

โดย นางสาวอาชีนี ปัทมะสุคนธ์ ผู้ช่วยเลขาธิการ
สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.)

ลองจินตนาการดูว่า ถ้าคุณผู้อ่านเป็นเจ้าของธุรกิจที่มียี่ห้อแบรนด์ของตัวเองมานาน พุ่มพุ่มร่างกาย แรงใจ และเม็ดเงินเพื่อสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในตลาด แต่แล้ววันหนึ่งกลับพบว่า ชื่อแบรนด์หรือโลโก้ของคุณถูกแอบอ้าง นำไปใช้โดยมิฉฉาฉิพในการหลอกลวงผู้คน คุณจะอย่างไร?

“ชื่อแบรนด์และโลโก้” ไม่ใช่เพียงแค่สัญลักษณ์ที่บอกตัวตนของธุรกิจเท่านั้น แต่เปรียบเสมือนด่านหน้าที่ทำหน้าที่ปกป้องภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจที่สั่งสมอย่างยาวนาน แต่ในโลกยุคดิจิทัลวันนี้ ภาพนั้นกลับเปลี่ยนไป เนื่องจาก “แบรนด์” สามารถถูกมิฉฉาฉิพแอบอ้างได้เพียงแค่ไม่กี่คลิก สร้างความสับสนให้กับผู้ลงทุนและประชาชนจำนวนมาก

ศาสตราจารย์ ดร.พรอนงค์ บุษราตระกูล เลขาธิการ ก.ล.ต. เน้นย้ำอยู่เสมอว่า ปัญหานี้ถือเป็นเรื่องใหญ่ที่ต้องรีบแก้ไข เพราะความสูญเสียไม่ได้เกิดขึ้นแค่ในแง่ตัวเงิน แต่ยังส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือของภาคธุรกิจที่อาจเสียหายจากการเข้าใจผิดหรือภาพจำที่เกิดจากการถูกหลอกลวง โดยอ้างหน่วยงาน ธุรกิจ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาดทุนไทย ซึ่งทำให้ผู้ลงทุนและประชาชนรู้สึกหวาดระแวง ไม่กล้าเกี่ยวข้องหรือลงทุน และในที่สุดผลเสียก็จะย้อนกลับมาสู่ตลาดทุนไทย

ดร.กอบศักดิ์ ภูตระกูล ประธานกรรมการ สภาธุรกิจตลาดทุนไทย หนึ่งในผู้ที่ใกล้ชิดกับภาคธุรกิจและผู้ลงทุน ได้สะท้อนมาเช่นกันว่า ปัญหานี้ไม่ได้จบลงแค่ความเสียหายเฉพาะราย แต่จะค่อย ๆ บั่นทอนความมั่นคงของตลาดทุน กระทบทั้งผู้ลงทุน บริษัท สถาบัน และระบบตลาดทุนโดยรวม

หนึ่งในประเด็นสำคัญที่ ดร.กอบศักดิ์พูดถึง และดิฉันอยากจะนำมาแบ่งปัน คือ “การแอบอ้างแบรนด์กับภาระต้นทุนธุรกิจ” จากการระดมทุนว่า ในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการแอบอ้างและหลอกลวง หากธุรกิจใดต้องการระดมทุนจากประชาชน สิ่งแรกที่ต้องเผชิญคือ “ต้นทุนความน่าเชื่อถือ” ที่เพิ่มขึ้น เพราะผู้ลงทุนจะลังเล มีการตั้งคำถามมากขึ้น และต้องการหลักฐานหรือความชัดเจนที่มากกว่าที่เคย การสร้างความไว้วางใจในสถานการณ์เช่นนี้ไม่ใช่เรื่องง่าย และทุก ๆ ขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจจะต้องใช้เวลาและทรัพยากรที่เพิ่มขึ้น

นอกจากการสะท้อนปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ดร.กอบศักดิ์ ยังได้ให้มุมมองเกี่ยวกับทางออกด้วย อย่างในฝั่งของผู้ลงทุนหรือประชาชน ควรได้รับการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการย้ำเตือนว่า **“ผลตอบแทนการลงทุนที่ดีเกินจริง ไม่มีในโลกนี้”** หากมีใครมาชักชวนแบบนี้ ขอให้สงสัยไว้ก่อนว่า “ไม่จริง” ขณะเดียวกันในฝั่งธุรกิจที่ตกเป็นเหยื่อมีจฉาชีพในการแอบอ้างหรือสวมรอยแบรนด์ “เทคโนโลยี” สามารถช่วยได้

“การใช้เทคโนโลยีอย่างรู้เท่าทัน” เป็นเกราะป้องกันที่สำคัญในการเสริมแกร่งให้ธุรกิจไทยรับมือกับภัยออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นทุกวัน และหากได้รับการสนับสนุนจากผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม การแก้ปัญหาก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ล่าสุด ก.ล.ต. ได้ร่วมมือกับ Facebook ประเทศไทย และ Meta Platforms, Inc. ผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม Facebook และ Instagram จัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องมืออย่าง “Brand Rights Protection” และ “Meta Verified”

เครื่องมือแต่ละอย่างทำหน้าที่อะไรบ้าง? “Brand Rights Protection” จะช่วยตรวจจับและรายงานเนื้อหาที่อาจละเมิดโลโก้หรือเครื่องหมายการค้าของธุรกิจบนแพลตฟอร์มของ Meta ให้เจ้าของลิขสิทธิ์ทราบ หากพบการแอบอ้าง เจ้าของแบรนด์สามารถแจ้งลบเนื้อหานั้นได้ทันที ส่วน “Meta Verified” เป็นเครื่องหมายแสดงตัวตนว่าเป็นบัญชีหรือเพจจริง ช่วยลดโอกาสถูกปลอมแปลงและป้องกันการสวมรอยชื่อแบรนด์

แม้มีเครื่องมือและเทคโนโลยีช่วยเหลือ แต่การปกป้องแบรนด์ในโลกออนไลน์ **“ไม่ใช่ภาระหน้าที่ที่สามารถฝากไว้กับใครคนใดคนหนึ่งได้”** ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาคธุรกิจ หน่วยงานกำกับดูแลและผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย ลดโอกาสที่มีจฉาชีพจะใช้ชื่อหรือโลโก้ของบริษัทไปหลอกลวงผู้ลงทุนหรือประชาชน และปกป้องสิทธิของผู้ประกอบธุรกิจและผู้ลงทุนไม่ให้ตกเป็นเหยื่อการสวมรอย

ก.ล.ต. ในฐานะหน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุน ไม่ได้จำกัดบทบาทไว้เพียงการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาและกำกับดูแลตลาดทุนไทย แต่ยังเดินทางยกระดับบทบาทด้านการประสานความร่วมมือกับภาคธุรกิจและผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเสริมเกราะป้องกันและสร้างระบบการดูแลที่มีประสิทธิภาพเมื่อทุกฝ่ายร่วมมือกันปกป้องแบรนด์ไทยให้พ้นจากการแอบอ้าง ความเชื่อมั่นก็จะไม่สั่นคลอนและจะกลายเป็นรากฐานที่มั่นคงให้ตลาดทุนไทยก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน
