

# การบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม ในกรุงเทพมหานคร\*

## PUBLIC ADMINISTRATION FOR PREVENTING BRAND-NAME PRODUCT COPYRIGHT INFRINGEMENT IN BANGKOK METROPOLITAN

กฤตกร อุณวิล<sup>1</sup>, กมลพร กัลยานมิตร<sup>2</sup>, สติศย์ นียมญาติ<sup>3</sup> และ ชูชีพ เบียดนอก<sup>4</sup>

Krittikorn Unvilai<sup>1</sup>, Kamolporn Kalyanamitra<sup>2</sup>, Satit Niyomyaht<sup>3</sup> and Chucheep Biadnok<sup>4</sup>

<sup>1-4</sup>รัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

<sup>1-4</sup>Public Administration, Bangkokthonburi University, Thailand

Corresponding Author's Email: Krittii@gmail.com

วันที่รับบทความ : 27 มกราคม 2569; วันแก้ไขบทความ 9 กุมภาพันธ์ 2569; วันที่ตอบรับบทความ : 10 กุมภาพันธ์ 2569

Received 27 January 2026; Revised 9 February 2026; Accepted 10 February 2026

### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม ในกรุงเทพมหานคร 2) วิเคราะห์การบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร และ 3) เสนอแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และประชาชน จำนวน 30 คน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

Citation:



\* กฤตกร อุณวิล, กมลพร กัลยานมิตร, สติศย์ นียมญาติ และ ชูชีพ เบียดนอก. (2569). การบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวិชาการสมัยใหม่, 4(1), 1405-1427.

Krittikorn Unvilai, Kamolporn Kalyanamitra, Satit Niyomyaht and Chucheep Biadnok. (2026).

Public Administration For Preventing Brand-Name Product Copyright Infringement In Bangkok Metropolitan.

Modern Academic Development and Promotion Journal, 4(1), 1405-1427.;

DOI: <https://doi.org/10.>

<https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/>

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร พบปัญหาจากข้อจำกัดด้านกฎหมาย ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ เครือข่ายผู้กระทำผิดที่มีความซับซ้อน และทัศนคติผู้บริหารโยกที่ยอมรับสินค้าลอกเลียนแบบ สถานการณ์พบว่า การจำหน่ายสินค้าปลอมยังแพร่กระจายในย่านการค้าที่สำคัญและขยายสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น ก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศอย่างต่อเนื่อง 2) การบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร พบว่า การบังคับใช้กฎหมายมีความเข้มงวดมากขึ้น การประสานงานระหว่างหน่วยงานรัฐช่วยให้การสืบสวนและตรวจสอบมีความเป็นระบบ การรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชนดำเนินอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ภาคเอกชนสนับสนุนข้อมูลและเทคนิคเฉพาะที่จำเป็นต่อการทำงานของเจ้าหน้าที่ มีการจัดสรรงบประมาณและจัดหาทรัพยากรในการดำเนินการ และพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ และ (3) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ต้องอาศัยการบูรณาการทุกภาคส่วน การปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการละเมิดในยุคดิจิทัล การเพิ่มศักยภาพบุคลากร การลงทุนในเทคโนโลยีตรวจสอบ และการพัฒนาระบบข้อมูลร่วมกัน

**คำสำคัญ:** การบริหารจัดการภาครัฐ, การป้องกัน, การละเมิดลิขสิทธิ์, สินค้าแบรนด์เนม, กรุงเทพมหานคร

## Abstract

This research objectives were: (1) to examine the current situation of brand-name product copyright infringement in Bangkok Metropolitan, (2) to analyze public administration for preventing brand-name product copyright infringement in Bangkok Metropolitan, and (3) to propose guidelines to enhance the effectiveness of public administration in preventing brand-name product copyright infringement in Bangkok Metropolitan. This qualitative research collected data from 30 participants, including individuals from the public sector, private sector, academics, experts, and members of the general public. Data were gathered through in-depth interviews using an interview guide, and analyzed using descriptive methods.

The research findings found that: (1) the current situation of brand-name product copyright infringement in Bangkok Metropolitan showed problems arising from legal limitations, the readiness of officials, complex offender networks, and consumer attitudes that accepted counterfeit goods. The situation reveals that the sale of counterfeit goods continued to spread in major commercial areas and was expanding into online channels, causing ongoing damage to the economy and the country's image, (2) the public administration for preventing brand-name product copyright infringement in Bangkok Metropolitan showed that law enforcement had become more stringent. Coordination among government agencies had made investigations and inspections more systematic. Public awareness campaigns had been continuously implemented, while the private sector supported authorities with necessary information and specialized techniques. Budget and resources had been allocated for the operation, along with continuous capacity development for officials, and (3) the guidelines for improving public administration to prevent brand-name product copyright infringement in Bangkok Metropolitan indicated that It required integration across all sectors and the updating of laws to align with violations in the digital age, enhancing personnel capabilities, investing in detection technologies, and developing shared information systems.

**Keywords:** Public Administration, Preventing, Copyright Infringement, Brand-Name Product, Bangkok Metropolitan

## บทนำ

สินค้าปลอม สินค้าลอกเลียนแบบ สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เปรียบเสมือนมะเร็งที่ฆ่าไม่ตาย รักษาไม่หายของวงการการค้าโลก ซึ่งคอยบ่อนทำลายทรัพย์สินทางปัญญาและโอกาสของผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่เป็นผู้สร้างสรรค์สินค้านั้นโดยชอบธรรม (อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์, 2562) โดยสินค้าที่ได้รับความนิยมที่ถูกปลอมแปลงและละเมิดลิขสิทธิ์มากที่สุดเป็นสินค้า

จำพวกเครื่องแต่งกาย รองเท้า เสื้อผ้า เครื่องหนัง ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้ประเทศผู้เป็นต้นแบบของสินค้าแบรนด์เนมส่งออกอย่าง สหรัฐฯ ฝรั่งเศส และอิตาลี ได้รับความเสียหายอย่างมาก (ผู้จัดการออนไลน์, 2565) ขณะเดียวกัน อี-คอมเมิร์ซถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การขายสินค้าปลอมพุ่งสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว (โพสต์ทูเดย์, 2562)

สำหรับประเทศไทย การละเมิดลิขสิทธิ์เป็นปัญหาเกาะกินแทบทุกวงการมาเป็นเวลานานหลายสิบปี (เสรี วงษ์มณฑา, 2567) สำนักงานผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (United States Trade Representative: USTR) ได้ประกาศสถานการณ์คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศคู่ค้ารายสำคัญ ภายใต้กฎหมายการค้าสหรัฐฯ มาตรา 301 พิเศษ (Special 301) ประจำปี 2567 โดยคงสถานะไทยอยู่ในบัญชี “ประเทศที่ต้องจับตามอง” (Watch List: WL) (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2567) โดยเฉพาะปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นประเด็นสำคัญที่มีผลกระทบต่อหลายมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และภาพลักษณ์ของประเทศ สินค้าแบรนด์เนมปลอม เช่น กระเป๋า รองเท้า เครื่องแต่งกาย และสินค้าแฟชั่นอื่น ๆ มักถูกลอกเลียนแบบและจำหน่ายอย่างแพร่หลายในแหล่งชุมชนและพื้นที่ท่องเที่ยว เช่น ตลาดนัดและย่านการค้าในกรุงเทพฯ การกระทำเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อเจ้าของสิทธิในด้านการสูญเสียรายได้และการด้อยค่าของแบรนด์สินค้า รวมทั้งกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและพันธมิตรการค้าต่างประเทศ ซึ่งมองว่าประเทศไทยยังคงมีช่องโหว่ในการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา (ผู้จัดการออนไลน์, 2567) ซึ่งสอดคล้องกับคณะกรรมการยุโรป (European Commission : EC) ได้เผยแพร่รายงานการเฝ้าระวังเรื่องการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา (Counterfeit and Piracy Watch List) เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2566 ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของ EC ในเรื่องระบบการบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่สมดุลเพื่อตอบสนองต่อความท้าทายทางสังคมในปัจจุบัน (Communication on a balanced IP enforcement system responding to today’s societal challenges) และยุทธศาสตร์ด้านการบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศที่สาม (Strategy for the Enforcement of Intellectual Property Rights in Third Countries) ที่ระบุให้การสนับสนุนการดำเนินการเพื่อป้องกันปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญากับประเทศนอกสหภาพยุโรปเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของสหภาพยุโรป โดยในรายงานฯ ระบุรายชื่อตลาดที่พบการจำหน่ายสินค้าละเมิดใน 13 ประเทศ ได้แก่ อาร์เจนตินา แคนาดา จีน อินเดีย อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ มาเลเซีย เม็กซิโก รัสเซีย ตุรกี ยูเครน สหราชอาณาจักร และไทย ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับไทย รายงานฯ ระบุว่าศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าละเมิดขนาดใหญ่ของไทย โดยพบ

สินค้าละเมิดกว่า 100–500 ชิ้นในแต่ละร้านค้า นอกจากนี้ รายงานฯ ยังได้ระบุแหล่งจำหน่ายสินค้าละเมิดในไทยอื่น ๆ ได้แก่ ตลาดกลางคืนพัฒนาพงศ์ และตลาดจตุจักร (กรุงเทพมหานคร) (ศูนย์ปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา, 2563) แสดงให้เห็นว่า การแก้ปัญหาตั้งแต่เบื้องต้นโดยการป้องกันมิให้ปัญหาการละเมิดนั้นเกิดขึ้น ย่อมเป็นผลดีต่อประเทศไทยมากกว่า การปล่อยให้ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์เกิดขึ้นแล้วจึงมาแก้ไขภายหลัง การป้องกันหรือแก้ไขปัญหายังได้ก็ตาม จำเป็นต้องรู้สาเหตุการกระทำความผิดก่อน แล้วจึงหาวิธีป้องกันหรือแก้ไขโดยวิธีการต่าง ๆ เช่น การปราบปราม จับกุม เพื่อให้เกิดการเช็ดหลาบ ไม่กล้ากระทำความผิดอีก และเป็นตัวอย่างให้กับผู้ที่คิดจะกระทำความผิดล้มเลิกความคิดดังกล่าวเช่นกัน

ด้วยเหตุนี้ การศึกษา “การบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร” จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง การศึกษานี้จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์สภาพปัญหาและค้นหาแนวทางปรับปรุงกลไกการบริหารจัดการที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การสร้างโปร่งใส ความเข้มแข็งของระบบการป้องกัน และยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศในระยะยาว

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์การบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเสนอแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น

### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

Certo (1991) การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ Gulick and Urwick (1973) นักทฤษฎีการบริหาร เขาได้เสนอหลักที่เกี่ยวข้องกับ

การบริหารและภาระหน้าที่ที่สำคัญของนักบริหาร ซึ่งผู้บริหารจะต้องทำหน้าที่สำคัญอยู่ 7 ประการ ตามหลัก “POSDCoRB” ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1) การวางแผน (Planning) 2) การจัดองค์การ (Organizing) 3) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) 4) การสั่งการ (Directing) 5) การประสานงาน (Coordinating) 6) การรายงานผลการปฏิบัติงาน (Reporting) 7) การบริหารงบประมาณ (Budgeting) William (1965) ได้กล่าวว่า ทรัพยากรทางการบริหารมีความสำคัญ และจำเป็นต่อการบริหารงานให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี และช่วยให้การทำงานบรรลุผลสัมฤทธิ์ได้อย่างมีคุณภาพ โดยมีองค์ประกอบอย่างน้อย 7 ประการ คือ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Material) อำนาจ หน้าที่ (Authority) เวลา (Time) กำลังใจในการทำงาน (Will) และความสะดวกต่าง ๆ (Facilities)

### แนวคิดเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา

ประเภทของสินค้าที่มีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาในประเทศไทย (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2564) 1) สินค้าตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ที่มีการละเมิดมาก ได้แก่ นาฬิกา เสื้อผ้า เครื่องหนัง เครื่องใช้ไฟฟ้า (ส่วนใหญ่ผลิตในประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ และมีการนำเข้าจากต่างประเทศผ่านแนวชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน) 2) สินค้าตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ที่มีการละเมิดมาก ได้แก่ งานภาพยนตร์ งานดนตรีกรรม งานซอฟต์แวร์ งานผลิตภัณฑ์ศิลปกรรม งานแพรวเสียงแพรวภาพรายการโทรทัศน์ ส่วนมากลักลอบผลิตตามแนวชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน สำหรับในประเทศไทยนั้นมีจำนวนน้อย ซึ่งปัจจุบันรูปแบบการละเมิดจะมีการปรับเปลี่ยนไป โดยมีแนวโน้มการละเมิดผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูงขึ้น 3) สินค้าตามพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 ที่มีการละเมิดมาก ได้แก่ งานออกแบบผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบัน เสื้อผ้าแบรนด์เนมที่มีการวางขายอยู่ในท้องตลาดนั้น ไม่ว่าจะวางขายที่ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัด หรือเว็บไซต์ ฯลฯ จะเห็นได้ว่า เสื้อผ้าแบรนด์เนมดังกล่าวถือเป็นผลงานทางปัญญาของผู้สร้างสรรค์ที่ใช้ความวิริยะอุตสาหะในการสร้างสรรค์ผลงาน จึงทำให้เสื้อผ้าแบรนด์เนมนั้นมีเอกลักษณ์ เช่น มีเส้นลวดลาย และภาพวาดบนเสื้อผ้า เป็นต้น แตกต่างจากเสื้อผ้าโดยทั่วไป ด้วยเอกลักษณ์ที่แตกต่างนี้ทำให้เสื้อผ้าแบรนด์เนมมีความสวยงาม เป็นที่สะดุดตา และที่สำคัญได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้เสื้อผ้าแบรนด์เนมที่เกิดจากการสร้างสรรค์โดยใช้ความวิริยะอุตสาหะจึงได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายลิขสิทธิ์ในฐานะที่เป็นงานศิลปกรรมตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537

## แนวคิดเกี่ยวกับการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์

ปิยะพล ภูดี (2566) ศึกษาการนำนโยบายป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าไปปฏิบัติของภาครัฐไทย (พ.ศ. 2562–2566) ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินนโยบายยังไม่บรรลุผลเนื่องจาก 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) สภาพตลาดที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะการจำหน่ายสินค้าละเมิดผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ควบคุมยาก 2) ข้อจำกัดในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ เช่น งบประมาณและบุคลากรไม่เพียงพอ รวมถึงความไม่คล่องตัวของระบบราชการ 3) อิทธิพลทางการเมืองทั้งภายในประเทศและความสัมพันธ์ไทย-สหรัฐฯ ที่ทำให้การดำเนินนโยบายขาดความต่อเนื่อง ข้อเสนอแนะสำคัญคือ ควรเข้มงวดการปิดกั้นการขายออนไลน์ จัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม ปรับขั้นตอนราชการให้คล่องตัวยกระดับระบบทรัพย์สินทางปัญญาให้ได้มาตรฐานสากล และส่งเสริมความตระหนักรู้ของผู้ประกอบการไทยเกี่ยวกับการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า

สรุป การป้องกันและปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาจำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การปรับกฎหมายให้ทันสมัย การเสริมศักยภาพหน่วยงานรัฐและความร่วมมือจากทุกภาคส่วนควบคู่กัน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญและเกี่ยวข้องกับการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 7 คน 2) เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 5 คน 3) ผู้ประกอบการและตัวแทนเจ้าของสิทธิ์ในงานทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 6 คน 4) นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน และ 5) ตัวแทนประชาชนหรือผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร จำนวน 6 คน รวมจำนวน 30 คน การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลในครั้งนี้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) โดยมีคำถามหลักที่

ครอบคลุมหัวข้อที่เกี่ยวข้อง เช่น ปัญหาและสถานการณ์ สภาพการบริหารจัดการภาครัฐ และข้อเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Study) โดยผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์เอกสารทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาและการคุ้มครองลิขสิทธิ์ เช่น พระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง รายงานการดำเนินงานและข้อมูลสถานการณ์จากหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในการป้องกันและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์ รวมถึงนโยบายของรัฐบาล บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนม เพื่อนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลและกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

2. การศึกษาข้อมูลจากภาคสนาม (Field Study) เน้นการเก็บข้อมูลจากสถานการณ์จริงในกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญต่าง ๆ โดยผู้วิจัยเป็นผู้ประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยตนเอง เพื่ออธิบายวัตถุประสงค์ของการศึกษา พร้อมทั้งขอความร่วมมือในการเข้าร่วมการสัมภาษณ์ในลักษณะตัวต่อตัวตามข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยผู้วิจัยจะสังเกตการณ์การกระทำที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าแบรนด์เนมที่ละเมิดลิขสิทธิ์ และวิธีการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อแยกประเด็นสำคัญและตีความข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา จากนั้นจะเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อค้นหาจุดร่วม จุดต่าง และแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร ก่อนสังเคราะห์ผลลัพธ์เพื่ออธิบายสภาพปัญหา กระบวนการบริหารจัดการของภาครัฐ และแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพ โดยจัดเรียงผลการวิเคราะห์ตามประเด็นหลักที่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การวิจัยทั้งสามข้อ

## ผลการวิจัย

### 1. สภาพปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร

#### 1.1 ปัญหา

สรุปผลการวิจัยสภาพปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครพบว่า การละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครยังคงเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่เกิดจากหลายมิติ ทั้งด้านกฎหมาย การบังคับใช้ เจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และทัศนคติของประชาชน โดยมีสาระสำคัญดังนี้

1) ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ กฎหมายไทยกำหนดให้ต้องมีการร้องทุกข์จากเจ้าของสิทธิ์ก่อน จึงจะสามารถดำเนินคดีได้ ส่งผลให้กระบวนการจับกุมล่าช้า และผู้ขายสามารถลักลอบดำเนินการได้ต่อเนื่อง อีกทั้งขั้นตอนจับกุมค่อนข้างซับซ้อนและมีช่องโหว่ ทำให้ผู้ค้าบางกลุ่มขัดขวางหรือหลีกเลี่ยงการตรวจสอบได้ง่าย

2) การแพร่กระจายของสินค้าละเมิดทั้งในย่านการค้าและช่องทางออนไลน์ พื้นที่ค้าปลีกสำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ และย่านท่องเที่ยวหลายแห่ง ยังพบการจำหน่ายของปลอมจำนวนมาก ขณะเดียวกันการละเมิดได้ขยายไปสู่ช่องทางออนไลน์ เช่น TikTok, Lazada, Shopee และ Facebook โดยเฉพาะการใช้ “กลุ่มปิด” และ “กลุ่มลับ” ทำให้การสืบสวนมีความยากลำบาก ต้องใช้เวลาและทรัพยากรสูงมากในการติดตามเครือข่าย

3) ข้อจำกัดของหน่วยงานรัฐในการตรวจสอบและปราบปราม เจ้าหน้าที่ประสบปัญหากำลังคนไม่เพียงพอ ความรู้เฉพาะด้านกฎหมายลิขสิทธิ์ยังไม่มากพอ รวมถึงขาดอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ส่งผลให้การตรวจสอบสินค้าปลอมทำได้ช้าและไม่แม่นยำ นอกจากนี้การดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังถูกจำกัดด้วยกรอบอำนาจตามกฎหมาย ส่งผลให้การจัดการปัญหาภาพรวมยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร

4) ความซับซ้อนของเครือข่ายผู้กระทำผิด ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีทั้งคนไทยและชาวต่างชาติทำงานเป็นเครือข่าย มีการปกปิดแหล่งผลิตและโกดังเก็บสินค้าอย่างแน่นหนา ทำให้เจ้าหน้าที่เข้าถึงข้อมูลได้ยาก บางพื้นที่มีการรวมตัวต่อต้านเจ้าหน้าที่ระหว่างการเข้าตรวจค้น

5) ปัจจัยเชิงสังคมและทัศนคติของผู้บริโภค ทั้งผู้ค้าและผู้บริโภคจำนวนหนึ่งยังมองว่าสินค้าลอกเลียนแบบเป็นเรื่องธรรมดา ราคาถูกและคุ้มค่า ทำให้ตลาดยังคงมีความต้องการอยู่

มาก นอกจากนี้สังคมไทยบางส่วนยังขาดความเข้าใจเรื่องลิขสิทธิ์และคุณค่าของทรัพย์สินทางปัญญา

6) ปัญหาเชิงธรรมาภิบาลและผลประโยชน์แอบแฝง เจ้าหน้าที่บางรายละเลยหน้าที่ หรือมีผลประโยชน์เกี่ยวข้อง ทำให้การปราบปรามไม่เข้มงวด ส่งผลให้ปัญหายังคงดำรงอยู่ เรื้อรัง ไม่สามารถแก้ไขได้อย่างจริงจัง

7) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์สร้างความเสียหายต่อเจ้าของแบรนด์ กระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศด้านความน่าเชื่อถือ ทำให้นักลงทุนต่างชาติลังเล และยังเป็นเหตุผลที่ทำให้ไทยถูกจับตาจากต่างประเทศ

## 1.2 สถานการณ์

สรุปผลการวิจัยสถานการณ์การละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร ยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีรูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้น ทั้งในเชิงพื้นที่และช่องทางจำหน่าย โดยเจ้าหน้าที่รัฐตรวจพบสินค้าปลอมหลากหลายประเภท เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า หมวก นาฬิกา แว่นตา และเครื่องประดับ ซึ่งเลียนแบบแบรนด์ดังจำนวนมาก และมีมูลค่าความเสียหายรวมสูงถึงระดับหลายล้านถึงหลายสิบล้านบาทในแต่ละครั้งของการตรวจยึด ด้านพื้นที่พบว่า จุดเสี่ยงสำคัญกระจุกตัวในย่านปทุมวันเป็นหลัก โดยเฉพาะศูนย์การค้ามาบุญครอง นอกจากนี้ยังมีพื้นที่อื่น ๆ ของกรุงเทพมหานคร เช่น ย่านสำเพ็ง เขตสะพานสูง สวนหลวง ทวีวัฒนา หลักสี่ และวัฒนา ซึ่งมีทั้งร้านค้าหน้าร้านและโกดังเก็บสินค้าที่ใช้เป็นแหล่งกระจายสินค้าให้ผู้ค้ารายย่อย ขณะเดียวกันเจ้าหน้าที่รัฐยังคงมุ่งปราบปรามผู้ค้ารายใหญ่และเครือข่ายที่เป็นต้นทางของสินค้าปลอม เพื่อสกัดวงจรการผลิตและจำหน่าย ในเชิงพฤติกรรมการซื้อขายพบว่า ตลาดสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ยังไม่ลดลง แม้ว่าจำนวนคดีอาจมีแนวโน้มลดลง แต่ปริมาณของกลางกลับเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ร้านค้าบางแห่งสามารถหมุนเวียนสินค้าได้สัปดาห์ละหลายรอบ มียอดขายสูง และยังคงได้รับความนิยมจากทั้งคนไทยและนักท่องเที่ยว เนื่องจากราคาถูกกว่าและหาซื้อง่าย นอกจากนี้สถานการณ์ในช่องทางออนไลน์ที่ความรุนแรงขึ้นอย่างชัดเจน โดยผู้ขายสามารถใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, TikTok, Shopee และ Lazada ในการนำเสนอสินค้า ปิดการขาย และจัดส่งสินค้าได้โดยหลบเลี่ยงการตรวจสอบ ทำให้ตลาดออนไลน์กลายเป็นแหล่งค้าสำคัญที่เจ้าหน้าที่เข้าถึงได้ยากและต้องใช้เวลาสืบสวนมากกว่าเดิม

## 2. การบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร

**2.1 การบังคับใช้กฎหมาย** ผลการวิจัยพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความพยายามดำเนินมาตรการปราบปรามอย่างจริงจัง ทั้งในระดับการจับกุมผู้ค้าสินค้าละเมิดและการตรวจสอบเส้นทางต้นทางของผู้กระทำผิด โดยเฉพาะการมุ่งจัดการกับเครือข่ายรายใหญ่ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสินค้าปลอมที่แพร่เข้าสู่ตลาด การทำงานร่วมกันของหลายหน่วยงาน เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญา ตำรวจ ดีเอสไอ และศุลกากร ช่วยให้การติดตามคดีและการสืบทราบตัวผู้เสียหายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้กระบวนการดำเนินคดีมีความต่อเนื่อง นอกจากนี้หน่วยงานรัฐยังให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับสถานะความผิดของสินค้าปลอม ซึ่งเป็นคดีอาญาที่มีโทษทั้งจำและปรับ เพื่อให้ผู้ค้าและผู้บริโภคตระหนักถึงผลทางกฎหมาย และลดแรงจูงใจในการสนับสนุนสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ ในขณะเดียวกัน การบังคับใช้กฎหมายยังสะท้อนข้อจำกัดบางประการ เช่น ความท้าทายในการผลักดันคดีให้ดำเนินไปจนถึงที่สุด เนื่องจากลักษณะคดีบางประเภทเปิดช่องให้คู่กรณีสามารถยอมความได้ ส่งผลให้ความเข้มข้นของการลงโทษอาจลดลงหากคู่กรณีตัดสินใจยุติคดีระหว่างทาง

**2.2 ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ** ผลการวิจัยพบว่า การแก้ไขปัญหาละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร อาศัยความร่วมมือระหว่างหลายหน่วยงาน ภาครัฐเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมประสิทธิภาพในการป้องกันและปราบปราม โดยมีหน่วยงานหลักด้านทรัพย์สินทางปัญญาเป็นผู้ประสานงานกลาง เชื่อมโยงทั้งหน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย และภาคเอกชนที่เป็นเจ้าของสิทธิ์ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและตอบสนองต่อสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว ความร่วมมือดังกล่าวสะท้อนออกมาทั้งในรูปแบบการทำข้อตกลงร่วมมือกับแพลตฟอร์มออนไลน์ การบูรณาการข้อมูลเพื่อเฝ้าระวังสินค้าละเมิดบน e-Commerce และการนำมาตรการแจ้งเตือนเพื่อลบสินค้าออกจากระบบ ซึ่งช่วยลดการแพร่กระจายของสินค้าปลอมบนช่องทางออนไลน์ ในขณะเดียวกัน ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องยังคงร่วมมือกันในเชิงปฏิบัติการภาคสนาม ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสอบในพื้นที่ค้าขายสำคัญ ย่านท่องเที่ยว และคลังสินค้าต่าง ๆ เพื่อสกัดกั้นสินค้าละเมิดในช่องทางออฟไลน์ควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้การดำเนินงานแบบบูรณาการยังเน้นพื้นที่ที่ได้รับการจับตามองจากต่างประเทศว่า

เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าละเมิดระดับสากล ส่งผลให้การปราบปรามมีเป้าหมายชัดเจนขึ้น และช่วยลดผลกระทบด้านภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีระหว่างประเทศ เห็นได้ว่าความร่วมมือข้ามหน่วยงานไม่เพียงสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมายเท่านั้น แต่ยังช่วยคุ้มครองผู้บริโภค รักษาผลประโยชน์ของเจ้าของสิทธิ์ และลดความเสียหายทางเศรษฐกิจในภาพรวมอย่างเป็นระบบ

**2.3 การรณรงค์หรือให้ความรู้แก่ประชาชน** ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการภาครัฐด้านการรณรงค์และให้ความรู้แก่ประชาชน มีการดำเนินงานมุ่งเน้นการสร้างความรู้เกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์เป็นสำคัญ โดยพบว่า หน่วยงานภาครัฐพยายามให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อให้รู้เท่าทันและตระหนักถึงความเสี่ยงของสินค้าปลอม รวมทั้งมีการสื่อสารกับเด็ก เยาวชน และประชาชนทั่วไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับทัศนคติไม่ให้มองการซื้อขายสินค้าปลอมเป็นเรื่องปกติ นอกจากนี้ยังพบว่ามีกิจกรรมรณรงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนร่วมแจ้งเบาะแสผ่านช่องทางของรัฐ เช่น สายด่วน 1202 และมีความจำเป็นที่ภาครัฐต้องเพิ่มความเข้มข้นในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบในวงกว้าง ทั้งในด้านตลาด เศรษฐกิจ และความปลอดภัยของผู้บริโภค

**2.4 การสนับสนุนจากภาคเอกชน** ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินงานของภาครัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ภาคเอกชน โดยเฉพาะเจ้าของลิขสิทธิ์และตัวแทนแบรนด์ มีส่วนร่วมในการยืนยันสินค้าของกลางในระหว่างการตรวจค้น การให้ข้อมูลด้านเทคนิคเกี่ยวกับการแยกแยะสินค้าของแท้และสินค้าปลอม รวมถึงการจัดอบรมเพื่อเพิ่มความรู้แก่เจ้าหน้าที่ นอกจากนี้ยังพบว่าภาคเอกชนให้ความร่วมมือด้านการประสานงานและการสืบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการปฏิบัติงาน ซึ่งช่วยให้กระบวนการทำงานของภาครัฐมีความครบถ้วนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

**2.5 งบประมาณและทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินการ** ผลการวิจัยพบว่า ด้านงบประมาณและทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงานป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครมีทั้งส่วนที่เอื้อต่อการทำงานและส่วนที่ยังเป็นข้อจำกัด โดยพบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเพิ่มขึ้น ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติงานตรวจสอบและสืบสวนได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกันยังพบว่าบางหน่วยงานได้รับงบประมาณไม่เพียงพอต่อภารกิจที่ต้องดำเนินการจริง ส่งผลให้กิจกรรมสำคัญ เช่น การลงพื้นที่ การตรวจสอบ การอบรมบุคลากร และการจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็น ไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างครอบคลุม นอกจากนี้ยังพบข้อจำกัดด้านจำนวนอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ใช้

สืบสวน สถานที่เก็บของกลาง รวมถึงยานพาหนะสำหรับลงพื้นที่ที่ยังไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานโดยรวม

**2.6 การฝึกอบรมและพัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่** ผลการวิจัยพบว่า การฝึกอบรมและพัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการเสริมประสิทธิภาพการป้องกันและปราบปรามการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า หน่วยงานภาครัฐมีการพัฒนาทักษะของเจ้าหน้าที่ด้วยการจัดอบรมเกี่ยวกับกฎหมายลิขสิทธิ์ การตรวจสอบสินค้า และวิธีการสืบสวนที่เหมาะสม รวมถึงได้รับการสนับสนุนความรู้จากภาคเอกชนหรือเจ้าของแบรนด์ในด้านเทคนิคเฉพาะที่ต้องใช้ในการแยกแยะสินค้าของแท้และของปลอม อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดในด้านงบประมาณและจำนวนการอบรมที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการจริง ทำให้เจ้าหน้าที่บางส่วนยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะในประเด็นที่ต้องอาศัยความรู้เฉพาะทางและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน

**3. แนวทางการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น** ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมจำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของหลายภาคส่วน โดยเฉพาะการบูรณาการระหว่างหน่วยงานรัฐ เจ้าของลิขสิทธิ์ และประชาชน จากการศึกษาผู้ให้ข้อมูลสะท้อนตรงกันว่า การสร้างการรับรู้และปลูกฝังค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาเป็นพื้นฐานสำคัญ เพราะการแก้ปัญหาอย่างยั่งยืนต้องเริ่มจากการปรับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค ลดการยอมรับและความต้องการซื้อสินค้าเลียนแบบในสังคมไทย ด้านกฎหมายและการบังคับใช้ พบว่า ภาครัฐควรปรับปรุงกฎหมายให้ครอบคลุมรูปแบบการละเมิดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการซื้อขายออนไลน์ พร้อมเพิ่มโทษและกำหนดความรับผิดชอบของทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อปิดช่องว่างการกระทำผิดและลดแรงจูงใจในการสนับสนุนสินค้าปลอม นอกจากนี้การดำเนินคดีควรเป็นไปอย่างรวดเร็วและเด็ดขาด เพื่อลดโอกาสที่ผู้กระทำผิดจะกลับมาก่อทำซ้ำ ในด้านศักยภาพของหน่วยงาน พบว่า การพัฒนาและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่มีความสำคัญอย่างมาก โดยต้องเน้นให้เจ้าหน้าที่มีความรู้เฉพาะทางในการตรวจสอบสินค้า การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และมีจิตสำนึกในการปฏิบัติหน้าที่อย่างจริงจัง ขณะเดียวกัน

หน่วยงานรัฐควรเสริมสร้างระบบการทำงานให้มีความเชื่อมโยงและประสานงานระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องให้เกิดความต่อเนื่องและมีเอกภาพ เพื่อรองรับรูปแบบการละเมิดที่ซับซ้อนมากขึ้น ผู้ให้ข้อมูลยังเน้นถึงบทบาทของภาคเอกชน โดยเฉพาะเจ้าของแบรนด์ที่มีความรู้เรื่องสินค้าเฉพาะทาง ซึ่งควรมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล สนับสนุนการตรวจสอบ และทำงานร่วมกับรัฐในการรณรงค์สร้างความรู้ให้กับสังคมอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน ภาครัฐควรสื่อสารกับเยาวชนและประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าปลอม ทั้งด้านเศรษฐกิจ ความปลอดภัย สุขภาพ และความเชื่อมโยงกับเครือข่ายอาชญากรรม เพื่อให้สังคมตระหนักถึงผลเสียในระยะยาว

## อภิปรายผล

### 1. ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร

1.1 ปัญหา พบว่า ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครเป็นปัญหาหลายมิติที่มีรากฐานจากกฎหมายที่ยังไม่ครอบคลุม การบังคับใช้ที่ไม่เด็ดขาด ทรัพยากรของรัฐที่จำกัด เครือข่ายผู้กระทำผิดที่มีความซับซ้อน และทัศนคติของผู้บริโภคที่ยังยอมรับสินค้าปลอม ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ภาพลักษณ์ประเทศไทย และความเชื่อมั่นของนักลงทุน ทำให้การแก้ไขต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายและมาตรการที่เข้มข้นยิ่งขึ้น ในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ สุพิชฌาย์ ตันติธนากร (2564) นโยบายภาครัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในสินค้าแบรนด์เนมของประเทศไทยทำให้จำนวนสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์มีจำนวนมากจนควบคุมไม่ได้ สาเหตุเกิดจากการพัฒนาระบบการผลิตของธุรกิจละเมิดลิขสิทธิ์ มาตรการการป้องกันและปราบปรามในประเทศไทยยังไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งมาตรการระดับนโยบาย ด้านกฎหมายและการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องตลอดจนปัญหาความต้องการสินค้าของผู้บริโภค และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุพิชญ์กฤตา พาณิชภิโรจน์ และ นพรุจ ศักดิ์ศิริ (2565) การป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาในการป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าในปัจจุบันมาจาก 1) ปัญหาการบริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กร ได้แก่ ปัญหาบุคลากรขาดแคลนและไม่มีความเชี่ยวชาญ ปัญหาการขาดงบประมาณ ปัญหาการขาดวัสดุอุปกรณ์ในการปฏิบัติงาน ปัญหาการทุจริตของเจ้าหน้าที่ และปัญหาการจัดอบรมบุคลากร 2)

สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ปัญหาด้านการเมือง ปัญหาด้านเศรษฐกิจ ปัญหาด้านสังคม และปัญหาด้านเทคโนโลยี

**1.2 สถานการณ์** พบว่า สถานการณ์การละเมิดลิขสิทธิ์ในกรุงเทพมหานครยังคงน่าเป็นห่วง ทั้งในแง่ปริมาณสินค้า ความซับซ้อนของเครือข่าย ช่องทางจำหน่ายที่ขยายตัว และทัศนคติของผู้บริโภคที่ยังให้ความนิยมสินค้าปลอม ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้การบังคับใช้กฎหมายและการปราบปรามปัญหาดังกล่าวยังคงเผชิญความท้าทายอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยะพล ภูติ (2566) ได้ทำการศึกษาเรื่องการนำนโยบายป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าไปปฏิบัติของภาครัฐไทย (พ.ศ. 2562 - 2566) ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่การนำนโยบายป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าไปปฏิบัติของภาครัฐไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2562 - 2566 จึงยังไม่สามารถบรรลุผลได้ มีอยู่ 3 ปัจจัย หนึ่งในนั้นคือ สภาพตลาดสินค้าละเมิดเครื่องหมายการค้าในปัจจุบัน เช่น รูปแบบการจำหน่ายสินค้าละเมิดถูกนำมาจำหน่ายในช่องทางออนไลน์มากขึ้นทำให้การบังคับใช้กฎหมายในการปราบปรามยากต่อควบคุม

## 2. การบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร

**2.1 การบังคับใช้กฎหมาย** พบว่า การบังคับใช้กฎหมายในกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มที่ดีขึ้น การทำงานเชิงรุก การประสานงานระหว่างหน่วยงาน และการสกัดกั้นเครือข่ายผู้ค้ารายใหญ่ ซึ่งไม่เพียงช่วยลดการแพร่กระจายของสินค้าปลอม แต่ยังมีส่วนสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคและนักลงทุนต่างชาติที่ให้ความสำคัญกับระบบป้องกันทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทย สอดคล้องกับการศึกษาของ อชิรญาณ กัดสวัสดิ์ (2566) เรื่องการวิเคราะห์ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ตามหลักการของทฤษฎีอาชญาวิทยา ผลการวิจัยพบว่า ลิขสิทธิ์เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีค่าทางเศรษฐกิจ จำต้องมีการคุ้มครองเพื่อให้ผู้สร้างสรรค์และสังคมได้รับประโยชน์อย่างสมดุล แนวทางหรือมาตรการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ควรดำเนินการให้มีการใช้มาตรการต่อผู้กระทำความผิดอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาการละเมิดที่ต้นเหตุของการกระทำผิด เป็นการแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่เหมาะสมและยั่งยืน และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิธิกานต์ พิณเมืองงาม และนพรุจ ศักดิ์ศิริ (2566) เรื่องรูปแบบการละเมิดและแนวทางป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์วรรณกรรมไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้กระทำความผิดรู้ว่าผิด

กฎหมายแต่ไม่เกรงกลัว แนวทางการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ควรบังคับใช้กฎหมายอย่างเด็ดขาด

**2.2 ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ** พบว่า การป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ในกรุงเทพมหานครอาศัยโครงสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเป็นกลไกหลักที่ยกระดับประสิทธิภาพการจัดการปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม ความร่วมมือนี้ปรากฏทั้งในด้านการบูรณาการข้อมูล การกำหนดมาตรการร่วมกับแพลตฟอร์มออนไลน์ และการปฏิบัติการร่วมในพื้นที่ ซึ่งสะท้อนหลักการบริหารจัดการภาครัฐแบบบูรณาการ (Integrated Governance) ที่เน้นการเชื่อมต่อทรัพยากร ข้อมูล และอำนาจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานเข้าด้วยกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Wood and Gray (1991) ได้ระบุว่าความร่วมมือเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการกำหนดโครงสร้าง หน้าที่ และกฎเกณฑ์การปฏิบัติงานร่วมกัน โดยสรุปได้ว่า ผู้ที่เข้าร่วมมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ร่วมกัน และมีความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการที่สุด โดยแต่ละฝ่ายยอมรับในการมีผู้นำร่วมกัน ความร่วมมือเช่นนี้จะมีผลระยะยาว และมีส่วนร่วมทุกกระบวนการ ตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติงาน และการประเมินผล โดยยอมรับความเสี่ยงและผลที่เกิดขึ้นร่วมกัน ใช้ทรัพยากรร่วมกัน การร่วมมือจะเกิดจากการที่ทุกฝ่ายร่วมมือกันในการดำเนินกิจกรรม โดยสิ่งสำคัญก็คือ การติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข้อมูล การร่วมมือกันในการแก้ปัญหา และการตัดสินใจร่วมกัน และสอดคล้องกับ วรสุตา สุขารมณ์ (2564) ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบของความร่วมมือ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ความร่วมมือในการทำแผน 2) ความร่วมมือในการแลกเปลี่ยนข้อมูล 3) ความร่วมมือในการปฏิบัติ 4) ความร่วมมือในการประเมินผล และ 5) ความร่วมมือในการบันทึกข้อตกลง

**2.3 การรณรงค์หรือให้ความรู้แก่ประชาชน** พบว่า การรณรงค์และให้ความรู้ของภาครัฐในกรุงเทพมหานครมีลักษณะเป็นการสื่อสารสาธารณะเชิงรุก โดยเน้นการสร้างทัศนคติที่ถูกต้อง การเสริมพลังให้ประชาชนมีส่วนร่วม และการเชื่อมโยงประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์กับผลกระทบในระดับบุคคลและสังคม ทำให้มาตรการด้านการป้องกันมีความรอบด้านมากขึ้น แต่ยังคงจำเป็นต้องเพิ่มประสิทธิภาพและความต่อเนื่องในการสื่อสารเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างยั่งยืนในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งทิพา รัตนามาศ และคณะ (2565) เรื่องการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์และการตระหนักถึงลิขสิทธิ์ของภาพยนตร์บนวีดีโอสตรีมมิ่งเซอร์วิส ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ผลการวิจัยพบว่า จะต้องมีการให้ความรู้และความเข้าใจในการตระหนักถึง

ลิขสิทธิ์เพิ่มขึ้นเพื่อให้เยาวชนได้เห็นความสำคัญของลิขสิทธิ์มากขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิธิกานต์ พิณเมืองงาม และนพรุจ ศักดิ์ศิริ (2566) รูปแบบการละเมิดและแนวทางป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์วรรณกรรมไทย ผลการวิจัย พบว่า รัฐบาลควรกำหนดนโยบายสร้างความตระหนักรู้แก่ประชาชน

**2.4 การสนับสนุนจากภาคเอกชน** พบว่า ภาคเอกชนมีบทบาทสนับสนุนที่สำคัญในการเสริมความพร้อมของหน่วยงานรัฐ ทั้งในด้านข้อมูล ทักษะเฉพาะทาง และความร่วมมือเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมีส่วนช่วยให้การป้องกันและลดการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Huxham and Vangen (2013) ที่ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการประสานความร่วมมือไว้ 6 ประเด็น ได้แก่ 1) การเข้าถึงทรัพยากร (access to resource) 2) การแบ่งปันความเสี่ยง (shared risk) 3) ประสิทธิภาพ (efficiency) 4) การร่วมมือกันและการไร้รอยต่อ (co-operation and seamlessness) 5) การเรียนรู้ (learning) และ 6) การเปลี่ยนแปลงหลักคิดพื้นฐาน (moral imperative) จากความคิดที่ว่า “ไม่มีทางแก้อื่นแล้ว (there is no other way)” ซึ่งการประสานความร่วมมือจะช่วยเปิดมุมมองในการคิดแก้ปัญหาแบบใหม่ได้ อีกทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศักดิ์สิทธิ์ ชารเลิศ และอลงกต สารกาล (2560) ที่กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการที่หน่วยงานภาครัฐเริ่มการร่วมมือกันทำงานกับภาคส่วนอื่น ๆ ก็เป็นไปเพื่อขับเคลื่อนภารกิจให้บรรลุเป้าหมายของหน่วยงาน หรือเป็นการแสดงบทบาทร่วมกันกับตัวแสดงอื่น ๆ ตามที่กฎหมายหรือระเบียบกำหนดบทบาทและอำนาจหน้าที่ไว้ และสอดคล้องกับการศึกษาของ นิธิกานต์ พิณเมืองงาม และนพรุจ ศักดิ์ศิริ (2566) รูปแบบการละเมิดและแนวทางป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์วรรณกรรมไทย ผลการวิจัยพบว่า ควรร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อให้เกิดการป้องกันครบทุกมิติ

**2.5 งบประมาณและทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินการ** พบว่า การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรของภาครัฐยังมีความแตกต่างกันในแต่ละหน่วยงาน ทั้งส่วนที่ได้รับการสนับสนุนและส่วนที่ยังอยู่ในระดับจำกัด จึงมีความจำเป็นในการเพิ่มงบประมาณเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรและจัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการปฏิบัติงานในระยะยาว สอดคล้องกับแนวคิดของ อัครพันธ์ พิลา (2564) กล่าวว่า การบริหารงานให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น มีวิธีการอยู่มากมายหลายวิธีที่ผู้บริหารต้องใช้ความรู้ ความสามารถเพื่อเลือกวิธีที่เหมาะสมกับความ

ต้องการ และสภาพแวดล้อมให้เป็นประโยชน์ต่อการทำงานมากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดของ วีรพันธ์ เกษสังข์ (2565) กล่าวว่า ปัจจัยการบริหาร หมายถึงทรัพยากรพื้นฐานสำคัญที่องค์กรนำมาใช้เป็นปัจจัยในการดำเนินงานให้เป็นไปได้ด้วยดี และบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ทั้งในแง่ปรัชญา ภูมิภาค วิสัยทัศน์ และภารกิจที่กำหนดไว้เกี่ยวกับปัจจัยบริหาร หรือทรัพยากรบริหาร (Administrative Resources) ที่สำคัญประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคลากร (Man) ปัจจัยด้านกระบวนการบริหาร (Management) ปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ (Material) ปัจจัยด้านงบประมาณ (Money) และปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Management Information System : MIS)

**2.6 การฝึกอบรมและพัฒนาความสามารถของเจ้าหน้าที่** พบว่า การพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพมากขึ้น แต่ยังคงต้องการการสนับสนุนที่เข้มข้นและต่อเนื่อง ทั้งด้านงบประมาณ เนื้อหาการอบรม และความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐและเอกชน เพื่อยกระดับคุณภาพการปฏิบัติงานในระยะยาว สอดคล้องกับการศึกษาของ สิริวดี ชูเชิด (2565) การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ พบว่า เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้บุคลากร ผู้บริหาร หรือองค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับความผันแปรที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้องค์กรต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อความอยู่รอดและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ในยุคที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง จึงทำให้องค์กรต่าง ๆ มีการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งองค์กรจะต้องมีการนำเอากิจกรรมต่าง ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสมรรถนะด้านต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรม การสอนงาน การเปลี่ยนงาน หรือแม้กระทั่งการให้บุคลากรไปศึกษาต่อทั้งในประเทศหรือต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรภายในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้ตามที่องค์กรกำหนดและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถบรรลุตามเป้าหมายของตนเองและขององค์กรได้

**3. แนวทางการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิสินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานครให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากขึ้น** พบว่า แนวทางที่สำคัญคือการเสริมสร้างความร่วมมือทุกภาคส่วน การปรับปรุงกฎหมายให้เท่าทันสถานการณ์ การเพิ่มประสิทธิภาพการบังคับใช้ การพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ และการสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักถึงคุณค่าของทรัพย์สินทางปัญญา หากดำเนินการสอดคล้องกันอย่างจริงจัง จะช่วยให้การป้องกันการละเมิดสิทธิที่มีความยั่งยืนและส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ประเทศในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ สุพิชญ์กฤตา พาณิชกิจโรจน์ และนพรุจ ศักดิ์ศิริ (2565) การ

ป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการแก้ไขปัญหាป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าในปัจจุบัน ได้แก่ 1) การปลูกฝังค่านิยมและจิตสำนึกให้กับสังคม 2) การเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้องและยกเลิกระเบียบที่ไม่จำเป็น 3) การเพิ่มงบประมาณสนับสนุนการปฏิบัติงานทุกด้านของหน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย 4) การสร้างหลักสูตรอบรมเจ้าหน้าที่ 5) การจัดตั้งสมาคมเจ้าของเครื่องหมายการค้า 6) การฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในประเทศ และสอดคล้องกับการศึกษาของอภิชาติ ดวงธิดาร, วิชาญ จันทรอินทร์, กาบแก้ว ปัญญาไทย และอภิญา ดวงธิดาร (2565) ปัญหาการกระทำละเมิดเครื่องหมายการค้า : ศึกษากรณีการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเปรียบเทียบกฎหมายไทยกับต่างประเทศแล้ว เห็นควรที่จะต้องมีการแก้ไขปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาการละเมิดเครื่องหมายการค้าของประเทศไทยในปัจจุบัน

### สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ยังคงเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่มีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับหลายมิติ ทั้งด้านกฎหมาย การบังคับใช้กฎหมาย ศักยภาพของหน่วยงานรัฐ โครงสร้างเครือข่ายผู้กระทำผิด ตลอดจนทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคในสังคมไทย โดยเฉพาะข้อจำกัดของกฎหมายที่ต้องอาศัยการร้องทุกข์จากเจ้าของสิทธิ์ก่อนดำเนินคดี ส่งผลให้การปราบปรามขาดความรวดเร็วและไม่ทันต่อรูปแบบการกระทำผิดที่เปลี่ยนแปลงไป ผลการวิจัยยังพบว่า การละเมิดลิขสิทธิ์ไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะในพื้นที่ค้าปลีกสำคัญของกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วไปสู่ช่องทางออนไลน์และแพลตฟอร์ม e-Commerce ซึ่งมีลักษณะปกปิดตัวตนและเข้าถึงได้ยาก ส่งผลให้การสืบสวนต้องใช้เวลา ทรัพยากร และเทคโนโลยีขั้นสูง ขณะเดียวกัน หน่วยงานรัฐยังเผชิญข้อจำกัดด้านงบประมาณ บุคลากร ความรู้เฉพาะทาง และอุปกรณ์ที่จำเป็น ทำให้การตรวจสอบและปราบปรามยังไม่ครอบคลุมทั่วถึง ในด้านการบริหารจัดการภาครัฐ พบว่า การบังคับใช้กฎหมายและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีพัฒนาการที่ดีขึ้น โดยเฉพาะการทำงานแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานรัฐ เจ้าของลิขสิทธิ์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งช่วยเพิ่ม

ประสิทธิภาพในการติดตามและสกัดกั้นสินค้าละเมิด อย่างไรก็ตาม การรณรงค์สร้างความตระหนักแก่ประชาชนยังต้องเพิ่มความเข้มข้น โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคที่ยังมองการซื้อสินค้าปลอมเป็นเรื่องปกติ ดังนั้น การแก้ไขปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมให้เกิดความยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยการปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัย การเสริมศักยภาพหน่วยงานรัฐ การบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และการสร้างค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาในสังคมไทยควบคู่กันไป

**1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย**

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาครัฐเพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์สินค้าแบรนด์เนมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ควรมีการพัฒนาการดำเนินงานในมิติต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1 ควรปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์ให้ทันต่อพฤติกรรมกรรมการละเมิดในรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะในช่องทางออนไลน์ รวมถึงปรับกระบวนการร้องทุกข์ให้คล่องตัวขึ้น และเสริมมาตรการลงโทษผู้ขายและผู้ซื้อให้เข้มงวดขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการยับยั้งการสนับสนุนสินค้าปลอม
- 1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มงบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์ และเทคโนโลยีให้เพียงพอ เพื่อให้การตรวจสอบและดำเนินคดีมีความทันสมัยและเท่าทันผู้กระทำผิด และพัฒนาการฝึกอบรมด้านกฎหมาย การตรวจสอบสินค้า และการใช้เทคโนโลยี เพื่อยกระดับความพร้อมของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ
- 1.3 ควรจัดทำฐานข้อมูลกลางและกลไกการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเจ้าของแบรนด์ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการติดตามเครือข่ายละเมิด และส่งเสริมความร่วมมือกับแพลตฟอร์ม e-Commerce และภาคเอกชนในการตรวจสอบและควบคุมสินค้าละเมิดบนระบบออนไลน์
- 1.4 การรณรงค์และทัศนคติสาธารณะ ควรเพิ่มการรณรงค์ให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์ เยาวชน และนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับผลกระทบของสินค้าปลอม และพัฒนาแคมเปญระยะยาวเพื่อปรับค่านิยมไม่สนับสนุนของปลอม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และผู้มีอิทธิพลทางสื่อ
- 1.5 การปราบปรามเครือข่าย ควรมุ่งเน้นการสืบสวนผู้ผลิตและผู้ค้ารายใหญ่เพื่อตัดวงจรการกระจายสินค้าปลอมที่เป็นต้นตอหลัก และพัฒนาระบบรับข้อมูลเบาะแสที่ปลอดภัย พร้อมสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนร่วมแจ้งข้อมูล

**2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป** เพื่อให้การศึกษาด้านการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์มีความครอบคลุมมากขึ้น งานวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาแนวทางต่อไปนี้

- 2.1 ควรขยายพื้นที่ศึกษาและเปรียบเทียบกับจังหวัดท่องเที่ยวอื่นเพื่อให้เห็นภาพรวมของการละเมิดลิขสิทธิ์ในระดับประเทศ และเปรียบเทียบประสิทธิภาพการบริหารจัดการของพื้นที่ต่าง ๆ เช่น พัทยา เชียงใหม่ หรือภูเก็ต
- 2.2 ควรศึกษากระบวนการตรวจจับ ปิดกั้น และลบสินค้าปลอมในแพลตฟอร์ม e-Commerce เพื่อค้นหาจุดอ่อนของระบบดิจิทัลที่ต้องแก้ไขเพิ่มเติม
- 2.3 ควรวิเคราะห์บทบาทของผู้บริโภค

และพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าอย่างละเอียด โดยเฉพาะการศึกษาปัจจัยที่จูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เพื่อให้การรณรงค์ในอนาคตสามารถกำหนดสารและรูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค และส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนค่านิยมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- ไทยอันดับ 8 ส่งออก สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์. (2562). *โพสต์ทูเดย์*. เรียกใช้เมื่อ 26 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.posttoday.com/business/583810>
- นิธิกานต์ พิณเมืองงาม และนพรุจ ศักดิ์ศิริ. (2566). รูปแบบการละเมิดและแนวทางป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์วรรณกรรมไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 14(1), 156-187.
- ปิยะพล ภูดี. (2566). การนำนโยบายป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าไปปฏิบัติของภาครัฐไทย (พ.ศ. 2562 - 2566). ใน *สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- “พาณิชย์” จับสินค้าปลอมครึ่งปี 747 คดี ยึดของกลาง 1.724 ล้านชิ้น. (2567, 30 กรกฎาคม). *ผู้จัดการออนไลน์*. เรียกใช้เมื่อ 26 ตุลาคม 2567 จาก <https://mgronline.com/business/detail/9670000064254>
- รุ่งทิภา รัตนมาศ และคณะ. (2565). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการละเมิดลิขสิทธิ์และการตระหนักถึงลิขสิทธิ์ของภาพยนตร์บนวีดีโอสตรีมมิ่งเซอร์วิสของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*, 1(1), 81-92.
- วรสุดา สุขารมณ. (2564). ความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. ใน *ดุชนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วีรพันธ์ เกษสังข์. (2565). *การบริหาร 4M สำหรับการจัดการโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ*. เรียกใช้เมื่อ 26 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.enttraining.net/course/การบริหาร-4M-สำหรับการจัดการโครงการอย่างมีประสิทธิภาพ1day-WRP/>

- ศักดิ์สิทธิ์ ฆารเลิศ และ อลงกต สารกาล. (2560). ว่าด้วยแนวคิดการบริหารจัดการปกครองท้องถิ่นบนฐานเครือข่ายความร่วมมือ (Collaborative Local Governance). *วารสารสังคมศาสตร์ นิติรัฐศาสตร์*, 1(2), 87-106.
- สรัฐฯ คงสถานะไทยบัญชี WL พอใจความร่วมมือคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา. *สำนักข่าวอินโฟเควสท์*. (4 พฤษภาคม 2567). เรียกใช้เมื่อ 26 พ.ย. 2567 จาก <https://www.infoquest.co.th/2024/396454>
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2564). *แผนปฏิบัติการป้องกันและปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาสำนักงานตำรวจแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานตำรวจแห่งชาติ.
- สิริวดี ชูเชิด. (2565). การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 12(1), 223-238.
- สุพิชญ์ ดันดิธนากร. (2564). นโยบายภาครัฐในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ สินค้าแบรนด์เนมในประเทศไทย. *Ramkhamhaeng Journal of Public Administration*, 4(2), 1-35.
- สุพิชญ์กฤตา พาณิชกิจโรจน์ และนพรุจ ศักดิ์ศิริ. (2565). การป้องกันและปราบปรามการละเมิดเครื่องหมายการค้าในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์*, 11(1), 91-102.
- เสรี วงษ์มณฑา. (26 สิงหาคม 2567). การละเมิดลิขสิทธิ์ : ปัญหาใหญ่ที่เราต้องร่วมกันแก้ไข. *กรุงเทพธุรกิจ*. เรียกใช้เมื่อ 26 กันยายน 2567 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/pr-news/news/prnews/113643>
- อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2562). “สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์” ขวัญใจมหาชน คน Gen Z. เรียกใช้เมื่อ 26 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.salika.co/2019/11/26/genz-counterfeit-fakeproduct-mindset-behavior/>
- อวสานของก๊อปๆ จริงหรือ? คมเข้มห้ามนำเข้า - ส่งออก ไทยตื่นหลุดบัญชีดำสหรัฐฯ. (8 มกราคม 2565). *ผู้จัดการออนไลน์*. เรียกใช้เมื่อ 26 ตุลาคม 2567 จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9650000001842>
- อชิรญาณ์ กลัดสวัสดิ์. (2566). การวิเคราะห์ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ตามหลักการของทฤษฎีอาชญาวิทยา. *วารสารศิลปการจัดการ*, 7(2), 442-460.

- อภิชาติ ดวงธิดาร, วิชาญ จันทรอินทร์, กาบแก้ว ปัญญาไทย และ อภิญา ดวงธิดาร. (2565). ปัญหาการกระทำละเมิดเครื่องหมายทางการค้า : ศึกษากรณีการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(2), 44-58.
- อัศวพันธ์ พิลา. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของบริษัทแหลมฉบังอินเตอร์เนชั่นแนล เทอร์มินอล จำกัด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- Certo, S. C. (1991). *Modern Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education Inc.
- Greenwood, W. T. (1965). *Management and Organizational Behavior*. Ohio: South Western.
- Gulick, L., & Urwick, J. (1973). *Papers on the Science of Administration*. New York: Institute of Public Administration.
- Huxham, C. & Vangen, S. (2013). *Managing to Collaborate: the Theory and Practice of Collaborative Advantage*. Routledge.
- Wood, D. J., & Gray, B. (1991). Toward a comprehensive theory of collaboration. *Journal of Applied Behavioral Science*, 27(2), 139–167.