



การละเมิดเครื่องหมายการค้า การศึกษาปัจจัยเชิงคุณธรรมจริยธรรมของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย

ประเสริฐไชย สุขสอาด¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงคุณธรรมจริยธรรมกับความตระหนักเกี่ยวกับการละเมิดเครื่องหมายการค้ากีฬาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา ใช้ข้อมูลมาจากโครงการวิจัย MUSSIRB No: 2021/109(B1) เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 407 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และทดสอบค่าไคสแควร์ (χ^2 -test) ผลการวิจัย พบว่า เพศ การศึกษา และ รายได้มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางพัฒนาคุณธรรมจริยธรรมเพื่อลดปัญหาการละเมิดเครื่องหมายการค้ากีฬาของผู้ประกอบการ เช่น ให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา ได้มีโอกาสเข้าร่วมการอบรมการใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดเป็นประจำเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ การปฏิบัติ และความตระหนักถึงผลเสียที่เกิดขึ้นจากการกระทำละเมิดเครื่องหมายการค้า เปิดช่องทางการแจ้งเบาะแสที่เป็นความลับเฉพาะและหลากหลายช่องทาง ในการแจ้งแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีการละเมิดเครื่องหมายการค้าให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมาย รวมทั้งมีประกาศ ชมเชย ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า และ จำเป็นต้องมีการสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว โรงเรียน สถานประกอบการ ผู้ขาย และผู้ซื้อสินค้า ให้ตระหนักในเรื่องคุณธรรม จริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าในอุตสาหกรรมกีฬา

คำสำคัญ : การละเมิดเครื่องหมายการค้า, ปัจจัยเชิงคุณธรรมจริยธรรม, ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา

¹ รองศาสตราจารย์ ดร., คณะศึกษาศาสตร์และมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล



Trademark Infringement: A Study of the Moral factors of Sports Industry Entrepreneurs in Thailand

Prasertchai Suksa-ard¹

The purpose of this research was to determine relationships between the moral and ethical factors of sport trademark infringement by sports industry entrepreneurs. Using data from the research project MUSSIRB No: 2021/109(B1), a total of 407 people were analyzed using numbers, percentages, and Chi-Square Statistic (χ^2 - test). The results showed that gender, education, and income were related to morality awareness and trademark infringement of sport industry entrepreneurs at a statistical significance of 0.05 level. The results from this research can be used as a development guideline for morality and ethics implementation to reduce the problem of sports trademark infringement by entrepreneurs, for example, allowing sport industry entrepreneurs to have the opportunity to regularly attend trainings on laws related to infringement in order for them to have knowledge, understanding, practice and awareness of the negative consequences arising from infringement of trademarks. In addition, a variety of confidential whistleblowing channels should be introduced to notify the source of the trademark infringing products to those involved with law enforcement. Moreover, announcements to compliment entrepreneurs who sell products that do not infringe trademarks should be strongly encouraged. Finally, strengthening family institutions, schools, establishments, sellers and buyers to raise awareness of virtue ethics and trademark infringement in the sports industry are particularly essential.

Keywords: Trademark Infringement, the Moral factors, Sports Industry Entrepreneurs

¹ Associate Professor Dr., Faculty of Social Sciences and Humanities, Mahidol University



1. บทนำ

การละเมิดเครื่องหมายการค้าในอุตสาหกรรมกีฬา ถือเป็น การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ หรือสิทธิบัตร ถือเป็น การกระทำ ความผิดทั้งทางด้านคุณธรรมจริยธรรม รวมถึงความผิดทางกฎหมายตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ระวังโทษทั้งจำและปรับ (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2549) การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา แบ่งออกเป็น 3 ประเภท 1) การละเมิดเครื่องหมายการค้า คือการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้อื่น โดยไม่ได้รับอนุญาต ในการขาย หรือเสนอสินค้าหรือบริการในลักษณะที่อาจทำให้เกิดความสับสนกับผู้ซื้อสินค้าหรือบริการดังกล่าว เช่น การใช้เครื่องหมายการค้า โลโก้ หรือชื่อทางการค้า เพื่อโฆษณา อ้างอิง ผ่าน ชื่อ รูปภาพ หรือคำอธิบายเนื้อหาสินค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเครื่องหมายการค้า การขายสินค้าปลอมหรือเลียนแบบ โดยการแสดงหรือใช้เครื่องหมายการค้า โลโก้หรือชื่อทางการค้าของบุคคลอื่นมาใช้สำหรับการขายสินค้าดังกล่าว เพื่อให้เชื่อว่าเป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น หรือการทำให้สินค้าหรือเครื่องหมายการค้าคล้ายคลึงของแท้ โดยเจตนาทำให้ประชาชนหลงเชื่อว่าเป็นของแท้ 2) การละเมิดสิทธิบัตร คือ การที่บุคคลใด บุคคลหนึ่งกระทำการใด ๆ ให้ผู้ทรงสิทธิบัตรเสียหาย โดยกระทบต่อสิทธิของผู้ทรงสิทธิบัตร เช่น การขาย มีไว้เพื่อเสนอขาย หรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งผลิตภัณฑ์ตามสิทธิบัตรหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้กรรมวิธีตามสิทธิบัตรคือ การที่บุคคลใด บุคคลหนึ่งกระทำการใด ๆ ให้ผู้ทรงสิทธิบัตรเสียหาย โดยกระทบต่อสิทธิของผู้ทรงสิทธิบัตรข้างต้น เช่น การผลิต การใช้ การเสนอขาย หรือ การขายหรือการออกแบบสิ่งประดิษฐ์สิทธิบัตร โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของสิทธิบัตร โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ทรงสิทธิบัตร 3) การละเมิดลิขสิทธิ์ คือ การนำผลงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่นมาใช้ เผยแพร่ ดัดแปลง ทำซ้ำ เช่น การนำรูปภาพและเนื้อหาสินค้าหรือที่เกี่ยวข้องกับรายการสินค้ามาใช้ในการลงขาย โดยผู้เป็นเจ้าของผลงานไม่อนุญาตหรือไม่ได้รับทราบ (ศูนย์การเรียนรู้ผู้ขาย, 2564) สำหรับทรัพย์สินทางปัญญาในทางกีฬาคือ พื้นฐานของใบอนุญาตและข้อตกลงทางการค้าในการหารายได้เพื่อสนับสนุน การพัฒนาของอุตสาหกรรมทางกีฬา ยกตัวอย่าง เช่น รองเท้ากีฬาหนึ่งคู่สามารถได้รับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาได้หลายชนิด กล่าวคือ สิทธิบัตรจะคุ้มครองในเรื่องของเทคโนโลยีที่ถูกใช้ในการพัฒนา รองเท้า การออกแบบจะคุ้มครองในเรื่องของการออกแบบรองเท้า เครื่องหมายการค้า จะเป็นสิ่งที่ทำการแยก รองเท้าออกจากผลิตภัณฑ์อื่นที่คล้ายกัน และจะทำการคุ้มครองในชื่อเสียงของรองเท้า รวมทั้งบริษัทที่เป็นผู้ผลิต ลิขสิทธิ์จะคุ้มครองในงานศิลปะและงานของภาพและเสียงที่ถูกใช้ในการโฆษณารองเท้า (WIPO, 2014)

อุตสาหกรรมการกีฬา (Sports Industry) เป็นกลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับ สินค้าและบริการทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการกีฬาทั้ง โดยตรงและโดยอ้อม ซึ่งในหลายประเทศพยายามขยายตัวและการบริโภคอุตสาหกรรมด้านการกีฬามากขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมการกีฬา ประกอบด้วย การผลิตสินค้า การบริการ การขยายตัว และการหดตัวของอุตสาหกรรมซึ่งอาจส่งผลโดยตรงกับความมั่นคง ของเศรษฐกิจ



ของประเทศ ในปี ค.ศ. 2017 มีการประมาณการถึงรายได้ที่เกิดจากกีฬาทั่วโลกอยู่ที่ประมาณ 90,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Wit Boon, 2022) นอกจากนี้อุตสาหกรรมกีฬาเป็นกลไกหนึ่งที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยจะดำรงบทบาทในเรื่องการผลิต การสร้าง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการกีฬานักกีฬา และภาคธุรกิจต่าง ๆ อาทิ สโมสรกีฬา ลิขสิทธิ์และสิทธิประโยชน์ ผู้ผลิตจำหน่าย นำเข้าและส่งออก สถานบริการออกกำลังกาย ฟิตเนส และสอนกีฬา สถานศึกษา ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดจะมีการเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ และสิ่งที่เป็นผลประโยชน์ในภาพรวมคือปริมาณเม็ดเงินจะเข้าสู่ระบบการเงินการคลังของประเทศ นำมาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของประเทศ อันเป็นผลสืบเนื่องจากการดำเนินการกีฬาในภาพรวมของประเทศ (สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ, 2559)

ดังนั้น ในฐานะผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา จำเป็นที่จะต้องตระหนักถึงเรื่องคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้า ผู้วิจัยสังเกตเห็นความสำคัญของพฤติกรรมของผู้ประกอบการซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการใช้กฎหมายดังกล่าว ซึ่งพฤติกรรมของผู้ประกอบการ (เยวาลักษณ์ เคลือบมาศ, 2008) สามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ การริเริ่ม การจัดการและการยอมรับ ความเสี่ยงหรือความล้มเหลว ทั้งนี้ได้มีผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านได้ให้ความหมายของการประกอบการที่แตกต่างกันไปโดยสามารถสรุปความหมายของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ว่า หมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า โดยใช้เวลาให้คุ้มค่าและพอเพียงประกอบกับการเงิน จิตวิทยา ความเสี่ยงทางสังคม รวมถึงการรับผลที่ได้จากเงินลงทุน ความพึงพอใจ ความเป็นอิสระ และยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย นอกจากนี้แล้วในเรื่องการศึกษาปัจจัยเชิงคุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย โดยศึกษาปัจจัยเชิงคุณธรรมจริยธรรม ทางด้านเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทยที่รับรู้เรื่องความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมของการละเมิดลิขสิทธิ์เครื่องหมายการค้า ซึ่งจะทำให้ทราบปัจจัยหลักที่ผู้ประกอบการทุกคนจะต้องมี เพราะหากผู้ประกอบการขาดคุณธรรมและจริยธรรมก็จะส่งผลเสียหายทั้งต่อตัวผู้ประกอบการเอง ธุรกิจ สังคมและประเทศชาติ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้ากีฬาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ซึ่งใช้ข้อมูลทุติยภูมิ หรือ dataset จากรหัสโครงการ MUSSIRB No. 2021/109 (B1) เรื่อง ความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา ที่ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในคนแล้ว



(COA 109) เป็นข้อมูล que เก็บมาจากผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ให้บริการทางการกีฬา รวมทั้ง นักกีฬา และ บุคลากรทางการกีฬา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การประมาณ ค่าสัดส่วนของประชากร (Sampling Size Estimate a Proportion) ในกรณีประชากรมีจำนวนมาก และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างของ ซิคมันด์ (Zikmund, 1994) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 407 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสำรวจตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจมาแจกแจงความถี่แล้วคำนวณหาค่า ร้อยละ และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
2. นำข้อมูลตอนที่ 2 หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม กีฬาของประเทศไทย โดยใช้สถิติ ค่าไคสแควร์ (χ^2 - test)

5. ผลการวิจัย

1. จากการสำรวจผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 66.60 เพศหญิง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 85.70 รองลงมาสูงกว่าระดับปริญญาโท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และต่ำกว่าปริญญา ตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 รองลงมามีรายได้น้อยกว่า 30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 75 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.4

2. เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา และสถานภาพของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมกีฬากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา ได้ดังนี้

- 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬากับความตระหนักใน คุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา ดังตาราง 1



ตาราง 1 จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ (χ^2 - test) ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา

รายการ	เพศ				ค่า χ^2
	ชาย		หญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด					8.53*
- น้อย	1	0.4	1	0.7	
- บางครั้ง	22	8.1	24	17.6	
- เป็นประจำ	248	91.5	111	81.6	
2. ขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับ หรือมีชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด					23.34*
- น้อย	244	90.0	97	71.3	
- บางครั้ง	27	10.0	39	28.7	
- เป็นประจำ	0	0.0	0	0.0	
3.ต่อต้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า					7.54*
- น้อย	4	1.5	3	2.2	
- บางครั้ง	42	15.5	36	26.5	
- เป็นประจำ	225	83.0	97	71.3	
4. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า					13.94*
- น้อย	9	3.3	7	5.1	
- บางครั้ง	16	5.9	23	16.9	
- เป็นประจำ	246	90.8	106	77.9	
5. ชมเชยผู้ประกอบการที่ขายสินค้าไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า					5.86
- น้อย	7	2.6	10	7.4	
- บางครั้ง	26	9.6	16	11.8	
- เป็นประจำ	238	87.8	110	80.9	



ตารางที่ 1 (ต่อ)

รายการ	เพศ				ค่า χ^2
	ชาย		หญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
6. เข้ารับการอบรมการใช้กฎหมาย ในทุกครั้งที่มีการจัดให้การอบรม					
- น้อย	23	8.5	14	10.3	3.78
- บางครั้ง	89	32.8	56	41.2	
- เป็นประจำ	159	58.7	66	48.5	
7. ถึงแม้จะได้กำรมหาศาลก็ไม่ยอมผลิตสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	10	3.7	7	5.1	4.94
- บางครั้ง	19	7.0	18	13.2	
- เป็นประจำ	242	89.3	111	81.6	
8. ถึงแม้จะได้กำรมหาศาลก็ไม่ยอมจำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	8	3.0	7	5.1	10.27*
- บางครั้ง	23	8.5	25	18.4	
- เป็นประจำ	240	88.6	104	76.5	
9. ถึงแม้จะได้กำรมหาศาล แต่ก็ไม่แนะนำให้เพื่อนคู่ค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	8	3.0	6	4.4	4.73
- บางครั้ง	18	6.6	17	12.5	
- เป็นประจำ	245	90.4	113	113	
10. แจ้งเบาะแสแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีการละเมิดเครื่องหมายการค้าให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายทราบ					
- น้อย	19	7.0	7	5.1	0.85
- บางครั้ง	121	44.6	58	42.6	
- เป็นประจำ	131	48.3	71	52.2	



จากตาราง 1 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา จำนวน 5 เรื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผลិតสินค้าโดยใช้ตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด ขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด ต่อต้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า และถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมจำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า เพศกับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องผลิตสินค้าโดยใช้ตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด โดยเพศชาย เพศหญิงส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 91.5 และ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 81.6 ตามลำดับ

เพศกับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับ หรือมีชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด โดยเพศชาย เพศหญิง ส่วนใหญ่มีความตระหนักน้อยในเรื่องนี้ จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และ จำนวน 97 คนคิดเป็นร้อยละ 71.3 ตามลำดับ

เพศกับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องต่อต้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยเพศชาย เพศหญิงส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 และจำนวน 97 คนคิดเป็นร้อยละ 71.3 ตามลำดับ

เพศกับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยเพศชาย เพศหญิงส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 90.8 และ จำนวน 106 คนคิดเป็นร้อยละ 77.9 ตามลำดับ

เพศกับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมจำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยเพศชาย เพศหญิงส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6 และ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 76.5 ตามลำดับ

2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา ดังตาราง 2



ตาราง 2 จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ (χ^2 - test) ของความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับความตระหนัก
ในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา

รายการ	ระดับการศึกษา						ค่า χ^2
	<ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาโท เอก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ผลิตภัณฑ์โดยใช้ตราที่เป็นที่ยอมรับ หรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด							58.73*
- น้อย	0	0.0	1	0.3	1	2.9	
- บางครั้ง	12	50.0	24	6.9	10	29.4	
- เป็นประจำ	12	50.0	324	92.8	23	67.6	
2. ขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับ หรือ มีชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด							65.19*
- น้อย	8	33.3	297	89.4	21	61.8	
- บางครั้ง	16	66.7	37	10.6	13	38.2	
- เป็นประจำ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	
3.ต่อต้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้า ละเมิดเครื่องหมายการค้า							54.53*
- น้อย	1	4.2	4	1.1	2	5.9	
- บางครั้ง	14	58.3	48	13.8	16	47.1	
- เป็นประจำ	9	37.5	297	85.1	16	47.1	
4. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่ ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า							52.82*
- น้อย	4	16.7	11	3.2	1	2.9	
- บางครั้ง	5	20.8	21	6.0	13	38.2	
- เป็นประจำ	15	62.5	317	90.8	20	58.8	
5. ชมเชยผู้ประกอบการที่ขายสินค้าไม่ ละเมิดเครื่องหมายการค้า							69.60*
- น้อย	5	20.8	11	3.2	1	2.9	
- บางครั้ง	8	33.3	21	6.0	13	38.2	
- เป็นประจำ	11	45.8	317	90.8	20	58.8	



6. เข้ารับการอบรมการใช้กฎหมาย ในทุก ครั้งที่มีการจัดให้การอบรม							
- น้อย	3	12.5	31	8.9	3	8.8	
- บางครั้ง	31	54.2	116	33.2	16	47.1	7.73*
- เป็นประจำ	3	33.3	202	57.9	15	44.1	
7. ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมผลิต สินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า							
- น้อย	5	20.8	9	2.6	3	8.8	74.92*
- บางครั้ง	10	41.7	18	5.2	9	26.5	
- เป็นประจำ	9	37.5	322	92.3	22	64.7	
8. ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอม จำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า							63.52*
- น้อย	4	16.7	9	2.6	2	5.9	
- บางครั้ง	11	45.8	26	7.4	11	32.4	
- เป็นประจำ	9	37.5	314	90.0	21	61.8	
9. ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาล แต่ก็ แนะนำให้เพื่อนคู่ค้าละเมิดเครื่องหมาย การค้า							
- น้อย	3	12.5	9	2.6	2	5.9	25.00*
- บางครั้ง	5	20.8	22	6.3	8	23.5	
- เป็นประจำ	16	66.7	318	91.1	24	70.6	
10. แจงเบาะแสแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มี การละเมิดเครื่องหมายการค้าให้ผู้ที่ เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายทราบ							23.13*
- น้อย	7	29.2	17	4.9	2	5.9	
- บางครั้ง	6	25.0	159	45.6	14	41.2	
- เป็นประจำ	11	45.8	173	49.6	18	52.9	



จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาในทุกเรื่องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องผลิตสินค้าโดยใช้ตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และปริญญาตรีโท เอก ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 92.8 และ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 67.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับ หรือมีชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความตระหนักเป็นบางครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท เอก ส่วนใหญ่มีความตระหนักน้อยในเรื่องนี้ จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 89.4 และ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องต่อต้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความตระหนักเป็นบางครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท เอก ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 85.1 และ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ตามลำดับ

ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท เอกส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 90.8 และ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องชมเชยผู้ประกอบการที่ขายสินค้าไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท เอกส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 90.8 และ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องเข้ารับการอบรมการใช้กฎหมายในทุกครั้งที่มีการจัดให้การอบรม โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาโท เอก มีความตระหนักเป็นบางครั้งในเรื่องนี้ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 และ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ตามลำดับ ส่วนการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9

ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องถึงแม้จะได้นำมาหาศาลก็ไม่ยอมผลิตสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความตระหนักเป็นบางครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท เอก ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 92.3 และ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 64.7 ตามลำดับ



ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมจำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความตระหนักเป็นบางครั้ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท เอก ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องถึงแม้จะได้กำไรมหาศาล แต่ก็ไม่นำเสนอให้เพื่อนคู่ค้าละเมิดเครื่องหมายการค้าโดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และปริญญาตรีโท เอก ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 91.1 และ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 70.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องแจ้งเบาะแสแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีการละเมิดเครื่องหมายการค้าให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายทราบ โดยการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และปริญญาตรีโท เอก ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 และ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 ตามลำดับ

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา ดังตาราง 3

ตาราง 3 จำนวน ร้อยละ และค่าไคสแควร์ (χ^2 - test) ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา

รายการ	รายได้				ค่า χ^2
	$\geq 30,000$ บ./ค		$<30,000$ บ./ค		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด					116.73*
- น้อย	1	1.3	1	0.3	
- บางครั้ง	35	46.7	11	3.3	
- เป็นประจำ	39	52.0	320	96.4	
2. ขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับ หรือมีชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด					145.01*
- น้อย	28	37.3	313	94.3	
- บางครั้ง	47	62.7	19	5.7	



- เป็นประจำ	0	0.0	0	0.0	
3. ต่อด้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	3	4.0	4	1.2	139.83*
- บางครั้ง	50	66.7	28	8.4	
- เป็นประจำ	22	29.3	300	90.4	
4. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	11	14.7	5	1.5	124.98*
- บางครั้ง	29	38.7	10	3.0	
- เป็นประจำ	35	46.7	317	95.5	
5. ชมเชยผู้ประกอบการที่ขายสินค้าไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	13	17.3	4	1.2	99.36*
- บางครั้ง	25	33.3	17	5.1	
- เป็นประจำ	37	49.3	311	93.7	
6. เข้ารับการอบรมการใช้กฎหมาย ในทุกครั้งที่มีการจัดให้การอบรม					
- น้อย	14	18.7	23	6.9	19.49*
- บางครั้ง	35	46.7	110	33.1	
- เป็นประจำ	26	34.7	199	59.9	
7. ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมผลิตสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	13	17.3	4	1.2	153.31*
- บางครั้ง	30	40.0	7	2.1	
- เป็นประจำ	32	42.7	321	96.7	
8. ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมจำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	13	17.3	2	0.6	184.83*
- บางครั้ง	37	49.3	11	3.3	



- เป็นประจำ	25	33.3	319	96.1	
9. ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาล แต่ก็ไม่แนะนำให้เพื่อนคู่ ค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า					
- น้อย	11	14.7	3	0.9	112.61*
- บางครั้ง	25	33.3	10	3.0	
- เป็นประจำ	39	52.0	319	96.1	
10. แจ้งเบาะแสแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีการละเมิด เครื่องหมายการค้าให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้ กฎหมายทราบ					
- น้อย	14	18.7	12	3.6	23.37*
- บางครั้ง	27	36.0	152	45.8	
- เป็นประจำ	34	45.3	168	50.6	

จากตารางที่ 3 พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมการ
ละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาทุกเรื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยพบว่า รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องผลิตสินค้าโดยใช้ตราที่เป็นที่
ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน และรายได้
มากกว่า 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ
52.0 และจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 96.4 ตามลำดับ

รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับ หรือมี
ชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนัก
เป็นบางครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 และรายได้มากกว่า 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความ
ตระหนักน้อย จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 94.3

รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องต่อต้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้า
ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็น
บางครั้ง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และรายได้มากกว่า 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความ
ตระหนักเป็นประจำ จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 90.4

รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่
ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 30.000
บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 และจำนวน
317 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5 ตามลำดับ



รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องชมเชยผู้ประกอบการที่ขายสินค้าไม่
ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 30.000 บาท
ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 และจำนวน 311
คน คิดเป็นร้อยละ 93.7 ตามลำดับ

รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องเข้ารับการอบรมการใช้กฎหมายในทุก
ครั้งที่มีการจัดให้การอบรม โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็น
บางครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 และรายได้มากกว่า 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความ
ตระหนักเป็นประจำ จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 59.9

รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมผลิต
สินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 30.000
บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 และจำนวน
321 คน คิดเป็นร้อยละ 96.7 ตามลำดับ

รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอม
จำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความ
ตระหนักเป็นบางครั้ง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 และรายได้มากกว่า 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่
มีความตระหนักเป็นประจำ จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 96.1

รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องถึงแม้จะได้กำไรมหาศาล แต่ก็
แนะนำให้เพื่อนลูกค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000 บาทต่อเดือน และรายได้
มากกว่า 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ
52.0 และจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 96.1 ตามลำดับ

รายได้กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมเรื่องแจ้งเบาะแสแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีการ
ละเมิดเครื่องหมายการค้าให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายทราบ โดยรายได้น้อยกว่า/เท่ากับ 30.000
บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 30.000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีความตระหนักเป็นประจำในเรื่องนี้
จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 และจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ตามลำดับ

5. สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง การละเมิดเครื่องหมายการค้า การศึกษาปัจจัยเชิงคุณธรรมจริยธรรมของ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสำรวจมีความตระหนักในทุก
เรื่องเป็นประจำ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานวิจัยของ To-aj and Suksa-ard (2020) พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับ
มาก สำหรับองค์ประกอบด้านคุณธรรมและจริยธรรมส่งผลต่อการส่งเสริมการใช้กฎหมายละเมิด
เครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬามากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Suksa-ard



(2021). พบว่า ความตระหนักในเรื่องคุณธรรมจริยธรรมจะมีส่วนช่วยให้การละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการลดลง ทำให้เกิดความไว้วางใจกับลูกค้า สร้างความเชื่อมั่นในการประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา และสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร แต่ถ้าผู้ประกอบการรับได้ในเรื่องการละเมิดสินค้าจะส่งผลไปยังเรื่องอื่น ๆ อาจทำให้จริยธรรมในสังคมนั้นเสื่อมลง

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงคุณธรรมจริยธรรมของละเมิดเครื่องหมายการค้ากีฬาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาของประเทศไทย จำแนกตามเพศ การศึกษา และรายได้

พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา จำนวน 5 เรื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์โดยใช้ตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด ขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด ต่อต้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า และถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมจำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า นอกจากนี้ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้จากงานวิจัยพบว่า ทั้งเพศชาย หญิงของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาส่วนใหญ่มีความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าเป็นประจำทั้ง 5 เรื่องเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธรรมมน เฝิงหามาน (2559) ที่กล่าวว่า แนวทางในการเพิ่มคุณค่าและความคาดหวังของสังคมให้กับองค์กรธุรกิจ ภายใต้กรอบจริยธรรมทางธุรกิจเพื่อแสดงให้เห็นถึงการนำแนวคิดในเรื่องจริยธรรมมาประยุกต์เข้ากับการดำเนินธุรกิจ องค์กรที่มีจริยธรรมย่อมเป็นที่ศรัทธาและสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า พนักงานตลอดจนสาธารณชนซึ่งมีความสำคัญโดยตรงต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับ ณรงค์ศักดิ์ มณีแสง (2551) กล่าวว่า การปลูกฝังและพัฒนาทางจริยธรรมตลอดจนการปฏิบัติทางจริยธรรมเป็นสิ่งที่นักธุรกิจอุตสาหกรรมจะต้องคำนึงและตระหนักและปฏิบัติให้ได้ไม่ใช่มุ่งแต่ผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว ต้องรับผิดชอบต่อลูกค้า ต่อบุคลากรในหน่วยงาน ต่อคู่แข่ง ต่อรัฐ ต่อสังคมโดยรวม ต่อสิ่งแวดล้อม หรือต่อโลก ซึ่งผลจากการละเลยไม่ปฏิบัติตามจริยธรรม หรือบางครั้งอาจเรียกว่าจรรยาบรรณในวิชาชีพที่ได้จะส่งผลเสียหายทั้งในวงแคบและกว้างได้ และสอดคล้องกับงานของ วรเทพ ตรีวิจิตร และ ชลถนนก โฉมิตคณิน (2560) กล่าวว่า ผู้บริหารสถานประกอบการควรตระหนักให้ความสำคัญกับจริยธรรมธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการเคารพสิทธิของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยความเป็นธรรม การปฏิบัติงานตามมาตรฐาน และมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้ได้เปรียบคู่แข่งขั้นทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬากับความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมในการละเมิดเครื่องหมายการค้า พบว่า เพศชาย หญิงของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาส่วนใหญ่มีความตระหนักในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าเป็นประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์ (2558) ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักต่อจรรยาบรรณวิชาชีพต่อมวชนของนักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ



พระนคร พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ต่อจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษามีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬา จำนวน 9 เรื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผลผลิตสินค้าโดยใช้ตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลกโดยไม่ละเมิด ขายสินค้าที่มีตราที่เป็นที่ยอมรับหรือมีชื่อเสียงระดับโลก อย่างละเมิด ต่อด้านผู้ประกอบการที่ขายสินค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า ชมเชยผู้ประกอบการที่ขายสินค้าไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมผลิตสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาลก็ไม่ยอมจำหน่ายสินค้าที่ละเมิดเครื่องหมายการค้า ถึงแม้จะได้กำไรมหาศาล แต่ก็ไม่นำเสนอเพื่อนคู่ค้าละเมิดเครื่องหมายการค้า และแจ้งเบาะแสแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีการละเมิดเครื่องหมายการค้าให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายทราบ นอกจากนี้ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 การศึกษามีความสัมพันธ์กับการละเมิดเครื่องหมายการค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ปันพร ศรีปลั่ง และพงศ์ประเสริฐ หกสุวรรณ (2558) ได้กล่าวว่า การให้การศึกษานในสถาบัน ครูผู้มีหน้าที่ในการพัฒนาจริยธรรมจึงควรนำวิธีการต่าง ๆ มาประยุกต์ให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ของแต่ละวัยโดยอาศัยหลักทฤษฎีเป็นพื้นฐานจะทำให้การพัฒนานั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยของนักศึกษา การเรียนรู้ด้วยหลักการคิดแบบอภิปัญญา (Metacognition) เป็นวิธีที่สำคัญและมีความเหมาะสม เนื่องจากวิธีนี้เน้นกระบวนการคิด การตระหนักรู้อย่างมีสติจึงทำให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย ซึ่งกรอบของการพัฒนาจริยธรรมในวัยนี้ควรเป็นหลักปฏิบัติที่ใกล้ชิดตัว นั่นคือ หลักของพระพุทธศาสนา เนื่องจากนักศึกษามีบทบาทที่หลากหลายในสังคม เป็นสมาชิกของครอบครัว เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัย เป็นพลเมืองของชุมชน และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่บนโลกใบนี้ จึงจำเป็นต้องใช้หลักปฏิบัติที่สามารถนำความเชื่อมาพัฒนาผู้พฤติกรรมได้จึงสามารถกล่าวได้ว่า การศึกษาสามารถพัฒนามนุษย์ให้เป็นคนที่สมบูรณ์ได้จริง

รายได้มีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ในคุณธรรมจริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมกีฬาทุกเรื่อง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วารินทร์ บินโฮเซ็น และนัสกรณ วิฑูรเมธา (2021) ที่พบว่า รายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับระดับพัฒนาการทางจริยธรรมโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.05$) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัวน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาทต่อเดือน มีแนวโน้มที่จะมีระดับพัฒนาการทางจริยธรรมในขั้นที่ 5 มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน ซึ่งอธิบายได้ว่าสิ่งแวดล้อมของครอบครัวเป็นปัจจัยพื้นฐานในการหล่อหลอมพฤติกรรมจริยธรรมของสมาชิกในครอบครัว (Befarani, 2015) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะนันท์ นามกุล (2561) พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมด้านคุณธรรมจริยธรรมของนักศึกษาพยาบาล



6. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นแนวทางการพัฒนาการใช้คุณธรรมจริยธรรมเพื่อลดปัญหาการละเมิดเครื่องหมายการค้าก๊อปปี้ของผู้ประกอบการ

1. ควรจัดการอบรมการใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการละเมิดให้กับผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ให้บริการทางการก๊อปปี้อย่างต่อเนื่องเป็นประจำเพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ การปฏิบัติ และความตระหนักถึงผลเสียที่เกิดขึ้นจากการกระทำละเมิดเครื่องหมายการค้า

2. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎหมายควรเปิดช่องทางการแจ้งเบาะแสที่เป็นความลับเฉพาะ และหลากหลายช่องทาง ในการแจ้งแหล่งจำหน่ายสินค้าที่มีการละเมิดเครื่องหมายการค้า

3. ผู้เกี่ยวข้องภาครัฐ ควรมีนโยบายการทำความดี เพื่อชมเชย ผู้ประกอบการที่ขายสินค้าที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า รวมทั้งกลุ่มผู้ให้บริการทางการก๊อปปี้ที่ไม่ละเมิดเครื่องหมายการค้า

4. ควรปลูกฝังและพัฒนาทางจริยธรรมให้กับผู้ประกอบการ และกลุ่มผู้ให้บริการทางการก๊อปปี้ให้สามารถปฏิบัติทางจริยธรรมเป็นประจำ โดยต้องคำนึงและตระหนักและปฏิบัติให้ได้ไม่ใช่มุ่งแต่ผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว ต้องรับผิดชอบต่อกฎ กติกา ต่อนุเคราะห์ในหน่วยงาน ต่อคู่แข่ง ต่อรัฐ ต่อสังคมโดยรวม ต่อสิ่งแวดล้อม หรือต่อโลก

5. การสร้างความเข้มแข็งของสถาบันครอบครัว โรงเรียน สถานประกอบการ ผู้ขาย และผู้ซื้อสินค้าให้ตระหนักในเรื่องคุณธรรม จริยธรรมกับการละเมิดเครื่องหมายการค้าในอุตสาหกรรมก๊อปปี้ จะช่วยให้การละเมิดลดน้อยลง

7. บรรณานุกรม

ณรงค์ศักดิ์ มณีแสง. (2551). จริยธรรมธุรกิจอุตสาหกรรม. สารานุกรมศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. Vol.42

ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักต่อจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชน ของนักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. วารสารสมาคมนักวิจัย. ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม), 138 – 147.

ปิ่นพร ศรีปลั่ง และพงศ์ประเสริฐ หกสุวรรณ (2558). การศึกษาเพื่อพัฒนาจริยธรรมของนักศึกษาด้วยกระบวนการอภิปัญญา. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2, (พฤษภาคม-สิงหาคม)

ปิยะนันท์ นามกุล. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม ของนักศึกษาศึกษา คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. วารสารศรีวนาลัยวิจัย ปีที่ 8 ฉบับที่ 2, 27-48.

เขาวลัดกษณ์ เกลือบมาศ (2008). ความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน. FEU Academic Review. Vol.1 No.2 (ธันวาคม 2550-พฤษภาคม 2551).



<https://tci-thaijo.org/index.php/FEU/article/view/27059>.

- วารินทร์ บินโฮเซ็น และนภัสกรณ์ วิฑูรเมธา. (2021). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับพัฒนาการทางจริยธรรมของนักศึกษาพยาบาลที่มีประสบการณ์ทางคลินิก. **APHEI. Journal of Nursing and Health**, Vol.3 No.3 (Sep-Dec 2021)
- ศูนย์การเรียนรู้ผู้ขาย. (2564). การละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา. <https://seller.shopee.co.th/edu/article/1597>
- สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ. (2559). รายงานของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ด้านกีฬา ศิลปะ วัฒนธรรม การศาสนา คุณธรรม และจริยธรรม เรื่องการส่งเสริมอุตสาหกรรมการกีฬา. https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/usergroup_disaster/11-4.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2549). พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534. http://www2.tgia.org/elawlibrary/otherlaw_download.asp?id=45
- หรรษมน เฟื่องหวาน. (2559). จริยธรรมทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก. **Veridian E-Journal, Silpakorn University**, Vol 9, No.1(มกราคม – เมษายน): 815-828.
- Beferani, M. H. (2015). The role of the family in the socialization of children. **Mediterranean Journal of Social Sciences**, Vol 6 (6 S6), 417-423.
- To-aj, O. & Suksa-ard, P. (2020). Perceived Benefits of Trademark Infringement Law to Thai Sports Industry. **Ann Appi Sport Sci**. 2020; 8(4). e884. <http://www.aassjournal.com>; e-ISSN: 2322-4479; p-ISSN:2476-4981
- Suksa-ard, P. (2021). The Moral and the Ethical Awareness and the Trademark Infringement of the Entrepreneurs in Sports Industry. **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education**, Vol.12 No.14(2021). 4370-4379.
- WIPO. (2014). **Sport and Intellectual property**. Retrieved September 28,2020 from [http:// www.wipo.int/ip-sport/en/](http://www.wipo.int/ip-sport/en/)
- Wit Boon. (2022). Why is it so difficult to 'career' athletes in Thailand? Look at examples and find inspiration from the sports industry in US-Japan-UK. <https://plus.thairath.co.th/topic/spark/10155>
- Zikmund, W.G. (1994). **Business research methods**. TX: Dryden Press.