

นโยบายภาครัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม ในประเทศไทย

The government policy in the prevention of brand piracy in Thailand

สุพิชฌาย์ ตันติธนากร¹

Supitcha tantithanakorn

i-brandname@hotmail.com

Received: 17/04/64 Revised: 3/07/64 Accepted: 3/07/64

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุและนโยบายของภาครัฐในการการแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ สินค้าแบรนด์เนม ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทยและวิเคราะห์นโยบายการแก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในปัจจุบันตลอดจนศึกษาแนวนโยบายเพื่อป้องกันปัญหาลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการดำเนินการวิจัยเชิงเอกสารและการสัมภาษณ์เจาะลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 32 คน แบบเจาะจง ได้แก่ ประชาชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบและผู้ทรงคุณวุฒิ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การเมือง) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมของประเทศไทยทำให้จำนวนสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มีจำนวนมากจนควบคุมไม่ได้ สาเหตุเกิดจากการพัฒนาระบบการผลิตของธุรกิจละเมิดลิขสิทธิ์ มาตรการการป้องกันและปราบปรามในประเทศไทยยังไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งมาตรการระดับนโยบาย ด้านกฎหมายและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนปัญหาความต้องการสินค้าของผู้บริโภค ดังนั้น ควรมีการศึกษานโยบายภาครัฐรวมถึงมาตรการในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมของต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: นโยบายภาครัฐ; การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม;
นโยบายสาธารณะ

Abstract

This research aimed to study about the causes and government policy for solving the problems of luxury brand piracy in Thailand. The objective of this study were 1) to study the cause of brand piracy within and outside the Thailand. 2) to analyze the solution problem policy of brand piracy. This research was the qualitative research by using the documentary research technique and collecting data by in-depth interview

32 key informants: people, government officers, affected entrepreneurs and experts. The instruments used were semi-structured interviews.

The results revealed that the problems of brands piracy in Thailand were the quantity of pirated products is out of control, because of the development of the production system of pirated businesses. Prevention and suppression measures in Thailand were not yet controllable, both policy level measures Law and practice of relevant government officials, as well as consumer product demand problems. Therefore, there should be a study of government policies, including measures to prevent piracy for brand products of foreign countries, to guide the development of effective prevention of brand piracy in Thailand.

Keyword: government policy; prevention of brand piracy; public policy

บทนำ

ปัญหาสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เป็นปัญหาที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนและมีการขยายตัวระดับสูงในหลายปีที่ผ่านมาและเป็นปัญหาไปทั่วโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย สำหรับตราสินค้าที่ได้รับความนิยมในการลอกเลียนแบบมักจะเป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับสูงหรือที่เรียกว่า ลักซ์วรี แบรินด์(Luxury Brand) ที่มีการจำหน่ายไปทั่วโลก ซึ่งการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อเจ้าของตราสินค้าที่เป็นของแท้และถือเป็นปัญหาใหญ่ระดับนานาชาติ เนื่องจากตราสินค้าที่เป็นของแท่นั้น

มักจะมีแหล่งผลิตมาจากหลายประเทศ ทำให้ประเทศที่มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าเลียนแบบได้รับแรงกดดันจากประเทศเจ้าของตราสินค้าดังกล่าวและหน่วยงานสากล โดยเฉพาะแหล่งผลิตสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาขนาดใหญ่อย่างเช่นประเทศจีน เวียดนาม รวมทั้งประเทศไทยด้วย (สุมาลี เล็กประยูร, 2553)

มูลค่ารวมของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ทั่วโลกในปี 2560 สูงถึง 1.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ และมีการคาดการณ์ว่าจะปรับตัวสูงขึ้นถึง 1.82 ล้านล้านในปี 2563 (AP News, 2018: online). ความต้องการของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสินค้าแบรนด์เนมที่ละเมิดลิขสิทธิ์เติบโตอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี 1970 ทั้งที่ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสิ่งผิดกฎหมาย แต่ผู้บริโภคยังคงมีแรงจูงใจและมีแนวโน้มที่จะยังซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ต่อไป ถึงแม้ว่าจะสินค้าแบรนด์เนมยังคงรักษาคุณค่าในแบรนด์ตัวเองได้ แต่ผู้ประกอบการสินค้าแบรนด์เนมก็มีการสูญเสียผลประโยชน์จากการเกิดขึ้นของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์นี้ไปเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในประเทศไทยที่ยังคงมีสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยในปี 2562 ประเทศไทยส่งออกสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มากเป็นลำดับที่ 8 ของโลก (โพสต์ทูเดย์, 2562 : ออนไลน์) ซึ่งปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าในประเทศไทยมีมาอย่างยาวนานและสร้างผลกระทบในด้านภาพลักษณ์และเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก รวมถึงปัญหาของการปลอมแปลงและการละเมิดสิทธิบัตรยังคงเป็นเรื่องยากที่จะแก้ไข ดังสถิติการปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสถิติการปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ กรมสอบสวนคดีพิเศษ และกรมศุลกากรระหว่างปี พ.ศ. 2563 – 2564 (ณ เดือนมกราคม)

ลำดับ	หน่วยงาน	ปี2563		ปี 2564 (ณ เดือนมกราคม)		เปรียบเทียบกับยอดเฉลี่ย ของปี 2563 (ณ มกราคม)	
		คดี	ของกลาง(ชิ้น)	คดี	ของกลาง(ชิ้น)	คดี	ของกลาง(ชิ้น)
สำนักงานตำรวจแห่งชาติ							
	พรบ.เครื่องหมายการค้า	1,270	323,032	125	496,797	18.11%	1745.50%
	พรบ.ลิขสิทธิ์	527	35469	60	756	36.62%	(74.55%)
	พรบ.สิทธิบัตร	0	0	0	0	0%	0%
	รวม	1,685	330,607	185	497,553	23.54%	1,564.61
กรมสอบสวนคดีพิเศษ							
2	พรบ.เครื่องหมายการค้า	4	512,621	2	2,872,747	500%	6,624.84%
	พรบ.ลิขสิทธิ์	0	0	0	0	0%	0%
	พรบ.สิทธิบัตร	0	0	0	0	0%	0%
	รวม	4	512,621	2	2,872,747	500%	6,624.84%
	กรมศุลกากร	1,541	52,517,596	48	48,816	(62.62%)	(98.88%)
	รวม	3,342	23,388,718	235	3,419,116	(15.62%)	(23.15%)

ที่มา: กรมทรัพย์สินทางปัญญา (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2564.

เข้าถึงได้จาก<https://www.ipthailand.go.th/th/protect-005.html>

ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยในอดีตมีปัญหารุนแรงอย่างมาก แต่
 กระนั้นก็ตาม รัฐบาลไทยก็มีการสร้างโครงสร้างองค์กรขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว
 ได้แก่ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ

กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง และตัวแทนดำเนินคดีละเมิดลิขสิทธิ์ และพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ได้กำหนดโทษทางอาญาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ นอกจากนี้ รัฐบาลไทยในฐานะผู้กำหนดนโยบายการป้องกันปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงแล้ว แต่กระนั้นก็ยังพบว่าปัญหาดังกล่าวไม่ได้มีความทุเลา หรือเบาบางลงไปเลย การที่ในปัจจุบันมีการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนม โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มลักซ์ชวี่ จำนวนเพิ่มมากขึ้นนั้น ส่งผลกระทบต่อสภาพสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของประเทศเป็นอย่างมาก จึงจำเป็นที่จะต้องหามาตรการต่างๆ ในป้องกันและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนม อย่างจริงจัง

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา นโยบายภาครัฐในการป้องกัน การละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซ์ชวี่ในประเทศไทย รวมถึงศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวของผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อลดปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ สินค้าแบรนด์เนมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสาเหตุของปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ สินค้าแบรนด์เนม ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย
2. วิเคราะห์นโยบายการแก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในปัจจุบัน ตลอดจนศึกษา แนวนโยบายเพื่อป้องกันปัญหาลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านทฤษฎี

การศึกษานโยบายภาครัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้แนวคิดการศึกษาสถาบันนิยมแบบเก่า (Old Institutionalism) ของ R.A.W Rhodes (2006) และแนวคิดสถาบันนิยมแบบใหม่ (New Institutionalism) ของ Vivien Lowndes (2002) โดยอธิบายได้ว่าการศึกษาสถาบันนิยมแบบเก่า (Old Institutionalism) เน้นศึกษาสถาบันที่เป็นทางการของรัฐ (Formal Institution) เพราะเชื่อว่าสถาบันทางการเมืองที่ประกอบกันขึ้นเป็นรัฐนั้นจะสามารถสะท้อนความเป็นจริงของรัฐได้ โดยสถาบันที่เป็นทางการ ได้แก่ รัฐธรรมนูญ (Constitution) กฎหมายมหาชน (Public Law) รัฐสภา (Parliament) ฝ่ายนิติบัญญัติ (Legislative) ฝ่ายบริหาร (Administrative) ทั้งนี้สถาบันที่เป็นทางการ คือ สิ่งสะท้อนความเป็นรัฐฯ หนึ่งออกมาได้

อย่างไรก็ตาม การศึกษาสถาบันนิยมแบบเก่าได้มีการปรับตัวทำให้เกิดการศึกษาสถาบันนิยมแบบใหม่ (New Institutionalism) โดยเน้นการศึกษาสถาบันนิยมแนวทางต่างๆ เช่น สถาบันนิยมแบบปทัสถาน (Normative Institutionalism) ที่เป็นแนวการวิเคราะห์ที่เน้นการศึกษา บรรทัดฐานและคุณค่าที่ดำรงอยู่ในสถาบันทางการเมือง สถาบันนิยมแบบการตัดสินใจเลือกอย่างสมเหตุสมผล (Rational Choice Institutionalism) การตัดสินใจของตัวแสดงต่างๆนั้นถูกกำหนดโดยบริบทของสถาบันดังกล่าวเป็นทั้งโอกาสและข้อจำกัด รวมถึงกฎระเบียบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในตนเอง และสถาบันนิยมเชิงสังคมวิทยา (Sociological Institutionalism) ซึ่งแนวการวิเคราะห์ของสถาบัน

นิยมใหม่ลักษณะนี้ จะมีความคล้ายกับสถาบันนิยมแบบปัทสถาน (Normative Institutionalism) โดยจุดที่เหมือนกันก็คือ ทั้งสองแนวการวิเคราะห์จะเน้นในเรื่องของ ปัทสถานของโครงสร้างทางการเมืองที่เกิดขึ้น หรือ ความคิดความเชื่อของแต่ละสังคมที่ ประกอบสร้างกันขึ้นมาเป็นสถาบันหรือเป็นรากฐานทางความคิดของสถาบันทางการเมือง สำหรับสถาบันนิยมเชิงสังคมวิทยาจะไม่สนใจแต่เพียงสิ่งที่เป็นบรรทัดฐานที่ซ่อนอยู่ เท่านั้น แต่ยังพิจารณาในมุมกว้างกว่าคือ พิจารณาไปถึงวัฒนธรรม ธรรมเนียม หรือแนวปฏิบัติต่างๆที่ไม่เป็นทางการ รวมถึงกติกาทางสังคมที่ไม่ใช่ในแง่ของกฎหมายซึ่งซ่อนอยู่ใน สถาบันทางการเมือง และเป็นแนวปฏิบัติของคนในสังคมนั้นๆ ตลอดจนพิจารณาว่า สิ่งที่ไม่เป็นทางการเหล่านี้มีกลไกกำหนดพฤติกรรมของคนได้อย่างไร

ทั้งนี้ งานวิจัยงานวิจัยเรื่อง นโยบายภาครัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้า แบรินด์เนมในประเทศไทย ได้นำเอากรอบแนวคิดสถาบันนิยมแบบเก่าและสถาบันนิยมแบบใหม่มาเป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการทำความเข้าใจแนวทางการจัดการของรัฐในเรื่องการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรินด์เนมในประเทศไทย

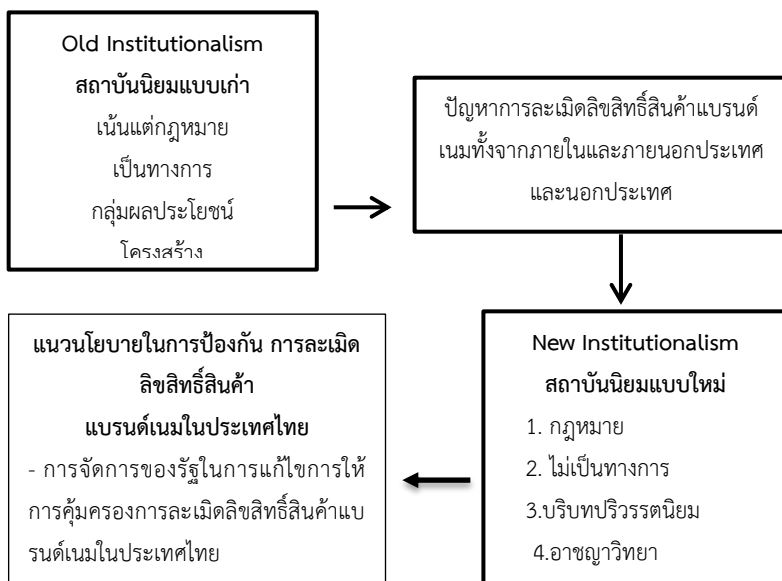
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ นโยบายภาครัฐ และ การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการป้องกัน ควบคุม การละเมิดลิขสิทธิ์ สินค้าแบรินด์เนม กลุ่มหลักขั้วรี ระหว่างปี 2558-ปัจจุบัน (2563)

3. ขอบเขตด้านข้อมูล ได้แก่ ผู้มีส่วนได้เสียทางตรงและทางอ้อม กับ สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนมกราคม-เดือนธันวาคม พ.ศ. 2563

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง นโยบายภาครัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย ใช้กรอบแนวคิดการศึกษาสถาบันนิยมแบบเก่า (Old Institutionalism) ของ R.A.W Rhodes (2006) และสถาบันนิยมแบบใหม่ (New Institutionalism) ของ Vivien Lowndes (2002) ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยงานวิจัยเรื่อง นโยบายภาครัฐในการป้องกัน การละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยศึกษา โดย (1) การวิจัยเชิงเอกสาร โดยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถิติการปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ทฤษฎีเกี่ยวกับการลักลอบจำหน่ายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ทฤษฎีอาชญาวิทยาและทัณฑ์วิทยาที่เกี่ยวข้องและทฤษฎีการกำหนดโทษทางอาญารวมถึงปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย นโยบายภาครัฐและหน่วยงานภาครัฐของไทยที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม และ(2) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview)

กลุ่มผู้ให้สำคัญที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยจากบุคคลที่มีส่วนได้เสียใน (Stakeholders) กับการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม ได้แก่

1. ตัวแทนภาคประชาชน จำนวน 8 ท่าน
2. เจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 8 ท่าน
3. ตัวแทนผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการละเมิดลิขสิทธิ์ จำนวน 8 ท่าน
4. ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 8 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ และนำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวมาให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาปรับปรุงข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์ให้มีความสอดคล้องกับการวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้ในการดำเนินกระบวนการสัมภาษณ์จริง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ อันมีผลต่อการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปใช้ในกระบวนการประมวลผลข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ ดำเนินกระบวนการตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (Major Themes) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (Major Themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย (Sub-themes) และหัวข้อย่อย (Categories) และนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ ตลอดจนแสวงหาหรือให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ อันเป็นแนวทางประการสำคัญที่สามารถนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะในการกำหนดสาระสำคัญของบทบัญญัติแห่งกฎหมายต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1.สาเหตุของปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ สินค้า แบรินด์เนม ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรินด์เนมในประเทศไทย

สาเหตุการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมเป็นผลมาจากการ ละเมิดกฎหมาย สิทธิบัตรและแพร่หลายในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนาใน เอเชีย ด้วยความนิยมของผลิตภัณฑ์ตะวันตกและงบประมาณที่จำกัด ผู้บริโภคในประเทศ เหล่านี้รวมถึงประเทศไทยพิจารณาเลือกซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เป็นทางเลือกแทนการ เป็นเจ้าของสินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซ์ชัวรี่ ภายใต้สถานการณ์เช่นนี้คุณภาพหรือรูปแบบที่ อาจจะน้อยกว่า รวมถึงการรับรู้ว่าการเลือกใช้สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เป็นที่ยอมรับได้ไม่ใช่ ปัญหา เนื่องจากผู้บริโภคทราบและยินดีจ่ายสำหรับรายการผู้บริโภคเหล่านี้พิจารณาใช้ ผลิตภัณฑ์แบรนด์เนมปลอมเป็นวิธีในการปรับปรุงรูปลักษณ์ส่วนบุคคลและสร้างความ ประทับใจให้ผู้อื่น

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้หรือบริโภคสินค้าเป็นแรงผลักดันสำคัญของผู้บริโภค ที่ต้องการซื้อมาครอบครอง ทำให้สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ยังเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะความหรูหราในการใช้งานที่ใกล้เคียงกับของจริง และการแสดงออกที่ใกล้เคียง กับสินค้าแบรนด์ของจริง นำเสนอผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ปลอมเป็นสัญลักษณ์สถานะ เพื่อ จำแนกตัวเองออกเป็นกลุ่มสังคมที่มีชื่อเสียงที่พวกเขาต้องการเป็นสมาชิก โดยการสวมใส่ สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์แบรนด์เนม ผู้บริโภคสามารถอ้างว่าอยู่ในระดับสังคมเดียวกับที่ ผู้ใช้แบรนด์หรูดั้งเดิมอยู่ตราบดีที่ไม่มีใครสามารถบอกได้ว่าผู้บริโภคสวมผลิตภัณฑ์ปลอม ราคาสำหรับสินค้าลอกเลียนแบบของแบรนด์หรูเป็นเพียงเศษเสี้ยวของราคาสินค้าของแท้ และผู้คนมักจะซื้อสินค้าปลอมเพื่อลดต้นทุนในการซื้อสินค้าของแท้ด้วยเงินจำนวนมาก สินค้าลอกเลียนแบบส่งมอบความคุ้มค่าสมราคาแม้ว่าจะมีราคาถูกก็ตาม

สำหรับการขยายตัวของสินค้าเลียนแบบเริ่มตั้งแต่ ค.ศ. 1970 เมื่อตราสินค้า Levi's คั้น พบว่ามีการเลียนแบบยี่ห้อของ Levi's จำนวนมากวางจำหน่ายในแถบเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ และกระจายอยู่ทั่วไปในแถบยุโรปตะวันตกซึ่งเป็นการลอกเลียนทั้ง สินค้าลวดลายรูปแบบคุณลักษณะ บรรจุภัณฑ์ เครื่องหมายการค้าและฉลาก นอกจากนี้ ยังพบว่าสินค้าเลียนแบบได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นอย่างมากแบบทวีคูณในช่วงปี ค.ศ. 1998-2008 ที่ผ่านมาโดยเฉพาะการเลียนแบบตราสินค้าหุรุทีที่เป็นสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้า กระเป๋าถือ กระเป๋าเงิน นาฬิกา และปากกา สำหรับประเทศไทย สินค้าเลียนแบบและ สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นสินค้าผิดกฎหมาย และที่มาของสินค้าแบรนด์เนม และสินค้า ละเมิดลิขสิทธิ์ส่วนมากลักลอบนำเข้ามาจากประเทศต่างประเทศ ยอดการจับกุมสินค้า ละเมิดลิขสิทธิ์มีแนวโน้มปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะการลักลอบนำเข้าสินค้าก๊อปปี้ แปรนด์เนมผ่านด่านชายแดน ท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือกรุงเทพฯ ต่างจากเดิมที่มีการ ลักลอบผลิตในประเทศแล้วจำหน่าย ส่วน ใหญ่เป็นสินค้าก๊อปปี้ประเภท แวนตา น้ำหอม ชุดกีฬา เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า นาฬิกา บุหรี่ไฟฟ้า ตุ๊กตา ของเล่นเด็ก เป็นต้น

ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซ์ชัวร์ของประเทศไทย มี ดังนี้

1. ความเจริญด้านเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้การละเมิดสินค้าลิขสิทธิ์และตรา สินค้าพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดด การเติบโตอย่างรวดเร็วของอีคอมเมิร์ซและการเพิ่มขึ้น ของอุปกรณ์ที่รองรับอินเทอร์เน็ตได้เปิดโอกาสใหม่ๆ ในการเติบโตสำหรับธุรกิจทั้งขนาด ใหญ่และขนาดเล็ก ในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสสำหรับบุคคลและองค์กรที่ต้องการขาย

สินค้าละเมิดตราสินค้าให้กับผู้บริโภค การค้าบนอินเทอร์เน็ตช่วยอำนวยความสะดวกในการขายละเมิดตราสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิตและตัวกลางในการจัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภค รวมทั้งระหว่างองค์กรและบุคคล ซึ่งอินเทอร์เน็ตเป็นที่เหมาะสำหรับผู้ปลอมแปลงในการขายสินค้าละเมิดตราสินค้า เนื่องจากสามารถโฆษณาและขายสินค้าผิดกฎหมายได้ราวกับว่าเป็นสินค้าที่ถูกต้องตามกฎหมาย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการสินค้าละเมิดตราสินค้ายังเข้าถึงผู้บริโภคหลายล้านคนอย่างง่ายและมีประสิทธิภาพ และผู้บริโภคก็สามารถหาสินค้าที่หาซื้อได้สะดวกในราคาประหยัด ช่วยให้ผู้ประกอบการสินค้าละเมิดตราสินค้าสามารถเข้าถึงตลาดใหม่และผู้บริโภครายใหม่ได้ รวมถึงการเกิดขึ้นของสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram ยังให้ช่องว่างที่ผู้ประกอบการดำเนินแผนการที่ผิดกฎหมายเป็นประโยชน์อย่างมาก นอกจากนี้ ความสำคัญที่เพิ่มขึ้นของอินเทอร์เน็ตสำหรับการขายของปลอม อินเทอร์เน็ตมีพัฒนาเป็นช่องทางการขายที่สำคัญสำหรับสินค้าลอกเลียนแบบในประเทศไทย อินเทอร์เน็ตได้มอบโอกาสสำหรับสินค้าละเมิดตราสินค้า ช่วยให้ผู้ผลิตสินค้าลอกเลียนแบบเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เกือบไม่จำกัดทั่วโลกด้วยข้อเสนอของผู้ผลิตสินค้าลอกเลียนแบบ มีการซื้อขายทางออนไลน์เป็นประจำทุกปีแทบทุกประเภท

2. ระบบการผลิตของธุรกิจละเมิดลิขสิทธิ์และตราสินค้าพัฒนาไปอย่างมาก การพัฒนาของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจที่ต้องการดำเนินธุรกิจละเมิดลิขสิทธิ์และตราสินค้าทำได้ง่ายมากขึ้น ประกอบกับการเติบโตของธุรกิจการผลิตในประเทศจีนทำให้ประเทศจีนเป็นประเทศที่เป็นฐานการผลิตหลัก วัตถุประสงค์และการผลิตสินค้าละเมิดตราสินค้าส่วนมากในปัจจุบันนำเข้ามาจากประเทศจีน เจ้าของธุรกิจผลิตสินค้าที่ผิดกฎหมายมักจะมุ่งผลิตสินค้าละเมิดตราสินค้าที่ลอกเลียนแบบได้ง่าย ในขณะที่หลีกเลี่ยงผลิตภัณฑ์ที่มีความ

ซับซ้อนในการผลิต การดำเนินการผลิตสินค้าละเมิดตราสินค้าถูกพัฒนาอย่างมาก จนเกิดเป็นกลุ่มธุรกิจใหญ่ ธุรกิจมีตั้งแต่โครงสร้างองค์กรขนาดเล็กที่เรียบง่ายในการผลิตไปจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพในการผลิตในภาคอุตสาหกรรม การผลิตสินค้าละเมิดตราสินค้าแบ่งเป็นหลายประเภท และกำหนดคุณภาพในการลอกเลียนแบบตราสินค้าไว้อย่างชัดเจนและสินค้าแบรนด์เนมจำนวนมาก แม้ว่าผลิตด้วยอุปกรณ์เทคโนโลยีขั้นสูงแต่เทคโนโลยีขั้นสูงที่กล่าวถึงนี้ก็สามารถเข้าถึงโดยบุคคลทั่วไปได้ง่าย ราคาที่สมเหตุสมผล และการพัฒนาทางเทคโนโลยีในการสร้างแบบจำลองการพิมพ์และการสแกนทำให้ง่ายต่อการเลียนแบบ ในปัจจุบันผู้ประกอบการสินค้าลอกเลียนแบบได้รับประโยชน์อย่างมากจากการเข้าถึงโรงงานผลิตที่ทันสมัยได้ง่ายขึ้น จากจำนวนคนงานที่มีทักษะจำนวนมาก และจากการเติบโตของความต้องการภายใน ตลาดภายในและภายนอกประเทศไทย

3. จำนวนการไหลเข้าของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์และตราสินค้ามากจนควบคุมได้จำกัดมาก การพัฒนาของระบบการขนส่งสินค้าที่เกี่ยวข้อง พอจะแบ่งได้เป็นสามส่วนคือ ส่วนแรก คือ มีการสร้างเครือข่ายขนส่งสินค้าระดับมืออาชีพสำหรับสินค้านำเข้าจำนวนมากๆ และส่วนที่สอง คือ การเกิดขึ้นของบริษัทขนส่งขนาดกลางและ ส่วนที่สาม คือ การใช้บริการไปรษณีย์สำหรับการขนส่ง ขนาดเล็ก ในส่วนที่หนึ่งและสอง การนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนในปัจจุบันทำได้ง่ายมาก และด้วยจำนวนสินค้าที่มากเกินกว่าที่เจ้าหน้าที่ภาครัฐจะตรวจสอบโดยละเอียดได้ทั้งหมด ทำให้เกิดการไหลเข้าของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์และตราสินค้าจำนวนมาก การเติบโตอย่างรวดเร็วของการค้าโลก การเกิดขึ้นของการค้าเสรีและการลดอุปสรรคทางการค้าทำให้ธุรกิจสินค้าละเมิดตราสินค้าเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการค้าเติบโตขึ้นอย่างมากปริมาณการนำเข้าที่แท้จริงในหลายประเทศ

ทำให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องหรือทีมงานกรมศุลกากรแทบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่จะขัดขวางการไหลเข้าและออกของสินค้าละเมิดตราสินค้าจากภายในและภายนอก ในส่วนการจัดส่งขนาดเล็ก ในกรณีนี้ ไปรษณีย์บริการดูเหมือนจะกลายเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้รับความนิยม เนื่องจากปริมาณที่แท้จริงการขนส่งทางไปรษณีย์ที่ผิดกฎหมายเป็นเรื่องยากมากที่จะระบุ ดังนั้นอัตราการจับกุมอยู่ในระดับต่ำ

4. มาตรการการป้องกันธุรกิจสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์และตราสินค้าที่เติบโตอย่างรวดเร็วควบคู่กับการค้าเสรีทั่วโลกเป็นไปได้ยากมาก ธุรกิจสินค้าละเมิดตราสินค้าที่เติบโตอย่างรวดเร็วรวมถึงเขตการค้าเสรีและท่าเรือเสรีเป็นที่สนใจของผู้ประกอบการสินค้าละเมิดตราสินค้า กระบวนการเบื้องต้น สรุปได้ดังนี้ (1) วิธีการปลอมแปลงแหล่งที่มาของสินค้าละเมิดตราสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว มีการจัดส่งสินค้าไปยังพื้นที่การค้าเสรีแล้วส่งออกอีกครั้งไปยังประเทศเป้าหมาย เป็นหนึ่งในวิธีการปลอมแปลงที่มาของสินค้า ซึ่งแหล่งกำเนิดที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถูกบดบังหรือลบโดยการย้ายไปยังพอร์ตต่างๆ และบางครั้งก็แก้ไขเอกสารที่เกี่ยวข้องมาพร้อมกับการจัดส่งและ (2) วิธีการปลอมแปลงที่สองผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เสร็จอาจจะจัดส่งไปยังพื้นที่การค้าเสรีเหล่านี้เพื่อดำเนินการเพิ่มเติม รวมถึงการเพิ่มสินค้าลอกเลียนแบบเครื่องหมายการค้าหรือฉลากหรือการบรรจุใหม่ในที่สุดก็มีการใช้พื้นที่การค้าเสรีผลิตสินค้าละเมิดตราสินค้า วิธีการสองวิธีดังกล่าวพบมากในการที่ธุรกิจละเมิดตราสินค้าที่มีฐานการผลิตอยู่ในประเทศไทยใช้ในการส่งสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ไปยังต่างประเทศ

5. มีปัจจัยมากมายที่สนับสนุนธุรกิจละเมิดลิขสิทธิ์และตราสินค้าภายในประเทศไทย การละเมิดตราสินค้ามีสัดส่วนกำไรสูงเหมือนกับการจำหน่ายยาเสพติด แต่บทลงโทษ

เขากว่า ความเสี่ยงน้อยกว่า ผู้ประกอบการสินค้าที่ลอกละเมิดตราสินค้าสามารถผลิตสินค้าเข้าสู่ท้องตลาดโดยสามารถประหยัดต้นทุนการวิจัยพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์และสามารถได้รับประโยชน์อย่างรวดเร็ว การลอกเลียนแบบสามารถทำกำไรได้มากมายซึ่งการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าละเมิดตราสินค้าในประเทศไทยนี้ต้องการเงินลงทุนจำนวนไม่มากนักในกรณีที่ลักลอบนำเข้าจากโรงงานผลิตในประเทศจีนและเมื่อพิจารณาผลกำไรที่ได้รับกับบทลงโทษที่อาจได้รับเป็นครั้งคราว ทำให้ผู้ประกอบการยังมีความสนใจที่จะดำเนินการธุรกิจอยู่ ผลกำไรก็ยังถือว่ายัง น่าดึงดูดให้ลงทุน แม้ว่าพวกเขาจะต้องเสี่ยงก็ตาม

ในประเทศไทยสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์อยู่กับสังคมไทยมาเป็นเวลานาน จนทำให้ทัศนคติของคนส่วนใหญ่ในสังคมมองว่าไม่ใช่เรื่องเสียหายแต่อย่างใด ตัวชี้วัดสำคัญที่ใช้ว่าผู้บริโภคจะพอใจหรือไม่เมื่อซื้อสินค้าละเมิดตราสินค้า คือ ในขณะที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภครับรู้หรือไม่ว่าสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าปลอมแปลง หรือ ละเมิดตราสินค้า (ในกลุ่มของสินค้าแบรนด์เนม กลุ่มลักซัวร์จะมีความแตกต่างชัดเจนในเรื่องระดับราคาสินค้า) ถ้าผู้บริโภคทราบและ ตัดสินใจซื้อ ก็ถือว่าผู้บริโภครับได้กับการปลอมแปลงหรือการละเมิดที่เกิดขึ้น ผลเสียที่อาจเกิดขึ้นกับผู้บริโภคน้อยมาก เมื่อพิจารณาในการละเมิดตราสินค้าของสินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซัวร์ เช่น กระเป๋า เสื้อผ้า เครื่องประดับสินค้าละเมิดตราสินค้า สร้างกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน คือ กลุ่มลูกค้าที่เลือกใช้ของละเมิดตราสินค้าและพอใจกับคุณภาพและวัตถุดิบที่อาจด้อยกว่าสินค้าของแท้ แบรนด์ระดับโลกกลายเป็นเป้าหมายสำคัญในกลุ่มสินค้าแบรนด์เนมลักซัวร์แบรนด์ที่เป็นที่นิยมในต่างประเทศก็มักจะได้รับการพัฒนาวิธีการลอกเลียนแบบตราสินค้า เครื่องหมายการค้าที่

เป็นที่รู้จัก ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าละเมิดเครื่องหมายทางการค้า
อย่างมาก

6. ปัญหาด้านกฎหมายตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า ปี พ.ศ. 2534
เนื่องจากไม่มีข้อกำหนดลงโทษผู้บริโภครที่ครอบครองสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์มี 3 ประเด็น
คือ ประเด็นแรก พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 44 กำหนด ให้
สิทธิแก่เจ้าของเครื่องหมาย การค้าซึ่งได้รับการจดทะเบียนแล้ว โดยให้เจ้าของ
เครื่องหมายการค้าดังกล่าวนั้นมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายการค้า
สำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ ประเด็นที่สอง จากการศึกษานโยบายป้องกันสินค้า
ละเมิดลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่
3) พ.ศ. 2559 พบว่า ไม่ได้กำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับการกระทำอย่างไรเป็นการละเมิด
ลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม จึงเป็นหน้าที่ของศาลที่จะต้องพิจารณาวินิจฉัยต่อไป และ
ประเด็นที่สาม บทบัญญัติตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ไม่ได้
ครอบคลุมถึง เครื่องหมายลวดลาย (Pattern Marks) เป็นเครื่องหมายที่เกิดจากลายเส้น
รูปทรงเรขาคณิตต่างๆ หรือ สิ่งอื่นที่ถูกจัดวางอย่างเป็นระเบียบ และมีการทำซ้ำกันอย่าง
สม่ำเสมอในปริมาณที่มากพอ บนผิวของสินค้าผ้า เครื่องหนัง เครื่องประดับ วอลล์เปเปอร์
เฟอร์นิเจอร์ กระเบื้องยาง เป็นต้น เครื่องหมาย ลวดลายจึงเป็นเครื่องหมายที่ไม่สามารถ
บอกปริมาณของลวดลายที่จะปรากฏเป็นสินค้าที่แน่นอนได้

7. ปัญหาด้านผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้า จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่
1 กล่าวว่า ด้านผู้ผลิตสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์และสินค้าเลียนแบบเป็นตลาดที่มีการเติบโต
ระดับสูง มี จำนวนเงินหมุนเวียนอย่างมหาศาล ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2 กล่าวว่า การ

หลีกเลี่ยงภาษีทำให้ต้นทุนการจำหน่ายลดลงอย่างมาก รวมทั้งไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการคิดค้น ทำให้สามารถจำหน่ายในราคาที่ต่ำกว่าสินค้าของแท้หลายเท่าตัว สามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลและกำไรอย่างรวดเร็วให้กับผู้ประกอบการ ขณะเดียวกันการนำความคิดหรือสินค้าของผู้อื่นมาลอกเลียนแบบก็เป็นสิ่งที่ยากในการทำธุรกิจ และถึงแม้ว่าสินค้าเลียนแบบจะมีแหล่งผลิตทั้งในและต่างประเทศ แต่แหล่งผลิตขนาดใหญ่จะอยู่ในประเทศจีนซึ่งอยู่นอกเหนืออำนาจการจับกุมของไทย ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5 และคนที่ 6 กล่าวว่า ยังมีผู้จัดจำหน่ายรายย่อยจำนวนมากที่กระจายตัวในแหล่งท่องเที่ยวและศูนย์การค้าทั่วประเทศไทย เช่น มาบุญครอง พัฒน์พงษ์ คลองถม สะพานเหล็ก สนามเสือป่า รวมถึงเชียงใหม่ ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ชลบุรี สงขลา กระบี่ และตลาดนัดหน้าห้างสรรพสินค้าต่างๆ หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาไม่จริงจังกับการปราบปราม เหตุผลที่ทำให้ประเทศไทยถูกจัดอันดับต้นๆ เป็นประเทศที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ เพราะในสังคมไทยยังมีการรับเงินใต้โต๊ะ และกฎหมายยังมีช่องว่างอย่างมาก โดยเฉพาะกฎหมายที่เอาผิดเฉพาะผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้า แต่ไม่เอาผิดกับผู้ซื้อ ทำให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคยังคงอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่ทำให้ตลาดนี้ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7 และคนที่ 8 กล่าวว่า ความนิยมหรือความต้องการซื้อจากผู้บริโภคในประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่นิยมซื้อและขายสินค้าเลียนแบบเป็นอย่างมาก เพราะมีราคาถูกมากที่สุดและหาซื้อได้ง่าย

8. ปัญหาการละเมิดสินค้าแบรนด์เนมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ การละเมิดสินค้าแบรนด์เนมบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

ประเด็นแรก การเสนอโฆษณาที่ไม่เหมาะสมของผู้ให้การสนับสนุน เกิดจากข้อเสนอแนะที่ไม่เหมาะสมของการให้การสนับสนุนเป็นกรณีการโฆษณาแฝง สภาพของปัญหาใน สังคมโลกยุคการติดต่อสื่อสารไร้พรมแดน อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือการติดต่อสื่อสารที่ทรงพลัง มาก เนื่องจากสะดวกรวดเร็วและสามารถส่งต่อข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง จึงทำให้มีการใช้ อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกันอย่างแพร่หลาย การจะเข้าถึงผู้บริโภค จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ มาใช้อย่างเหมาะสม ดังนั้น จึงทำให้มีผู้นำสินค้าและบริการบางประเภทมาลงโฆษณาแฝงไว้ในเว็บไซต์ต่างๆ บนอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการหาสมาชิกแบบเครือข่ายธุรกิจ ละเมิดลิขสิทธิ์สินค้า แปรนต์เนมเป็นปัญหาการโฆษณาแฝงบนอินเทอร์เน็ต และได้ถูกนำมาใช้กันอย่างกว้างขวาง ยังไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบตลอดจนยังไม่มีกฎหมายเข้ามาบังคับใช้ในเรื่องนี้ ถ้าหากภาครัฐมีระบบการจัดการและมีมาตรการเข้ามาควบคุมระดับความเหมาะสมของการโฆษณา แฝงและจะต้องไม่ขัดต่อหลักการต่างๆ ที่สังคมโลกยอมรับได้

ประเด็นที่สอง เป็นการโฆษณาเปรียบเทียบบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นการโฆษณาโดยใช้วิธีเปรียบเทียบสินค้าหรือบริการของผู้ทำการโฆษณาว่าแตกต่างหรือมีคุณภาพดีกว่า สินค้าหรือบริการของผู้อื่น (คู่แข่งทางการค้า) ด้วยเหตุนี้ การโฆษณาเปรียบเทียบบางกรณีก็อาจที่จะหลีกเลี่ยงการพาดพิงหรือ อ้างอิงถึงสินค้าแปรนต์เนมของคู่แข่งหรือผู้อื่นที่ติดอยู่บนตัวสินค้าหรือบริการนั้น ทั้งเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนโดยถูกต้องตามกฎหมายและที่ไม่ได้จดทะเบียน โดยถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งอาจจะนำมาสู่การแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมทางการค้าได้ แต่ไม่อาจปฏิเสธ ได้ว่าสินค้าแปรนต์เนมมีขึ้นก็เพื่อป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้ประกอบการด้วยกันแล้ว ยังให้

ความคุ้มครองผู้บริโภค จากการใช้สินค้าแบรนด์เนมในการโฆษณาด้วย เพราะถ้าหากว่าไม่ปรากฏสินค้าแบรนด์เนมบนตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ แล้ว อาจจะทำให้ผู้บริโภคเองเกิดความสับสน หลงผิดต่อการเลือกซื้อเลือกหาสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ เนื่องจากไม่อาจทราบได้ว่าสินค้าหรือบริการที่อยู่ในประเภทเดียวกันชนิดเดียวกันนั้นมีความแตกต่างอย่างไร ทั้งด้านคุณภาพและชื่อเสียงของเจ้าของสินค้าแบรนด์เนมเหล่านั้น แต่ถ้าหากว่ามีการใช้เครื่องหมายการค้าติดตราไว้บนตัวสินค้าหรือบริการแล้ว ผู้บริโภคเองสามารถเลือกซื้อเลือกหาสินค้าหรือบริการตามที่ต้องการได้อย่างถูกต้อง เพราะสินค้าแบรนด์เนมมีไว้เพื่อชี้ให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของคุณสมบัติ (Distinctive Character) สินค้าหรือบริการนั้นๆ

ประเด็นที่สาม สินค้าปลอม (Counterfeit Products) ละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการค้าหลายรายได้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกันออกมาวางขายในท้องตลาด โดยสินค้าของผู้ประกอบการค้าแต่ละรายมีคุณภาพแตกต่างกันออกไป ซึ่งสิ่งที่ทำให้ผู้ซื้อสามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าเหล่านั้นได้คือ สินค้าแบรนด์เนม อันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ที่เจ้าของแต่ละรายได้คิดขึ้นมาใช้กับสินค้าของตน และมีไม่น้อยที่เจ้าของสามารถทำให้สินค้าที่ใช้สินค้าแบรนด์เนมของตนมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค แต่เจ้าของสินค้าแบรนด์เนมมักจะประสบกับปัญหากรณีมีผู้อื่นทำการปลอมสินค้าแบรนด์เนมของตนหรือ นำสินค้าที่ใช้สินค้าแบรนด์เนมปลอมดังกล่าวมาขายทำให้เจ้าของเครื่องหมายค้านั้นได้รับความเสียหาย จากสภาพของปัญหาของสินค้าแบรนด์เนม ที่จดทะเบียนจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเมื่อมีการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้น ก็ยังเป็นประเด็นปัญหาทางกฎหมายหลายประเด็นด้วยกัน สืบเนื่องมาจาก

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการให้ความคุ้มครองสินค้าแบรนด์เนม ซึ่งยังมีผลบังคับใช้อยู่ในประเทศไทยมีหลายฉบับด้วยกัน และมีความคาบเกี่ยวกันระหว่างบทบัญญัติของกฎหมาย จึงก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการนำ มาตรการทางอาญามาใช้บังคับกับความผิดเกี่ยวกับสินค้าแบรนด์เนม

9. ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้ (1) กรณีการละเมิดเครื่องหมายการค้า แม้ความผิดสำหรับการละเมิดเครื่องหมายการค้าจะเป็นความผิดอาญาต่อแผ่นดิน ซึ่งเจ้าหน้าที่มีอำนาจดำเนินคดีแก่ผู้กระทำผิดได้ด้วยตนเอง แต่ในทางปฏิบัติเจ้าหน้าที่พบว่า การตรวจสอบและแยกแยะสินค้าระหว่างสินค้าจริงกับสินค้าปลอมหรือเลียนแบบทำได้ยากมาก เนื่องจากบางชิ้นเป็นสินค้าจริงเพียงแต่เป็นสินค้ามือสองซึ่งมีความชำรุดหรือบกพร่อง ก็อาจทำให้เจ้าหน้าที่สับสนได้ว่าเป็นสินค้าปลอม หรือในทางกลับกัน สินค้าบางชิ้นเป็นสินค้าปลอมที่ผลิตออกมาเหมือนหรือคล้ายกับสินค้าจริงและมีราคาใกล้เคียงกับสินค้าจริง ย่อมทำให้เจ้าหน้าที่สับสนว่าเป็นสินค้าจริงได้ ดังนั้น เจ้าหน้าที่ที่มีความจำเป็นต้องปฏิบัติงานร่วมกับผู้เสียหายเจ้าของลิขสิทธิ์หรือตัวแทนผู้รับมอบอำนาจจากเจ้าของลิขสิทธิ์เพื่อประกันความยุติธรรมให้แก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย (2) กรณีการละเมิดลิขสิทธิ์ ปัญหาหลักที่เจ้าหน้าที่พบในการปฏิบัติงานคือ เรื่องหนังสือมอบอำนาจ เนื่องจากกตติละเมิดลิขสิทธิ์เป็นความผิดอาญาต่อส่วนตัว ดังนั้น อำนาจในการนำคดีเข้าสู่กระบวนการยุติธรรมต้องเริ่มจากเจ้าของลิขสิทธิ์หรือตัวแทนผู้รับมอบอำนาจ ซึ่งอาจเป็นช่องว่างให้บุคคลผู้ไม่สุจริตใช้ในการแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบ เช่น การปลอมหนังสือมอบอำนาจหรือขายหนังสือมอบอำนาจ การอ้างสิทธิจับกุมโดยที่ในหนังสือมอบอำนาจไม่ได้ให้สิทธิไว้การล่อให้กระทำผิด เป็นต้น

และ (3) กรณีการละเมิดบนอินเทอร์เน็ตในบางกรณีแม้มีการระงับ/ปิดกั้น เว็บไซต์หรือมีการจับกุม ผู้กระทำละเมิดกลับมาจำหน่ายสินค้าละเมิดต่อไป ซึ่งเป็นเรื่องที่คุณได้ยากและเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นทั่วโลกในขณะนี้

2. นโยบายการแก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซ์วรีในปัจจุบัน และ นโยบายป้องกันปัญหาลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซ์วรี

ผลจากศึกษาพบว่า นโยบายการแก้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซ์วรีในปัจจุบัน และนโยบายป้องกันปัญหาลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซ์วรีมีดังนี้

1. นโยบายของรัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมให้ความสำคัญต่อสิทธิของผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้า คู่ค้า คู่แข่งขัน ผู้บริโภค หน่วยงานราชการ รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดจรรยาบรรณให้กับผู้มีส่วนได้เสียดังกล่าว เพื่อเป็นกรอบความประพฤติด้านจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงหลักความเป็นธรรม หลักสิทธิ มนุษยชน หลักการเคารพกฎหมาย การเคารพทรัพย์สินทางปัญญาได้กำหนดปรับปรุงนโยบายการ ปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้เสีย และจัดให้มีช่องทางให้ผู้มีส่วนได้เสียมีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ หรือร้องเรียนในกรณีที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการกระทำของบริษัทเอกชน หรือเจ้าหน้าที่ผู้ปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม

2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงความสำคัญของกฎหมาย และการนำกฎหมายไปปฏิบัติงานควบคู่กับคุณธรรม จริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ทั้งต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในและภายนอกองค์กรจะสังเกตเห็นได้จากที่ได้กำหนดนโยบาย

คุณภาพที่เน้นพัฒนาคุณภาพให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในระบบของการ การควบคุมและตรวจสอบการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมผ่านระบบออนไลน์ให้ตรงตามข้อกำหนดของกฎหมายและข้อตกลงที่เป็นเอกสารกับผู้จำหน่ายและผู้บริโภค นโยบายคุณภาพดังกล่าวถือเป็นการสร้างวัฒนธรรมในองค์กร สร้างทัศนคติ ให้แก่ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ ให้เคารพในกฎหมาย มีนโยบายในการกำกับดูแลการปฏิบัติ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า ซึ่งให้ฝ่ายนิติกรมีหน้าที่รวบรวมและควบคุมทะเบียนบัญชีรายชื่อกฎหมายของทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเป็นปัจจุบัน

3.นโยบายมุ่งเน้นให้ยึดถือการเคารพทรัพย์สินทางปัญญาโดยปฏิบัติตามนโยบายว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัดโดยทั่วกัน ผลิตรถยนต์ หรือกระบวนการขั้นตอนปฏิบัติ การค้นพบและพัฒนา การปรับปรุง หรือการจำหน่ายสินค้าแบรนด์เนมภายใต้ความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสีย โดยแบ่งกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรก ผู้มีส่วนได้เสียหลักเป็นกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางตรงจากการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย กลุ่มที่สอง ผู้มีส่วนได้เสียรอง เป็นกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยอ้อม เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือผลกระทบทางอ้อมจากการประกอบธุรกิจ ได้แก่ เศรษฐกิจของประเทศ และหน่วยงานราชการจากความหลากหลายของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย จึงจัดให้มีเครื่องมือและช่องทางต่างๆ ในการค้นหาความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม อีกทั้งเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการนำไปพัฒนา ประกอบด้วย

การสำรวจความคิดเห็นของผู้จำหน่าย ผู้บริโภค การแสดงความคิดเห็นผ่านกล่องความคิดเห็น

4. มาตรการในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมตามสิทธิการใช้เครื่องหมายการค้า มีดังนี้ (1) สิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า นั้น ผู้เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้ากับสินค้าของตนเองเสมอ เว้นแต่จะมีการจดทะเบียนเครื่องหมาย การค้าที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้า นั้นให้แก่บุคคลอื่น (2) สิทธิในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้าสามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าที่ตนได้ใช้มาโดยสุจริต (3) สิทธิคัดค้านการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิร้องคัดค้านการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น (4) สิทธิขอให้เพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น (5) สิทธิในการต่อสู้คดีเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนสามารถยกเอาเหตุจากการที่ตนได้ใช้เครื่องหมายการค้ามาก่อนโดยสุจริตมาเป็นข้อต่อสู้ในคดีที่ถูกฟ้องว่ากระทำการเลียน เครื่องหมายการค้าของผู้อื่น

5. การจัดการกับปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายให้ความสำคัญกับเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อให้มาตรการและการปฏิบัติงาน ด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของไทยมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนต่างชาติ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในการจัดอันดับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาไทย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1, 2 และคนที่ 4 กล่าวว่า

ตามกฎหมายการค้าสหรัฐฯ มาตรา 301 พิเศษ สหรัฐฯ ได้จัดไทยเป็นประเทศที่ต้องจับตามองเป็นพิเศษ (PWL) ด้านทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 จนถึงปัจจุบัน กระทรวงพาณิชย์โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้จัดรายงานความคืบหน้าสถานะการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของไทย และส่งให้สำนักงานผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (USTR) แล้ว เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาจัดอันดับประเทศคู่ค้าตามกฎหมายการค้าสหรัฐฯ มาตรา 301 พิเศษ ส่วนผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, 3 และคนที่ 5 กล่าวว่า การพัฒนาระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของไทยในปี 2562 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ (ปี 2560-2563) และแผนเร่งรัดการป้องกันและปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา(ปี 2561- 2564) เช่น มีการระดมกำลังปราบปรามสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาในพื้นที่สีแดงซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีสินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาวางจำหน่ายเป็นจำนวนมากอย่างเคร่งครัด เป็นต้น

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2, 5, 7 และคนที่ 8 กล่าวว่า การพัฒนาระบบการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา โดยจัดสรรงบประมาณ และบุคลากรเพิ่มและส่งเสริมความร่วมมือกับสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาของต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้การรับจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญามีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1, 2, 4, 6 และคนที่ 7 กล่าวว่า การรณรงค์สร้างความตระหนักให้กับประชาชนเรื่องคุณค่าของทรัพย์สินทางปัญญา และปลูกฝังค่านิยมให้กับคนรุ่นใหม่เรื่องการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา จะเห็นได้ว่า ไทยมีความคืบหน้าในการพัฒนาด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่จะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับนักลงทุนต่างชาติ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับไทยได้โดยลำดับ

6. มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายออนไลน์ กรณีการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย และกระบวนการในการป้องกันการซื้อขายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมทางออนไลน์ ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ควรมีมาตรการในการยืนยัน (Verified) จากผู้ซึ่งเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่แท้จริงก่อนมีการเผยแพร่เครื่องหมายการค้า นอกจากนี้ยังควรมีมาตรการในการกำจัดการเผยแพร่เครื่องหมายการค้าที่ผิดกฎหมายที่ได้เกิดขึ้นแล้วนั้นให้ยุติลงโดยเร็ว นอกจากนี้ภาครัฐควรให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าอย่างเหมาะสมต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ตามกฎหมายพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ให้ครอบคลุมถึงการละเมิดเครื่องหมายการค้าบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ควรตรวจสอบก่อนการดำเนินธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ใด ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าคู่สัญญาในการทำธุรกรรม นั้นเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าอย่างแท้จริง รวมทั้งเมื่อพบการละเมิดเครื่องหมายการค้า หรือการกระทำที่เป็นความผิดทางอิเล็กทรอนิกส์ใดๆ ควรแจ้งต่อองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น การร้องเรียนไปยังเว็บไซต์ของกระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ เป็นต้น

7. แนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์การเพิ่มประสิทธิภาพทรัพย์สินทางปัญญา มีดังนี้ (1) เพิ่มคุณภาพของระบบตรวจสอบสิทธิบัตรเครื่องหมายการค้าโดยจัดตั้งตรวจทานการคุณภาพ (2) เพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมพร้อมกับเร่งรัดระยะเวลาดำเนินการโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์กับเครื่องหมายการค้า (3) เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบและเน้นการสร้างผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ (4) ความคล่องตัว การเข้าถึงข้อมูลเครื่องหมายการค้าทางระบบคอมพิวเตอร์ และส่งเสริมให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแจ้งเบาะแส

การละเมิดลิขสิทธิ์ และ (5) การพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดอบรมบุคลากรให้สอดคล้องกับสภาพของรูปแบบธุรกิจใหม่ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบและนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ และระบบตรวจทานคุณภาพของการตรวจสอบสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้า

นอกจากนี้ ในปัจจุบันจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการบังคับใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2558 และเพื่อไม่ให้เป็นภาระขัดต่อ ข้อกำหนดตามกฎหมายฉบับนี้ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตควรเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้นในการนำภาพหรือ ข้อมูลต่างๆ มาใช้ เช่น เมื่อผู้ใช้โซเชียลมีเดีย นำภาพหรือ ข้อมูลต่างๆ มาแชร์หรือโพสต์ จะต้องมีการอ้างอิงแหล่งที่มา และชื่อเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นอย่างชัดเจน เช่นนี้ก็จะถือว่าไม่มีความผิด ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจ e-Commerce เมื่อมีการนำภาพหรือข้อมูลต่างๆ ของผู้อื่นมาใช้ จะต้องมีการอ้างอิง แหล่งที่มาและขออนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นเสียก่อน มิฉะนั้นอาจเข้าข่ายกระทำความผิดเนื่องจากการนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์โดยไม่ได้รับอนุญาต แม้จะทราบแล้วว่าจะทำอะไรเพื่อไม่ให้เป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ แต่จะเป็นการดีกว่าหรือไม่ หากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตพึงเคารพสิทธิในเจ้าของผลงาน ไม่ทำการลบแก้ไขหรือตัดแปลงผลงาน รวมทั้งนำภาพหรือข้อมูลต่างๆ ไปแชร์หรือ โพสต์ ด้วยจิตสำนึกที่ดี

สรุปองค์ความรู้และข้อค้นพบ

จากการศึกษา นโยบายภาครัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย ผู้วิจัย ได้ข้อค้นพบว่า ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมกลุ่มลักซ์วรีของประเทศไทยทำให้จำนวนสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มีจำนวนมากจนควบคุม

ไม่ได้ สาเหตุเกิดจากการพัฒนาระบบการผลิตของธุรกิจละเมิดลิขสิทธิ์ มาตรการการป้องกันและปราบปรามในประเทศไทยยังไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งมาตรการระดับนโยบาย ด้านกฎหมายและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนปัญหาความต้องการสินค้าของผู้บริโภค จากข้อค้นพบข้างต้น จึงควรมีการศึกษาต่อยอดโดยการศึกษา นโยบายภาครัฐรวมถึงมาตรการในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมของต่างประเทศเพื่อนำมาเปรียบเทียบ และเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

แนวทางในการแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์นั้น ในส่วนหน่วยงานตำรวจที่เกี่ยวข้อง คือ กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง มีแนวทางแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ การปฏิบัติงานให้ครบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ (1) การบังคับใช้กฎหมาย โดยทำหน้าที่ตรวจสอบและปราบปรามผู้กระทำความผิดกฎหมาย (2) แนวคิดตำรวจชุมชนสัมพันธ์ ทำหน้าที่เป็นเพื่อนของชุมชน ช่วยลดความขัดแย้งและเพิ่มช่องทางการสื่อสารระหว่างตำรวจกับประชาชน (3) การป้องกันอาชญากรรมโดยสภาพแวดล้อม ทำหน้าที่เป็นนักวางแผนป้องกัน (4) ทฤษฎีหน้าต่างแตก ทำหน้าที่เป็นผู้ตรวจตราความเรียบร้อย เมื่อพบปัญหาให้รีบแก้ไขทันที ก่อนที่ปัญหาเล็กๆ จะลุกลามกลายเป็นเรื่องใหญ่

นอกจากนี้ ในส่วนแนวทางแก้ปัญหาของกรมศุลกากร มีการปรับปรุงองค์กร และ ระบบงานขององค์กรซึ่งมีหน้าที่ควบคุมกำกับองค์กรและระบบงานที่เหมาะสม การปรับปรุงระบบงานมีความสำคัญสำหรับองค์กร ระบบงานที่ชัดเจน ทันท่วงทีจะสามารถให้การปฏิบัติงานขององค์กรมีประสิทธิภาพ กรมศุลกากรควรปรับปรุงระบบงานเพื่อรองรับ

บทบาทการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา โดยนำระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Data Interchange-EDI) มาใช้ในงานคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งนี้โดยที่กรมศุลกากรได้นำระบบ EDI มาใช้ในการบริหารงานศุลกากรแล้วหากได้สร้างระบบเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาดังตามคำแนะนำขององค์การศุลกากรโลกจะทำให้เจ้าหน้าที่ศุลกากรไทยสามารถให้ความคุ้มครองเป็นการทั่วไปต่อเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาในทรัพย์สินทางปัญญาได้ และแก้ไขปรับปรุงระเบียบของกรมศุลกากรให้ชัดเจนและสอดคล้องกับมาตรการของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และการปรับปรุงองค์การที่เหมาะสมมีส่วนทำให้การปฏิบัติภารกิจขององค์กรบรรลुวัตถุประสงค์และเป้าหมาย กรมศุลกากรสมควรปรับปรุงองค์การโดยจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาโดยตรงขึ้นในกรมศุลกากร และให้มีคณะกรรมการพิจารณาปรับปรุงกฎหมายระเบียบเกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ณ จุดนำเข้าส่งออกประจํากรมศุลกากรขึ้น คณะกรรมการควรประกอบด้วยผู้บริหารกรมศุลกากรและผู้แทนของส่วนราชการอื่นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญามีหน้าที่แนะนำ ตลอดจนศึกษาต้นคว้าวาจุดบกพร่อง และวิธีการปฏิบัติเพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น และให้มีอำนาจพิจารณาการอุทธรณ์คำสั่งของเจ้าหน้าที่ศุลกากรที่สั่งให้ผู้วางหลักทรัพย์หรือหลักประกันชดใช้ค่าเสียหายต่อผู้นำเข้าหรือส่งออกกรณีความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการระงับการปล่อยสินค้าของผู้ร้องขอระงับการปล่อยสินค้าด้วย

ในส่วนการพิจารณาคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจนี้ควรมีการแก้ไขกฎหมายให้มีมาตรฐานการพิสูจน์ที่ง่ายขึ้น โดยรัฐควรที่จะกำหนดมาตรฐานการพิสูจน์ให้เป็นเพียง

การพิสูจน์ให้ศาลเชื่อได้ตามหลักการซึ่งนำนักพยานหลักฐานทั้งสองฝ่าย ระหว่างผู้ฟ้องคดีกับผู้ถูกฟ้องคดีว่าใครสามารถพิสูจน์ให้ศาลเชื่อถือได้มากกว่ากัน ซึ่งจะทำให้การฟ้องคดีดังกล่าวนั้นมีความแตกต่างจากการฟ้องคดีอาญาที่ต้องพิสูจน์ให้ศาลเชื่อโดยปราศจากข้อสงสัยตามสมควรว่าจำเลยเป็นผู้กระทำความผิดอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษานโยบายภาครัฐในการป้องกันการละเมิดสิทธิสินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านนโยบายภาครัฐ

- 1.1 รัฐบาลต้องผลักดันให้การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเป็นวาระแห่งชาติ
- 1.2 รัฐบาลต้องมีส่วนสำคัญในการช่วยผลักดันให้เจ้าหน้าที่รัฐเข้มงวดและจริงจังในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างต่อเนื่อง
- 1.3 รัฐบาลต้องส่งเสริมพันธมิตรระหว่างกระทรวงต่างๆ ที่รับผิดชอบเช่น กระทรวงกลาโหม กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพาณิชย์ ให้เดินไปในแนวทางเดียวกันหรือเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน

2. ด้านกฎหมาย

รัฐบาลต้องผลักดันให้มีการลงโทษผู้กระทำความผิดทุกราย รวมถึงสนับสนุนให้มีการแก้กฎหมายเพื่อเอาผิดแก่เจ้าของสถานที่ที่ปล่อยให้มีการละเมิดในพื้นที่ของตนเองและเอาผิดกับผู้ซื้อ เช่นเดียวกับกฎหมายการรับซื้อของโจรในคดีอาญา

3. ด้านประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

3.1 เจ้าของลิขสิทธิ์และหน่วยงานของรัฐบาลต้องรณรงค์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและต่อต้านการใช้สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ รวมถึงปลูกฝังค่านิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องให้เป็นเรื่องที่น่าชื่นชม

3.2 เจ้าของลิขสิทธิ์และหน่วยงานเอกชน รวมถึงนักวิชาการต่างๆควรมีการรณรงค์ส่งเสริม หรือจัดอบรมให้คนในชาติมีจิตสำนึกในเรื่องของการละเมิดลิขสิทธิ์ และแสดงให้เห็นถึงความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการละเมิดลิขสิทธิ์

3.3 กระทรวงศึกษาธิการ หรือกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ควรสร้างความตระหนักให้กับประชาชนเรื่องคุณค่าของทรัพย์สินทางปัญญา และปลูกฝังค่านิยมให้กับคนรุ่นใหม่เรื่องการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาโดยการสร้างค่านิยมการไม่ซื้อสินค้าที่ละเมิดลิขสิทธิ์รวมทั้งการไม่ซื้อขายสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมทางออนไลน์

4. ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

4.1 ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพในการป้องกันและการตรวจสอบการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศระบบรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์กับเครื่องหมายการค้า

4.2 ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ในการตรวจสอบและเน้นการสร้างผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบ รวมทั้งส่งเสริมให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแจ้งเบาะแสการละเมิดลิขสิทธิ์

4.3 กองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง ควรปฏิบัติงานในด้านการบังคับใช้กฎหมายอย่างเคร่งครัด การปฏิบัติงานโดยใช้แนวคิดตำรวจชุมชนสัมพันธ์เพื่อเพิ่มช่องทางการสื่อสารข้อมูลหรือเบาะแสระหว่างตำรวจกับชุมชนอย่างเข้มงวดเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 กรมศุลกากรแม้ว่าจะจะมีการปรับปรุงองค์กรและระบบงานที่เหมาะสมและทันสมัยโดยนำระบบ EDI มาใช้ในการบริหารงานศุลกากรแล้ว แต่หากได้สร้างระบบเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาขึ้นจะทำให้เจ้าหน้าที่ศุลกากรสามารถตรวจสอบและให้ความคุ้มครองต่อเจ้าของทรัพย์สินทางปัญญาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กฤษณะ มิ่งทองคำ. (2556). *ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียวใน “การใช้”*

เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขา
นิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ไชยยศ เหมะรัชตะ. (2550). *ลักษณะกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา*. กรุงเทพฯ: นิติธรรม.

ณญา คิริชาติ. (2558). ปัญหาความรับผิดของผู้ซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมที่ละเมิดลิขสิทธิ์.

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์),
9(1), 2131.

ปริญญา ศรีเกต. (2561). ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา.

วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี, 10(1), 148-163.

โพสต์ทูเดย์. (2562). ไทยอันดับ 8 ส่งออกสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์. สืบค้นเมื่อ 7 เมษายน 2564 จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/583810>

สุมาลี เล็กประยูร. (2553). สินค้าละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาและคุณค่าแห่งแบรนด์. *วารสารนักบริหาร*, 30(3), 206-213.

อัญญา ชูบำรุง และอุนิษา เลิศโตมรสกุล. (2555). *อาชญากรรมและอาชญาวิทยา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

AP News. (2018). Global Brand Counterfeiting Report 2018-2020. Retrieved April 7, 2021 from <https://apnews.com/ef15478fa38649b5ba29b434c8e87c94>.

R.A.W Rhodes. (2006). Elaborating the new institutionalism in *The oxford handbook of political institutions*, eds. R.A.W. Rhodes, Sarah A. Binder, and Bert A. Rockman (New York: Oxford University Press), 94-94.

Vivien Lowndes. (2002). *Institutionalism in Theory and Methods in Political Science*, eds. David Marsh and Gerry Stoker (New York: Palgrave Macmillan), 90-107.

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 1. (2564). กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, *สัมภาษณ์*. กันยายน, 24.

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 2. (2564). กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง, *สัมภาษณ์*. ธันวาคม 28.

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 3. (2564). กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง, *สัมภาษณ์*. ธันวาคม 28.

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 4. (2564). กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง, *สัมภาษณ์*. ธันวาคม 28.

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 5. (2564). กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง, *สัมภาษณ์*. ธันวาคม 28.

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 6. (2564). กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, *สัมภาษณ์*. กันยายน, 24.

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 7. (2564). กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, *สัมภาษณ์*. กันยายน, 24.

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญคนที่ 8. (2564). กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, *สัมภาษณ์*. กันยายน, 24.