

## ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534

### ศึกษากรณี : การลวงขาย การคุ้มครองและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า<sup>1</sup>

กมลวรรณ ลาภอุไรเลิศ<sup>2</sup>

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัญหากฎหมายเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ศึกษากรณี: การลวงขาย การคุ้มครองและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความหมาย ประวัติความเป็นมา แนวคิด ทฤษฎี และหลักการเกี่ยวกับการลวงขาย การกำหนดอัตราโทษผู้ฝ่าฝืนกฎหมายและเงื่อนไขในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า หลักเกณฑ์ของกฎหมายเกี่ยวกับการลวงขาย การลงโทษผู้ฝ่าฝืนกฎหมาย และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า วิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการลวงขาย การกำหนดอัตราโทษผู้ฝ่าฝืนกฎหมายและเงื่อนไขในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการลวงขาย การกำหนดอัตราโทษ และการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 โดยเครื่องหมายการค้าเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์และคุณค่าทางธุรกิจ เครื่องหมายหนึ่ง ๆ ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่บ่งบอกแหล่งที่มาของสินค้าและบริการ แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงของผู้ประกอบการ<sup>3</sup> ดังนั้น กฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้าจึงมีความสำคัญยิ่งต่อการคุ้มครองสิทธิและประโยชน์ของเจ้าของเครื่องหมาย ตลอดจนการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม โดยประเทศไทยยอมรับระบบเครื่องหมายการค้าเข้ามาในสมัยรัชกาลที่ 4 และตราพระราชบัญญัติลักษณะเครื่องหมายและยี่ห้อการค้าขาย พ.ศ. 2457 เป็นกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้าฉบับแรกในสมัยรัชกาลที่ 6 ต่อมาประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในอนุสัญญากรุงปารีส (Paris Convention for the Protection of Industrial Property of March 20, 1883) และความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights: TRIPs

---

<sup>1</sup> บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ศึกษากรณี: การลวงขาย การคุ้มครองและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์เรืองยศ แสนภักดี และคณะกรรมการสอบ คือ รองศาสตราจารย์ประเทือง ธนียผล และรองศาสตราจารย์ประโมทย์ จารุณี

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต (ส่วนกลาง) คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

<sup>3</sup> กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับผู้ประกอบการเครื่องหมายการค้า, [Online], Available URL: [https://www.ipthailand.go.th/images/Promote/3\\_book\\_TM.pdf](https://www.ipthailand.go.th/images/Promote/3_book_TM.pdf), 2568 (กันยายน, 20).

Agreement) ในการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทำให้ประเทศไทยดำเนินการพัฒนากฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้าอย่างต่อเนื่องจนมาเป็นพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 ในปัจจุบัน<sup>4</sup>

ประเทศไทยได้ตราพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ขึ้นเพื่อเป็นกลไกหลักในการกำกับดูแลและคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้า โดยเครื่องหมายการค้าเป็นกลไกสำคัญทางเศรษฐกิจที่ทำหน้าที่ระบุแหล่งที่มาและรับรองคุณภาพของสินค้าและบริการ ผู้บริโภคจดจำเครื่องหมายการค้าในฐานะตัวแทนของชื่อเสียง (goodwill) และมาตรฐานของผู้ประกอบการ จึงทำให้เครื่องหมายการค้ากลายเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีมูลค่าสูง และเป็นหัวใจของการสร้างแบรนด์และการแข่งขันในเชิงพาณิชย์ อย่างไรก็ตามด้วยบทบาทที่สำคัญของเครื่องหมายการค้าจึงกลายเป็นต้นกำเนิดของปัญหาการลวงขาย (passing off) เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายพยายามเลียนแบบหรือลอกเลียนรูปแบบลักษณะภายนอก (trade dress) ของสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์เพื่ออาศัยชื่อเสียงที่เจ้าของสิทธิสร้างขึ้นมา<sup>6</sup>

อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไปได้ปรากฏปัญหาหลายประการในการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการลวงขาย (passing off) ซึ่งไม่เพียงก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมาย แต่ยังกระทบโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ นักลงทุน และระบบเศรษฐกิจโดยรวม ทั้งนี้แนวคิดเรื่องการลวงขายมีรากฐานมาจากระบบกฎหมายอังกฤษตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 โดยถือหลักว่า “บุคคลใดไม่อาจแสดงสินค้าของตนว่าเป็นสินค้าของผู้อื่นได้โดยปราศจากความผิด” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการคุ้มครองไม่ได้จำกัดเฉพาะเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน แต่รวมถึงการป้องกันไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้า<sup>7</sup> หลักการดังกล่าวถูกถ่ายทอดเข้าสู่กฎหมายไทยผ่านพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แต่ยังคงขาดการบัญญัติ “นิยาม” ของคำว่า การลวงขายไว้อย่างชัดเจน แต่ปัญหาสำคัญคือ การตีความคำว่า “การลวงขาย” ในระบบกฎหมายไทยยังคงต้องอาศัยดุลยพินิจของศาลและคำอธิบายจากงานวิชาการเป็นหลัก หากขาดนิยามที่ชัดเจนในกฎหมาย จะทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าการเลียนแบบในลักษณะใดจะถูกวินิจฉัยว่าเป็นการลวงขาย ส่งผลโดยตรงต่อความมั่นใจในการลงทุนและการคุ้มครองสิทธิ ยิ่งไปกว่านั้นในสังคมการค้าออนไลน์ การลวงขายยิ่งทวีความซับซ้อน เพราะผู้ละเมิดสามารถเลียนแบบได้ทั้งชื่อเครื่องหมาย สัญลักษณ์ ไปจนถึงรูปแบบลักษณะของร้านค้า (trade dress)

---

<sup>4</sup> ธีรรัตน์ หนังสือ, “การพัฒนาหลักเกณฑ์การคุ้มครองเครื่องหมายการค้าไม่จดทะเบียนภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534”, วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 12, 2 (2562): หน้า 120.

<sup>5</sup> ดวงกมล จำรัส, “ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการลวงขายตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายไทยและกฎหมายอังกฤษ”, (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2551), หน้า ก.

<sup>6</sup> TGC Thailand, การปลอมเครื่องหมายการค้า การเลียนเครื่องหมายการค้า การลวงขายเครื่องหมายการค้า (Passing off). [Online], Available URL: <https://tgcthailand.com/blog/trademark-counterfeiting-trademark-impersonation-what-is-trademark-scam-passing-off/>, 2568 (กันยายน, 20).

<sup>7</sup> ธีรรัตน์ หนังสือ, เรื่องเดิม, หน้า 118.

แม้ประเทศไทยจะมีกฎหมายที่ใช้ในการคุ้มครองสิทธิ เช่น พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แต่ก็ยังพบว่ามีข้อจำกัดในการตีความและบังคับใช้อยู่หลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเผชิญกับบริบททางการค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในยุคดิจิทัล ดังนั้น การศึกษาปัญหาทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการลวงขายจึงมีความจำเป็น เพื่อชี้ให้เห็นถึงประเด็นที่ยังเป็นช่องว่างหรือก่อให้เกิดความไม่แน่นอนทางกฎหมาย ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

ประการแรกคือ ปัญหาคำนิยาม “การลวงขาย” ในระบบกฎหมายไทย แม้จะมีการรับรองสิทธิให้เจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือผู้มีชื่อเสียงในทางการค้าสามารถดำเนินคดีได้เมื่อถูกละเมิด แต่คำว่า “การลวงขาย” (passing off) กลับไม่ได้รับการบัญญัติความหมายไว้อย่างชัดเจนในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ซึ่งเป็นบททั่วไป ทำให้การพิจารณาว่าการกระทำใดเข้าข่ายเป็นการลวงขายหรือไม่ ยังคงต้องอาศัยดุลยพินิจของศาลเป็นสำคัญ งานวิชาการและบทความทางกฎหมายหลายชิ้นได้พยายามให้ความหมายของคำว่า “การลวงขาย” ตัวอย่างเช่น TGC Thailand อธิบายว่า “การลวงขายคือการทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดในแหล่งที่มาของสินค้า แม้จะไม่ได้เลียนแบบเครื่องหมายการค้าโดยตรงแต่เป็นการเลียนแบบรูปลักษณ์ภายนอก (Trade Dress) จนทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อ”<sup>8</sup> นอกจากนี้ งานวิจัยของด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาของดวงกมล จำสัณฑ์ ที่กล่าวว่า ปัญหาเกี่ยวกับการลวงขายที่ยังไม่มีคำนิยาม ซึ่งนำไปสู่ปัญหาเกี่ยวกับการเรียกค่าเสียหาย ปัญหาเกี่ยวกับบทลงโทษในการที่จะป้องกันมิให้มีการละเมิดเครื่องหมายการค้าอันเกิดจากการลวงขาย<sup>9</sup> จะเห็นได้ว่าประเด็นปัญหาสำคัญอยู่ที่ “การลวงขาย” ไม่ได้ถูกบัญญัติเป็นนิยามที่แน่นอนในกฎหมายไทย ทำให้ต้องอาศัยการอธิบายจากแนวคำพิพากษาและหลักวิชาการ ความไม่ชัดเจนดังกล่าวก่อให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติ เพราะผู้ประกอบการไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่า การเลียนแบบลักษณะใดจะถูกศาลวินิจฉัยว่าเป็นการ “ลวงขาย” หรือไม่ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความมั่นใจในการลงทุนและการคุ้มครองสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้า

ประการที่สอง ปัญหาการกำหนดอัตราโทษ พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 กำหนดบทลงโทษสำหรับความผิดเกี่ยวกับการปลอมและเลียนแบบเครื่องหมายการค้าไว้ในมาตรา 108-109/1 ซึ่งเป็นบทบัญญัติสำคัญในการป้องกันและปราบปรามการละเมิดสิทธิในทางการค้า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละมาตราจะพบว่ามีปัญหาในเชิง โครงสร้างโทษและความสมดุลในการกำหนดระดับความร้ายแรงของการกระทำ

มาตรา 108 เป็นบทบัญญัติว่าด้วยการปลอมเครื่องหมายการค้า ซึ่งหมายถึงการทำให้สินค้าปลอมเหมือนกับสินค้าต้นฉบับอย่างแท้จริง ถือเป็นกระทำที่ร้ายแรงที่สุดเพราะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด โดยตรงว่ากำลังซื้อสินค้าของแท้ ทั้งยังสร้างความเสียหายต่อเจ้าของสิทธิ หรือเจ้าของเครื่องหมายการค้า และตลาดโดยรวมอย่างมหาศาล ทว่าโทษที่กำหนดไว้เพียง “จำคุกไม่เกิน 4 ปี หรือปรับไม่เกิน 400,000 บาท

<sup>8</sup> TGC Thailand, เรื่องเดิม.

<sup>9</sup> ดวงกมล จำสัณฑ์, เรื่องเดิม, หน้า ก.

หรือทั้งจำทั้งปรับ” ยังคงต่ำเมื่อเทียบกับมูลค่าความเสียหายจากการค้าสินค้าปลอมที่ในปัจจุบันมีมูลค่านับล้านหรือร้อยล้านบาท อีกทั้งการใช้ถ้อยคำว่า “ไม่เกิน” การที่กฎหมายมิได้กำหนดอัตราโทษขั้นต่ำไว้เป็นการเฉพาะ ส่งผลให้กรอบการกำหนดโทษมีความยืดหยุ่นในระดับสูง และขาดหลักประกันเชิงโครงสร้างว่าบทลงโทษจะอยู่ในระดับที่สามารถยับยั้งการกระทำความผิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรา 109 กล่าวถึงการเลียนเครื่องหมายการค้า โดยอาจเลียนแบบเพียงบางส่วน หรือทำให้เกิดความเหมือนหรือคล้ายที่ทำให้ผู้บริโภคสับสน แม้จะไม่ร้ายแรงเท่ากับการปลอมทั้งหมด แต่ก็ยังเป็นการละเมิดสิทธิที่กระทบต่อชื่อเสียงและ goodwill ของเจ้าของเครื่องหมายการค้า ปัญหาคือ บทลงโทษในมาตรา 109 ไม่ได้สะท้อนความแตกต่างของความร้ายแรงอย่างชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรา 108 เพราะยังคงอยู่ในกรอบโทษ ไม่เกินและไม่มีขั้นต่ำ ทำให้ไม่สามารถสร้างมาตรฐานที่สมดุลระหว่างความผิดที่ต่างระดับกันได้

มาตรา 109/1 เป็นบทบัญญัติที่เพิ่มเติมภายหลัง เพื่อห้ามการปลอมบรรจุภัณฑ์ วัสดุหีบห่อ หรือสิ่งอื่นที่ใช้ประกอบสินค้า เช่น ซองขนม ถุง หรือกล่อง แม้พฤติการณ์ดังกล่าวจะไม่ใช่การปลอมตัวสินค้าตรง ๆ แต่ก็สร้างความเข้าใจผิดแก่ผู้บริโภคได้ไม่ต่างจากการปลอมสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์และหีบห่อมักมีความเหมือนกับของแท้จนผู้บริโภคยากจะแยกแยะ เช่น กรณีที่ผู้ขายนำมันฝรั่งทอดของตนเองหรือยี่ห้ออื่นมาบรรจุในซองที่เลียนแบบหรือทำให้เหมือนถุงเลข แล้วโฆษณาว่าอ้างว่าเป็นผลิตภัณฑ์เลข โดยบทบัญญัติมาตรานี้ไม่ได้กำหนดโทษขั้นต่ำ (minimum penalty) ทำให้ศาลมีอำนาจใช้ดุลพินิจพิจารณา กำหนดโทษที่เหมาะสมแก่พฤติการณ์แห่งการกระทำความผิด โดยอาจกำหนดโทษตั้งแต่ระดับต่ำสุด คือ โทษปรับในอัตราเล็กน้อยไปจนถึงระดับสูงสุดตามกรอบโทษที่กฎหมายกำหนด กล่าวอีกนัยหนึ่ง แม้พฤติการณ์ของการปลอมบรรจุภัณฑ์จะมีความร้ายแรงใกล้เคียงกับการปลอมตัวสินค้า แต่ในเชิงโครงสร้างของกฎหมาย การไม่กำหนดโทษขั้นต่ำอาจทำให้มาตรานี้มีช่องว่างในทางปฏิบัติ เพราะผู้กระทำความผิดบางรายอาจยอมรับความเสี่ยงในการกระทำความผิด โดยมองว่าโทษเพียงโทษปรับต่ำ ๆ ก็ยังคุ้มกับกำไรที่ได้รับ

กล่าวโดยสรุป ปัญหาของบทบัญญัติในมาตรา 108-109/1 อยู่ที่การกำหนดโทษซึ่งยังไม่สอดคล้องกับความเสียหายที่แท้จริง และไม่มีการแยกชั้นความร้ายแรงของการกระทำอย่างชัดเจน ทั้งการปลอมเครื่องหมายการค้า แต่กฎหมายกลับกำหนดโทษโดยปราศจากโทษขั้นต่ำ ความไม่ชัดเจนเช่นนี้ทำให้ศาลมีดุลยพินิจอย่างกว้างขวางและทำให้ผู้กระทำความผิดยังคงยอมเสี่ยงเพราะมองว่าโทษไม่สูงเพียงพอ ปัญหาดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการแก้ไขปรับปรุงโครงสร้างโทษให้เหมาะสมและมีความสมดุลมากขึ้น

ประการที่สาม ปัญหาความล่าช้าในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

อีกหนึ่งอุปสรรคสำคัญของระบบกฎหมายเครื่องหมายการค้าไทย คือ ความล่าช้าในการพิจารณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ซึ่งสาเหตุหลักมาจากบทบัญญัติ มาตรา 12(2) แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ที่ให้อำนาจนายทะเบียนในการพิจารณาคำขอ แต่ไม่ได้กำหนดระยะเวลาว่าต้องดำเนินการแล้วเสร็จภายในกี่วันหรือกี่เดือน ทำให้นายทะเบียนมีอำนาจดุลยพินิจอย่างกว้างขวางโดย

ปราศจากข้อจำกัดเชิงเวลา ส่งผลให้ขั้นตอนการตรวจสอบ การพิจารณาความซ้ำซ้อนของเครื่องหมาย ตลอดจนการดำเนินการประกาศและจดทะเบียน หลายกรณีใช้เวลา 12-18 เดือน หรือยาวนานกว่านั้น ปัญหาดังกล่าวจึงถูกเปรียบเปรยว่าเป็นการ “ประวิงเวลา” ของระบบ ซึ่งไม่เพียงทำให้ผู้จดทะเบียนต้องรอคอยอย่างไม่มีหลักประกัน นำไปสู่ความล่าช้าอย่างต่อเนื่องและสร้างความเสียหายแก่ผู้จดทะเบียนทั้งในด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน เมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานสากล เช่น ความตกลงนิซ (Nice Agreement) และพิธีสารมาดริด (Madrid Protocol) หลายประเทศได้กำหนดเส้นตายหรือระยะเวลาทางกฎหมายที่ชัดเจนในการพิจารณาคำขอ เพื่อสร้างประสิทธิภาพและความเชื่อมั่น

การศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบังคับใช้พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ได้สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของกฎหมายทั้งในด้านนิยาม แนวคิดพื้นฐาน และกลไกการบังคับใช้ ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อระบบคุ้มครองสิทธิในเครื่องหมายการค้าและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่การค้า การบริการ และนวัตกรรมเติบโตอย่างรวดเร็ว การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาจึงต้องมีความทันสมัย ชัดเจน และมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการวิเคราะห์ในบทที่ 4 พบว่ามี 3 ประเด็นหลักที่ควรได้รับการแก้ไข ได้แก่ (1) ความไม่ชัดเจนของคำนิยาม “การลวงขาย” ซึ่งทำให้เกิดความคลุมเครือในการตีความและบังคับใช้ (2) ความไม่เหมาะสมของโครงสร้างอัตราโทษในมาตรา 108-109/1 ที่ไม่สามารถยับยั้งการกระทำผิดได้จริงและ (3) ความล่าช้าในการพิจารณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ทั้งนี้ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนต่อระบบเศรษฐกิจ การลงทุน การแข่งขันอย่างเป็นธรรม และการรักษาความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในระบบการค้าไทย ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมปัญหาดังต่อไปนี้

1. ปัญหาคำนิยาม “การลวงขาย” เห็นควรแก้ไขมาตรา 4 แห่ง พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เป็นดังนี้

เดิม ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ไม่มีคำนิยาม “การลวงขาย”

ขอเสนอแนะเพิ่มเติมเป็น “มาตรา 4 การลวงขาย หมายถึง การกระทำอันเป็นเหตุให้ประชาชนเข้าใจผิดหรือสับสนในแหล่งกำเนิดของสินค้า หรือบริการของบุคคลหนึ่งว่าเป็นของอีกบุคคลหนึ่ง หรือมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลดังกล่าว ไม่ว่าโดยการใช้เครื่องหมาย ชื่อทางการค้า บรรจุภัณฑ์ การตกแต่งร้าน ลักษณะผลิตภัณฑ์ (trade dress) หรือวิธีการสื่อสารทางการค้าอื่นใด”

ซึ่งเมื่อแก้ไขแล้วจะมีผลดีดังต่อไปนี้คือ เพิ่มความชัดเจนและความแน่นอนทางกฎหมาย (Legal Certainty) ผู้ประกอบการจะสามารถประเมินความเสี่ยงได้ดียิ่งขึ้นว่าการกระทำใดเข้าข่ายการลวงขาย ลดความสับสนในการบังคับใช้ และทำให้การวางแผนธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น และลดการใช้ดุลยพินิจที่แตกต่างกันของศาล เมื่อมีกฎหมายกลาง นิยามการลวงขายจะมีมาตรฐานเดียวไม่ขึ้นกับการตีความเฉพาะคดี ซึ่งช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการตัดสินและสร้างบรรทัดฐานที่แน่นอน

2. ปัญหาการกำหนดอัตราโทษ เห็นควรแก้ไขมาตรา 108-109/1 แห่ง พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เป็นดังนี้

เดิม “มาตรา 108 บุคคลใดปลอมเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการเครื่องหมายรับรองหรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นที่ได้จดทะเบียนแล้วในราชอาณาจักรต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสี่ปี หรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ขอเสนอแนะมาตรา 108 แก้เป็น “ผู้ใดปลอมเครื่องหมายการค้า ต้องระวางโทษจำคุก ตั้งแต่หนึ่งปีถึงสี่ปี หรือปรับตั้งแต่หนึ่งแสนบาทถึงสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

เดิม “มาตรา 109 บุคคลใดเลียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการเครื่องหมายรับรองหรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่น ที่ได้จดทะเบียนแล้วในแสดงบัตรประจำตัวเมื่อปฏิบัติหน้าที่แสดงข้อความอันเป็นเท็จปลอมเครื่องหมายเลียนเครื่องหมายราชอาณาจักรเพื่อให้ประชาชนหลงเชื่อว่าเป็นเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการเครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นนั้นต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ขอเสนอแนะมาตรา 109 แก้เป็น “ผู้ใดเลียนเครื่องหมายการค้า ต้องระวางโทษจำคุก ตั้งแต่หกเดือนถึงสองปี หรือปรับตั้งแต่ห้าหมื่นบาทถึงสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

เดิม “มาตรา 109/1 บุคคลใดนำหีบห่อหรือภาชนะที่แสดงเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายรับรองหรือเครื่องหมายร่วม ของบุคคลอื่นที่จดทะเบียนไว้แล้วในราชอาณาจักรมาใช้สำหรับสินค้าของตนเองหรือของบุคคลอื่น เพื่อให้ประชาชนหลงเชื่อว่าเป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายร่วมหรือเชื่อว่าเป็นสินค้าที่ได้รับอนุญาตให้ใช้เครื่องหมายรับรองนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสี่ปี หรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ขอเสนอแนะมาตรา 109/1 แก้เป็น “ผู้ใดใช้เครื่องหมายการค้าปลอมต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่หนึ่งปีถึงสี่ปี หรือปรับตั้งแต่หนึ่งแสนบาทถึงสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ”

ซึ่งเมื่อแก้ไขแล้วจะมีผลดีดังต่อไปนี้คือ เพิ่มประสิทธิภาพของโทษ (Enhanced Deterrent Effect) การมีโทษขั้นต่ำและระดับโทษที่สูงขึ้นทำให้ผู้กระทำความผิดไม่สามารถชดเชยความผิดด้วยค่าปรับเล็กน้อยเหมือนที่ผ่านมา ลดแรงจูงใจในการผลิตและจำหน่ายสินค้าปลอมอย่างมีนัยสำคัญ และทำให้บทลงโทษสอดคล้องกับความเสียหายที่แท้จริง สินค้าปลอมมักสร้างความเสียหายมากกว่าหลักแสนหรือหลักล้าน แต่โทษตามกฎหมายเดิมไม่สะท้อนความเสียหายนี้ การเพิ่มระดับโทษทำให้ระบบกฎหมายมีความสมเหตุสมผลขึ้น

3. ปัญหาความล่าช้าในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เห็นควรแก้ไข มาตรา 12(2) แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 เป็นดังนี้

เดิม “มาตรา 12(2) สั่งให้ผู้จดทะเบียนแปลเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ เกี่ยวกับการจดทะเบียนที่เป็นภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทยให้เสร็จและส่งภายในกำหนดเวลาที่เห็นสมควร”

ขอเสนอแนะมาตรา 12(2) แก้เป็น “ให้นายทะเบียนพิจารณาคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ภายใน 30 วันนับแต่วันที่ได้รับคำขอหรือเอกสารครบถ้วน เว้นแต่มีเหตุอันสมควรที่ไม่อาจพิจารณาได้

ภายในระยะเวลาดังกล่าว ซึ่งต้องบันทึกเหตุผลและแจ้งเป็นหนังสือแก่ผู้จดทะเบียนโดยชัดแจ้งภายใน  
เวลาอันสมควร และสั่งให้ผู้จดทะเบียนแปลเอกสารหรือหลักฐานต่าง ๆ เกี่ยวกับการจดทะเบียนที่เป็น  
ภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทยให้เสร็จและส่งภายในกำหนดเวลาที่เห็นสมควร”

ซึ่งเมื่อแก้ไขแล้วจะมีผลดังต่อไปนี้คือ เพิ่มความโปร่งใสและตรวจสอบได้ (Transparency &  
Accountability) เมื่อนายทะเบียนต้องระบุ “เหตุผลของการล่าช้า” เป็นลายลักษณ์อักษร กลไกนี้ช่วยให้  
กระบวนการพิจารณามีความรับผิดชอบมากขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพในระบบงานภาครัฐ การกำหนด  
กรอบเวลา 30 วัน ส่งผลให้เจ้าหน้าที่ต้องปรับปรุงกระบวนการภายใน เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และ  
ออกคำสั่งได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. **ทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับผู้ประกอบการเครื่องหมายการค้า**. [Online], Available URL: [https://www.ipthailand.go.th/images/Promote/3\\_book\\_TM.pdf](https://www.ipthailand.go.th/images/Promote/3_book_TM.pdf). 2568 (กันยายน, 20).
- ดวงกมล จำสัดย์. “ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการลวงขายตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534: ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายไทยและอังกฤษ”. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2551.
- ธิดารัตน์ หนังสือ. “การพัฒนาหลักเกณฑ์การคุ้มครองเครื่องหมายการค้าไม่จดทะเบียนภายใต้พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534”. วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร 12, 2, (2562): 113-141.
- โสภณวิชญ์ ดุณวัฒน์กิจเจริญ. **ปัญหาการบังคับใช้มาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับของ กลางคดีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่ดีถึงที่สุดแล้ว**. [Online], Available URL: [http://www.lawgrad.ru.ac.th/AbstractsFile/6012012012/1573111968f3778f16a3e7c567ef10349b6647e016\\_abstract.pdf](http://www.lawgrad.ru.ac.th/AbstractsFile/6012012012/1573111968f3778f16a3e7c567ef10349b6647e016_abstract.pdf). 2568 (กันยายน, 20).
- TGC Thailand, **การปลอมเครื่องหมายการค้า การเลียนเครื่องหมายการค้า การลวงขายเครื่องหมายการค้า (Passing off)**. [Online], Available URL: <https://tgcthailand.com/blog/trademark-counterfeiting-trademark-impersonation-what-is-trademark-scam-passing-off/>. 2568 (กันยายน, 20).
- Tilleke & Gibbins. **Trade Dress Case Results in Record Damages in Thailand**. [Online], Available URL: <https://www.tilleke.com/insights/trade-dress-case-results-in-record-damages-in-thailand>. 2568 (กันยายน, 21).