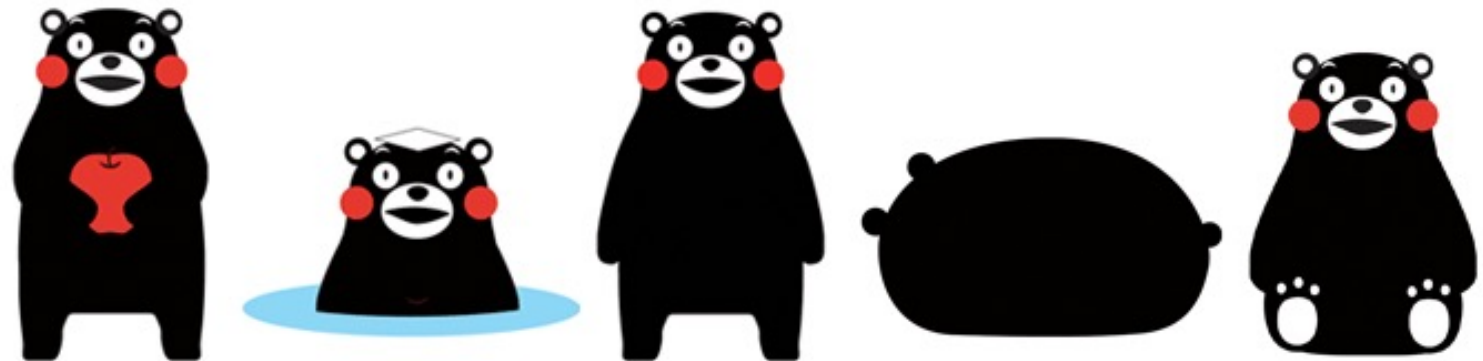
การสร้างคุณค่าร่วม ระหว่างองค์กร กับสังคม หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นั้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร และก่อให้เกิดความยั่งยืนทางธุรกิจสืบเนื่องมาจากองค์กรเป็นที่ยอมรับของสังคม การสร้างคุณค่าร่วม สามารถทำได้จากการที่องค์กรยื่นมือเข้าช่วยแก้ไขปัญหที่ตนและสังคมประสบร่วมกัน หรือแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับสังคม แม้ว่าองค์กรจะไม่ได้รับผลกระทบจากปัญหานั้นก็ตาม

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

คุมะมง

ออกแบบโดย มานะบุ มิซุโนะ (Manabu Mizuno)
จังหวัด คุมาโมโตะ ไปพร้อมกับคำว่า คุมะ ที่แปลว่า หมี
ประชาสัมพันธ์ “คุมาโมโตะ เซอไพร์ส” (Kumamoto Surprise)
หมีตื่นเต้นเพื่อให้เข้ากับชื่อแคมเปญ
จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว
กลุ่มเป้าหมาย คือประชาชนที่อยู่แถบคันไซ
เพื่อรับการเปิดเส้นทางเดินรถชินคันเซ็น (Shinkansen)
สายคิวชูที่จะเปิดให้บริการ ปี ค.ศ. 2011

เกิด : วันที่ 12 มีนาคม
อายุ : ไม่ทราบแน่ชัดแต่สื่อกันว่า 6 ขวบ
ส่วนสูง : ประมาณ 200 ซม.
น้ำหนัก : ประมาณ 100 กก.
งานอดิเรก : กิน, เดินกายบริหารในแบบคุมะมง
ตามทำนองเพลง Kumamoto Surprise
ความสามารถพิเศษ : ชิมปลา, หมากรูกชั้นพื้นฐาน



การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

คумыมง

การทำการตลาด นำ คумыมง ไปใช้
ประชาสัมพันธ์สินค้าได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย
แต่มีข้อแม้ว่าสินค้านั้นต้องมีวัตถุดิบจาก
จังหวัดคумыโมโตะเป็นส่วนประกอบ



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา



ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) หมายถึง ผลงานอันเกิดจากการประดิษฐ์ คิดค้น หรือสร้างสรรค์โดยมนุษย์ ซึ่งเน้นที่ ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญ โดยไม่คำนึงถึงชนิดของการ สร้างสรรค์ หรือวิธีการในการแสดงออก ทรัพย์สินทางปัญญาอาจแสดงออก ในรูปแบบที่จับต้องได้ หรือรูปของสิ่งที่จับต้องไม่ได้



ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา



ผศ.ดร.สุรพงษ์ เลิศสิทธิชัย

อดีตผู้อำนวยการศูนย์เศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยมหิดล

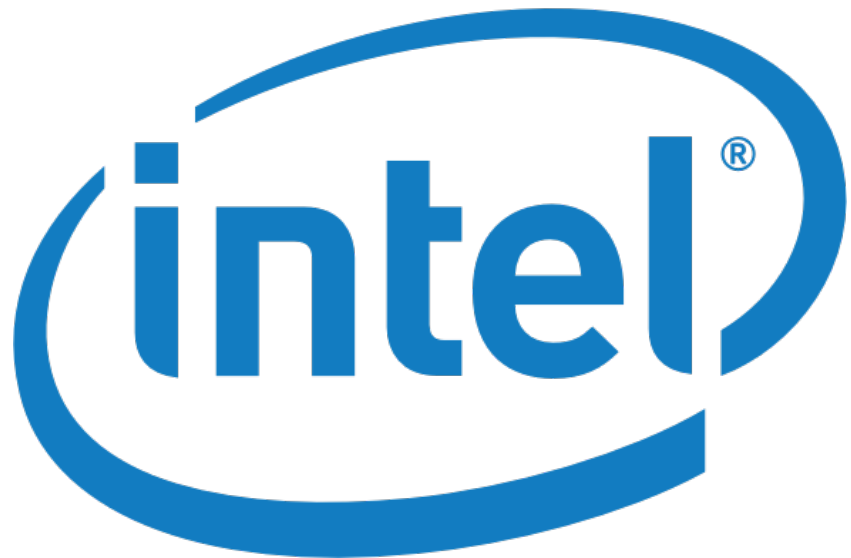
ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มโครงการ Thai Tuner

โปรแกรมเทียบเสียงดนตรีไทยในรูปแบบของแอปพลิเคชันบนมือถือ รองรับทั้งในระบบ iOS และ Android สำหรับโปรแกรมได้มีการออกแบบทั้ง User Interface และ User Interaction ประกอบด้วยโปรแกรมเทียบเสียงเครื่องดนตรี จำนวน 89 ชิ้น โดยแบ่งเป็นประเภท ดีด สี ตี เป่า ร้อง สำหรับให้นักดนตรีไทย นักเรียน นักศึกษา ครู และผู้ผลิตเครื่องดนตรีไทย สามารถใช้เทียบเสียงหรือตั้งค่าเสียงเครื่องดนตรีไทยได้อย่างมีมาตรฐาน สะดวกและใช้งานได้ง่ายด้วยระบบบันทึกค่าความถี่เป็นตัวเลขดิจิทัล นอกจากนี้ยังได้รวบรวมข้อมูลความรู้ของเครื่องดนตรีประเภทต่าง ๆ พร้อมภาพประกอบไว้ เพื่อให้ได้ศึกษาค้นคว้าอย่างละเอียด

เครื่องหมายการค้าคืออะไร



"**เครื่องหมายการค้า**" หมายถึง ภาพถ่าย ภาพวาด ภาพประดิษฐ์ ตรา ชื่อ คำ ข้อความ ตัวหนังสือ ตัวเลข ลายมือชื่อ กลุ่มของสี รูปร่าง หรือรูปทรงของวัตถุ หรือสิ่งเหล่านี้น้อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างรวมกัน



TM



กฎหมายที่คุ้มครองเครื่องหมายการค้า



1. ประเภทเครื่องหมายการค้า

1.1 เครื่องหมายการค้า หมายถึง เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้กับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้านั้น แตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น

1.2 เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายที่ใช้หรือจะใช้กับบริการ เพื่อแสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายบริการนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น

1.3 เครื่องหมายรับรอง หมายถึง เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้หรือจะใช้กับสินค้าหรือบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด ส่วนประกอบ วิธีการผลิต คุณภาพ หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้านั้น หรือเพื่อรับรองเกี่ยวกับสภาพ คุณภาพ ชนิด หรือคุณลักษณะอื่นใดของบริการนั้น

1.4 เครื่องหมายร่วม หมายถึง เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้หรือจะใช้โดยบริษัทหรือรัฐวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกัน หรือโดยสมาชิกของสมาคม สหกรณ์ สหภาพ สมาพันธ์ กลุ่มบุคคลหรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน

2. การได้มาซึ่งความคุ้มครอง



การได้มาซึ่งความคุ้มครอง ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้ามิได้เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ เจ้าของเครื่องหมายการค้าจะต้องนำเครื่องหมายการค้าที่คิดขึ้นไปทำการจดทะเบียนเสียก่อน จึงจะได้รับความคุ้มครองโดยสมบูรณ์ ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่2) พ.ศ.2543

3. เครื่องหมายการค้ามีประโยชน์อย่างไร



3.1 สำหรับเจ้าของเครื่องหมายการค้า

3.2 สำหรับผู้บริโภค

4. สิทธิเจ้าของเครื่องหมายการค้า

4.1 เครื่องหมายการค้าที่ยังไม่ได้จดทะเบียน

4.2 เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้ว

5. การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

4. สิทธิเจ้าของเครื่องหมายการค้า



4.1 เครื่องหมายการค้าที่ยังไม่ได้จดทะเบียน เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิ์ที่จะใช้เครื่องหมายการค้าที่ยังไม่ได้จดทะเบียนนั้น แต่จะฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ในเครื่องหมายการค้าที่ยังไม่ได้จดทะเบียน หรือเรียกค่าเสียหายตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าไม่ได้ เว้นแต่จะเป็นกรณีลวงขาย

4.2 เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้ว เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้เครื่องหมายการค้ากับสินค้าที่จดทะเบียนไว้ และในกรณีที่มีผู้อื่นละเมิดลิขสิทธิ์ในเครื่องหมายการค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วนั้นมีสิทธิ์ที่จะฟ้องร้องและเรียกค่าเสียหายได้

5. การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า



การยื่นขอจดทะเบียน ผู้ที่ต้องการขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าควรที่จะขอตรวจค้นดูข้อมูลเบื้องต้นทางอินเทอร์เน็ต หรือติดต่อศูนย์บริการทรัพย์สินทางปัญญา ชั้น 3 กรมทรัพย์สินทางปัญญา (โดยมีค่าธรรมเนียมชั่วโมงละ 100 บาท)

ว่ามีเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนไว้ก่อนแล้ว เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของตนหรือไม่

ถ้ามีเครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายกันได้จดทะเบียนไว้แล้ว ก็ไม่สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ต้องการจดทะเบียนได้อีก

6. ลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้



6. ลักษณะของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนได้ โดยประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ

6.1 มีลักษณะบ่งเฉพาะ

6.2 ไม่มีลักษณะต้องห้ามตามกฎหมาย

6.3 ไม่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายของบุคคลอื่น

7. อายุความคุ้มครอง

การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามีอายุความคุ้มครอง 10 ปี นับแต่วันที่จดทะเบียน (เริ่มนับตั้งแต่วันที่ยื่นคำขอ) โดยเมื่อจะครบกำหนดสามารถต่ออายุได้เป็นคราวๆ ละ 10 ปี



8. เอกสารประกอบคำขอจดทะเบียน



- 8.1 คำขอจดทะเบียนตามประเภทเครื่องหมายที่จะจดทะเบียน
- 8.2 สำเนาบัตรประจำตัวที่ทางราชการออกให้
- 8.3 หนังสือรับรองนิติบุคคลฉบับปัจจุบัน
- 8.4 สำเนาหนังสือแต่งตั้งตัวแทน หรือ หนังสือมอบอำนาจ
- 8.5 รูปเครื่องหมายการค้า
- 8.6 หลักฐานนำสืบลักษณะบ่งเฉพาะ หรือหนังสือขอผ่อนผันการนำส่งหลักฐานดังกล่าว

9. วิธีการและสถานที่ยื่นคำขอ



9.1 การยื่นคำขอด้วยตนเองต่อนายทะเบียน พร้อมชำระค่าธรรมเนียม ณ ศูนย์บริการ
ทรัพย์สินทางปัญญา ชั้น 3 กรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ที่ผู้ขอมี
ภูมิลำเนาอยู่

9.2 ยื่นคำขอทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ ถึงกรมทรัพย์สินทางปัญญา พร้อมชำระ
ค่าธรรมเนียมโดยธนาณัติ ส่งจ่ายกรมทรัพย์สินทางปัญญา

9.3 ยื่นคำขอทางอินเทอร์เน็ต พร้อมชำระค่าบริการ ตามวิธีการที่กำหนดทางเว็บไซต์

www.ipthailand.org

10. ค่าธรรมเนียม

10.1 ขั้นตอนการยื่นคำขอจดทะเบียน

10.2 ขั้นตอนการรับจดทะเบียน



ลิขสิทธิ์



ลิขสิทธิ์ หมายถึง ผลงานที่เกิดจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ประเภทต่างๆ ซึ่งเจ้าของลิขสิทธิ์จะมีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานลิขสิทธิ์ของตนโดยกฎหมายลิขสิทธิ์ได้ให้ความคุ้มครองถึงสิทธิของนักแสดง และการสร้างสรรค์ด้านเทคโนโลยี

ลิขสิทธิ์ เป็นผลงานที่เกิดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะ ในการสร้างสรรค์งานให้เกิดขึ้น ซึ่งถือว่าเป็น "**ทรัพย์สินทางปัญญา**" ประเภทหนึ่งที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ ดังนั้น เจ้าของลิขสิทธิ์จึงควรได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย

2. งานสร้างสรรค์ที่มีลิขสิทธิ์



2.1 งานวรรณกรรม

2.2 งานนาฏกรรม

2.3 งานศิลปกรรม

2.4 งานดนตรีกรรม

2.5 งานโสตทัศนวัสดุ

2.6 งานภาพยนตร์

2.7 งานสิ่งบันทึกเสียง

2.8 งานแพร่เสียงแพร่

2.9 งานอื่นใดอันเป็นงานในแผนกวรรณคดี แผนกวิทยาศาสตร์ หรือแผนกศิลปะ

3. ผลงานที่ไม่ถือว่ามีลิขสิทธิ์



ผลงานดังต่อไปนี้เป็นผลงานที่ไม่ถือว่ามีลิขสิทธิ์

- 3.1 ข่าวประจำวันและข้อเท็จจริงต่างๆ ที่มีลักษณะเป็นเพียงข่าวสาร
- 3.2 รัฐธรรมนูญ และกฎหมาย
- 3.3 ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ คำสั่ง คำชี้แจง และหนังสือโต้ตอบ
- 3.4 คำพิพากษา คำสั่ง คำวินิจฉัย และรายการของทางราชการ
- 3.5 คำแปลและการรวบรวมสิ่งต่างๆ ตามข้อ 3.1-3.4 ซึ่งกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่นจัดทำขึ้น
- 3.6 ความคิด ขั้นตอน กรรมวิธี ระบบ วิธีใช้หรือวิธีทำงาน แนวความคิด หลักการ การค้นพบ หรือทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ หรือคณิตศาสตร์

4. การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์



สิทธิ์ในลิขสิทธิ์ **จะเกิดขึ้นโดยทันที** นับตั้งแต่ผู้สร้างสรรค์ได้สร้างสรรค์ผลงาน โดยไม่ต้องจดทะเบียน ดังนั้น เจ้าของลิขสิทธิ์จึงควรที่จะปกป้องคุ้มครองสิทธิ์ของตนเอง โดยการเก็บรวบรวมหลักฐานต่างๆ ที่แสดงว่าได้ทำการสร้างสรรค์ผลงานนั้นขึ้น เพื่อประโยชน์ในการพิสูจน์สิทธิ์ หรือความเป็นเจ้าของในโอกาสต่อไป

5. ใครคือเจ้าของลิขสิทธิ์



- 5.1 ผู้สร้างสรรค์งาน โดยความคิดริเริ่มของตนเอง โดยไม่ลอกเลียนงานของบุคคลอื่น
- 5.2 ผู้สร้างสรรค์ในฐานะพนักงานหรือลูกจ้าง
- 5.3 ผู้ว่าจ้างในกรณีว่าจ้างให้บุคคลอื่นสร้างสรรค์งาน
- 5.4 ผู้ดัดแปลง รวบรวม หรือประกอบกันเข้า โดยได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์
- 5.5 กระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐหรือของท้องถิ่น
- 5.6 ผู้รับโอนลิขสิทธิ์

6. การคุ้มครองลิขสิทธิ์



6.1 ทำซ้ำหรือดัดแปลง

6.2 เผยแพร่ต่อสาธารณชน

6.3 ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ หรือสิ่งบันทึกเสียง

6.4 ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น

6.5 อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิตาม 6.1, 6.2 หรือ 6.3 โดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างไรก็ได้ที่ไม่เป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรม

7. อายุการคุ้มครอง



- 7.1 งานทั่วไป ลิขสิทธิ์จะมีอยู่ตลอดอายุผู้สร้างสรรค์ และจะมีต่อไปอีก 50 ปี นับแต่ผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตาย
- 7.2 งานภาพถ่าย โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ สิ่งบันทึกเสียง หรืองานแพร่เสียงแพร่ภาพ ลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น
- 7.3 งานที่สร้างสรรค์โดยการจ้างหรือตามคำสั่งของกระทรวง ทบวง กรม หรือหน่วยงานอื่นใดของรัฐ ให้มีอายุ 50ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น
- 7.4 งานศิลปประยุกต์ ลิขสิทธิ์มีอายุ 25 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น

8. ประโยชน์ของลิขสิทธิ์



8.1 ประโยชน์ของเจ้าของลิขสิทธิ์ เจ้าของลิขสิทธิ์ย่อมได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ และมีสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใดๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ทำขึ้น

8.2 ประโยชน์ของประชาชนหรือผู้บริโภค การคุ้มครองและพิทักษ์สิทธิในผลงานลิขสิทธิ์ มีผลให้เกิดแรงจูงใจแก่ผู้สร้างสรรค์ผลงานที่จะสร้างสรรค์ผลงานที่มีประโยชน์และมีคุณค่าออกสู่ตลาด ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับความรู้ ความบันเทิง และได้ใช้ผลงานที่มีคุณภาพ

9. การแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์



ลิขสิทธิ์เป็นสิทธิ์ที่เกิดขึ้นทันทีที่มีการสร้างสรรค์ผลงานโดยไม่ต้องจดทะเบียน อย่างไรก็ตาม กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้มีบริการรับแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับงานลิขสิทธิ์ ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการพิทักษ์และคุ้มครองสิทธิ์ของเจ้าของลิขสิทธิ์ ทั้งยังเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ที่ต้องการขออนุญาตใช้ลิขสิทธิ์ ให้สามารถตรวจค้นเพื่อประโยชน์ในการติดต่อธุรกิจกับเจ้าของลิขสิทธิ์ได้

เอกสารและหลักฐานประกอบการแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์

9.1 แบบพิมพ์คำขอแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ (ลข.01) จำนวน 2 ชุด ซึ่งผู้แจ้งจะต้องกรอกรายละเอียดต่างๆ ให้ครบถ้วน

9.2 หลักฐานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

10. สถานที่ติดต่อเกี่ยวกับลิขสิทธิ์



10.1 การแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ สามารถที่จะดำเนินการได้ ณ ศูนย์บริการทรัพย์สินทางปัญญา ส่วนรับคำขอแจ้งข้อมูลลิขสิทธิ์ ชั้น 3 กรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือสำนักงานพาณิชย์จังหวัดทุกจังหวัด โดยไม่มีค่าธรรมเนียมใดๆ ทั้งสิ้น

10.2 การตรวจค้นข้อมูลลิขสิทธิ์สามารถดำเนินการได้ที่ส่วนจัดการงานลิขสิทธิ์ สำนักลิขสิทธิ์ ชั้น 11 กรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือทางเว็บไซต์ www.ipthailand.org