

## “มาตรการทางกฎหมายในการจัดการปัญหาเครื่องหมายการค้าที่มีความคล้ายคลึงกับ เครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตามกฎหมายเครื่องหมายการค้า และข้อเสนอในการแก้ไขกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์”

### กลยุทธ์การใช้เครื่องหมายการค้า

ที่คล้ายคลึงกับของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสินค้าที่มีข้อจำกัดทางกฎหมายในการโฆษณา  
หนทางหนึ่งสำหรับผู้ประกอบการมักใช้เพื่อหลีกเลี่ยงข้อจำกัดทางกฎหมายดังกล่าว  
คือ การทำการตลาดสินค้าประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านสินค้าชนิดอื่น  
โดยใช้เครื่องหมายการค้าอย่างเดียวกันหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้า  
ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั่นเอง เช่น สินค้าประเภทน้ำดื่ม เครื่องดื่มมอลต์  
โซดา เป็นต้น

วัตถุประสงค์หลักของกฎหมายเครื่องหมายการค้า คือ  
การคุ้มครองสิทธิของบุคคลที่จะใช้เครื่องหมายการค้ากับ  
สินค้าของตนได้ ทั้งนี้ การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า  
จะต้องไม่เข้าลักษณะต้องห้ามตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้าด้วย อย่างไรก็ตาม กฎหมายเครื่องหมายการค้ายัง  
ขาดความชัดเจนในประเด็นการจดทะเบียนที่ขัดต่อรัฐประศาสนโยบาย (มาตรา 8(9)) ข้อที่พอจะอ้างได้คงมีแต่เพียงเรื่อง  
การจดทะเบียนเครื่องหมายที่คล้ายคลึงกันนั้น อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจผิดว่าสินค้าชนิดอื่นนั้นเป็นเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์ได้ ซึ่งต้องอาศัยข้อเท็จจริงประกอบพฤติการณ์ที่ชัดเจนเพียงพอด้วย

### มาตรการในกฎหมาย เครื่องหมายการค้า

#### การใช้พระราชบัญญัติควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

บทบัญญัติในมาตรา 32 ของพระราชบัญญัติควบคุม  
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีวัตถุประสงค์มิให้มี  
การโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นอกเหนือไปจากที่ใด

กำหนดเงื่อนไขไว้ในมาตรา 32 วรรคสอง ซึ่งการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องดื่ม  
แอลกอฮอล์ เข้าลักษณะเป็นการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แล้ว โดยไม่ต้องพิจารณาว่าเป็นการแสดงชื่อ  
หรือเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์หรือไม่ อย่างไรก็ตาม กฎหมายที่มีโทษทางอาญา และมีได้ระบุ  
ลักษณะของการกระทำไว้อย่างชัดเจนนัก จึงอาจนำมาซึ่งข้อโต้แย้ง หรือศาลอาจตีความเป็นประการอื่นได้

#### การใช้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

บทบัญญัติในมาตรา 21 ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ในฐานะที่เป็นกฎหมายกลาง  
ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค มีกลไกที่ทำให้สามารถออกกฎระเบียบเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีที่ไม่ได้มี  
กฎหมายเฉพาะคุ้มครองไว้โดยตรงได้ ซึ่งการใช้กฎหมายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านกลยุทธ์ Brand DNA นั้น  
เข้าลักษณะเป็นการโฆษณาที่ไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็น  
ส่วนรวม ดังนั้น รัฐสามารถใช้มาตรการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค มาตรา 22 วรรคสอง (5) เพื่อ  
กำหนดกฎเกณฑ์ที่ใช้สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาดเช่นนี้ไปพลางก่อนได้ เนื่องจากไม่มีกฎหมายเฉพาะใน  
เรื่องการโฆษณา Brand DNA เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการศึกษาพบว่า การกำหนดมาตรการที่เป็นการควบคุมการใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเคร่งครัดนั้น มีปรากฏในบางประเทศ เช่น นอร์เวย์ ฝรั่งเศส เป็นต้น แต่มาตรการเหล่านี้จะถูกกำหนดไว้โดยกฎหมายเฉพาะเรื่องที่ใช้ควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ได้บัญญัติไว้ในกฎหมายว่าด้วยเครื่องหมายการค้าโดยตรง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า การตัดสินใจว่าจะควบคุมการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างเคร่งครัดหรือไม่นั้น เป็นเรื่องในทางนโยบายของแต่ละรัฐ แม้สิทธิในทางเครื่องหมายการค้าจะเป็นไปตามพันธกรณีที่มีอยู่ตามกฎหมายระหว่างประเทศ และอาจได้รับผลกระทบจากมาตรการดังกล่าว แต่หากอยู่บนพื้นฐานของความพอสมควรแก่เหตุแล้ว ย่อมไม่ถือว่าการดำเนินมาตรการเหล่านี้เป็นการขัดต่อเงื่อนไขในทางกฎหมายระหว่างประเทศแต่ประการใด

## ข้อมูลการศึกษา มาตรการทางกฎหมาย ของต่างประเทศ

### ข้อเสนอแนะ

#### ข้อเสนอระยะสั้น

รวบรวมผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องผลกระทบของกลยุทธ์ Brand DNA ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประชาชน และเผยแพร่ข้อเท็จจริง รวมถึงคำพิพากษาของศาลเกี่ยวกับการกระทำความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ

เสนอให้นายกรัฐมนตรีใช้อำนาจตามบทบัญญัติตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มาตรา 22 วรรคสอง (5) เพื่อออกกฎกระทรวงฉบับใหม่ เพื่อห้ามการโฆษณาเครื่องดื่มหรือสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

หน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องเครื่องหมายการค้า ควรนำเอาผลการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของกลยุทธ์ Brand DNA ไปใช้ประกอบการพิจารณาไม่รับจดทะเบียนหรือเพิกถอนเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มหรือสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

#### ข้อเสนอระยะยาว

นำข้อห้ามการใช้เครื่องหมายการค้าที่คล้ายคลึงกับเครื่องหมายของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นผนวกเป็นเนื้อหาใน “แผนยุทธศาสตร์นโยบายแอลกอฮอล์ระดับชาติ” ฉบับใหม่ที่อยู่ระหว่างการดำเนินการจัดทำซึ่งจะสามารถใช้อ้างเป็นเหตุผลที่เชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534

แก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ในประเด็นเกี่ยวกับการห้ามใช้เครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเหมือนหรือคล้ายคลึงกับเครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงกำหนดความผิดฐานโฆษณาแฝงสินค้าอื่นที่ใช้เครื่องหมายการค้าของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย โดยใช้แนวทางการบัญญัติกฎหมายตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2562