

การปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริม
สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย

โดย

นางสาวนุสรรา กาญจนกุล
รองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา
กระทรวงพาณิชย์

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๑
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๑ - ๒๕๖๒

บทคัดย่อ

เรื่อง การปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย
ลักษณะวิชาการเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นางสาวนุสรรา กาญจนกุล หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๑

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) เป็นต้นทุนทางปัญญาของคนในชุมชนซึ่งสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติและรัฐบาลจะมีนโยบายที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เป็นสินค้าเกษตรในฐานะที่เป็นเกษตรสร้างมูลค่า อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากสถานการณ์ในปัจจุบัน จะพบว่าการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยยังมีปัญหาหลายด้าน ได้แก่ ด้านการผลิตและการควบคุมคุณภาพสินค้า การส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ปัญหากลไกทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังขาดความชัดเจน การนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ และการบังคับใช้สิทธิที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งศึกษา วิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ระบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย ซึ่งตอบรับและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และนโยบายของประเทศด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า เพื่อปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ประเทศไทยจำเป็นต้องดำเนินการ ดังนี้

๑. ปรับปรุงด้านการผลิตโดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อส่งเสริมการผลิต
๒. จัดให้มีกลไกและระบบควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐานสากล
๓. ส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและต่างประเทศและดำเนินกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า โดยวางจุดยืนทำให้เป็นสินค้าคุณภาพที่มีอัตลักษณ์แตกต่างไปจากสินค้าชุมชนประเภทอื่นๆ นอกจากนี้ สนับสนุนให้มีการติดตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยกับตัวสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าได้ซื้อสินค้าดี มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน
๔. ปรับปรุงกลไกทางกฎหมายเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพให้แก่ระบบการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๕. กำหนดไว้เป็นการเฉพาะในกฎหมายให้การนำชื่อเสียงทางภูมิศาสตร์ไปแสวงหาประโยชน์ในเชิงพาณิชย์โดยไม่สุจริตซึ่งรวมถึงการนำไปจดชื่อโดเมนเป็นความผิด และสนับสนุนให้มีการจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบชื่อโดเมน

๖. ปรับปรุงด้านการบังคับใช้สิทธิโดยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้แก่หน่วยงานด้านการบังคับใช้สิทธิ และปรับปรุงมาตรการผ่านพรมแดนเพื่อป้องกันการนำเข้า-ส่งออกสินค้าละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

งานวิจัยฉบับนี้นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการดำเนินการเพื่อปฏิรูปการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ในระยะสั้น หน่วยงานของรัฐในห่วงโซ่มูลค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จำเป็นต้องพิจารณาบทบาทการดำเนินการที่มีอยู่ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์นโยบาย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องรวมทั้งบูรณาการและประสานความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างกันกับทั้งผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ จัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่กำกับดูแล สงวนรักษา และปกป้องสิทธิของชุมชน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้โดยไม่ชอบด้านการบังคับใช้กฎหมาย ประเทศไทยต้องผลักดันในเวทีการเจรจาการค้าทั้งกับประเทศคู่ค้าและในเวทีองค์การการค้าโลก (WTO) และองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีมาตรการบังคับใช้สิทธิในระดับสากลที่สามารถดำเนินคดีกับผู้ลักลอบนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้ ด้านการท่องเที่ยว ควรเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีแหล่งผลิตเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงการเรียนรู้ที่มีศักยภาพนอกจากนี้ ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในท้องถิ่น และสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ถึงความจำเป็นในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้สืบทอดต่อไป

ในระยะยาว หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องส่งเสริมให้คนไทยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะความสำคัญในฐานะที่เป็นกลไกที่จะช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนหรือท้องถิ่น และกระตุ้นคนไทยให้มีจิตสำนึกปกป้องและคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และเชิญชวนชุมชนที่ผลิตสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นที่รู้จัก รวมทั้งจัดทำหลักสูตรสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสามารถพัฒนาต่อยอดต่อไปได้ในอนาคต

งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย เช่น กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในการใช้เป็นแนวทางพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ระบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยที่ตอบรับและสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ชาติ

- ค -

อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตลอดทั้งเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ให้มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

Abstract

Title The Reform of the Protection and Promotion System of Indication Products in Thailand

Field Economics

Name Nusara Kanjanakul **Course** NDC **Class** 61

Geographical indications (GIs) are intellectual value that people in the community can use to develop and increase competitiveness of the country. Although Thailand has established the National Strategy and Policy that also focus on GIs, especially value-added GI agricultural products, there are currently many problems on the protection and promotion thereof. The problems include the production and quality control of GI products, the promotion of GI domestic and international markets, the value addition to GI products, the unclear legal mechanisms related to the protection of GIs, the wrongful registration of domain names under GI names, and the enforcement of GI-related rights.

This research aims to study, analyze and propose recommendations to solve the above-mentioned problems in order to strengthen the protection and promotion system of GI products in Thailand, which respond and conform to the National Strategy and Policy. According to the research, it is found that to reform the protection and promotion system of GI products, Thailand needs to do the following:

1. improving the production through the use of technology and innovation,
2. providing mechanisms or systems that meet the international standards to control the quality of GI products,
3. promoting both domestic and international marketing, and implementing strategies to add value to GI products by placing the product positioning as premium with unique identity. In addition, supporting the use of the Thai GI logo on the GI products to assure consumers that they buy good quality and standard products,

4. Improving legal mechanisms to enhance the efficiency of the GI protection system,

5. defining specifically in the law that using the GI names for commercial exploitation in bad faith including the registration of domain names, is an offense, as well as supporting the arrangement of international agreement providing GI protection in the domain name system,

6. revamping the enforcement of rights by promoting understanding on GIs to enforcement agencies, and improving border measures to prevent the import and export of illegal GI products

This research proposes policy and operation recommendations to reform the protection and promotion system of GI products, in both short and long term periods.

In the short term, the government agencies in the GI-value chain need to review their existing operations to make them up-to-date and comply with the relevant national strategies, policies and laws. It is also important to integrate and coordinate closely among government agencies, entrepreneurs and local communities which are the geographical sources of products, and to set up a central agency to oversee, maintain and protect the rights of the community against illegal uses of GIs. On the enforcement front, Thailand must push ahead with the bilateral and multilateral trade negotiations, both at the World Trade Organization (WTO) and the World Intellectual Property Organization (WIPO) forums in order to instigate proper measures to enforce GI rights at the international level. On tourism, potential GI products that have production bases as natural and learning attractions should be linked with tourist attractions. In addition, it is necessary to encourage the conservation of local GIs and raise awareness for the GI owner communities to continuously maintain transferring GI-related knowledge and wisdom through succeeding generations.

In the long term, relevant government agencies need to encourage Thais to have broader knowledge and understanding on GIs, especially its importance as a tool to help stimulate economic growth at the community or local level. They also need to encourage Thais to have consciousness to protect GIs, to commend

communities that produce GI products to be widely known, as well as to hold GI training courses to disseminate knowledge on GIs to the local communities so that they further develop and add more value to GI products.

This research is useful as a guideline for relevant agencies and stakeholders such as the Ministry of Commerce, the Ministry of Agriculture and Cooperatives, the local communities or the GI product producers, etc. to develop and strengthen the protection and promotion system of GI products, in conformity with the national strategies and policies. This is at long last to realize Thailand's vision as a developed nation with stability, prosperity and sustainability, in accordance with the principles of Sufficiency Economy Philosophy.

คำนำ

งานวิจัย เรื่อง “การปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย” ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๑ (วปอ. ๖๑) ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๑ - ๒๕๖๒ มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เกิดขึ้นใน “ห่วงโซ่มูลค่า” ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยตลอดจนวิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสามารถปฏิบัติได้จริงเพื่อนำไปสู่ผลการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการเพื่อบูรณาการความร่วมมือในการพัฒนาระบบคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทำให้เกิดการใช้ประโยชน์ ต่อยอดและเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าเกษตรจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตลอดจนสร้างสรรค์คุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ อันเกิดจากอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายของรัฐบาล อันจะช่วยสร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง และสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”

(นางสาวนุสรุภา กาญจนกุล)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตรวปอ. รุ่นที่ ๖๑

ผู้วิจัย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของบุคคลหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้เขียนขอขอบพระคุณ พลโท วัฒนชัย คุ่มครอง นาวาอากาศเอกหญิง พัชรี พิพิธสุขสันต์ และพันเอกหญิง สรัญญา กิจสำนอง อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร และนายพิทักษ์ อุดมวิชัยวัฒน์ หัวหน้าผู้ตรวจราชการกระทรวงพาณิชย์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้มุ่งหมายไว้

พร้อมกันนี้ ขอขอบพระคุณนางนันทวัลย์ ศกุนตนาค อดีตปลัดกระทรวงพาณิชย์ ผู้บังคับบัญชา ที่ได้สนับสนุนและให้โอกาสผู้เขียนได้เข้ารับการศึกษานในหลักสูตรวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๑ (วปอ. ๖๑) ขอขอบพระคุณนายทศพล ทังสุขบุตร อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา ที่สนับสนุนให้ผู้เขียนได้มีเวลาศึกษา อบรม ดูงาน และร่วมกิจกรรมของหลักสูตรนี้ตลอดหนึ่งปี ของศึกษาอย่างราบรื่นโดยไม่มีอุปสรรคที่ต้องห่วงกังวล รวมถึงนางสาววันเพ็ญ นิโครวนจำรัส และ นายดิเรก บุญแท้ รองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา ที่ได้กรุณาดูแลส่วนงานที่ผู้เขียนรับผิดชอบใน คราวที่ต้องเดินทางไปศึกษาดูงานในต่างจังหวัดและต่างประเทศ

ผู้เขียนขอขอบพระคุณพลโท ขจรฤทธิ์ นิลคำแหง ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกัน ราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ พลโท อภิชาติ ชามาตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาประจำหมู่สิงโต และคณะผู้บริหาร ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกัน ประเทศ ทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้เขียนตลอดระยะเวลาที่ศึกษาหลักสูตรนี้

บุคคลสำคัญที่ได้ทุ่มเทสนับสนุนให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ได้แก่ นายสุดเขต บริบูรณ์ศรี นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ และนางสาวสุวรรณรัตน์ ราชรักษ์ นักวิชาการ พณิชย์ปฏิบัติการ กรมทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งผู้เขียนขอขอบคุณอย่างยิ่งในความอุตสาหะ มานะ พยายาม และความอดทน ทั้งสองท่านคือกลไกสำคัญที่ทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จ

ในสุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณกำลังใจจากครอบครัวที่สนับสนุนในทุกๆ เรื่องเสมอ มา ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ วปอ. ๖๑ทุกท่าน รวมทั้งรุ่นพี่ วปอ. สำหรับมิตรจิต ความรักความอบอุ่น ที่ทำให้บรรยากาศของการศึกษาอบบวลไปด้วยกลิ่นอายของความสนุกสนานร่าเริง มิตรภาพนี้จะคง อยู่ตลอดไป

(นางสาวนุสรรา กาญจนกุล)
นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๑
ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ค
คำนำ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญแผนภาพ	ญ
บทที่ ๑	บทนำ
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย
	ขอบเขตของการวิจัย
	วิธีดำเนินการวิจัย
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย
บทที่ ๒	การทบทวนวรรณกรรม
	ยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริม
	สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย
	กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง
	ความเสี่ยงของหน่วยงานภาครัฐและการบริหารความเสี่ยง
	หลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี
	กรอบแนวคิดของการวิจัย
	สรุป
บทที่ ๓	สถานการณ์และปัญหาด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย
	สถานการณ์ด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
	ของไทยในปัจจุบัน
	ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
	ของไทย

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	๖๕
บทที่ ๔	
สรุป	๖๕
แนวทางการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย	๖๖
แนวทางการปรับปรุงด้านการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	๖๖
แนวทางการปรับปรุงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	๖๘
แนวทางการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศและการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	๖๘
แนวทางการปรับปรุงกลไกทางกฎหมายเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพให้แก่ระบบการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	๗๑
แนวทางการป้องกันการนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ	๗๒
แนวทางการปรับปรุงด้านการบังคับใช้สิทธิที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	๗๔
สรุป	๗๕
บทที่ ๕	
สรุปและข้อเสนอแนะ	๗๗
สรุป	๗๗
ข้อเสนอแนะ	๗๙
บรรณานุกรม	๘๑
ประวัติย่อผู้วิจัย	๘๓

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
๓-๑	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน	๒๔
๓-๒	สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยที่ได้ขึ้นทะเบียนและ/หรืออยู่ระหว่างพิจารณาเตรียมการเพื่อขึ้นทะเบียนในต่างประเทศ	๓๓
๓-๓	สัดส่วนกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	๓๔
๓-๔	มูลค่าผลิตภัณฑ์แยกตามกลุ่มสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	๓๔
๓-๕	สิ่งที่ผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ความสำคัญ	๓๔
๓-๖	การจัดทำระบบควบคุมตรวจสอบภายในของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)	๓๕
๓-๗	ความสามารถในการทำตลาดต่างประเทศและตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	๓๕
๓-๘	ปริมาณการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตร	๓๖
๓-๙	ปริมาณการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตรแปรรูป	๓๗
๓-๑๐	ปริมาณการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม	๓๘
๓-๑๑	เปรียบเทียบราคาก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตร	๓๙
๓-๑๒	เปรียบเทียบราคาก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตรแปรรูป	๔๐
๓-๑๓	เปรียบเทียบราคาก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม	๔๑
๔-๑	สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำในการจัดกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด	๖๙

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
๓-๑ ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย	๔๘
๓-๒ ผ้าครามธรรมชาติสากล	๕๒
๓-๓ ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท	๕๒
๓-๔ ชามไก่อำปาง	๕๒
๓-๕ ศิลาตลเชียงใหม่	๕๓
๓-๖ ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน	๕๓
๓-๗ ข้าวเจ๊กเขยเส้าไห้ (ข้าวพรีไลฟ์)	๕๔
๓-๘ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (กระต่ายคู่ชูรวงข้าวสีทอง)	๕๔
๓-๙ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (ข้าวอินทรีย์ลุ่มบุญมี)	๕๕
๓-๑๐ กล้วยเล็บมือนางชุมพร (อบแห้ง)	๕๕
๓-๑๑ ขนมหม้อแกงเมืองเพชร	๕๕
๓-๑๒ ข้าวเจ๊กเขยเส้าไห้ (ข้าวแม่สั่งไว้)	๕๖
๓-๑๓ ทุเรียนปราจีน	๕๖
๓-๑๔ ส้มโอท่าข่อยเมืองพิจิตร	๕๗
๓-๑๕ สับปะรดบ้านคา	๕๗
๓-๑๖ สับปะรดภูแลเขียงราย	๕๗
๓-๑๗ หมูย่างเมืองตรัง	๕๘
๓-๑๘ ข้าวหอมมะลิสุรินทร์	๕๘
๓-๑๙ ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี	๕๙
๓-๒๐ ทุเรียนนนท์	๕๙
๓-๒๑ ทุเรียนป่าละอู	๖๐
๓-๒๒ ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน	๖๐
๓-๒๓ ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง	๖๐
๓-๒๔ ไข่เค็มไชยา	๖๑
๓-๒๕ กาแฟเขาทะลุ	๖๑
๓-๒๖ มะขามหวานเพชรบูรณ์	๖๒
๓-๒๗ ส้มโอบุโกยะรัง	๖๒

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications หรือ GI) คือการใช้ชื่อของสถานที่หรือเครื่องหมายแสดงสถานที่ในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งประกอบกับสินค้าเพื่อแสดงให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้ทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้าว่า คุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นๆ ของสินค้านั้นมีความสำคัญมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น เช่น ข้าวหอมมะลิ “ทุ่งกุลาร้องไห้” ไข่เค็ม “ไชยา” มะขามหวาน “เพชรบูรณ์” กาแฟ “ดอยตุง” รัม “บ่อสร้าง” ไวน์ “บอร์โดซ์” และ “สก๊อต” วิสกี้ เป็นต้น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความเชื่อมโยง (Links) ระหว่างปัจจัยสำคัญสองประการ คือ ธรรมชาติและมนุษย์ กล่าวคือ ชุมชนได้อาศัยลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ หรือวิถีชีวิตเฉพาะในพื้นที่ ตลอดจนทักษะความชำนาญและภูมิปัญญาของกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้า ทำให้ได้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ดังกล่าว คุณลักษณะพิเศษนี้อาจหมายถึง คุณภาพ ชื่อเสียงหรือคุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเปรียบเสมือนแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า และเป็นปัจจัยสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น

ปัจจุบันสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเรื่องที่รัฐบาลให้ความสำคัญ โดย “ยุทธศาสตร์ชาติ” (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้กล่าวถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไว้ในหลากหลายมิติ ทั้งนี้ ในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติดังกล่าว คณะรัฐมนตรีภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ให้ความเห็นชอบ “แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๖๕)” ตามที่คณะกรรมการยุทธศาสตร์แห่งชาติเสนอ ซึ่งต่อมาได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ ๙ เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๒ ประกอบด้วยแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ จำนวน ๒๓ ประเด็น รวมถึงประเด็นการเกษตร ที่มีเป้าหมายการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันซึ่งมีแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง ได้แก่ หมวด “เกษตรสร้างมูลค่า” หัวข้อที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ (๑) “เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น” ซึ่งมุ่งเน้นการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (๒) “เกษตร

อัจฉริยะ”ซึ่งมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร ทั้งในเชิงมูลค่าและปริมาณ และส่งเสริมการใช้และเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตร เทคโนโลยีดิจิทัล และระบบข้อมูลสำหรับวางแผนการผลิต เพื่อพัฒนาเกษตรกรให้เป็นเกษตรกรอัจฉริยะ(Smart Farmer)และ (๓) “เกษตรกรแปรรูป”ซึ่งมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร ด้วยการใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปให้เป็นสินค้าเกษตรพรีเมียม และประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน เช่น บรรจุกัญธัญอัจฉริยะ ตลอดทั้งเชื่อมโยงภาคการเกษตรไปสู่ภาคการท่องเที่ยวและบริการอื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีหมวดและหัวข้ออื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในฐานะปัจจัยเสริม และ/หรือปัจจัยประกอบ ซึ่งน่าจะมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วยเช่นหมวดด้านพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของผู้ประกอบการยุคใหม่ (หัวข้อ “สร้างโอกาสเข้าถึงตลาด” “สร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน”และ “สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะ”) หมวดการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว (หัวข้อ “ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม”)หมวดอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต (หัวข้อ “อุตสาหกรรมชีวภาพ”และ “อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์”) เป็นต้น

ในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ กรมทรัพย์สินทางปัญญาในฐานะหน่วยงานภายใต้กระทรวงพาณิชย์ ที่รับผิดชอบงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาได้กำหนด “แผนปฏิบัติการของกรมทรัพย์สินทางปัญญา”ให้ครอบคลุมถึงการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การให้ความสำคัญต่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังปรากฏชัดเจนในระดับนโยบายของฝ่ายบริหาร โดยในการประชุม “คณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ” ครั้งที่ ๒/๒๕๕๙ เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๕๙ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรี (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) เป็นประธาน ที่ประชุมได้พิจารณาและมีมติให้ความเห็นชอบ “แผนที่นำทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศ”(IPRoadmap)ซึ่งประกอบด้วย ๖ ด้าน รวมถึง ด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล และเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง โดย IP Roadmap ดังกล่าวได้จัดทำขึ้นเพื่อปฏิรูประบบทรัพย์สินทางปัญญาของไทยให้สอดคล้องกับนโยบายการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ “ประเทศไทย ๔.๐”โดยมีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนเศรษฐกิจจากที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ เป็นขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและปัญญา เปลี่ยนการผลิตจากเชิงอุตสาหกรรมที่เน้นการลดต้นทุน เป็นเน้นเรื่องเทคโนโลยี และเปลี่ยนจากผู้ประกอบการทั่วไปเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีความสำคัญกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติและรัฐบาลจะมีนโยบายที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อย่างไรก็ตาม การนำนโยบายและยุทธศาสตร์มาแปลงให้เป็นผล

ในทางปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการดำเนินการด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของ ไทยที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง ประเมินสถานการณ์และระบุปัญหาที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับกำหนดแนว ทิศทางการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศ รวมถึงแนวทางการ ดำเนินงานในทางปฏิบัติที่ชัดเจน โดยหากพิจารณาจากสถานการณ์ด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย ในปัจจุบัน จะพบว่า การคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยยังคงมีปัญหาใน หลายๆ ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิตและการควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ปัญหา การส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ และการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ ปัญหาการกลไกทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ขาดความ ชัดเจน ปัญหาการนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ และปัญหา ด้านการบังคับใช้สิทธิที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ที่ผ่านมา ไม่ปรากฏว่าเคยมีการรวบรวมปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดขึ้นใน “ห่วงโซ่มูลค่า” ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และไม่พบว่าได้มีการจัดทำแนวทางการปฏิรูประบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศเพื่อแก้ไขปัญหา ดังกล่าวในเชิงบูรณาการ งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งที่จะค้นคว้า ศึกษา วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนว ทิศทางการแก้ไขปัญหา ตลอดทั้งแนวทางการปฏิรูปด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศที่ปฏิบัติได้จริง และสามารถนำไปสู่ผลที่เป็นรูปธรรมได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษา วิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์ของประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครอง และส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
๒. เพื่อศึกษา วิเคราะห์สถานการณ์และปัญหาด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยในปัจจุบัน
๓. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ระบบการคุ้มครอง และส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย ซึ่งตอบรับและสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ ด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศ

ขอบเขตของการวิจัย

๑. การวิจัยนี้เน้นการศึกษา วิเคราะห์ “ห่วงโซ่มูลค่า” ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตั้งแต่กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ การส่งเสริมการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า การคุ้มครอง และการบังคับใช้สิทธิในกรณีที่มีการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๒. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ตอบรับและสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ของประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

รายงานฉบับนี้ได้ดำเนินการวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพ (Quality Research) และเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

๑. การรวบรวมข้อมูล เป็นข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยศึกษาจากตำรา และเอกสารต่างๆ

๒. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และวิเคราะห์เปรียบเทียบ ตลอดจนสังเคราะห์ข้อมูลและหลักการต่างๆ

๓. การนำเสนอข้อมูล แบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนา โดยมีการนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ที่ได้รับจากการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. ทำให้เข้าใจภาพรวมของนโยบายและยุทธศาสตร์ของประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๒. ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคของการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยในปัจจุบัน

๓. ผลการวิจัยจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมหม่อนไหม กรมการข้าว กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมการค้าต่างประเทศ และชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีแนวทางในการปรับปรุงและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ระบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยที่ตอบรับและสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ตลอดทั้งเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

บทที่ ๒

การทบทวนวรรณกรรม

ยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย

๑. ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐)

โดยที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ มาตรา ๖๕ กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มี “ยุทธศาสตร์ชาติ” เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าวซึ่งต่อมาได้มีการตรา “พระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐” โดยกำหนดให้มีการแต่งตั้ง “คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ” เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติและกำหนดวิธีการการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ การติดตามการตรวจสอบ และการประเมินผล ตลอดทั้งกำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติในการนี้คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติจึงได้แต่งตั้ง “คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ” ในด้านต่างๆ รวม ๖ คณะเพื่อรับผิดชอบในการดำเนินการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขที่กำหนดตลอดจนได้จัดให้มีการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวางเพื่อนำมาใช้ประกอบการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติตามที่กฎหมายกำหนด ซึ่งต่อมา เมื่อวันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๖๑ จึงได้มีการออกประกาศ “ยุทธศาสตร์ชาติ(พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐)” อย่างเป็นทางการในราชกิจจานุเบกษา

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) นับเป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของไทยตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพ.ศ. ๒๕๖๐โดยมีการกำหนด “วิสัยทัศน์” (Vision) สำหรับการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ดังกล่าว คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนเป็น

^๑สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. “ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐ (ฉบับย่อ)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.nesdb.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct๒๐๑๘.pdf,๒๕๖๒.

ประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยหากพิจารณาถ้อยคำตามวิสัยทัศน์ดังกล่าวจะพบว่า

“ความมั่นคง” หมายถึง การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัยและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศในทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ สังคม ชุมชน ครัวเรือน และปัจเจกบุคคล และมีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติทางการทหาร เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง นอกจากนี้ ประเทศยังต้องมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตยมีการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลางและเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชนมีระบบการเมืองที่มั่นคงอันเป็นกลไกที่จะนำไปสู่การบริหารประเทศที่ต่อเนื่องและโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาลสังคมมีความปรองดองและความสามัคคีโดยสามารถผนึกกำลังเพื่อพัฒนาประเทศ ชุมชนมีความเข้มแข็ง ครอบครัวมีความอบอุ่นประชาชนมีความมั่นคงในชีวิตโดยมีงานและรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีพที่อยู่อาศัยและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดทั้งมีความมั่นคงของอาหาร พลังงาน และน้ำ

“ความมั่งคั่ง” หมายถึง ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืนจนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลงประชากรมีความอยู่ดีมีสุขได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้นและมีคุณภาพชีวิตตามมาตรฐานขององค์การสหประชาชาติ โดยไม่มีประชาชนที่อยู่ในภาวะความยากจนเศรษฐกิจในประเทศมีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ในตลาดโลกได้ ตลอดจนมีการสร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมแห่งอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยประเทศไทยจะต้องมีบทบาทสำคัญในเวทีโลกและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าอย่างแน่นแฟ้นกับประเทศในภูมิภาคเอเชียโดยเป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงในภูมิภาค ทั้งด้านการคมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน และการทำธุรกิจ นอกจากนี้ยังจะต้องมีความสมบูรณ์ในทุนด้านต่างๆ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญาทุนทางการเงินทุนที่เป็นเครื่องมือเครื่องจักรทุนทางสังคมและทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

“ความยั่งยืน” หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ ซึ่งรวมถึงการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนหลักของการใช้การรักษาและการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยไม่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินกว่าความสามารถของระบบนิเวศที่จะรองรับและเยียวยาได้ นอกจากนี้ ยังมุ่งเน้นการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อีกทั้งคนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร เสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม และรัฐบาลต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และมีนโยบายที่มุ่งเน้นประโยชน์ส่วนรวมอย่างแท้จริง

ต่อเนื่องตลอดทั้งทุกภาคส่วนในสังคมต้องยึดถือและปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุลและมีเสถียรภาพด้วย

วิสัยทัศน์ดังกล่าวได้ถูกกำหนดขึ้นโดยมี “เป้าหมาย” เพื่อการพัฒนาประเทศที่สำคัญ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” โดยในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ดังกล่าวได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ไว้ ๖ ด้าน ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ในบรรดายุทธศาสตร์ชาติทั้ง ๖ ด้านดังกล่าวข้างต้น ยุทธศาสตร์ฯ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริม “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”(Geographical Indication : GI) โดยตรง คือ “ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน” ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิด ๓ ประการ ได้แก่ (๑) “ต่อยอดอดีต” (๒) “ปรับปัจจุบัน” และ (๓) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” กล่าวคือ

๑. “ต่อยอดอดีต” คือ การมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจอัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายรวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านต่างๆ และนำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางเศรษฐกิจและสังคมของโลกสมัยใหม่

๒. “ปรับปัจจุบัน” คือ การปรับเปลี่ยนสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่ เพื่อปูทางสู่ออนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่างๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการต่างๆ

๓. “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” คือ การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด โดยมีการผสมผสานกับยุทธศาสตร์ต่างๆ ที่สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตบนพื้นฐานของ “การต่อยอดอดีต” และ “ปรับปัจจุบัน” พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐในการสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ของประเทศ การขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลกควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและการลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศ

หากพิจารณาเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะพบว่ามีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการต่อยอดอดีตปรับปัจจุบัน และสร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต เพราะสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (สินค้า GI) เป็นผลผลิตที่เกิดจากพื้นที่เฉพาะหนึ่งๆ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ชุมชน และคนใน

ท้องถิ่นโดยผ่านกาลเวลาอย่างยาวนานส่งผลให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีคุณลักษณะเฉพาะที่เปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้าฯหากพิจารณาในมิตินี้ จะพบว่าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นับเป็นต้นทุนทางปัญญาของชุมชนที่สำคัญ ซึ่งหากมีการพัฒนาระบบการผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการพัฒนาต่อยอด พร้อมทั้งปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศมากขึ้นก็จะสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืนซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ผู้ประกอบการไทยในทุกระดับซึ่งรวมถึงเกษตรกรและชุมชนให้สามารถแข่งขันในตลาดการค้าได้อย่างแท้จริง

๒.แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ(พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) ด้านการสร้าง ความสามารถในการแข่งขัน

คณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบ “แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕)” ตามที่คณะกรรมการยุทธศาสตร์แห่งชาติเสนอ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีประเด็นสำคัญ ๕ ประเด็น ได้แก่ (๑) เกษตรสร้างมูลค่า (มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง) (๒) อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต (๓) สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว (๔) โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทยเชื่อมโลกและ (๕) พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่รายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

๒.๑ “การเกษตรสร้างมูลค่า” เป็นประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องและระบุถึงการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไว้อย่างชัดเจน โดย “การเกษตรสร้างมูลค่า” คือการให้ความสำคัญกับการเพิ่มการผลิตทั้งเชิงปริมาณมูลค่า และความหลากหลายของสินค้าเกษตรเพื่อให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น โดยประกอบด้วยการดำเนินการในด้านต่างๆ ได้แก่ (ก) เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น(ข) เกษตรปลอดภัย (ค) เกษตรชีวภาพ (ง) เกษตรแปรรูป และ (จ) เกษตรอัจฉริยะโดยมีรายละเอียด ดังนี้

๒.๑.๑ เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น---ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีอัตลักษณ์พื้นถิ่นและ/หรือเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยและสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตลอดทั้งส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตรให้สูงขึ้นโดยเกิดเป็นสินค้าเกษตรแบบใหม่ที่มีจุดเด่นและมีความแตกต่างในตลาดโลก ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมและกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจของท้องถิ่น พร้อมทั้งส่งเสริมการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีในการพัฒนากระบวนการผลิตและบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีอัตลักษณ์พื้นถิ่น และ/หรือเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยรวมถึงสินค้าเกษตรนอกฤดูกาลสามารถออกสู่ตลาดได้อย่างสม่ำเสมอจากนี้ยังรวมถึงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีอัตลักษณ์พื้นถิ่นและ/หรือเกี่ยวข้องกับภูมิ

ปัญญาท้องถิ่นของไทยให้ได้รับการรับรองมาตรฐานทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์การส่งเสริมการสร้างแบรนด์สินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีอัตลักษณ์พื้นถิ่นและการสร้างความต้องการของสินค้าด้วยการสร้างเรื่องราวของสินค้าให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในคุณภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการผลักดันการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีอัตลักษณ์พื้นถิ่นและสินค้าที่ได้รับการรับรองขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ตลาดโลก

๒.๑.๒ เกษตรปลอดภัย --- สร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคทั่วโลกในเรื่องความสำคัญของมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารจูงใจและวางกรอบให้เกษตรกรและผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับมาตรฐานและเข้าสู่ระบบมาตรฐานการจัดการคุณภาพทางการเกษตรที่ได้รับการรับรองจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือพร้อมทั้งให้ความรู้เกษตรกรด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐานสากลเพื่อมุ่งสู่การเลิกใช้สารเคมีในภาคเกษตรการเพิ่มพื้นที่และปริมาณการผลิตเกษตรอินทรีย์โดยส่งเสริมถ่ายทอดองค์ความรู้แก่เกษตรกรในการทำเกษตรปลอดภัยและเปลี่ยนผ่านไปสู่การทำเกษตรอินทรีย์ตลอดจนสนับสนุนกลไกทางการตลาดแก่เกษตรกรที่ต้องการทำการเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการพัฒนากระบวนการตรวจรับรองคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทย เช่นระบบตรวจสอบย้อนกลับสำหรับการตรวจสอบที่มาของสินค้าในทุกขั้นตอนให้เป็นไปตามมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๒.๑.๓ เกษตรชีวภาพ --- ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพของประเทศในการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต อันนำไปสู่การผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงจากฐานเกษตรกรรมและฐานทรัพยากรชีวภาพ และสร้างความมั่นคงของประเทศทั้งด้านอาหารและสุขภาพ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและส่งออกทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกโดยจะต้องมีการส่งเสริมการทำเกษตรกรรมแบบยั่งยืนรวมถึงการส่งเสริมการปลูกสมุนไพรเป็นพืชเศรษฐกิจตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมในพื้นที่เพื่อการผลิตและแปรรูปสำหรับอุตสาหกรรมการแพทย์ การสร้างเสริมสุขภาพและพัฒนาต่อยอดสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศนอกจากนี้ ยังต้องส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และประยุกต์ใช้นวัตกรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีสะอาด เทคโนโลยีวัสดุ และนาโนเทคโนโลยี เพื่อการเกษตรและการแปรรูปสินค้าจากความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร โดยสร้างความร่วมมือที่ใกล้ชิดระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาต่อยอดร่วมกัน พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการนำวัตถุดิบเหลือทิ้งทางการเกษตรมาใช้ประโยชน์ในอุตสาหกรรมพลังงานที่เกี่ยวข้องกับชีวภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๑.๔ เกษตรแปรรูป --- ปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยรวมถึง นวัตกรรมจากภูมิปัญญาในการแปรรูปผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตรเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และสินค้าฯ โดยส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรขั้นสูงที่มีคุณค่าเฉพาะ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่มีความหลากหลายด้วยการต่อยอดผลงานจากสถาบันวิจัยสู่ การผลิตเชิงพาณิชย์ การส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตร ขั้นต้นให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีมูลค่าสูงการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบและผลิตผลทางการเกษตรเพื่อแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งการสนับสนุนการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการ สร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์อัจฉริยะ เพื่อป้องกันการปลอมปน การควบคุม คุณภาพและความปลอดภัย การติดตามผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่ง รวมถึงยืดอายุของอาหารและ สินค้าเกษตรในบรรจุภัณฑ์ ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าทางการตลาดให้แก่สินค้า พร้อมทั้งส่งเสริมการสร้างแบรนด์ และขยายช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญในการสร้างเครื่องหมายการค้าและ ปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

๒.๑.๕ เกษตรอัจฉริยะ --- นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการ พัฒนาเป็นฟาร์มอัจฉริยะ เพื่อเพิ่มผลผลิตการเกษตรในเชิงมูลค่าและปริมาณต่อพื้นที่สูงสุด และ เตรียมพร้อมรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มีการคำนึงถึงการใช้ทรัพยากร อย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสร้างสมดุลเกษตรอาหารและเกษตรพลังงาน โดย สร้างและนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และวิทยาการสมัยใหม่มาใช้ในการเกษตร ใช้เทคโนโลยีเกษตรด้าน ความแม่นยำ เทคโนโลยีการผลิตพืชในโรงเรือนเพาะปลูกด้วยการใช้ระบบอัตโนมัติและเซ็นเซอร์ อัจฉริยะ ติดตามการเปลี่ยนแปลง ทั้งความชื้น แสง และอุณหภูมิภายในฟาร์ม เพื่อให้ได้ผลผลิตตรง ตามความต้องการ คุณภาพคงที่ และสามารถวางแผนระบบการตลาดดีขึ้น รวมทั้งเทคโนโลยีการช่วย บันทึกรายละเอียดข้อมูลสำคัญและติดตามการบริหารจัดการภายในโรงเรือนและฟาร์ม การปรับเปลี่ยนการทำ เกษตรกรรม ให้เหมาะสมกับศักยภาพพื้นที่ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมทั้งส่งเสริมการถ่ายทอด ความรู้ แก่เกษตรกรให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร การจัดการ ภาคเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ระบบการผลิตทางการเกษตรให้ปลอดภัยเหลือใช้ ตลอดจน พัฒนาระบบประกันภัยทางการเกษตรที่ยั่งยืน เพื่อสนับสนุนและจูงใจให้เกษตรกรใช้เครื่องมือ ดังกล่าว บริหารจัดการความเสี่ยงในการทำเกษตรกรรม รวมถึงการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาพันธุ์ พืช พันธุ์สัตว์ ปัจจัยการผลิต เทคโนโลยีการเกษตรใหม่ๆ และการใช้วิทยาการด้านเทคโนโลยีชีวภาพ พันธุวิศวกรรม ตลอดจนพัฒนาเทคโนโลยีทางการเกษตรที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ทั้งในเรื่องการ ปรับสภาพดิน การตรวจจับสารเคมีตกค้าง การตรวจวินิจฉัยและรักษาโรคสัตว์ และการพัฒนาบรรจุ ภัณฑ์เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิต เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และคุณค่าทางโภชนาการ ลดการใช้สารเคมีใน การเกษตร รวมทั้งยืดอายุการเก็บเกี่ยวและการเก็บรักษาเพื่อยืดระยะเวลาการจำหน่ายผลผลิตและ

การส่งออก พร้อมทั้งการเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตด้วยเครื่องจักรกลและอุปกรณ์การเกษตรสำหรับระบบฟาร์มอัจฉริยะในประเทศ โดยยกระดับเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรกลการเกษตรให้สูงขึ้น ด้วยการวิจัยและพัฒนา การสร้าง และกำหนดคุณภาพมาตรฐานของสินค้าเครื่องจักรกลและอุปกรณ์การเกษตร รวมทั้งการส่งเสริม การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศการประยุกต์ใช้ข้อมูลจากดาวเทียม และเชื่อมโยงฐานข้อมูลจากการประยุกต์ใช้ระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างยั่งยืนให้กับภาคเกษตร การสร้างฐานข้อมูลการเพาะปลูกระดับประเทศ การจัดการด้านชลประทาน ทะเล และชายฝั่ง รวมทั้งการติดตามการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ

๒.๒ อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต --- มุ่งเน้นการสร้างอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคตที่ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคตโดยประกอบด้วย การดำเนินงานในด้านต่างๆ ในกลุ่มอุตสาหกรรม ๕ กลุ่ม ได้แก่ อุตสาหกรรมชีวภาพ อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจร อุตสาหกรรมและบริการดิจิทัล ข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ อุตสาหกรรมและบริการขนส่งและโลจิสติกส์และอุตสาหกรรมความมั่นคงของประเทศ

๒.๓ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว---มุ่งเน้นการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง โดยประกอบด้วย การดำเนินงานในด้านต่างๆ ๕ ด้าน (๑) ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม (๒) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (๓) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย (๔) ท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ และ (๕) ท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค

๒.๔ โครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมไทย เชื่อมโลก---มุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ โดยประกอบด้วย การดำเนินงานในด้านต่างๆ ๕ ด้าน ได้แก่ การเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมไร้รอยต่อ การสร้างและพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ การเพิ่มพื้นที่และเมืองเศรษฐกิจการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีสมัยใหม่ และการรักษาและเสริมสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาค

๒.๕ พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่--- มุ่งเน้นการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยประกอบด้วย การดำเนินงานในด้านต่างๆ ๕ ด้าน ได้แก่ การสร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะการสร้างโอกาสเข้าถึงบริการทางการเงิน การสร้างโอกาสเข้าถึงตลาดการสร้างโอกาสเข้าถึงข้อมูลและการปรับบทบาทและโอกาสการเข้าถึงบริการภาครัฐ

๓.แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศไว้ทั้งหมด ๑๐ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ : การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ : การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ : การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ : การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ : การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ : การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย

ยุทธศาสตร์ที่ ๗ : การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์

ยุทธศาสตร์ที่ ๘ : การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ ๙ : การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑๐ : ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

หากพิจารณายุทธศาสตร์ทั้ง ๑๐ ยุทธศาสตร์ข้างต้น จะพบว่ายุทธศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ซึ่งได้ถูกกำหนดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์สำคัญ ๒ ประการ คือ (๑) การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และ (๒) การสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจรายสาขาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุน โดยยุทธศาสตร์ที่ ๓ ได้ระบุแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาพรวมไว้ว่ามุ่งเน้นการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมขั้นก้าวหน้ามาใช้มากขึ้นให้มีความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัลยกระดับและพัฒนาคุณภาพของบุคลากรและความคิดสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการเพิ่มผลิตภาพของการผลิตและการบริการ รวมถึงการต่อยอดการผลิตและบริการโดยใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะและดิจิทัล นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการใช้ศักยภาพของทรัพยากรชีวภาพที่มีภายในประเทศการส่งเสริมการเชื่อมโยงตลอดห่วงโซ่มูลค่าอย่างมีประสิทธิภาพการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่และการพัฒนาตามแนวระเบียงเศรษฐกิจการเตรียมความพร้อมของภาคบริการให้สามารถรองรับการแข่งขันที่เสรีมากขึ้น การผสมผสานภาคบริการเข้ากับภาคการค้าการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ขายเป็นโดยเข้าใจการ

เปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคที่มีพลวัตสูง และมาตรฐานสากลของสินค้าและบริการ (รวมถึงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม) ที่สูงขึ้น อีกทั้งต้องมีการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจให้คนในชุมชนและท้องถิ่นและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ ๓ ยังได้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและสามารถผลักดันไปสู่การปฏิบัติได้ดังต่อไปนี้

๑. การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวม

การพัฒนาด้านการเงิน --- มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการเงินและสถาบันการเงินทั้งในตลาดเงินและตลาดทุน การขยายการเข้าถึงบริการทางการเงิน การพัฒนานวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ๆ และการเพิ่มประสิทธิภาพและเสถียรภาพของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ

การพัฒนาด้านการคลัง --- มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดแผนงานโครงการ การจัดสรรงบประมาณ การบริหารและการตรวจสอบกระบวนการงบประมาณของประเทศ การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ภาครัฐและขยายฐานภาษีให้ครอบคลุมการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บรายได้ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การปรับโครงสร้างการบริหารจัดการรัฐวิสาหกิจทั้งระบบและฟื้นฟูรัฐวิสาหกิจที่มีปัญหาฐานะการเงิน และการใช้เครื่องมือทางภาษีเพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเพื่อเป็นช่องทางในการเพิ่มรายได้ภาครัฐ

๒. การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ

การพัฒนาภาคการเกษตร --- มุ่งเน้นการเสริมสร้างฐานการผลิตภาคเกษตรให้เข้มแข็งและยั่งยืน การสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรแบบมีส่วนร่วม เพื่อสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากฐานทรัพยากรชีวภาพ (Bio Base) การปรับระบบการผลิตให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรมีความปลอดภัยและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายการยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การส่งเสริมและเร่งขยายผลแนวคิดการทำเกษตรตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการเสริมสร้างขีดความสามารถการผลิตในห่วงโซ่อุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งครอบคลุมด้านต่างๆ ได้แก่ การเสริมสร้างศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและการรวมกลุ่มของเกษตรกร การส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตพืช ปศุสัตว์ และการทำประมงให้สอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่และความต้องการของตลาดการวิจัยพัฒนาและใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักรสมัยใหม่ในกระบวนการผลิต การสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร และการใช้

ประโยชน์จากฐานทรัพยากรชีวภาพเพื่อต่อยอดองค์ความรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง การบริหารจัดการผลผลิตอย่างเป็นระบบครบวงจร การพัฒนากลไกจัดการความเสี่ยงที่กระทบต่อสินค้าเกษตรและการสร้างความร่วมมือด้านการเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ยังต้องมีการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนในการบริหารจัดการภาคเกษตรและสนับสนุนเกษตรกรรุ่นใหม่ด้วย

การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม --- มุ่งเน้นการพัฒนาต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่ปัจจุบันมีศักยภาพเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและการวางรากฐานพัฒนาอุตสาหกรรมสำหรับอนาคต

การพัฒนาภาคการบริการและท่องเที่ยว --- มุ่งเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็งการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬาอย่างครบวงจร

การพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน --- มุ่งเน้นการส่งเสริมการทำตลาดเชิงรุก การพัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้าให้ได้มาตรฐานสากลการสนับสนุนผู้ประกอบการลงทุนในระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมและอำนวยความสะดวกการค้าและการลงทุน การพัฒนาปัจจัยสนับสนุนเพื่อส่งเสริมการลงทุนในประเทศและการลงทุนของคนไทยในต่างประเทศ ตลอดจนการพัฒนาระบบทรัพย์สินทางปัญญา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบและจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ผลงานสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ พร้อมทั้งสนับสนุนการสร้างตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา และพัฒนาระบบฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาของไทยเพื่อให้นักวิจัยและผู้ประกอบการสามารถหาทรัพย์สินทางปัญญาที่หมดอายุไปพัฒนาต่อยอดและใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้มากขึ้นนอกจากนี้ควรมีการดำเนินการอย่างบูรณาการในการป้องกันและปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาควบคู่ไปกับการสร้างจิตสำนึกการใช้สินค้าทรัพย์สินทางปัญญาที่ถูกกฎหมาย

๔.แผนปฏิบัติการของกระทรวงพาณิชย์ ปี ๒๕๖๒^๒

กระทรวงพาณิชย์กำหนดแผนปฏิบัติการ ปี ๒๕๖๒ ภายใต้วิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจการค้าเติบโตจากฐานรากสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ภายในปี ๒๕๖๔” โดยมีการดำเนินงานตามพันธกิจ ๔ ประการได้แก่

^๒ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงพาณิชย์. “แผนปฏิบัติการกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๖๒”.(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.moc.go.th/images/๙๘๑/_๒๕๖๒_.pdf,๒๕๖๑.

พันธกิจที่ ๑:ยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางการค้าโดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และเศรษฐกิจภาคการค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการในทุกระดับอย่างครบวงจร

พันธกิจที่ ๒:พัฒนาเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง โดยการส่งเสริมการสร้างอาชีพ พัฒนารัฐกิจท้องถิ่น และขยายช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการชุมชนและเกษตรกร

พันธกิจที่ ๓:พัฒนาระบบการค้าให้มีความเป็นธรรมและมีมาตรฐาน สนับสนุนการประกอบธุรกิจด้วยโครงสร้างพื้นฐานทางการค้าที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับระบบสากล

พันธกิจที่ ๔:มุ่งส่งเสริมการค้า การประกอบธุรกิจระหว่างประเทศและการเชื่อมโยงกับระบบการค้าโลก โดยสร้างการยอมรับในสินค้าและบริการของไทยพร้อมกับขยายความร่วมมือระหว่างประเทศในทุกรูปแบบ

๕. แผนปฏิบัติการของกรมทรัพย์สินทางปัญญาปี ๒๕๖๒^๓

กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้กำหนดแผนปฏิบัติการ ปี ๒๕๖๒ ภายใต้วิสัยทัศน์ “ยกระดับการพัฒนาระบบทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศ ก้าวสู่ ๔.๐ ภายในปี ๒๕๖๕” โดยมีการดำเนินงานตามพันธกิจ ๒ ประการได้แก่

พันธกิจที่ ๑: ให้ความสำคัญคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และส่งเสริมการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายดังต่อไปนี้

๑. เพื่ออำนวยความสะดวกในการจดทะเบียนให้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
๒. เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบการคุ้มครองสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในประเทศและต่างประเทศ
๓. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันและปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา
๔. เพื่อสร้างจิตสำนึกในการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น

พันธกิจที่ ๒: ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค การบริหารจัดการ และการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ โดยมีเป้าหมายดังต่อไปนี้

^๓กลุ่มแผนงานและประเมินผล กรมทรัพย์สินทางปัญญา. “แผนปฏิบัติการของกรมทรัพย์สินทางปัญญา พ.ศ. ๒๕๖๒”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.ipthailand.go.th/images/๒๒๘๔/Plan_OperationStrategicNew๒๕๖๒.pdf, ๒๕๖๒.

๑. คนไทยมีความรู้ และตระหนักถึงความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญา
๒. ผู้ประกอบการได้รับการพัฒนาศักยภาพในการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์

พาณิชย์

๖.แผนที่นำทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศ (IP Roadmap)^๕

กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้จัดทำแผนที่นำทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศ ระยะ ๒๐ ปี ที่สอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ(พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๖๕) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) และนโยบายสำคัญของรัฐบาล (รวมถึงนโยบายประเทศไทย ๔.๐) และได้จัดประชุมหารือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวม ๑๗ หน่วยงาน^๕ เมื่อวันที่ ๔ พฤษภาคม ๒๕๕๙ โดยมีดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ ณ ขณะนั้น เป็นประธาน และได้นำความเห็นและข้อเสนอแนะของหน่วยงานต่างๆ มาดำเนินการปรับปรุง IP Roadmap ให้ครอบคลุมบทบาทภารกิจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และเสนอในคราวการประชุมคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ ครั้งที่ ๒/๒๕๕๙ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นประธาน เมื่อวันที่ ๒๕ สิงหาคม ๒๕๕๙ โดยที่ประชุมได้พิจารณาให้ความเห็นชอบ IP Roadmap และมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผล และเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง

IP Roadmap ได้จัดทำขึ้นเพื่อปฏิรูประบบทรัพย์สินทางปัญญาของไทยให้สอดคล้องกับนโยบายการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ “ประเทศไทย ๔.๐” โดยมีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนจากเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพเป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและปัญญา เปลี่ยนจากการผลิตในเชิงอุตสาหกรรมที่เน้นการผลิตโดยลดต้นทุนเป็นเน้นเรื่องเทคโนโลยี และเปลี่ยนจากผู้ประกอบการทั่วไปเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดย IP Roadmap ประกอบด้วยการดำเนินงานในด้านต่างๆ ๖ ด้าน ได้แก่ สี่ด้านหลักที่เป็นห่วงโซ่มูลค่า ของทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Value Chain) คือ การสร้างสรรค์ (Creation) การคุ้มครอง (Protection) การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) และบังคับใช้กฎหมาย (Enforcement) และสองด้านเสริมซึ่งเกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนและประเทศซึ่งไทย

^๕ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. “แผนที่นำทาง (Roadmap) ด้านทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศระยะ ๒๐ ปี สู่ประเทศไทย ๔.๐”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.ipthailand.go.th/images/๖๓๓/๒๕๖๐/๐๑/roadmap๒๐.pdf>, ๒๕๖๐.

^๕ ได้แก่ ๑) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ๒) กระทรวงการคลัง ๓) กระทรวงสาธารณสุข ๔) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๕) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ๖) กระทรวงวัฒนธรรม ๗) กระทรวงศึกษาธิการ ๘) กระทรวงยุติธรรม ๙) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ๑๐) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ๑๑) สำนักงานงบประมาณ ๑๒) สำนักงานอัยการสูงสุด ๑๓) สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ๑๔) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ ๑๕) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ และ ๑๖) สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน)

มีศักยภาพในการแข่งขัน คือ ด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และด้านทรัพยากรพันธุกรรม (Genetic Resources: GRs) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Traditional Knowledge: TK) และการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional cultural expressions: TCEs)

IP Roadmap ของประเทศในด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อาจแยกพิจารณาได้ ดังนี้

๑. ประเด็นปัญหา--- ในปี ๒๕๕๙ (ขณะจัดทำ IP Roadmap) ไทยมีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ๖๗ รายการใน ๔๙ จังหวัด โดยยังขาดอีก ๑๓ จังหวัด ที่ไม่มีการขึ้นทะเบียนเช่น กระบี่ นครสวรรค์ กำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา และลพบุรี และอีก ๑๕ จังหวัด เช่น นราธิวาส และปัตตานี ที่ยื่นคำขอแล้วและอยู่ระหว่างกระบวนการขึ้นทะเบียน นอกจากนี้ กลุ่มชุมชนผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ยังขาดความเข้าใจและไม่ทราบประโยชน์ของการขึ้นทะเบียน ที่จะช่วยยกระดับราคาสินค้า ตลอดทั้งไม่มีกระบวนการควบคุมคุณภาพการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

๒. เป้าหมาย--- เพื่อให้ผู้ผลิต ชุมชนพื้นที่ ผู้บริโภค เข้าใจความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และมีระบบควบคุมและรักษาคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ได้มาตรฐาน

๓. แผนการดำเนินงาน--- สร้างความเข้าใจเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้แก่ชุมชนผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์พัฒนาระบบการขึ้นทะเบียนทั้งในและต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพส่งเสริมการตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพิ่มจำนวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ครบ ๗๗ จังหวัด สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดให้มีระบบควบคุมมาตรฐาน และรักษาคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๔. ตัวชี้วัดในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔--- ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยให้ครบทุกจังหวัดและขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยในต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องปีละ ๑ รายการ

๕. หน่วยงานรับผิดชอบ--- กระทรวงพาณิชย์ (กรมทรัพย์สินทางปัญญา) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน)

กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้อง

กฎหมายไทยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์พ.ศ. ๒๕๔๖^๖ ซึ่งเป็นกฎหมายที่ออกมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันมิให้ประชาชนสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้า และเพื่อเป็นการอนุวัติการให้เป็นไปตามพันธกรณีที่ประเทศไทยมีตามความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า หรือความตกลงทริปส์ (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights: TRIPs)

พระราชบัญญัติฯ ฉบับนี้ ได้กำหนดคำนิยามของ “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” ไว้ว่า หมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และที่สามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งทางภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว โดยกำหนดให้มีการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยมีเงื่อนไขสำคัญในการขอขึ้นทะเบียนคือ คุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ ของสินค้าที่จะใช้กับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นจะต้องมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่นหรือสถานที่ภูมิศาสตร์ด้วย

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัติฯ แบ่งออกเป็น ๒ ระดับ ได้แก่ การคุ้มครองระดับปกติ (มาตรา ๒๗) และระดับพิเศษ(มาตรา ๒๘)

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระดับปกติใช้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั่วไปที่ได้รับการขึ้นทะเบียน โดยมีมุ่งป้องกันมิให้มีการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้ในลักษณะที่จะทำให้ผู้บริโภคสับสนหลงผิดในแหล่งที่มาของสินค้านั้น เช่น ผู้ผลิตไข่เค็มที่ชลบุรี ไม่สามารถใช้คำว่า “ไข่เค็มไชยา” กับสินค้าของตน หากทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าไข่เค็มนั้นมาจากอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยกำหนดให้การกระทำต่อไปนี้ถือเป็นการกระทำที่มีขอบ

(๑) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อแสดงหรือทำให้บุคคลอื่นหลงเชื่อว่าสินค้าที่ไม่ได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว หรือ

(๒) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นของสินค้านั้น เพื่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการรายอื่น

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระดับพิเศษใช้สำหรับ “สินค้าเฉพาะอย่าง” ได้แก่ ข้าว ไหม ไวน์ และ สุรา โดยหากมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับข้าว ไหม ไวน์ และสุรา ที่ไม่ได้มีแหล่งภูมิศาสตร์ตามที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียน จะถือเป็นการกระทำโดยมิชอบ (ละเมิด) แม้ว่าผู้ใช้จะได้ระบุแหล่งภูมิศาสตร์อันแท้จริงของสินค้าหรือได้ใช้คำหรือมีการกระทำการใดๆ ที่แสดงให้ทราบถึงแหล่งภูมิศาสตร์อันแท้จริงของสินค้านั้นก็ตาม เช่น การใช้คำว่า “ชนิด” “ประเภท” “แบบ” หรือ คำหรือสิ่งทำนองเดียวกัน ประกอบกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ใช้กับสินค้านั้น ตัวอย่างเช่น สินค้าสุราที่

^๖กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. “ความรู้เบื้องต้นเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : www.ipthailand.go.th/th/faq/item/ความรู้เบื้องต้นเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.html, ๒๕๔๗.

ผลิตจากแหล่งภูมิศาสตร์อื่นที่ไม่ใช่แคว้นบอร์โดซ์ของฝรั่งเศสแต่ระบุที่สินค้าสุร่าว่าเป็นสุร่า “แบบบอร์โดซ์” เป็นต้น

ผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติฯ ได้แก่ (ก) ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรอื่นของรัฐที่เป็นนิติบุคคลซึ่งมีเขตรับผิดชอบครอบคลุมบริเวณแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น (ข) บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า และ (ค) กลุ่มผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

เมื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไว้แล้ว ก็จะได้รับ ความคุ้มครองตลอดไป โดยไม่มีกำหนดระยะเวลา โดยผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นและผู้ประกอบการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นมีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนดังกล่าว อย่างไรก็ตาม หากปรากฏว่ามีผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา นายทะเบียนอาจมีคำสั่งให้ระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเป็นระยะเวลาไม่เกินสองปีนับจากวันที่ได้รับแจ้งคำสั่ง นอกจากนี้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้วอาจถูกเพิกถอนได้ถ้า (ก) การขอขึ้นทะเบียนหรือการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้กระทำไปโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายหรืออำพราง หรือมีรายการข้อความผิดจากความเป็นจริงในขณะที่รับขึ้นทะเบียนหรือ (ข) สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปและการเปลี่ยนแปลงนั้นทำให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีลักษณะต้องห้ามตามที่กฎหมายกำหนด หรือทำให้รายการเกี่ยวกับแหล่งภูมิศาสตร์หรือรายการอื่นเปลี่ยนแปลงไปจากที่บันทึกไว้ในทะเบียน

ความเสี่ยงของหน่วยงานภาครัฐ และการบริหารความเสี่ยง

ความเสี่ยงของหน่วยงานภาครัฐมีความแตกต่างจากภาคเอกชน เนื่องจากวิสัยทัศน์และภารกิจที่แตกต่างกัน โดยในภาคเอกชนนั้น ความเสี่ยงทางการเงินเป็นความเสี่ยงที่สำคัญที่สุด เพราะแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานจะมุ่งเน้นไปที่การสร้างกำไรสูงสุด ในขณะที่ความเสี่ยงของหน่วยงานภาครัฐมักเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในเชิงการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานมุ่งเน้นการตอบสนองนโยบายรัฐและการให้บริการประชาชน ความเสี่ยงของหน่วยงานภาครัฐที่สำคัญ^๗ ได้แก่

๑. ความเสี่ยงเชิงนโยบาย --- ครอบคลุมความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและแผนกลยุทธ์ของหน่วยงานรวมถึงการตัดสินใจด้านบริหารที่ส่งผลต่อทิศทางของหน่วยงาน

^๗ ผศ.ดร.ชัยณรงค์ ชันฉนิก. “การบริหารความเสี่ยงขององค์กร”.(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://kmscpctu.wordpress.com/๒๐๑๑/๐๗/๐๓/การบริหารความเสี่ยงของ-๒. ๒๕๕๔.>

๒. ความเสี่ยงจากการดำเนินงาน --- เป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในกระบวนการทำงานตามแผนยุทธศาสตร์และส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ เช่น การขาดความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การออกแบบกระบวนการปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสม การปฏิบัติงานผิดพลาดหรือล่าช้า การขาดข้อมูลหรือเครื่องมือที่จำเป็น เป็นต้น

๓. ความเสี่ยงทางการเงิน --- การบริหารงบประมาณที่ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ อาจทำให้โครงการหรือการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องหรือสำเร็จลุล่วงภายใต้กรอบเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจเป็นเพราะการประเมินค่าใช้จ่ายของโครงการไว้ต่ำกว่าที่ควรจะเป็นหรือการเพิ่มขึ้นของราคาวัสดุอุปกรณ์ รวมไปถึงการขาดการจัดสรรเงินหรือทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม

๔. ความเสี่ยงด้านเหตุการณ์ --- เหตุการณ์ที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุม เช่น ความเสี่ยงทางการเมือง การโยกย้ายผู้บริหาร ภัยธรรมชาติ ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ไม่ได้เกิดเป็นประจำ แต่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ตามแผนยุทธศาสตร์ และไม่สามารถคาดการณ์การเกิดความสูญเสียได้อย่างแม่นยำ

ในการดำเนินงานต่างๆของหน่วยงานภาครัฐควรมีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้น โดยอาจยึดแนวทางการบริหารความเสี่ยง(Risk Management)ซึ่งประกอบด้วย๑) การวางแผนความเสี่ยง ๒) การประเมินความเสี่ยงด้านต่างๆ ๓) การพัฒนาทางเลือกในการบริหารความเสี่ยง๔) การตรวจสอบความเสี่ยงเพื่อหาว่าความเสี่ยงได้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร และ๕) บันทึกการบริหารความเสี่ยงทั้งหมด^๕

หลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

ในการดำเนินงานเพื่อปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ กล่าวคือในการดำเนินงานและบริหารราชการใดๆ จะต้องเป็นไปเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังต่อไปนี้

- (๑) เกิดประโยชน์สุขของประชาชน
- (๒) เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ
- (๓) มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ
- (๔) ไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานเกินความจำเป็น
- (๕) มีการปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการให้ทันต่อเหตุการณ์

^๕เรื่องเดียวกัน.

(๖) ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวก และได้รับการตอบสนองความต้องการ

(๗) มีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงหลักธรรมาภิบาลตามที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๒ อันประกอบด้วย^๙

(๑) หลักนิติธรรม หมายถึง การตรากฎหมายที่ถูกต้อง เป็นธรรม การดำเนินการให้ถูกต้องตามหลักกฎหมาย การกำหนดกฎ กติกา และมีการปฏิบัติตามกฎ กติกาที่ตกลงกันไว้ได้อย่างเคร่งครัดโดยคำนึงถึงสิทธิ เสรีภาพ ความยุติธรรมของประชาชน

(๒) หลักคุณธรรม หมายถึง การยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม การส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนพัฒนาตนเองไปพร้อมกัน เพื่อให้คนไทยมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบอาชีพสุจริตจนเป็นนิสัย

(๓) หลักความโปร่งใส หมายถึง การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในชาติ โดยปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรทุกองค์กรให้มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

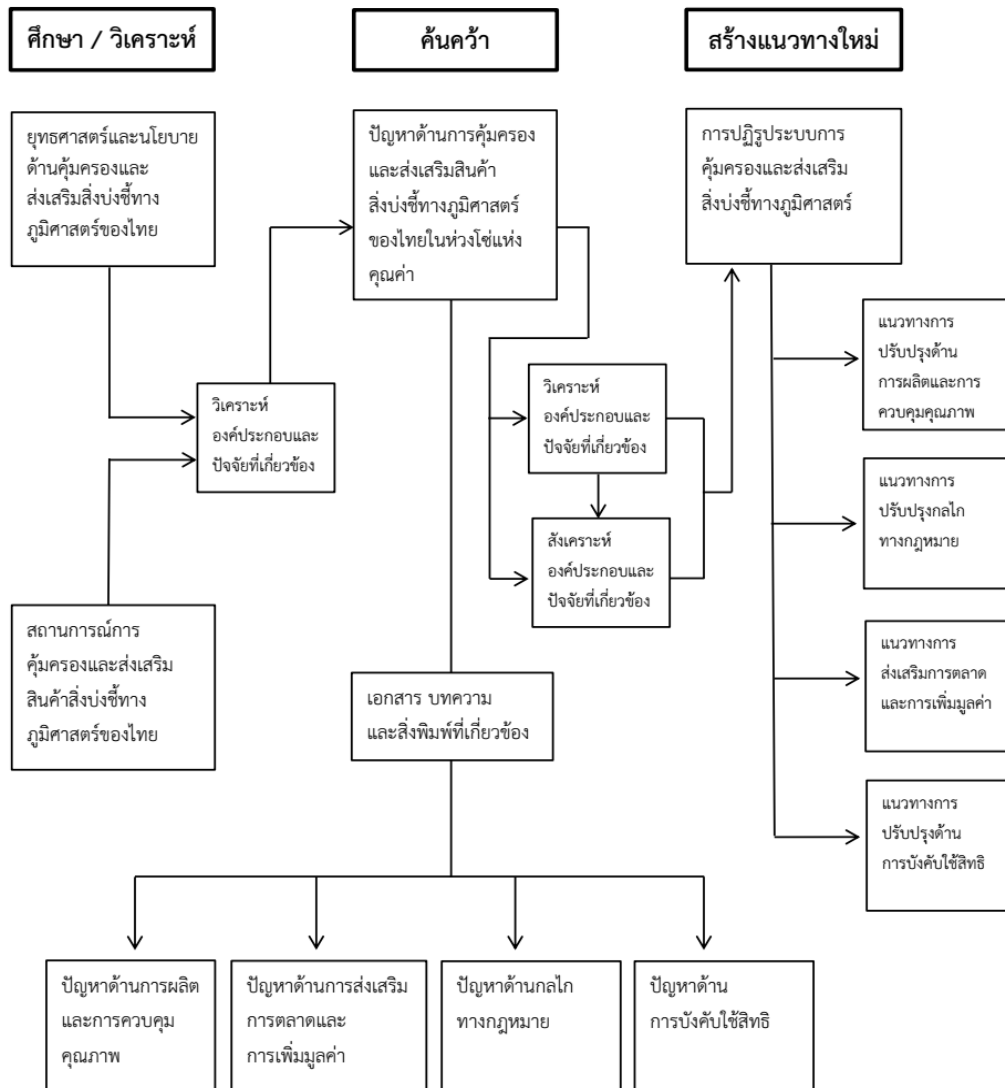
(๔) หลักการมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้และแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจปัญหาสำคัญของประเทศ ไม่ว่าจะด้วยวิธีการแสดงความคิดเห็น การตรวจสอบการทำงานของภาครัฐ การทำประชาพิจารณ์ การร่วมลงประชามติ หรืออื่นๆที่เปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม

(๕) หลักความรับผิดชอบ หมายถึง การตระหนักในสิทธิหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาสาธารณะของบ้านเมืองและการกระทำความผิดหรือร้นในการแก้ปัญหา ตลอดจนการเคารพในความคิดเห็นที่แตกต่างและความกล้าที่จะยอมรับผลดีและผลเสียจากการกระทำของตนเอง

(๖) หลักความคุ้มค่า หมายถึง การบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม โดยการรณรงค์ให้คนไทยมีความประหยัด ใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีคุณภาพสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก และมีการรักษาพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

^๙รศ.ดร.นิยม รัฐอมฤต. “ธรรมาภิบาล”.(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://wiki.kpi.ac.th/index.php,๒๕๖๒>.

กรอบแนวคิดของการวิจัย



สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย ได้แก่ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนปฏิบัติราชการของกระทรวงพาณิชย์ ปี ๒๕๖๒ แผนปฏิบัติราชการของกรมทรัพย์สินทางปัญญาปี ๒๕๖๒ แผนที่นำทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา (IPRoadmap)กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย หลักการบริหารความเสี่ยง และหลักการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีพบว่ายุทธศาสตร์ นโยบาย และกฎหมายของประเทศในปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หลายส่วน

ในระดับยุทธศาสตร์ชาติสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นับเป็นต้นทุนทางปัญญาของคนในชุมชนซึ่งสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ โดยหากพิจารณา “แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน” คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติที่นายกรัฐมนตรีเป็นประธานได้ให้ความเห็นชอบในหลักการในการประชุมคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติครั้งที่ ๕/๒๕๖๑^{๑๐} เมื่อวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๑ จะพบว่าได้ระบุแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของประเทศในหลายด้าน โดยด้านที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มากที่สุด คือ “เกษตรสร้างมูลค่า” โดยเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม “เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น” ซึ่งรวมถึงสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงการปรับแหล่งพื้นที่ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงบูรณาการและผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์ของชุมชนคนในพื้นที่และเอกลักษณ์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและแตกต่างที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและคนในพื้นที่ได้

นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ยังได้กำหนด “ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน” ซึ่งครอบคลุม “การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวม” ทั้งในภาคการเงินและการคลัง และ “การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ” ซึ่งรวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย ทั้งนี้แผนสนับสนุนยุทธศาสตร์ข้างต้นยังปรากฏรายละเอียดในแผนปฏิบัติการของกระทรวงพาณิชย์ ปี ๒๕๖๒ ซึ่งประกอบด้วยพันธกิจสำคัญที่รวมถึงการยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางการค้าโดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และเศรษฐกิจภาคการค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการในทุกระดับอย่างครบวงจรตลอดจนพันธกิจด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง โดยส่งเสริมการสร้างอาชีพ พัฒนาธุรกิจท้องถิ่น และขยายช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการชุมชนและเกษตรกร ซึ่งเป็นพันธกิจที่เชื่อมโยงกับการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานรากด้วยการพัฒนาและส่งเสริมการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

นอกจากนี้กรมทรัพย์สินทางปัญญาในฐานะหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ที่กำกับดูแลพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๕๖ และมีภาระหน้าที่เกี่ยวข้องกับการขึ้นทะเบียนและคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยครอบคลุมห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทาง

^{๑๐} กลุ่มประชาสัมพันธ์และเผยแพร่สำนักโฆษก. “นายกรัฐมนตรีเป็นประธานการประชุมคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ ครั้งที่ ๕ / ๒๕๖๑”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :<https://www.thai.gov.th/news/contents/details/๑๗๒๑๘,๒๕๖๑>.

ภูมิศาสตร์ตลอดสาย ตั้งแต่การผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาต่อยอด และการตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็ได้กำหนดแผนปฏิบัติการของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ปี ๒๕๖๒ ซึ่งเอื้อต่อการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพันธกิจสองประการ ได้แก่การให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและส่งเสริมการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ และการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ ความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ถูกเน้นย้ำอีกครั้งโดยคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน โดยได้เห็นชอบแผนที่นำทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศซึ่งครอบคลุมเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการเฉพาะ โดยมีการกำหนดประเด็นปัญหา เป้าหมาย แผนการดำเนินงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และตัวชี้วัดในการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน

ยุทธศาสตร์ นโยบาย กฎหมายแผนกที่นำทาง และหลักการต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น นับเป็นกลไกเชิงนโยบายที่สำคัญที่จะช่วยกำหนดทิศทางการดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน คือ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

ในบทถัดไปจะได้กล่าวถึงสถานการณ์ด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยในปัจจุบัน ตลอดทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในมิติต่างๆ มากยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางการปฏิรูปการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต่อไป

บทที่ ๓

สถานการณ์และปัญหาด้านการคุ้มครองและส่งเสริม สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย

สถานการณ์ด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย ในปัจจุบัน

การส่งเสริมการขึ้นทะเบียน การคุ้มครอง และการตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นนโยบายสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นสิ่งที่จะสามารถช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของชุมชนซึ่งมีรากฐานจากการผลิต สินค้าเกษตร เกษตรแปรรูป หัตถกรรม และอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง และมีความเชื่อมโยง กับแหล่งผลิตในพื้นที่ท้องถิ่นและโดยที่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กระจายตัวอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ การส่งเสริมการผลิตและการจำหน่ายสินค้า ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ แหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศจึงเป็นแนวทางที่สามารถ ดำเนินการไปอย่างเกื้อกูลพร้อมกันได้

ปัจจุบันกรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหน่วยงานหลักที่กำกับดูแลงานด้านสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ รวมถึงพระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ฯ โดยมีแนวทางในการพัฒนาใน ๓ ด้านหลัก ได้แก่

๑. การส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยทั้งในและต่างประเทศ
๒. การส่งเสริมการจัดทำระบบควบคุมคุณภาพภายในสำหรับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์และการตรวจสอบรับรองด้วยระบบควบคุมภายนอก
๓. การส่งเสริมการหาช่องทางการตลาดและเผยแพร่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นที่รู้จัก

ที่ผ่านมากรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ให้ความสำคัญและผลักดันให้ชุมชน วิสาหกิจชุมชน เกษตรกร และผู้ประกอบการในท้องถิ่นเล็งเห็นถึงความสำคัญของการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการจัดทำระบบควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อให้กระบวนการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ของไทยได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตลอดจนส่งเสริมให้มีการติดตาม สัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสร้างการรับรู้และจดจำในกลุ่ม สาธารณชนให้ทราบว่าสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าที่มีความเฉพาะและเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีความ แตกต่างจากสินค้าอื่นๆโดยทั่วไป นอกจากนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญายังช่วยส่งเสริมการตลาด ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งผลิตสินค้าในท้องถิ่น ต่างๆ เพื่อความกินดีอยู่ดีของชุมชนอันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยพัฒนาประเทศให้มั่นคง มั่งคั่ง และ ยั่งยืน

ปัจจุบันไทยมีรายการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา รวม ๑๒๗ รายการ เป็นสินค้าไทย ๑๑๑ รายการ จาก ๗๑ จังหวัด และสินค้าต่างประเทศ ๑๖ รายการ จาก ๘ ประเทศ โดยมีสินค้าใหม่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ แล้ว จำนวน ๔ สินค้า ได้แก่ ทูเรียนสาธิตกาฟังกา กาแฟวังน้ำเขียว ข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ และมะม่วงยายกลั่นนทบุรี รายละเอียดปรากฏตามตารางด้านล่าง

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่ วันที่ประกาศรับขึ้น ทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๑	สข ๔๘๒๐๐๐๐๑ ๑๔ ตุลาคม ๒๕๔๘	พิสโก Pisco	ประเทศเปรู Peru	๔๗๒๐๐๐๐๑	๒๗ สิงหาคม ๒๕๔๗
๒	สข ๔๘๑๐๐๐๐๒ ๑๔ ตุลาคม ๒๕๔๘	ส้มโอนครชัยศรี Nakonchaisri Pomelo	นครปฐม Nakhon Pathom	๔๗๑๐๐๐๐๒	๒๙ กันยายน ๒๕๔๗
๓	สข ๔๘๑๐๐๐๐๓ ๑๔ ตุลาคม ๒๕๔๘	มะขามหวานเพชรบูรณ์ Phetchabun Sweet Tamarind	เพชรบูรณ์ Phetchabun	๔๘๑๐๐๐๐๔	๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๔๘
๔	สข ๔๘๑๐๐๐๐๔ ๒ พฤษภาคม ๒๕๔๙	หมูย่างเมืองตรัง Trang Roast Pork	ตรัง Trang	๔๘๑๐๐๐๐๗	๒๗ มิถุนายน ๒๕๔๘
๕	สข ๔๘๑๐๐๐๐๕ ๒ พฤษภาคม ๒๕๔๙	กาแฟดอยตุง Doi Tung Coffee	เชียงราย Chiangrai	๔๘๑๐๐๐๐๙	๑๕ สิงหาคม ๒๕๔๘
๖	สข ๔๘๑๐๐๐๐๖ ๒ พฤษภาคม ๒๕๔๙	ไวน์ที่ราบสูงภูเรือ Phurua Plateau Wine	เลย Loei	๔๘๑๐๐๐๑๑	๒๕ สิงหาคม ๒๕๔๘
๗	สข ๔๘๑๐๐๐๐๗ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๔๙	ส้มโอขาวแตงกวาชัยนาท ChainatKhaotangkwa Pomelo	ชัยนาท Chainat	๔๘๑๐๐๐๐๕	๘ มิถุนายน ๒๕๔๘
๘	สข ๔๘๑๐๐๐๐๘ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๔๙	สับปะรดศรีราชา Sriracha Pineapple	ชลบุรี Chonburi	๔๘๑๐๐๐๑๐	๑๕ สิงหาคม ๒๕๔๘
๙	สข ๔๘๒๐๐๐๐๙ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๔๙	แชมเปญ Champagne	ฝรั่งเศส France	๔๘๒๐๐๐๑๕	๑๒ ตุลาคม ๒๕๔๘
๑๐	สข ๔๘๑๐๐๐๑๐ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๔๙	หอยนางรมสุราษฎร์ธานี Suratthani Oyster	สุราษฎร์ธานี Suratthani	๔๘๑๐๐๐๑๘	๑๓ มกราคม ๒๕๔๙
๑๑	สข ๔๘๑๐๐๐๑๑ ๒๘ มิถุนายน ๒๕๔๙	ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง SangyodMuangPhatthalung Rice	พัทลุง Phatthalung	๔๘๑๐๐๐๑๙	๑๔ มีนาคม ๒๕๔๙
๑๒	สข ๔๘๑๐๐๐๑๒ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๙	สับปะรดภูแลเชียงราย ChiangraiPhulae Pineapple	เชียงราย Chiangrai	๔๘๑๐๐๐๑๖	๘ พฤศจิกายน ๒๕๔๘
๑๓	สข ๔๘๑๐๐๐๑๓ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๙	สับปะรดนางแล Nanglae Pineapple	เชียงราย Chiangrai	๔๘๑๐๐๐๑๗	๘ พฤศจิกายน ๒๕๔๘
๑๔	สข ๔๘๑๐๐๐๑๔ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๔๙	ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี SakonDhavapiHaang Golden Aromatic Rice	สกลนคร SakonNakorn	๔๘๑๐๐๐๑๖	๒๖ กรกฎาคม ๒๕๔๙
๑๕	สข ๕๐๑๐๐๐๑๕ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐	ผ้าตีนจกแม่แจ่ม Mae Jaem Teen Jok Fabric	เชียงใหม่ Chiangmai	๔๘๑๐๐๐๐๘	๔ สิงหาคม ๒๕๔๘

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่วันที่ประกาศรับขึ้นทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๑๖	สช ๕๐๒๐๐๐๑๖ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐	บรูเนลโลดี มอนตาลซินโน <i>Brunello Di Montalcino</i>	อิตาลี <i>Italy</i>	๔๙๒๐๐๐๒๑	๘ พฤษภาคม ๒๕๕๙
๑๗	สช ๕๐๒๐๐๐๑๗ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐	คอนยัค <i>Cognac</i>	ฝรั่งเศส <i>France</i>	๔๙๒๐๐๐๒๒	๒๙ พฤษภาคม ๒๕๕๙
๑๘	สช ๕๐๑๐๐๐๑๘ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐	กาแฟดอยช้าง DoiChaang Coffee	เชียงราย Chiangrai	๔๙๑๐๐๐๒๕	๒๘ กรกฎาคม ๒๕๕๙
๑๙	สช ๕๐๑๐๐๐๑๙ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐	ไข่เค็มไชยา Chaiya Salted Eggs	สุราษฎร์ธานี Suratthani	๔๙๑๐๐๐๒๘	๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๙
๒๐	สช ๕๐๑๐๐๐๒๐ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐	ผ้าไหมยกดอกลำพูน Lamphun Brocade Thai Silk	ลำพูน Lamphun	๕๐๑๐๐๐๓๒	๑๔ มีนาคม ๒๕๕๐
๒๑	สช ๕๐๑๐๐๐๒๑ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐	ผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์ PraewaKalasin Thai Silk	กาฬสินธุ์ Kalasin	๕๐๑๐๐๐๓๖	๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๐
๒๒	สช ๕๐๑๐๐๐๒๒ ๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๐	ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ Thung Kula Rong-Hai Thai Hom Mali Rice	ร้อยเอ็ด Roi et, ยโสธร Yasothon, สุรินทร์ Surin, มหาสารคาม Mahasarakham, ศรีสะเกษSisaket	๔๙๑๐๐๐๒๐	๒๘ เมษายน ๒๕๕๙
๒๓	สช ๕๐๑๐๐๐๒๓ ๓ มิถุนายน ๒๕๕๑	ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ SurinHom Mali Rice	สุรินทร์ Surin	๔๘๑๐๐๐๐๓	
๒๔	สช ๕๐๑๐๐๐๒๔ ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒	ข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้ KhaoJekChuey Sao Hai	สระบุรี Saraburi	๕๐๑๐๐๐๓๑	๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๐
๒๕	สช ๕๐๑๐๐๐๒๕ ๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๒	ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร KhaoLeuangPatewChumphon	ชุมพร Chumphon	๕๐๑๐๐๐๔๑	๒๖ กันยายน ๒๕๕๐
๒๖	สช ๕๐๑๐๐๐๒๖ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๒	ข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์ KaowongKalasin Sticky Rice	กาฬสินธุ์ Kalasin	๕๐๑๐๐๐๓๗	๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๐
๒๗	สช ๕๐๒๐๐๐๒๗ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๒	โปรซชุตโต ดิปาร์มา <i>Prosciutto Di Parma</i>	อิตาลี <i>Italy</i>	๔๙๒๐๐๐๒๔	๒๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙
๒๘	สช ๕๐๑๐๐๐๒๘ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๒	ร่มบ่อสร้าง Bor Sang Umbrella	เชียงใหม่ Chiangmai	๔๙๑๐๐๐๒๓	๑ มิถุนายน ๒๕๕๙
๒๙	สช ๕๐๑๐๐๐๒๙ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๒	เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง Ban Chiang Pottery	อุดรธานี UdonThani	๕๐๑๐๐๐๓๙	๑๐ สิงหาคม ๒๕๕๐
๓๐	สช ๕๐๑๐๐๐๓๐ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๒	ศิลาดลเชียงใหม่ Chiangmai Celadon	เชียงใหม่ Chiangmai	๕๐๑๐๐๐๔๐	๓๑ สิงหาคม ๒๕๕๐

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่ วันที่ประกาศรับขึ้น ทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๓๑	สช ๕๒๑๐๐๓๑ ๒๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๒	สับปะรดภูเก็ต Phuket Pineapple	ภูเก็ต Phuket	๕๐๑๐๐๔๒	๒๖ ตุลาคม ๒๕๕๐
๓๒	สช ๕๒๒๐๐๓๒ ๒๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๒	สก๊อตช์ วิสกี้ Scotch Whisky	สก๊อตแลนด์ Scotland	๕๐๒๐๐๓๘	๑๓ กรกฎาคม ๒๕๕๐
๓๓	สช ๕๓๑๐๐๓๓ ๓๐ เมษายน ๒๕๕๓	เครื่องจักสานพนัสนิคม PhanatNikhom Basketry	ชลบุรี Chon Buri	๔๘๑๐๐๑๒	๒๖ สิงหาคม ๒๕๕๘
๓๔	สช ๕๓๑๐๐๓๔ ๓๐ เมษายน ๒๕๕๓	ชมพูเพชร Phet Rose Apple	เพชรบุรี Petchaburi	๕๑๑๐๐๕๔	๑๗ เมษายน ๒๕๕๑
๓๕	สช ๕๓๑๐๐๓๕ ๓๐ เมษายน ๒๕๕๓	ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท ChonnabotMudmee Thai Silk	ขอนแก่น Khonkaen	๕๒๑๐๐๕๘	๑๔ มกราคม ๒๕๕๒
๓๖	สช ๕๔๑๐๐๓๖ ๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๔	นาป่า วัลเลย์ "Napa Valley"	สหรัฐอเมริกา USA	๕๑๒๐๐๔๙	๑๒ มิถุนายน ๒๕๕๑
๓๗	สช ๕๔๑๐๐๓๗ ๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๔	กล้วยหินบันนังสตา GluyHinBannangSata	ยะลา Yala	๕๒๑๐๐๖๑	๘ มิถุนายน ๒๕๕๒
๓๘	สช ๕๔๑๐๐๓๘ ๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๔	ญอกมละบรินัน Yok Mlabri Nan	น่าน Nan	๕๓๑๐๐๗๓	๒๓ ธันวาคม ๒๕๕๓
๓๙	สช ๕๕๑๐๐๓๙ ๓๑ มกราคม ๒๕๕๕	ข้าวกำลันทนา Khao Kum Lanna	เชียงใหม่Chiangmai เชียงราย Chiangrai ลำปางLampang ลำพูนLamphun แพร่Phraenán Nan พะเยาPhayao แม่ฮ่องสอน Maehongson	๕๑๑๐๐๕๓	๑๗ กันยายน ๒๕๕๑
๔๐	สช ๕๕๑๐๐๔๐ ๓๑ มกราคม ๒๕๕๕	เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด Kohkret Pottery	นนทบุรี Nonthaburi	๕๓๑๐๐๖๘	๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๓
๔๑	สช ๕๕๑๐๐๔๑ ๓๑ มกราคม ๒๕๕๕	กระท้อนหอบางกร่าง Kathon-Hor-Bangkrang	นนทบุรี Nonthaburi	๕๓๑๐๐๖๙	๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๓
๔๒	สช ๕๕๑๐๐๔๒ ๓๑ มกราคม ๒๕๕๕	ทุเรียนนนท์ Nont Durian	นนทบุรี Nonthaburi	๕๓๑๐๐๗๐	๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๓
๔๓	สช ๕๕๑๐๐๔๓ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๕๕	ลิ้นจี่คอมสมุทรสงคราม SamutsongkhramKom Lychee	สมุทรสงคราม Samutsongkhram	๕๑๑๐๐๔๕	๑๐ มีนาคม ๒๕๕๑
๔๔	สช ๕๕๒๐๐๔๔ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๕๕	ตากีล่า Tequila	ประเทศเม็กซิโก Mexico คอนเซโฆ ริกุลาตอร์ เคลตากีล่า	๕๑๒๐๐๕๐	๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๑

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่วันที่ประกาศรับขึ้นทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๔๕	สข ๕๕๑๐๐๐๔๕ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๕๕	ส้มโอบัวใหญ่สมุทรสงคราม Som-O KhaoYaiSamutsongkram	สมุทรสงคราม Samutsongkhram	๕๓๑๐๐๐๖๖	๑๙ มีนาคม ๒๕๕๓
๔๖	สข ๕๕๑๐๐๐๔๖ ๒๖ มิถุนายน ๒๕๕๕	ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง PakpanangTabtimsiam Pomelo	นครศรีธรรมราช Nakhonsithammarat	๕๓๑๐๐๐๗๑	๑๓ กันยายน ๒๕๕๓
๔๗	สข ๕๖๑๐๐๐๔๗ ๙ เมษายน ๒๕๕๖	มะพร้าวเกาะพะงัน KOH PHANGAN COCONUT	สุราษฎร์ธานี Suratthani	๕๓๑๐๐๐๕๑	๑ กันยายน ๒๕๕๑
๔๘	สข ๕๖๑๐๐๐๔๘ ๙ เมษายน ๒๕๕๖	น้ำตาลโตนดเมืองเพชร NamtarnTanodeMuangPetch	เพชรบุรี Petchaburi	๕๓๑๐๐๐๕๔	๑๖ กันยายน ๒๕๕๑
๔๙	สข ๕๖๑๐๐๐๔๙ ๙ เมษายน ๒๕๕๖	ขนมหม้อแกงเมืองเพชร KanomMorKaengMuangPetch	เพชรบุรี Petchaburi	๕๒๑๐๐๐๖๐	๑ เมษายน ๒๕๕๒
๕๐	สข ๕๖๑๐๐๐๕๐ ๙ เมษายน ๒๕๕๖	เส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน Isan Indigenous Thai Silk Yarn	หนองคายNongKhai นครพนม nakhonphanom มุกดาหาร mukdahan ชัยภูมิ chaiyaphum สกลนคร sakonnakhon อุดรธานี udonthani เลย loei ขอนแก่น khonkaen มหาสารคาม mahasarakham กาฬสินธุ์ kalasin ร้อยเอ็ด roiet ยโสธร yasothon นครราชสีมา nakhonratchasima บุรีรัมย์ buriramสุรินทร์ surin ศรีสะเกษsisaket อุบลราชธานี ubonratchathani หนองบัวลำภู Nongbualumphu อำนาจเจริญ amnatcharoen บึงกาฬ buengkhan	๕๔๑๐๐๐๘๐	๒๕ สิงหาคม ๒๕๕๔
๕๑	สข ๕๖๑๐๐๐๕๑ ๑๐ กันยายน ๒๕๕๖	มะนาวเพชรบุรี ManaoPetchaburi	เพชรบุรี Petchaburi	๕๓๑๐๐๐๕๕	๑๖ กันยายน ๒๕๕๑

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่วันที่ประกาศรับขึ้นทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๕๒	สข ๕๖๑๐๐๐๕๒ ๑๐ กันยายน ๒๕๕๖	ส้มโอท่าข่อยเมืองพิจิตร Som-O ThakhoiMueangPichit	พิจิตร Pichit	๕๑๑๐๐๐๕๓	๒๗ กันยายน ๒๕๕๕
๕๓	สข ๕๖๒๐๐๐๕๓ ๑๘ กันยายน ๒๕๕๖	บาร์บารesco Barbaresco	อิตาลี Italy	๕๒๒๐๐๐๖๓	๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๒
๕๔	สข ๕๖๑๐๐๐๕๔ ๑๘ กันยายน ๒๕๕๖	ส้มสีทองน่าน Nan Golden Orange	น่าน Nan	๕๓๑๐๐๐๖๕	๔ มีนาคม ๒๕๕๓
๕๕	สข ๕๖๑๐๐๐๕๕ ๑๘ กันยายน ๒๕๕๖	ข้าวแต่นลำปาง LampangKhao Tan	ลำปาง Lampang	๕๔๑๐๐๐๘๒	๘ กันยายน ๒๕๕๔
๕๖	สข ๕๖๑๐๐๐๕๖ ๑๘ กันยายน ๒๕๕๖	สับปะรดห้วยมุ่น PineappleHauymon	อุดรดิตต์ Uttaradit	๕๕๑๐๐๐๘๘	๑๓ มิถุนายน ๒๕๕๕
๕๗	สข ๕๖๑๐๐๐๕๗ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๖	ครกหินอ่างศิลา Angsila mortar stone	ชลบุรี Chonburi	๔๘๑๐๐๐๑๓	๒๙ กันยายน ๒๕๔๘
๕๘	สข ๕๖๒๐๐๐๕๘ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๖	บาโรโล (Barolo)	อิตาลี Italy	๕๒๒๐๐๐๖๒	๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๒
๕๙	สข ๕๖๑๐๐๐๕๙ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๖	ผ้าฝ้ายผสมขนแกะบ้านห้วยหอม Baan HuaiHom cotton wool blend fabric	แม่ฮ่องสอน Maehongson	๕๕๑๐๐๐๘๕	๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๔
๖๐	สข ๕๖๑๐๐๐๖๐ ๑๘ ธันวาคม ๒๕๕๖	ชามไก่ลำปาง Lampang Chicken Bowl หรือ Cham Kai Lampang	ลำปาง Lampang	๕๕๑๐๐๐๘๓	๘ กันยายน ๒๕๕๔
๖๑	สข ๕๖๑๐๐๐๖๑ ๑๘ ธันวาคม ๒๕๕๖	ปลาแรดลุ่มน้ำสะแกกรัง อุทัยธานี Pla Rad Lumnam Sakae KrangUthaiThani	อุทัยธานี UthaiThani	๕๕๑๐๐๐๙๒	๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๕
๖๒	สข ๕๗๑๐๐๐๖๒ ๓ กรกฎาคม ๒๕๕๗	ทุเรียนป่าละอู Durian Pa La-U	ประจวบคีรีขันธ์ Prachuap Khiri Khan	๕๕๑๐๐๐๗๕	๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔
๖๓	สข ๕๗๑๐๐๐๖๓ ๓ กรกฎาคม ๒๕๕๗	ข้าวไร้ลิ้มฟัวเพชรบูรณ์ Khao Rai LeumPuaPetchabun	เพชรบูรณ์ Petchabun	๕๖๑๐๐๐๙๔	๒๖ เมษายน ๒๕๕๖
๖๔	สข ๕๗๑๐๐๐๖๔ ๓ กรกฎาคม ๒๕๕๗	มะม่วงน้ำดอกไม้คิ่งบางกะเจ้า Nam Dok Mai Khung Bang Kacho Mango	สมุทรปราการ samutprakan	๕๖๑๐๐๐๙๙	๑๒ มิถุนายน ๒๕๕๖
๖๕	สข ๕๗๒๐๐๐๖๕ ๑๘ กันยายน ๒๕๕๗	กาแฟวนมาถวด (BUON MA THUOT COFFEE)	เวียดนาม Vietnam	๕๕๒๐๐๐๙๑	๑๐ กรกฎาคม ๒๕๕๕
๖๖	สข ๕๗๑๐๐๐๖๖ ๑๘ กันยายน ๒๕๕๗	สับปะรดท่าอุเทน ThaUthen Pineapple	นครพนม Nakhonphanom	๕๖๑๐๐๑๐๐	๒๕ มิถุนายน ๒๕๕๖
๖๗	สข ๕๗๑๐๐๐๖๗ ๑๘ กันยายน ๒๕๕๗	ลิ้นจี่นครพนม Nakhonphanom Lychee	นครพนม Nakhonphanom	๕๖๑๐๐๑๐๑	๒๕ มิถุนายน ๒๕๕๖

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่วันที่ประกาศรับขึ้นทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๖๘	สข ๕๘๑๐๐๖๘ ๑๑ มีนาคม ๒๕๕๘	ผ้าครามธรรมชาติสกลนคร Sakon Nakhon Natrual Indigo Dyed Fabric	สกลนคร Sakonnakhon	๔๙๑๐๐๐๒๗	๒๖ กรกฎาคม ๒๕๕๙
๖๙	สข ๕๘๑๐๐๖๙ ๑๑ มีนาคม ๒๕๕๘	หมากเมาสกลนคร Sakon Nakhon Mak Mao Berry	สกลนคร Sakonnakhon	๔๙๑๐๐๐๒๙	๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๙
๗๐	สข ๕๘๑๐๐๗๐ ๑๑ มีนาคม ๒๕๕๘	น้ำหมากเมาสกลนคร Sakon Nakhon Mak Mao Berry Juice	สกลนคร Sakonnakhon	๕๗๑๐๐๑๐๔	๒๓ กรกฎาคม ๒๕๕๗
๗๑	สข ๕๘๑๐๐๗๑ ๕ สิงหาคม ๒๕๕๘	กล้วยเล็บมือนางชุมพร Chumphon Ladyfinger Banana	ชุมพร chumphon	๕๖๑๐๐๐๙๗	๕ มิถุนายน ๒๕๕๖
๗๒	สข ๕๘๑๐๐๗๒ ๕ สิงหาคม ๒๕๕๘	ผ้าไหมมัดหมี่ขึ้นตีนแดงบุรีรัมย์ Phamai- madmee- ChinteandangBuriram	บุรีรัมย์ Buriram	๕๖๑๐๐๐๙๘	๑๒ มิถุนายน ๒๕๕๖
๗๓	สข ๕๘๑๐๐๗๓ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘	มุกภูเก็ต Mook Phuket	ภูเก็ต Phuket	๕๐๑๐๐๐๔๓	๒๖ ตุลาคม ๒๕๕๐
๗๔	สข ๕๘๑๐๐๗๔ ๓๐ กันยายน ๒๕๕๘	ชาเชียงราย Chiangrai Rai Tea	เชียงราย Chiangrai	๕๓๑๐๐๐๗๒	๓ กันยายน ๒๕๕๓
๗๕	สข ๕๘๑๐๐๗๕ ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๙	กาแฟเขาทะลุ Khaothalu Coffee	ชุมพร Chumphon	๕๖๑๐๐๑๐๒	๒ กรกฎาคม ๒๕๕๖
๗๖	สข ๕๘๑๐๐๗๖ ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๙	กาแฟดงมะไฟ Kafae Dong Ma Fai	นครราชสีมา Nakhonratchasima	๕๖๑๐๐๑๐๓	๑๓ กันยายน ๒๕๕๖
๗๗	สข ๕๘๑๐๐๗๗ ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๙	มะยงชิดนครนายก MayongchidNakhonnayok	นครนายก Nakhonnayok	๕๗๑๐๐๑๐๖	๒๙ กรกฎาคม ๒๕๕๗
๗๘	สข ๕๘๑๐๐๗๘ ๓๑ มีนาคม ๒๕๕๙	มะพร้าวหวานนครนายก MaprangwhanNakhonnayok	นครนายก Nakhonnayok	๕๗๑๐๐๑๐๗	๒๙ กรกฎาคม ๒๕๕๗
๗๙	สข ๕๘๒๐๐๗๙ ๑ กันยายน ๒๕๕๙	พาร์มีจิวาโน-เรจจิวาโน (Parmigiano-Reggiano)	อิตาลี Italy	๕๕๒๐๐๐๗๖	๔ มีนาคม ๒๕๕๙
๘๐	สข ๕๘๑๐๐๘๐ ๑ กันยายน ๒๕๕๙	ส้มโอพูโกยะรัง YARANG PUKO POMELO	ปัตตานี Pattani	๕๗๑๐๐๑๑๓	๔ ธันวาคม ๒๕๕๗
๘๑	สข ๕๘๑๐๐๘๑ ๑ กันยายน ๒๕๕๙	พริกบางช้าง Phrik Bang Chang	สมุทรสงคราม Samutsongkhram	๕๘๑๐๐๑๒๑	๘ มิถุนายน ๒๕๕๘
๘๒	สข ๕๘๑๐๐๘๒ ๒๘ กันยายน ๒๕๕๙	เนื้อโคขุนโพนยางคำ Pon-Yang-Khram Beef	สกลนคร SakonNakorn	๕๒๑๐๐๐๕๗	๑๙ มกราคม ๒๕๕๒

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่ วันที่ประกาศรับขึ้น ทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๘๓	สช ๕๙๑๐๐๐๘๓ ๒๘ กันยายน ๒๕๕๙	ปลาเกลือเค็มตากใบ Salted fish KulaoTak Bai	นราธิวาส Narathiwat	๕๘๑๐๐๑๒๕	๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๘
๘๔	สช ๕๙๑๐๐๐๘๔ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๙	ลองกองต้นหยงมัส LongkongTanyougmast	นราธิวาส Narathiwat	๕๔๑๐๐๐๘๑	๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๔
๘๕	สช ๕๙๑๐๐๐๘๕ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๙	ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน Lamphun Golden Dried Longan	ลำพูน Lamphun	๕๘๑๐๐๑๑๔	๑๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘
๘๖	สช ๕๙๑๐๐๐๘๖ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๙	สับปะรดบ้านคา Bankha Pineapple	ราชบุรี Ratchaburi	๕๘๑๐๐๑๒๐	๒๘ เมษายน ๒๕๕๘
๘๗	สช ๕๙๑๐๐๐๘๗ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๙	ทุเรียนปราจีน DurienPrachin	ปราจีนบุรี Prachinburi	๕๙๑๐๐๑๓๓	๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙
๘๘	สช ๖๐๒๐๐๐๘๘ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๐	พริกไทยกำปอต Kampot Pepper	กัมพูชา Cambodia	๕๘๒๐๐๑๒๓	๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๘
๘๙	สช ๖๐๒๐๐๐๘๙ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๐	น้ำตาลโตนดกำปงสเปือ Kampong Speu Palm Sugar	กัมพูชา Cambodia	๕๘๒๐๐๑๒๔	๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๘
๙๐	สช ๖๐๑๐๐๐๙๐ ๑๗ มีนาคม ๒๕๖๐	ผ้าหมักโคลนหนองสูง Nong Sung's Fermented mud cloth	มุกดาหาร Mukdahan	๕๙๑๐๐๑๓๖	๑๐ สิงหาคม ๒๕๕๙
๙๑	สช ๖๐๑๐๐๐๙๑ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๐	กาแฟเทพเสด็จ Thepsadej Coffee	เชียงใหม่ Chiangmai	๕๘๑๐๐๑๑๙	๙ มีนาคม ๒๕๕๘
๙๒	สช ๖๐๑๐๐๐๙๒ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๐	ส้มโอหอมควนลัง Pomelo HomKhuanglang	สงขลา Songkhla	๕๙๑๐๐๑๓๕	๘ สิงหาคม ๒๕๕๙
๙๓	สช ๖๐๑๐๐๐๙๓ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๖๐	ลำไยเบี้ยวเขียวลำพูน LamphunBlaokhiaoLongan	ลำพูน Lamphun	๕๙๑๐๐๑๓๗	๑๘ สิงหาคม ๒๕๕๙
๙๔	สช ๖๐๑๐๐๐๙๔ ๒๘ กันยายน ๒๕๖๐	สับปะรดตราดสีทอง Tratsi thong Pineapple	ตราด Trat	๕๘๑๐๐๑๒๖	๓ สิงหาคม ๒๕๕๘
๙๕	สช ๖๐๒๐๐๐๙๕ ๒๘ กันยายน ๒๕๖๐	ชาชานเตี้ยดหมกเจิว Shan TuyetMoc Chau Tea	เวียดนาม Vietnam	๕๙๒๐๐๑๓๘	๒๖ สิงหาคม ๒๕๕๙
๙๖	สช ๖๐๒๐๐๐๙๖ ๒๘ กันยายน ๒๕๖๐	อบเชยวันเอียน Van Yen Cinnamon	เวียดนาม Vietnam	๕๙๒๐๐๑๓๙	๒๖ สิงหาคม ๒๕๕๙
๙๗	สช ๖๐๑๐๐๐๙๗ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๐	มะพร้าวน้ำหอมราชบุรี Ratchaburi Aromatic Coconut MapraaonamhomRatchaburi	ราชบุรี Ratchaburi	๕๘๑๐๐๑๓๐	๒๙ ธันวาคม ๒๕๕๘
๙๘	สช ๖๐๑๐๐๐๙๘ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๐	หัวสุพรรณ Water Chestnuts Suphan/ HaewSuphan	สุพรรณบุรี Suphanburi	๕๙๑๐๐๑๓๑	๖ มกราคม ๒๕๕๙

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่ วันที่ประกาศรับขึ้น ทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๙๙	สช ๖๐๑๐๐๐๙๙ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๐	ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี Hom mali Rice Ubon Ratchathani Khao Hom mali Ubon Ratchathani	อุบลราชธานี Ubonratchathani	๕๙๑๐๐๑๓๔	๒๖ พฤษภาคม ๒๕๕๙
๑๐๐	สช ๖๐๑๐๐๑๐๐ ๒๒ ธันวาคม ๒๕๖๐	กล้วยไข่กำแพงเพชร Kamphaeng Phet	กำแพงเพชร Kamphaeng Phet Banana	๕๙๑๐๐๑๔๕	๓๐ กันยายน ๒๕๕๙
๑๐๑	สช ๖๑๑๐๐๑๐๑ ๒ มีนาคม ๒๕๖๑	ละมุดบ้านใหม่ Banmai Sapodilla	พระนครศรีอยุธยา Phranakhon Si Ayuttaya	๕๙๑๐๐๑๔๓	๒๙ กันยายน ๒๕๕๙
๑๐๒	สช ๖๑๑๐๐๑๐๒ ๒ มีนาคม ๒๕๖๑	ส้มบางมด Bang Mod Tangerine	กรุงเทพมหานคร Bangkok	๖๐๑๐๐๑๕๗	๑ มิถุนายน ๒๕๖๐
๑๐๓	สช ๖๑๑๐๐๑๐๓ ๒ มีนาคม ๒๕๖๑	ลิ้นจี่บางขุนเทียน Bang Khun Thien Lychee	กรุงเทพมหานคร Bangkok	๖๐๑๐๐๑๕๘	๑ มิถุนายน ๒๕๖๐
๑๐๔	สช ๖๑๑๐๐๑๐๔ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๑	ทุเรียนหลงลับแลอุตรดิตถ์ Uttaradit Long Lab - Lae Durian	อุตรดิตถ์ Uttaradit	๕๕๑๐๐๐๘๖	๑๓ มิถุนายน ๒๕๕๕
๑๐๕	สช ๖๑๑๐๐๑๐๕ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๑	ทุเรียนหลินลับแลอุตรดิตถ์ Uttaradit Lin Lab - Lae Durian	อุตรดิตถ์ Uttaradit	๕๕๑๐๐๐๘๗	๑๓ มิถุนายน ๒๕๕๕
๑๐๖	สช ๖๑๑๐๐๑๐๖ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๑	สังคโลกสุโขทัย Sangkhalok Sukhothai	สุโขทัย Sukhothai	๕๘๑๐๐๑๑๕	๑๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘
๑๐๗	สช ๖๑๑๐๐๑๐๗ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๑	กล้วยตากบางกระทุ่ม พิษณุโลก Bangkrathum Phitsanulok Dried Banana	พิษณุโลก Phisanulok	๕๘๑๐๐๑๒๙	๒๓ กันยายน ๒๕๕๘
๑๐๘	สช ๖๑๑๐๐๑๐๘ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๑	เสื่อจันทบุรี SUEA-CHAN-THA-BOON	จันทบุรี Chanthaburi	๕๔๑๐๐๐๗๗	๑๘ มีนาคม ๒๕๕๔
๑๐๙	สช ๖๑๑๐๐๑๐๙ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๑	กระท้อนตะลุง Kra Thon Ta-Lung	ลพบุรี Lopburi	๕๙๑๐๐๑๔๑	๒๗ กันยายน ๒๕๕๙
๑๑๐	สช ๖๑๑๐๐๑๑๐ ๑๓ มิถุนายน ๒๕๖๑	มะพร้าวน้ำหอมบ้านแพ้ว Banphaeo Aromatic	สมุทรสาคร Samutsakhon	๖๐๑๐๐๑๕๙	๒๖ กรกฎาคม ๒๕๖๐
๑๑๑	สช ๖๑๑๐๐๑๑๑ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๑	เงาะโรงเรียนนาสาร Rongrien Nasan Rambutan	สุราษฎร์ธานี Suratthani	๕๗๑๐๐๑๑๒	๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๗
๑๑๒	สช ๖๑๑๐๐๑๑๒ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๑	ทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษ Lava Durian Sisaket	ศรีสะเกษ Sisaket	๕๙๑๐๐๑๔๘	๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๙
๑๑๓	สช ๖๑๑๐๐๑๑๓ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๑	ไวน์เขาใหญ่ Khao Yai Wine	นครราชสีมา Nakhonratchasima	๕๙๑๐๐๑๔๙	๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๙

ตารางที่ ๓-๑ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ต่อ)

ลำดับ	ทะเบียนเลขที่ วันที่ประกาศรับขึ้น ทะเบียน	สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	จังหวัด/ประเทศ	เลขที่คำขอ	วันที่ยื่น
๑๑๔	สข ๖๑๑๐๑๑๔ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๑	เครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ Ban Mon Pottery	นครสวรรค์ Nakhon Sawan	๖๑๑๐๑๑๕๒	๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐
๑๑๕	สข ๖๑๑๐๑๑๕ ๒๗ มิถุนายน ๒๕๖๑	นิลเมืองกาญจน์ Nil MuangKan	กาญจนบุรี Kanchanaburi	๖๑๑๐๑๑๖๐	๙ สิงหาคม ๒๕๖๐
๑๑๖	สข ๖๑๑๐๑๑๑๖ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๑	ทุเรียนสาลิกาพังงา Durian SalikaPhangnga	พังงา Phangnga	๕๗๑๐๑๑๑๐	๑๒ กันยายน ๒๕๕๗
๑๑๗	สข ๖๑๑๐๑๑๑๗ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๑	กาแฟวังน้ำเขียว Wang Nam Khiao Coffee	นครราชสีมา Nakhonratchasima	๕๙๑๐๑๑๕๐	๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๙
๑๑๘	สข ๖๑๑๐๑๑๑๘ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๑	ข้าวหอมมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ KhaoHom maliThoungsamrit	นครราชสีมา Nakhonratchasima	๕๙๑๐๑๑๕๑	๒๑ ธันวาคม ๒๕๕๙
๑๑๙	สข ๖๑๑๐๑๑๑๙ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๑	มะม่วงยายกล่ำนันทบุรี YalKlam Nonthaburi Mango	นันทบุรี Nonthaburi	๖๑๑๐๑๑๑๗	๒๘ มีนาคม ๒๕๖๑
๑๒๐	สข ๖๑๑๐๑๑๒๐ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๒	ลิ้นจี่แม่ใจพะเยา Phayao Lychee Mae Chai	พะเยา Phayao	๕๘๑๐๑๑๑๘	๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘
๑๒๑	สข ๖๑๑๐๑๑๒๑ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๒	ปลาตุ๋นราหะเลนอยพัทลุง The La NoiPhatthalung Fermented Catfish	พัทลุง Phatthalung	๖๑๑๐๑๑๑๘	๔ พฤษภาคม ๒๕๖๑
๑๒๒	สข ๖๑๑๐๑๑๒๒ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๒	มะม่วงน้ำดอกไม้สระแก้ว NAM DOK MAI SAKAEW MANGO	สระแก้ว Sakaew	๖๑๑๐๑๑๑๙	๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๑
๑๒๓	สข ๖๑๑๐๑๑๒๓ ๓ พฤษภาคม ๒๕๖๒	จำปาตะสตุล SATUN CHAMPEDAK	สตุล SATUN	๖๑๑๐๑๑๑๑	๔ มิถุนายน ๒๕๖๑
๑๒๔	สข ๖๑๑๐๑๑๒๔ ๘ กรกฎาคม ๒๕๖๒	สับปะรดทองระยอง Rayong Golden Pineapple	ระยอง Rayong	๕๘๑๐๑๑๒๒	๘ มิถุนายน ๒๕๕๘
๑๒๕	สข ๖๑๑๐๑๑๒๕ ๘ กรกฎาคม ๒๕๖๒	เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน Dan Kwian Pottery	นครราชสีมา Nakhonratchasima	๖๑๑๐๑๑๑๐	๑ มิถุนายน ๒๕๖๑
๑๒๖	สข ๖๑๑๐๑๑๒๖ ๘ กรกฎาคม ๒๕๖๒	ข้าวเหนียวเขี้ยวงูเชียงราย KhaoNiewKhiaungoo Chiang Rai	เชียงราย Chiang Rai	๖๑๑๐๑๑๑๒	๖ มิถุนายน ๒๕๖๑
๑๒๗	สข ๖๑๑๐๑๑๒๗ ๘ กรกฎาคม ๒๕๖๒	กาแฟเมืองกระบี่ MuangKravi Coffee	กระบี่ Krabi	๖๑๑๐๑๑๑๔	๑๓ กรกฎาคม ๒๕๖๑

(ข้อมูล ณ วันที่ ๘ กรกฎาคม ๒๕๖๒)

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๒ กรมฯ ยังมีแผนที่จะส่งเสริมให้มีการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มอีกหลายรายการเช่น ผ้าหม้อห้อมแพรว โองมั่งกรราชบุรี พริกไทยจันทน์ กระทียมศรีสะเกษลูกหิยะรังปัตตานีข้าวกอกเดี่ยวพิจิตร และส้มโอบางบ้านแทน เป็นต้น

นอกจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีการขึ้นทะเบียนภายในประเทศดังกล่าวข้างต้นแล้ว สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยหลายสินค้าที่ได้มีการขึ้นทะเบียน และ/หรือ อยู่ระหว่างพิจารณาเตรียมการเพื่อขึ้นทะเบียนในต่างประเทศ ได้แก่

ตารางที่ ๓-๒ สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยที่ได้ขึ้นทะเบียนและ/หรืออยู่ระหว่างพิจารณาเตรียมการเพื่อขึ้นทะเบียนในต่างประเทศ

สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย	ประเทศที่ขึ้นทะเบียน	วันที่ยื่นคำขอ	วันที่ขึ้นทะเบียน
ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้	สหภาพยุโรป	๑๘ พฤศจิกายน ๒๕๕๑	๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๖
	จีน	ไทยอยู่ระหว่างพิจารณาเตรียมการ	
กาแฟดอยช้าง	สหภาพยุโรป	๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๓	๑๔ กรกฎาคม ๒๕๕๘
	ญี่ปุ่น	๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๑	อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอ
กาแฟดอยตุง	สหภาพยุโรป	๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๓	๑๔ กรกฎาคม ๒๕๕๘
	กัมพูชา	๒๙ กันยายน ๒๕๖๐	อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอ
	ญี่ปุ่น	๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๑	อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอ
ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง	สหภาพยุโรป	๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๖	๑๒ กันยายน ๒๕๕๙
เส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน	เวียดนาม	๑ สิงหาคม ๒๕๕๖	๑๘ กันยายน ๒๕๕๗
ผ้าไหมยกดอกลำพูน	อินโดนีเซีย	๒๘ กันยายน ๒๕๕๘	๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙
	อินเดีย	๑๖ ตุลาคม ๒๕๕๘	๓๐ ธันวาคม ๒๕๖๐
มะขามหวานเพชรบูรณ์	เวียดนาม	๕ ตุลาคม ๒๕๖๐	อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอ
	จีน	ไทยอยู่ระหว่างพิจารณาเตรียมการ	
ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน	เวียดนาม	๕ ตุลาคม ๒๕๖๐	อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอ
ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง	จีน	ไทยอยู่ระหว่างพิจารณาเตรียมการ	
สับปะรดห้วยมุ่น	ญี่ปุ่น	๓ สิงหาคม ๒๕๖๑	อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอ

(ข้อมูล ณ วันที่ ๕ มิถุนายน ๒๕๖๒)

นอกจากนี้ จากการสำรวจข้อมูลของกรมทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างตุลาคม ๒๕๕๘ – มิถุนายน ๒๕๖๐^{๑๑} มีข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนี้

^{๑๑}กรมทรัพย์สินทางปัญญา. “ทิศทางสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ๒๕๖๐ : GI Thailand ๒๐๑๗”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.ipthailand.go.th/images/๒๒๘๔/GI_Thailand_๒๐๑๗_-_GI_Infographic.pdf, ๒๕๖๒.

ตารางที่ ๓-๓ สัดส่วนกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ภาค	ข้อมูลกลุ่มสินค้า			
	ผู้ประกอบการ สินค้าเกษตร (ราย)	ผู้ประกอบการ สินค้าเกษตรแปรรูป (ราย)	ผู้ประกอบการสินค้า หัตถกรรมอุตสาหกรรม (ราย)	มูลค่าผลิตภัณฑ์ (บาท)
เหนือ	๕๖๙	๓๐	๔๕	๑,๙๔๘,๐๙๓,๔๐๐
อีสาน	๑๗๐	๔๓	๗๔๓	๖๗๗,๐๑๔,๘๐๐
กลาง	๓๕๖	๘	๙	๙๙,๔๘๐,๔๐๐
ใต้	๒๓๗	๓๕	๕	๗๖๑,๙๔๗,๓๕๐
ตะวันออก	๗	๐	๒๖	๕๙,๘๘๐,๐๐๐
รวม	๑,๓๓๖	๑๑๖	๘๒๘	๓,๕๔๖,๓๗๕,๙๕๐

หมายเหตุ: มูลค่าผลิตภัณฑ์คำนวณจากการนำผลรวมสินค้าที่ผลิตต่อปีของผู้ประกอบการแต่ละราย x ราคาสินค้า แล้วนำมารวมกัน

ที่มา: กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑: ๔

ตารางที่ ๓-๔ มูลค่าผลิตภัณฑ์แยกตามกลุ่มสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ข้อมูลมูลค่าผลิตภัณฑ์แยกตามกลุ่มสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์		
กลุ่มสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	มูลค่าผลิตภัณฑ์ (บาท)	สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ (%)
กลุ่มสินค้าเกษตร	๑,๓๘๒,๒๖๑,๑๕๐	๓๙
กลุ่มสินค้าเกษตรแปรรูป	๙๙๘,๖๕๑,๐๐๐	๒๘
กลุ่มสินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม	๑,๑๖๕,๔๖๓,๘๐๐	๓๓
รวม	๓,๕๔๖,๓๗๕,๙๕๐	๑๐๐

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑ : ๕

ตารางที่ ๓-๕ สิ่งที่ผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ความสำคัญ

สิ่งที่ให้ความสำคัญ	จำนวนผู้ประกอบการฯ (ราย)	สัดส่วนเปอร์เซ็นต์ (%)
การตลาด	๓๐๕	๓๔.๒๓๑
การพัฒนาการผลิต	๒๓๐	๒๕.๘๑๔
การลดต้นทุน	๑๘๖	๒๐.๘๗๖
การควบคุมคุณภาพ	๑๖๕	๑๘.๕๑๘
อื่นๆ	๕	๐.๕๖๑

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑ :๑๑

จากข้อมูลการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ส่วนใหญ่เน้นการพัฒนาการตลาด (๓๔.๒๓%) รองลงมา คือ การให้ความสำคัญกับการพัฒนาการผลิต (๒๕.๘๑๔%) การลดต้นทุน (๒๐.๘๗๖%) และการควบคุมคุณภาพ (๑๘.๕๑๘%) ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นจำนวนมากที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาในด้านใดๆ เลย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องเร่งสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้กับผู้ประกอบการทราบ และพัฒนาสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

ตารางที่ ๓-๖ การจัดทำระบบควบคุมตรวจสอบภายในของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

ระบบควบคุมตรวจสอบภายในและการขอใช้ตราสัญลักษณ์ GI	มี (%)	ไม่มี (%)
คู่มือการปฏิบัติงาน	๗๑.๑	๒๘.๙
แผนการควบคุมตรวจสอบ	๗๑.๑	๒๘.๙
คำสั่งจังหวัด และ/หรือท้องถิ่น	๕๗.๘๙๕	๔๒.๑๐๕
การใช้ตรา GI	๔๗.๓๖๘	๕๒.๖๓๒

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑. หน้า ๑๒

ตารางที่ ๓-๗ ความสามารถในการทำตลาดต่างประเทศและตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ความสามารถในการทำตลาดต่างประเทศและตลาดออนไลน์		จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	เปอร์เซ็นต์ (%)
ตลาดต่างประเทศ	มีประสบการณ์การค้าต่างประเทศ	๗๖	๓.๓๔
	ยังไม่มีประสบการณ์การค้าต่างประเทศ	๒,๒๐๑	๙๖.๖๖
ตลาดออนไลน์	เคยทำการตลาดออนไลน์	๒๖๗	๑๑.๗๑
	ไม่เคยทำการตลาดออนไลน์	๒,๐๑๓	๘๘.๒๙

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑. หน้า ๑๔, ๒๕

จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยยังคงเน้นการตลาดในประเทศเป็นหลักซึ่งมีทั้งการจำหน่ายตรงและจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางโดยมีเพียงจำนวน ๗๖ ราย (๓.๓๔%) เช่น ศิลาดลเชียงใหม่ ผ้าครามสกกลนคร กาแฟดอยช้าง (เชียงราย) และผ้า

ไหมมัดหมี่ชนบท (ขอนแก่น) เป็นต้น ที่มีประสบการณ์การส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เช่น เยอรมัน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และสวีเดน เป็นต้น นอกจากนี้ หากพิจารณาในแง่การทำตลาดออนไลน์ จะพบว่า มีผู้ประกอบการที่ไม่เคยทำตลาดออนไลน์จำนวนสูงถึง ๘๘.๒๙% และมีเพียง ๑๑.๗๑% เท่านั้นที่เคยมีประสบการณ์ทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์

ตารางที่ ๓-๘ ปริมาณการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตร

สินค้าเกษตร			
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ปริมาณการผลิตปัจจุบัน	หน่วย
๑	กระท้อนห่อบางกร่าง	๒,๕๐๐	กิโลกรัม
๒	กล้วยเล็บมือนางชุมพร	๕๖๒,๑๐๐	กิโลกรัม
๓	กล้วยหินบันนังสตา	๓๓๑,๔๐๐	หวี
๔	ข้าวกำลังานนา	๓๐๗,๐๐๐	กิโลกรัม
๕	ข้าวเจ๊กเขยเสาไห้	๑๓,๓๐๐	กิโลกรัม
๖	ข้าวไร่ลิ้มผิวเพชรบูรณ์	๑๕,๐๐๐	กิโลกรัม
๗	ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง	๔๗๒,๐๐๐	กิโลกรัม
๘	ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้	๑,๕๖๕,๐๐๐	กิโลกรัม
๙	ข้าวหอมมะลิสุรินทร์	๓๔๕,๐๐๐	กิโลกรัม
๑๐	ข้าวเหนียวเขาวงกาศสินธุ์	๘๑๐,๐๐๐	กิโลกรัม
๑๑	ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร	๑๐,๐๐๐	กิโลกรัม
๑๒	ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี	๑๑๐,๐๐๐	กิโลกรัม
๑๓	ชมพูเพชร	๑๒,๖๐๐	กิโลกรัม
๑๔	ทุเรียนนนท์	๒๐๐	ลูก/ผล
๑๕	ทุเรียนป่าละอู	๒๔,๙๖๐	กิโลกรัม
๑๖	ปลาแรดลุ่มน้ำสะแกกรังอุทัยธานี	๑๙,๙๓๐	กิโลกรัม
๑๗	มะขามหวานเพชรบูรณ์	๓๑๑,๐๐๐	กิโลกรัม
๑๘	มะนาวเพชรบุรี	๑๑,๗๓๒,๔๐๐	ลูก/ผล
๑๙	มะปรางหวานนครนายก	๗๓,๐๐๐	กิโลกรัม
๒๐	มะพร้าวเกาะพะงัน	๓๐๓,๑๙๐	ลูก/ผล
๒๑	มะม่วงน้ำดอกไม้คิ่งบางกะเจ้า	๑,๖๘๐	กิโลกรัม
๒๒	มะยงชิดนครนายก	๗๓,๐๐๐	กิโลกรัม
๒๓	ลิ้นจี่ค่อมสมุทรสงคราม	๕,๐๐๐	กิโลกรัม
๒๔	ลิ้นจี่นครพนม	๖๗,๐๐๐	กิโลกรัม

ตารางที่ ๓-๘ ปริมาณการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตร(ต่อ)

สินค้าเกษตร			
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ปริมาณการผลิตปัจจุบัน	หน่วย
๒๕	ส้มสีทองน่าน	๒๔๐,๐๐๐	กิโลกรัม
๒๖	ส้มโอขาวแตงกวาชัยนาท	๑๐๔,๐๐๐	กิโลกรัม
๒๗	ส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม	๑๕๒,๐๐๐	กิโลกรัม
๒๘	ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง	๒๖๔,๘๓๐	ลูก/ผล
๒๙	ส้มโอท่าข่อยเมืองพิจิตร	๔๐๐,๐๐๐	กิโลกรัม
๓๐	ส้มโอนครชัยศรี	๙๔,๕๐๐	ลูก/ผล
๓๑	ส้มโอปู่ไภยะรัง	๖๙,๔๗๓	ลูก/ผล
๓๒	สับปะรดท่าอุเทน	๑๒๙,๐๐๐	กิโลกรัม
๓๓	สับปะรดนางแล	๑,๐๕๖,๐๐๐	กิโลกรัม
๓๔	สับปะรดภูเก็ต	๖๕๑,๕๐๐	ลูก/ผล
๓๕	สับปะรดภูแลเขียงราย	๔,๒๗๔,๐๐๐	กิโลกรัม
๓๖	สับปะรดศรีราชา	๕๒๐,๐๐๐	ลูก/ผล
๓๗	สับปะรดห้วยมุ่น	๑๗๕,๗๔๗,๐๐๐	กิโลกรัม
๓๘	หมากเม่าสกลนคร	๒๐๐ - ๗๐๐	ตัน
๓๙	หอยนางรมสุราษฎร์ธานี	๒๖๘,๕๐๐	ตัว

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑ :๒๒

ตารางที่ ๓-๙ ปริมาณการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตรแปรรูป

สินค้าเกษตรแปรรูป			
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ปริมาณการผลิตปัจจุบัน	หน่วย
๑	กาแฟเขาทะลุ	๑,๘๐๐	กิโลกรัม
๒	กาแฟดงมะไฟ	๑๒,๐๐๐	กิโลกรัม
๓	กาแฟดอยตุง	๒๔,๒๔๐	กิโลกรัม
๔	กาแฟดอยช้าง	๒,๕๐๐,๐๐๐	กิโลกรัม
๕	ข้าวแต๋นลำปาง	๒๗๖,๓๔๐	กิโลกรัม
๖	ไข่เค็มไชยา	๕,๗๖๔,๐๐๐	ฟอง
๗	ชาเขียงราย	๑๕๐,๐๐๐	กิโลกรัม
๘	น้ำตาลโตนดเมืองเพชร	๒๕,๙๕๐	กิโลกรัม

ตารางที่ ๓-๙ ปริมาณการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตรแปรรูป (ต่อ)

สินค้าเกษตรแปรรูป			
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ปริมาณการผลิตปัจจุบัน	หน่วย
๙	น้ำหมากเมาสกลนคร	๓๕๒,๖๒๐	ขวด
๑๐	เนื้อโคขุนโพนยางคำ	๘๐๒,๙๐๐	กิโลกรัม
๑๑	ปลากุเลาเค็มตากใบ	๔,๐๐๐	ตัว
๑๒	ไวน์ที่ราบสูงภูเรือ	๑,๕๐๐	ขวด
๑๓	หมูย่างเมืองตรัง	๗๓,๖๐๐	กิโลกรัม

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑ :๒๓

ตารางที่ ๓-๑๐ ปริมาณการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม

สินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม			
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ปริมาณการผลิตปัจจุบัน	หน่วย
๑	ขนมหม้อแกงเมืองเพชร	๘๔,๐๐๐	ถาด
๒	ครกหินอ่างศิลา	๓๗,๒๐๐	ชิ้น
๓	เครื่องจักสานพนัสนิคม	๑๐๐,๐๐๐	ชิ้น
๔	เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด	๒๐,๐๐๐	ชิ้น
๕	เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง	๓๙๗,๙๐๐	ชิ้น
๖	ชามไถ่ลำปาง	๕,๐๕๘,๐๐๐	ชิ้น
๗	ญอกมละบริน่าน	๑๐๐	ชิ้น
๘	ผ้าครามธรรมชาติสกลนคร	๗๐,๑๕๔	ผืน
๙	ผ้าตีนจกแม่แจ่ม	๕,๖๕๐	ผืน
๑๐	ผ้าฝ้ายทอผสมขนแกะบ้านห้วยหอม	๙,๑๐๐	ผืน
๑๑	ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท	๒๒,๖๗๗	ผืน
๑๒	ผ้าไหมมัดหมี่ชิ้นตีนแดงบุรีรัมย์	๖,๐๐๐	ผืน
๑๓	ผ้าไหมยกดอกลำพูน	๓,๗๐๐	ผืน
๑๔	ผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์	๓,๘๑๕	ผืน
๑๕	มุกกุเก็ด	๖๖,๕๒๐	ชิ้น
๑๖	ร่มบ่อสร้าง	๒๒๒,๐๐๐	คัน/ชิ้น
๑๗	ศิลาตลเชียงใหม่	๓๑๖,๔๐๐	ชิ้น
๑๘	เส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน	๓๒,๖๓๖	กิโลกรัม

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑ :๒๓

ตารางที่ ๓-๑๑เปรียบเทียบราคา ก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตร

สินค้าเกษตร						
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ราคา		ส่วนต่าง (บาท)		ลำดับการเพิ่มสูงสุด
		ก่อนขึ้น GI (บาท)	หลังขึ้น GI (บาท)	บาท	%	
๑	กระท้อนห่อบางกว้าง (กก.)	๘๐	๘๐	๐	๐	๐
๒	กล้วยเล็บมือนางชุมพร (กก.)	๓๕	๕๐	๑๕	๔๒.๘๕	๘
๓	กล้วยหินบันนังสตา (หวี/กก.)	๑๕๐	๑๘๐	๓๐	๒๐	๑๒
๔	ข้าวกำลังน้ำนา (กก.)	๔๐	๘๐	๔๐	๑๐๐	๓
๕	ข้าวเจ้าเกษมสาไห้ (กก.)	๒๕	๓๐	๕	๒๐	๑๒
๖	ข้าวไร้มันผิวเพชรบูรณ์ (กก.)	๔๐	๗๐	๓๐	๗๕	๔
๗	ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง (กก.)	๔๐	๗๐	๓๐	๗๕	๔
๘	ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (กก.)	๓๕	๓๘	๓	๘.๕๗	๑๖
๙	ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ (กก.)	๔๐	๔๕	๕	๑๒.๕	๑๕
๑๐	ข้าวเหนียวเขาวงกาศสินธุ์ (กก.)	๕๐	๘๐	๓๐	๖๐	๖
๑๑	ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร (กก.)	๒๕	๓๐	๕	๒๐	๑๒
๑๒	ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี (กก.)	๘๐	๘๐	๐	๐	๐
๑๓	ชมพูเพชร (กก.)	๒๐๐	๓๐๐	๑๐๐	๕๐	๗
๑๔	ทุเรียนนนท์ (ลูก/ผล)	๕,๐๐๐	๕,๐๐๐	๐	๐	๐
๑๕	ทุเรียนป่าละอู (กก.)	๒๐๐	๒๕๐	๕๐	๒๕	๑๑
๑๖	ปลาแรดลุ่มน้ำสะแกกรัง อุทัยธานี (กก.)	๗๐	๘๐	๑๐	๑๔.๒๘	๑๔
๑๗	พริกบางช้าง (กก.)	๐	๐	๐	๐	๐
๑๘	มะขามหวานเพชรบูรณ์ (กก.)	๘๐	๑๐๐	๒๐	๒๕	๑๑
๑๙	มะนาวเพชรบุรี (กก.)	๓๐	๕๐	๒๐	๖๖.๖๖	๕
๒๐	มะปรางหวานนครนายก (กก.)	๑๕๐	๒๐๐	๕๐	๓๓.๓๓	๙
๒๑	มะพร้าวเกาะพะงัน (ลูก/ผล)	๓๐	๕๐	๒๐	๖๖.๖๖	๕
๒๒	มะม่วงน้ำดอกไม้คิ่งบางกะเจ้า (กก.)	๒๕๐	๒๕๐	๐	๐	๐
๒๓	มะยงชิดนครนายก (กก.)	๒๐๐	๓๐๐	๑๐๐	๕๐	๗
๒๔	ลิ้นจี่คอมพิวเตอร์สงคราม (กก.)	๕๐	๑๐๐	๕๐	๑๐๐	๓
๒๕	ลิ้นจี่นครพนม (กก.)	๑๐๐	๒๕๐	๑๕๐	๑๕๐	๑

ตารางที่ ๓-๑๑ เปรียบเทียบราคาก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตร(ต่อ)

สินค้าเกษตร						
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ราคา		ส่วนต่าง (บาท)		ลำดับการเพิ่มสูงสุด
		ก่อนขึ้น GI (บาท)	หลังขึ้น GI (บาท)	บาท	%	
๒๖	ส้มสีทองน่าน (กก.)	๕๐	๑๐๐	๕๐	๑๐๐	๓
๒๗	ส้มโอขาวแตงกวาชัยนาท (กก.)	๓๐	๗๐	๔๐	๑๓๓.๓	๒
๒๘	ส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม (กก.)	๓๐	๖๐	๓๐	๑๐๐	๓
๒๙	ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง(ลูก/ผล)	๓๕๐	๔๐๐	๕๐	๑๔.๒๙	๑๓
๓๐	ส้มโอท่าช้อยเมืองพิจิตร (กก.)	๔๐	๖๐	๒๐	๕๐	๗
๓๑	ส้มโอนครชัยศรี (ลูก/ผล)	๑๐๐	๑๕๐	๕๐	๕๐	๗
๓๒	ส้มโอปู่โกยะรัง (ลูก/ผล)	๓๕๐	๔๐๐	๕๐	๑๔.๒๙	๑๓
๓๓	สับปะรดท่าอุเทน (กก.)	๑๕	๒๐	๕	๓๓.๓๓	๙
๓๔	สับปะรดนางแล (กก.)	๑๐	๑๕	๕	๕๐	๗
๓๕	สับปะรดภูเก็ต (กก.)	๔๐	๕๐	๑๐	๒๕	๑๑
๓๖	สับปะรดภูแลเขียงราย (กก.)	๑๐	๑๕	๕	๕๐	๗
๓๗	สับปะรดห้วยมุ่น (กก.)	๑๐	๑๕	๕	๕๐	๗
๓๘	สับปะรดศรีราชา (กก.)	๔๐	๕๐	๑๐	๒๕	๑๑
๓๙	หมากเฒ่าสกลนคร (กก.)	๔๐	๕๐	๑๐	๒๕	๑๑
๔๐	หอยนางรมสุราษฎร์ธานี (ตัว)	๗๐	๙๐	๒๐	๒๘.๕๗	๑๐

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑ : ๑๕

ตารางที่ ๓-๑๒ เปรียบเทียบราคาก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตรแปรรูป

สินค้าเกษตรแปรรูป						
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ราคา		ส่วนต่าง (บาท)		ลำดับการเพิ่มสูงสุด
		ก่อนขึ้น GI (บาท)	หลังขึ้น GI (บาท)	บาท	%	
๑	กาแฟทะเลชุ (ซอง/กล่อง)	๑๑๕	๑๓๕	๒๐	๑๗.๓๙	๕
๒	กาแฟดงมะไฟ (ซอง/กล่อง)	๘๐	๑๐๐	๒๐	๒๕	๔

ตารางที่ ๓-๑๒เปรียบเทียบราคาก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าเกษตรแปรรูป(ต่อ)

สินค้าเกษตรแปรรูป						
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ราคา		ส่วนต่าง (บาท)		ลำดับการเพิ่มสูงสุด
		ก่อนขึ้น GI (บาท)	หลังขึ้น GI (บาท)	บาท	%	
๓	กาแฟดอยตุง (ซอง/กล่อง)	๓๐๐	๓๒๐	๒๐	๖.๖๖	๑๐
๔	กาแฟดอยช้าง (ซอง/กล่อง)	๒๘๐	๓๐๐	๒๐	๗.๑๔	๘
๕	ข้าวแต๋นลำปาง (ถุง/แพ็ค)	๒๕	๔๐	๑๕	๖๐	๒
๖	ไข่เค็มไชยา (แพ็ค)	๕๐	๙๐	๔๐	๘๐	๑
๗	ชาเชียงราย (ถุง/แพ็ค)	๒๐๐	๒๐๐	๐	๐	๐
๘	น้ำตาลโตนดเมืองเพชร (กก.)	๘๐	๑๐๐	๒๐	๒๕	๔
๙	น้ำหมากเมาสกลนคร (ขวด)	๔๐	๖๐	๒๐	๕๐	๓
๑๐	เนื้อโคขุนโพนยางคำ (กก.)	๑๙๐	๑๙๐	๐	๐	๐
๑๑	ปลากุเลาเค็มตากใบ (กก.)	๑,๓๐๐	๑,๕๐๐	๒๐๐	๑๕.๓๘	๗
๑๒	ไวน์ที่ราบสูงภูเรือ (ขวด)	๑,๐๐๐	๑,๐๗๐	๗๐	๗	๙
๑๓	หมูย่างเมืองตรัง (กก.)	๓๐๐	๓๕๐	๕๐	๑๖.๖๖	๖

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑ : ๑๘

ตารางที่ ๓-๑๓เปรียบเทียบราคาก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม

สินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม						
ลำดับ	ชื่อสินค้า GI	ราคา		ส่วนต่าง (บาท)		ลำดับการเพิ่มสูงสุด
		ก่อนขึ้น GI (บาท)	หลังขึ้น GI (บาท)	บาท	%	
๑	ขนมหม้อแกงเมืองเพชร (ถาด)	๓๐	๕๐	๒๐	๖๖.๖๖	๓
๒	ครกหินอ่างศิลา (ชุด)	๑,๐๐๐	๑,๒๐๐	๒๐๐	๒๐	๑๑
๓	เครื่องจักสานพนัสนิคม (ชิ้น)	๕๐	๙๕	๔๕	๙๐	๒
๔	เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด (ชิ้น)	๓๐๐	๕๐๐	๒๐๐	๖๖.๖๖	๓
๕	เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง (ชิ้น)	๙๐	๑๕๐	๖๐	๖๖.๖๖	๓
๖	ขามไถลำปาง (ชิ้น)	๓๐	๔๕	๑๕	๕๐	๖
๗	ญอกมละบรินัน (ฝืน)	๕๐๐	๗๐๐	๒๐๐	๔๐	๙

ตารางที่ ๓-๑๓เปรียบเทียบราคาก่อน/หลังการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม(ต่อ)

สินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรม						
ลำดับ	ชื่อสินค้า	ราคา		ส่วนต่าง (บาท)		ลำดับการเพิ่มสูงสุด
		ก่อนขึ้น GI (บาท)	หลังขึ้น GI (บาท)	บาท	%	
๘	ผ้าครามธรรมชาติสกนกร (ผืน)	๓๕๐	๕๐๐	๑๕๐	๔๒.๘๕	๘
๙	ผ้าตีนจกแม่แจ่ม (ผืน)	๖,๕๐๐	๙,๕๐๐	๓,๐๐๐	๔๖.๑๕	๗
๑๐	ผ้าฝ้ายทอมผสมขนแกะบ้านห้วยหอม (ผืน)	๘๐๐	๑,๐๐๐	๒๐๐	๒๕	๑๐
๑๑	ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท (ผืน)	๑,๐๐๐	๑,๕๐๐	๕๐๐	๕๐	๖
๑๒	ผ้าไหมมัดหมี่ขึ้นตีนแดงบุรีรัมย์ (ผืน)	๒,๐๐๐	๒,๕๐๐	๕๐๐	๒๕	๑๐
๑๓	ผ้าไหมยกดอกลำพูน (ผืน)	๑๐,๐๐๐	๑๕,๐๐๐	๕,๐๐๐	๕๐	๖
๑๔	ผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์ (ผืน)	๗,๘๐๐	๑๒,๕๐๐	๔,๗๐๐	๖๐.๒๕	๔
๑๕	มุกกุเกิด (เส้นขึ้น)	๑,๒๐๐	๑,๙๐๐	๗๐๐	๕๘.๓๓	๕
๑๖	ร่มบ่อสร้าง (คัน)	๑๕๐	๓๐๐	๑๕๐	๑๐๐	๑
๑๗	ศิลาตลเชียงใหม่ (ขึ้น)	๓๐๐	๕๐๐	๒๐๐	๖๖.๖๖	๓
๑๘	เส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน (กิโกรัม)	๑,๐๐๐	๑,๕๐๐	๕๐๐	๕๐	๖

ที่มา : กรมทรัพย์สินทางปัญญา, ๒๕๖๑ : ๑๙

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย

๑. ปัญหาด้านการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยส่วนใหญ่มีรากฐานมาจากเกษตรกรรม โดยบางส่วนมีการพัฒนาไปสู่กระบวนการแปรรูปและบางส่วนเป็นสินค้าประเภทหัตถกรรม/อุตสาหกรรม โดยในภาคการผลิตมีปัญหาที่เกี่ยวข้องดังนี้

๑.๑ฤดูกาลและกฎเกณฑ์ทางธรรมชาติ การผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังต้องพึ่งพิงธรรมชาติเป็นหลักโดยเฉพาะสินค้าเกษตรเกษตรแปรรูป และหัตถกรรม ซึ่งต้องใช้วัตถุดิบอันเป็นผลผลิตของธรรมชาติ เช่น ชาเชียงราย สับปะรดภูเก็ต ส้มโอนครชัยศรี น้ำหมักเม้าสกนกรหรือผ้าไหมมัดหมี่ชนบท เป็นต้น การพึ่งพิงการผลิตตามกฎเกณฑ์ทางธรรมชาตินั้นมีข้อจำกัดที่ค่อนข้างมากซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการผลิต เช่น ภัยแล้ง และน้ำท่วม เป็นต้น ที่ผ่านมามีตัวอย่างสินค้าสิ่ง

บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เคยประสบปัญหาภัยธรรมชาติซึ่งส่งผลต่อจำนวนการผลิตเป็นอย่างมาก เช่น ทุเรียนนนท์ ซึ่งเมื่อประสบปัญหาน้ำท่วมก็ทำให้มีผลผลิตจำนวนไม่มากจนทำให้มีการตั้งราคาสูงเกินกว่าปกติเพื่อชดเชยต้นทุนการผลิตซึ่งเป็นปัญหาต่อเสถียรภาพของราคาสินค้าและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาภาคการผลิตอีกด้วย

๑.๒ ข้อจำกัด/การขาดการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลผลิต ปัจจุบันการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังคงใช้แรงงานคนเป็นพื้นฐานในการผลิต การนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำและมีการใช้ในวงจำกัด แม้ผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บางราย เช่น ข้าวแต่นลำปาง กาแฟดอยช้าง ศิลาดลเชียงใหม่ ชามไถ่ลำปาง จะเริ่มมีการนำเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตและพัฒนาสินค้าเกษตรแปรรูปและสินค้าหัตถกรรม/อุตสาหกรรมอยู่บ้าง แต่ก็ยังมีการนำมาใช้ในวงแคบ โดยผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ส่วนใหญ่โดยเฉพาะสินค้าเกษตรยังมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการช่วยเพิ่มปริมาณและคุณภาพของผลผลิตที่ค่อนข้างน้อย ผู้ประกอบการยังไม่มี การค้นคว้าหาข้อมูลความรู้ด้านของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเพื่อนำมาใช้สำหรับการลดเวลา การใช้แรงงาน การควบคุมคุณภาพ และการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแต่อย่างใด

นอกจากนี้ สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บางสินค้าก็ไม่สามารถนำเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรมาช่วยเพิ่มผลผลิตได้ อาทิ ผ้าซิ่นตีนจกแม่แจ่ม ผ้าไหมยกดอกลำพูน ผ้าไหมมัดหมี่ซิ่นตีนแดงบุรีรัมย์ ซึ่งยังต้องอาศัยแรงงานฝีมือ เช่น แม่บ้าน และผู้สูงวัยทำการผลิต ซึ่งแรงงานฝีมื่อดังกล่าว จะใช้เวลาในช่วงว่างเว้นจากการทำนาหรือหลังจากเสร็จกิจกรรมประจำวันในการผลิตซึ่งส่งผลให้ผลิตได้จำนวนน้อยในขณะที่ตลาดมีความต้องการเพิ่มขึ้นทุกปี

๑.๓ การผลิตสินค้าเกษตรตามกระแสนิยมเกษตรกรไทยมักผลิตหรือเพาะปลูกตามกระแสนิยมโดยดูจากราคาขายเป็นหลัก ซึ่งเหตุการณ์ในลักษณะนี้เกิดขึ้นอยู่เป็นประจำ เช่น การที่เกษตรกรหันไปปลูกยางพาราแทนการปลูกส้มสีทองน่านด้วยเหตุที่ราคาขายยางพาราสูงกว่าจนก่อให้เกิดปัญหาการถางไร่ส้มทิ้งเพื่อปลูกยางพารา แต่เมื่อยางพาราล้นตลาดราคาตกต่ำก็ตัดต้นยางพาราทิ้งแล้วหันกลับมาปลูกส้มดั้งเดิม ทำให้เกิดปัญหาการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ไม่ต่อเนื่องและไม่แน่นอน หรือในกรณีของสับปะรดนางแลก็เป็นอีกกรณีศึกษาหนึ่งโดยสับปะรดนางแลเคยได้รับความนิยมอย่างสูงเมื่อหลายสิบปีที่ผ่านมา แต่ปัจจุบันเมื่อกระแสความนิยมสับปะรดนางแลเชียงรายเข้ามาแทนที่ ทำให้สับปะรดนางแลขาดความนิยม ราคาตกต่ำ และเกษตรกรขาดแรงจูงใจในการเพาะปลูก จึงคงเหลือการปลูกเพียง ๑๐ % ของพื้นที่เพาะปลูกสับปะรดทั้งหมดและถูกนำมาเป็นสินค้าทดแทนเป็นครั้งเป็นคราวเท่านั้น

๑.๔ การขาดการพัฒนาทักษะและฝีมือในภาคการผลิตเกษตรกรไทยยังคงขาดความเอาใจใส่ในการนำองค์ความรู้ใหม่ๆ มาใช้ในการพัฒนาทักษะและฝีมือในภาคการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าที่ดีมีคุณภาพ โดยในปัจจุบันมีการจ้างแรงงานต่างด้าวเพื่อมาดูแลสินค้าทางการเกษตร รวมถึงกระบวนการผลิต โดยที่แรงงานเหล่านั้นขาดความรู้พื้นฐานและขาดการฝึกอบรมทักษะด้านการผลิตที่มีคุณภาพ

๒. ปัญหาด้านการควบคุมตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ก่อนที่จะพิจารณาเกี่ยวกับปัญหาของการควบคุมตรวจสอบคุณภาพของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รายงานการศึกษาฉบับนี้จะกล่าวถึง “ขั้นตอนของการได้มาซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” เพื่อที่จะได้ให้เห็นภาพว่าการควบคุมมาตรฐานและคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างไรในห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ขั้นตอนของการได้มาซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”^{๑๒} อาจสรุปได้ ดังนี้

๑. กำหนดสินค้าที่ต้องการคุ้มครอง และรวมกลุ่มผู้ประกอบการทั้งสายการผลิต (ตั้งแต่ผู้ผลิต วัตถุดิบต้นน้ำ จนถึงผู้ประกอบการแปรรูปปลายน้ำ) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งในแง่กฎหมาย เศรษฐศาสตร์ว่าการขึ้นทะเบียนดังกล่าว จะให้ผลที่คุ้มค่าต่อกลุ่มหรือไม่เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายสำหรับระบบรับรองมาตรฐาน และกลุ่มจะมีแผนทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นอย่างไรให้ติดตลาด

๒. กำหนดข้อกำหนดมาตรฐานขั้นต่ำของสินค้า รวมถึงมาตรฐานในการผลิตสินค้า (Specification and Standard of Production) โดยยึดความเข้าใจของผู้บริโภคเป็นหลัก เช่นถ้าพูดถึงสินค้าจากแหล่งนี้ ผู้บริโภคจะนึกถึงคุณลักษณะอะไรเป็นสำคัญ

๓. กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการผลิต (Zoning or Boundary Setting) ตามสภาพของพื้นที่ที่เอื้อในการผลิตสินค้านั้นจริง (ไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามเขตการปกครอง)

๔. ยกร่างคำขอขึ้นทะเบียนพร้อมทั้งจัดทำคู่มือปฏิบัติงานเพื่อใช้เป็นหลักฐานประกอบการขอยื่นขึ้นทะเบียนตามกฎหมาย

๕. ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ๒๕๔๖ ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา

๖. จัดสร้างระบบการควบคุมการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Control Plan) ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในคำขอขึ้นทะเบียน ทั้งระบบการควบคุมภายในและระบบการควบคุมภายนอก และ/หรือ นำร่างมาตรฐานการผลิตมาขอรับรองกับหน่วยงานรับรอง (Certification Body: CB) ว่าได้มาตรฐานหรือไม่

๗. ดำเนินจัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น โดยใช้คุณลักษณะพิเศษของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นตัวนำเพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดภาพลักษณ์เชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะพิเศษกับพื้นที่แหล่งผลิตสินค้าที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

แม้พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ๒๕๔๖ จะได้กำหนดเรื่องการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไว้ แต่ก็ไม่ได้มีบทบัญญัติเกี่ยวกับระบบขั้นตอนการควบคุมตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แต่อย่างใด มาตรา ๒๕ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ ได้กำหนดไว้เพียงกว้างๆ ว่า “เมื่อมีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าใดแล้ว ผู้ผลิตสินค้านั้นซึ่งอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้นดังกล่าว หรือ

^{๑๒} กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. “ความรู้เบื้องต้นเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : www.ipthailand.go.th/th/faq/item/ความรู้เบื้องต้นเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.html, ๒๕๔๗.

ผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้นมีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขึ้นทะเบียนกับสินค้าที่ระบุตามเงื่อนไขที่นายทะเบียนกำหนด” หากพิจารณาถ้อยคำตามมาตรา ๒๕ แล้วจะพบว่า มาตรา ๒๕ ได้ให้อำนาจนายทะเบียนในการกำหนดเงื่อนไขเกี่ยวกับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ โดยที่ผ่านมานายทะเบียนมีการกำหนดเงื่อนไขต่างๆ เช่น กำหนดให้ต้องมีระบบการตรวจสอบและควบคุมกระบวนการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับผู้ผลิตและระดับจังหวัด กำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตและผู้ประกอบการค้าที่ประสงค์จะใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และกำหนดให้ผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต้องจัดทำคู่มือปฏิบัติงานและแผนควบคุมสำหรับสมาชิกที่ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นต้น

การรักษาคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญ โดยจะต้องคงเอกลักษณ์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้โดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันจากพื้นที่อื่นๆ ปัจจุบันแม้จะมีผู้ผลิตสินค้าและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สามารถนำระบบการควบคุมตรวจสอบและระบบการตรวจสอบย้อนกลับมาใช้กับการควบคุมคุณภาพของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการ/ผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อีกเป็นจำนวนมากยังไม่เห็นความสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสินค้าดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจข้อมูลของกรมทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างตุลาคม ๒๕๕๘ – มิถุนายน ๒๕๖๐^{๑๓} ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับควบคุมคุณภาพ เพียงร้อยละ ๑๘.๕๑๘ เท่านั้น

ระบบการควบคุมตรวจสอบและระบบการตรวจสอบย้อนกลับที่มีการนำมาใช้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้

๒.๑ ระบบควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อาจแบ่งได้เป็น ๓ ระดับ ดังนี้

๒.๑.๑ การควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับผู้ผลิต (Self-Control) คือ การที่ผู้ขอขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (เช่น ผู้ผลิต ผู้แปรรูปสินค้าและผู้ประกอบการ) จัดให้มีการควบคุมตรวจสอบกระบวนการผลิตด้วยตนเองโดยเป็นการควบคุมตรวจสอบโดยผู้ขอขึ้นทะเบียนฯ เพื่อให้กระบวนการผลิตสินค้าฯ ของตนเป็นไปตามคู่มือปฏิบัติงานและแผนการควบคุมที่จัดทำไว้โดยในการดำเนินการควบคุมตรวจสอบในระดับผู้ผลิต จะมีการดำเนินการในด้านต่างๆ ได้แก่

๒.๑.๑.๑ จัดทำ “คู่มือปฏิบัติงาน” สำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยในคู่มือจะระบุข้อกำหนดรายละเอียดของสินค้าและกระบวนการผลิตที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ที่สอดคล้องกับทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๒.๑.๑.๒ จัดทำแผนการควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งครอบคลุมวิธีการตรวจสอบกระบวนการผลิตตามคู่มือปฏิบัติงาน เพื่อให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีลักษณะและคุณภาพตามที่กำหนดไว้ในทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

^{๑๓}กรมทรัพย์สินทางปัญญา. “ทิศทางการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ๒๕๖๐ : GI Thailand ๒๐๑๗”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :https://www.ipthailand.go.th/images/๒๒๘๔/GI_Thailand_๒๐๑๗_-_GI_Infographic.pdf, ๒๕๖๒.

๒.๑.๑.๓ จัดทำระบบบริหารจัดการกลุ่มผู้ผลิต เช่น โครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่ม แบบฟอร์มการจดบันทึก การจัดเก็บเอกสาร การตรวจประเมินผลด้วยตนเอง

๒.๑.๑.๔ ตั้งคณะกรรมการผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบสินค้า เช่น การแต่งตั้งคณะกรรมการจังหวัด หรือระดับผู้ผลิต โดยประสานสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพื่อช่วยดำเนินการ

๒.๑.๑.๕ จัดทำระบบการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตและผู้ประกอบการค้าที่ประสงค์จะขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยในการจัดทำระบบขึ้นทะเบียนสมาชิกจะต้องมีการดำเนินการ ดังนี้

๑.กำหนดหน่วยงานและสถานที่รับสมัครสมาชิก

๒.รับสมัครสมาชิก โดยในกรณีที่เป็นผู้ผลิตต้องอยู่ในขอบเขตพื้นที่ที่กำหนดไว้ตามทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ส่วนกรณีที่เป็นผู้ประกอบการค้าต้องมีความเกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ โดยสมาชิกทั้งสองกรณีดังกล่าวจะต้องกรอกใบสมัครสมาชิก ยอมรับข้อตกลงร่วมกัน พร้อมแนบสำเนาบัตรประจำตัวประชาชนในการสมัครสมาชิกด้วย

๓.ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องของใบสมัครสมาชิกว่าเป็นตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้หรือไม่ หากไม่เป็นไปตามเงื่อนไขจะไม่สามารถขึ้นทะเบียนสมาชิกได้

๔.จัดทำทะเบียนสมาชิกแยกกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการออกจากกัน และจัดเก็บเอกสารทั้งหมดของสมาชิกไว้ ณ ที่ทำการของหน่วยงานที่กำหนด

๕. จัดส่งคู่มือปฏิบัติงานและแผนการตรวจสอบควบคุมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ ให้สมาชิกทั้งหมดปฏิบัติตาม

๒.๑.๒ การควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับจังหวัด (InternalControl)ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการอาจจัดให้มีระบบควบคุมตรวจสอบกระบวนการผลิตในระดับจังหวัด หรือที่เรียกว่า “ระบบการควบคุมตรวจสอบภายใน(Internal Control)” โดยการจัดตั้งคณะทำงานระดับจังหวัดที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ ซึ่งรวมถึงสมาคม/สหกรณ์/วิสาหกิจ/ชุมชน/กลุ่มผู้ผลิตที่อยู่ในพื้นที่แหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าด้วย โดยคณะทำงานระดับจังหวัดจะทำหน้าที่ตรวจสอบควบคุมกระบวนการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ว่าเป็นไปตามคู่มือปฏิบัติงานและดำเนินการตามแผนการควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ยื่นขอขึ้นทะเบียนไว้หรือไม่

๒.๑.๓ การควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับการควบคุมภายนอก (ExternalControl)การควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับการควบคุมภายนอกเป็นการดำเนินการโดยหน่วยรับรอง (Control Body/Certification Body: CB) ซึ่งคือหน่วยงานหรือบุคคลที่สามที่ให้บริการการตรวจสอบ ประเมินและรับรองระบบกระบวนการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ว่าเป็นไปตามมาตรฐานของสินค้านั้นๆ หรือไม่ โดยการตรวจสอบ ประเมินและรับรองดังกล่าวจะสามารถช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้ว่าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ผ่านการรับรองโดย CBมีการจัดการและควบคุมดูแลกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ ในการตรวจสอบ ประเมิน และรับรอง (หรือที่เรียกว่า ระบบงาน) ของ CBจะมี “หน่วยรับรองระบบงาน” (Accreditation Body: AB) ทำหน้าที่ในการให้การรับรอง (Accredit) ระบบงานของ CB ว่าเป็นไป

ตามมาตรฐานและข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องตามหลักสากลหรือไม่โดย AB จะต้องได้รับการยอมรับจากองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการรวมตัวของหน่วยรับรองระบบงาน (International Accreditation Forum: IAF) ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวของหน่วยรับรองระบบงาน (AB) ทั่วโลก เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า การให้การรับรองของ AB แก่ CB ได้ดำเนินการอย่างโปร่งใสเป็นกลาง โดยบุคคลที่มีความรู้ความสามารถภายใต้กลไกที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก

สำหรับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทยนั้น สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานรับรองระบบงาน (AB) ด้านสินค้าเกษตรและอาหาร และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ทำหน้าที่เป็นหน่วยงานรับรองระบบงาน (AB) ด้านสินค้าอุตสาหกรรม โดยทั้ง มกอช.และสมอ. ได้รับการยอมรับจากองค์กรภูมิภาคแปซิฟิกว่าด้วยการรับรองระบบงาน (Pacific Accreditation Cooperation: PAC) และองค์กรมาตรฐานสากลว่าด้วยการรับรองระบบงาน (International Accreditation Forum: IAF) ว่ามีความสามารถในการกำกับดูแลระบบการตรวจสอบรับรองตามมาตรฐานสากลซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย

สำหรับ CB ที่ประสงค์จะได้รับการรับรองระบบงานต้องมีการจัดทำระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรของตนให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับหน่วยตรวจของสากล คือ ISO/IEC ๑ ๗ ๐ ๖ ๕ : Conformity Assessment-Requirements for Bodies Certifying Products, Processes and Services ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกันกับมาตรฐานของ มกอช. และสมอ.

นอกจากนี้ ปัจจุบันกรมทรัพย์สินทางปัญญายังมีประกาศ เรื่องการรับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ลงวันที่ ๓ มิถุนายน ๒๕๕๘ กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการรับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้กระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ สอดคล้องกับมาตรฐานสากล โปร่งใส ตรวจสอบได้ เป็นกลาง ตลอดจนเพื่อให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้รับการรับรองมาตรฐานโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบตามกฎหมายว่าด้วยการมาตรฐานแห่งชาติ กฎหมายว่าด้วยการมาตรฐานสินค้าเกษตร กฎหมายว่าด้วยการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย

นอกจากนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้มีประกาศ เรื่องตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย โดยตราสัญลักษณ์ดังกล่าวได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์ที่จะช่วยให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย หากผู้ผลิตและผู้ประกอบการค้าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์รายใดที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้แล้ว ต้องการใช้ตราสัญลักษณ์ดังกล่าว ต้องขออนุญาตการใช้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาโดยจะต้องมีคุณสมบัติตามระเบียบกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย พ.ศ. ๒๕๕๑ กล่าวคือ จะต้องเป็นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการค้าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีคู่มือปฏิบัติงานสำหรับสมาชิก และมีแผนการควบคุมตรวจสอบในระดับผู้ผลิตหรือระดับจังหวัดแล้วและเป็นผู้ที่ได้ปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติงานนั้นด้วย

แผนภาพที่ ๓-๑ ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย



ที่มา : ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย, ๒๕๕๑: ๑

๒.๒ ระบบการตรวจสอบย้อนกลับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) คือ ระบบสารสนเทศหรือกลไกในการติดตามที่มาของสินค้า โดยสามารถเรียกดูข้อมูลการผลิตสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคว่าสินค้านั้นมีแหล่งที่มา สามารถตรวจสอบได้ ไม่มีสิ่งปนเปื้อน และมีความปลอดภัยปัจจุบันการตรวจสอบย้อนกลับมักทำในรูปแบบของรหัสแท่งหรือบาร์โค้ด (Barcode) หรือรหัสคิวอาร์ (QR Code) หรือตัวเลข ซึ่งจะติดอยู่บนสินค้าต่างๆ ที่วางจำหน่าย โดยผู้บริโภคสามารถทำการตรวจสอบสินค้าได้โดยสมาร์ตโฟนเพื่อตรวจสอบที่มาของสินค้าในแต่ละชั้น ซึ่งปกติจะประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต ผู้ขาย กระบวนการผลิตสินค้า ตั้งแต่แหล่งปลูก/ผลิตสินค้า การเตรียมวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการแปรรูป จนถึงการจัดจำหน่ายสินค้า ทุกวันนี้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บางรายได้เริ่มมีการจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคและเพื่อยกระดับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของตนแต่ก็ยังคงทำอยู่ในวงจำกัด เนื่องด้วยผู้ผลิตและผู้ประกอบการมีข้อกังวลว่าการจัดทำระบบตรวจสอบย้อนกลับจะทำให้มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น อันส่งผลต่อต้นทุนการผลิตได้

แม้ปัจจุบันประเทศไทยจะได้นำระบบการควบคุมตรวจสอบสินค้าและระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้างต้นมาใช้ แต่ระบบดังกล่าวก็ไม่ได้มีการกำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๕๖ อีกทั้งไม่ได้มีการดำเนินการในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง ทำให้ระบบควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยยังไม่ได้มาตรฐานส่งผลต่อความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ของสินค้าเป็นอย่างมาก

๓. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ และการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๓.๑ ปัญหาการส่งเสริมการตลาด

หลังจากการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๕๖ ประเทศไทยได้มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการจัดทำระบบควบคุมตรวจสอบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนส่งเสริมและผลักดันการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับผ้าไหมต่างๆ และกรมการข้าวจัดทำคำขอสำหรับข้าวหลายชนิด เป็นต้น แม้การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นกลไกสำคัญที่มีส่วนช่วยในการคุ้มครองสินค้าของท้องถิ่นใน

พื้นที่หนึ่งๆ แต่การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็เป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งในห่วงโซ่มูลค่าของสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เท่านั้น การที่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะนำมาซึ่งรายได้และช่วยการเติบโตเชิงเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นอย่างแท้จริงยังต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปรู้จักถึงคุณภาพของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษที่ยากจะหาได้จากสินค้าอื่นๆ ในประเภทเดียวกัน จนสามารถกล่าวได้ว่าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสินค้าชุมชนระดับพรีเมียม และการจัดหาช่องทางการตลาดที่เหมาะสมกับจุดเด่นของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยหากทำการตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เหมือนกับสินค้าทั่วไปอื่นๆ ความพรีเมียมของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็อาจด้อยค่าลงได้

ในช่วงแรกๆ ของการดำเนินการเกี่ยวกับการวางแผนและส่งเสริมการตลาด ตลอดจนการเผยแพร่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ยังคงดำเนินการอยู่ในกรอบที่ค่อนข้างจำกัดและทำในลักษณะเป็นครั้งคราวไป เช่น การร่วมมือกับสมาคมแชมเปญประเทศฝรั่งเศสภายใต้โครงการ Twinning Project ในการนำผ้าไหมยกดอกลำพูนไปผลิตเป็นเนคไท และบรรจุภัณฑ์โดยทอเป็นรูปโลโก้ของสมาคมแชมเปญประเทศฝรั่งเศสเพื่อใช้เป็นของขวัญพิเศษในช่วงปีใหม่ (ไม่ได้ทำเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์โดยทั่วไป) ในครั้งนั้นถือได้ว่าเป็นก้าวแรกในการประชาสัมพันธ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ ประเทศไทยได้ร่วมกับองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) เป็นเจ้าภาพจัดงานสัมมนาเชิงวิชาการระหว่างประเทศว่าด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (The International Symposium on Geographical Indications) ระหว่างวันที่ ๒๗-๒๘ มีนาคม ๒๕๕๖ นับเป็นเวทีสร้างความรู้และการจดจำต่อสายตาประชาคมโลกว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเรื่องที่ไทยให้ความสำคัญ โดยในช่วงสัมมนาได้มีการนำสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจัดมุมจำหน่ายภายในกูร์เมต์มาร์เก็ต สาขาสยามพารากอนนับเป็นก้าวแรกในการจัดแสดงสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยในตลาดการค้าสมัยใหม่ (Modern Trade) ภายหลังจากการจัดสัมมนาและการจัดแสดงสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวประเทศไทยก็ได้เร่งผลักดันการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญ และได้ดำเนินการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยนับตั้งแต่ปี ๒๕๕๖ จนถึงปัจจุบันก็ยังไม่ได้มีการวิเคราะห์ วิจัย ประมวลผล วางกลยุทธ์ และกำหนดแผนงานการผลักดันการเติบโตของตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นขั้นเป็นตอนที่ชัดเจนและต่อเนื่อง

ตัวอย่างการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดของไทยนับตั้งแต่ปี ๒๕๕๖ จนถึงปี ๒๕๖๐ (๕ ปี) มีดังนี้

๑.การจัดงาน “ตลาด GI ไทย” ในปี ๒๕๕๖ (๑ ครั้ง) ปี ๒๕๕๗ (๒ ครั้ง) ปี ๒๕๕๘ (๑ ครั้ง) ปี ๒๕๕๙ (๒ ครั้ง) และปี ๒๕๖๐ (๒ ครั้ง)

๒. การจำหน่ายสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ภายในซูเปอร์มาเก็ตของห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เช่น ศูนย์การค้าดิเอ็มโพเรียม และและศูนย์การค้าสยามพารากอน เป็นต้นในปี ๒๕๕๖

๓.การจัดจำหน่ายสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ณ ประเทศฝรั่งเศสในปี ๒๕๕๖

๔.การจัดงาน OTOP Plus GI ในปี ๒๕๕๗

๕.การจัดงาน GI Pavilion ภายในงานแสดงสินค้าสุดยอดแบรนด์ไทย(Top Thai Brands) ในปี ๒๕๕๘

๖. การจัด GI Pavilion ภายในงานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องต้นนานาชาติ (THAIFEX)ระหว่างปี ๒๕๕๗-๒๕๖๐(ปีละ ๑ ครั้ง)

การประชาสัมพันธ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากต่อการตลาด ตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตลาดของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้รับการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางถึงแหล่งที่มาของผลผลิตอันขึ้นชื่อจากกลุ่มน้ำปากพนังและขนาดผลที่ใหญ่ เนื้อสีแดงทับทิมน่ารับประทาน รสชาติหวานอร่อย ส่งผลให้ส้มโอทับทิมสยามปากพนังเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก จนไม่เพียงพอความต้องการของผู้บริโภค ในขณะที่ส้มโอปุโกยะรัง จังหวัดปัตตานี ที่เป็นต้นกำเนิดส้มโอสายพันธุ์นี้ (ส้มโอทับทิมสยาม) กลับเป็นที่รู้จักน้อยกว่า กรณีปัญหานี้สะท้อนให้เห็นถึงจุดอ่อนของสินค้าส้มโอปุโกยะรังที่มีการสื่อสารทางการตลาดน้อยกว่า ซึ่งหากสร้างชื่อให้เป็นที่รู้จักด้วยการสื่อสารที่หลากหลายจะสามารถสนับสนุนสินค้านี้ให้เป็นที่รู้จักของตลาดได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

ที่ผ่านมา ในช่วงปี ๒๕๕๖-๒๕๖๐ ได้มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในช่องทางต่างๆ เช่น

๑.จัดทำบทความลงนิตยสารชั้นนำ เช่น Brand Age ดิฉัน แพรว WHO ชาวไทย เป็นต้น

๒.ออกข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านรายการโทรทัศน์ต่างๆ เช่น ช่อง ๓ช่อง ๕ และช่อง ๗ เป็นต้น

๓.ออกรายการโทรทัศน์ชั้นนำ เช่น รายการกบนอกกะลา รายการครัวจัดจ้าน รายการพลพรรคนักปรุง และรายการบันทึกท้องเที่ยว เป็นต้น

๔.ออกสื่อวิทยุในรูปแบบ spot radio

๕.จัดทำแผ่นพับเผยแพร่ความรู้

๖.จัดทำ Facebook Fanpage:GI Thailand

๗.จัดทำ YouTube Channel:GI Thailand Official Channel

๘.ปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ผ่านเว็บไซต์กรมทรัพย์สินทางปัญญา

๙.จัดทำความรู้ในรูปแบบอินโฟกราฟิก และรูปแบบ VTR

๑๐.นำสื่อมวลชนลงพื้นที่แหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

อย่างไรก็ดี ที่ผ่านมามองบประมาณในการประชาสัมพันธ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังมีค่อนข้างจำกัด จึงทำให้ไม่สามารถวางแผนการประชาสัมพันธ์ได้เต็มรูปแบบและต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์ยังคงใช้วิธีการเลือกสินค้าบางรายการ และเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับงบประมาณที่ได้รับเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าดังกล่าว โดยไม่สามารถประชาสัมพันธ์ได้ทุกสินค้าอย่างทั่วถึงครอบคลุมทุกพื้นที่ นอกจากนี้ ยังคงเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าเดิมๆ ต่อเนื่องติดต่อกันหลายปี เพื่อการสร้างการจดจำของผู้บริโภคต่อสินค้านั้นๆทำให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หลายรายการที่มีศักยภาพไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างแต่อย่างใด

ปัญหาด้านการตลาดอีกประการหนึ่ง คือ ปัญหาระบบพ่อค้าคนกลางซึ่งอยู่ คู่กับเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนานและเป็นตัวแปรสำคัญของวงจรเศรษฐกิจของสินค้าทั้งใน ด้านบวกและลบด้วยเช่นกัน ในด้านบวกเขาเหล่านั้นคือผู้ซื้อที่ดีของผู้ผลิตที่ไม่ต้องเสียเวลาแสวงหา ตลาด ผู้ผลิตเพียงแค่ออกราคาประตูบ้านแล้วเกิดการแลกเปลี่ยนสินค้ากับเงิน แต่ข้อเสียคือพ่อค้า คนกลางจะบริหารธุรกิจแบบทำกำไรสูงสุด(Maximize Profit)จากผู้ผลิตหรือที่เรียกว่าการกดราคา และโง่งราคากับผู้รับช่วงซื้อต่อหรือผู้บริโภค ยกตัวอย่างที่เกิดขึ้นกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บางราย เช่น สับประตูกแลเชียงราย จะมีพ่อค้าคนกลาง ๕-๑๐ รายใหญ่ที่คอยรับซื้อผลผลิต โดยจะมีการตกลง กันเองในกลุ่มหรือฮั้วราคากันก่อนจะเจรจากดราคากับผู้ผลิต มีการกดราคาต่ำเท่ากันทุกราย ส่งผล ให้เกษตรกรต้องยอมรับและจำหน่ายออกเพื่อระบายสินค้า

จากการสำรวจข้อมูลของกรมทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๕๘ – มิถุนายน ๒๕๖๐ สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาด้านการตลาดของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของ ไทยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นโดยพบว่า ผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญกับการพัฒนาการตลาดเพียงร้อยละ ๓๔.๒๓และยังมีผู้ประกอบการอีกเป็นจำนวนมากที่ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาในด้านใดๆ เลย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ของไทยยังจำกัดการตลาด (การจำหน่ายตรงและจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง) อยู่ ภายในประเทศเป็นหลักมีผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพียงร้อยละ๓.๓๔เช่น ศิลาดล เชียงใหม่ ผ้าครามสกลนคร กาแฟดอยช้าง (เชียงราย) และผ้าไหมมัดหมี่ชนบท (ขอนแก่น) ที่มี ประสบการณ์การส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เช่น เยอรมัน ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และสวีเดน เป็นต้น นอกจากนี้ หากพิจารณาในแง่การทำตลาดออนไลน์ พบว่า มีผู้ประกอบการที่ไม่เคยทำตลาดออนไลน์ จำนวนสูงถึงร้อยละ ๘๘.๒๙ และมีเพียงร้อยละ ๑๑.๗๑ เท่านั้น ที่เคยมีประสบการณ์ทำการตลาด ผ่านสื่อออนไลน์

๓.๒ ปัญหาการขาดการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ กระทรวงพาณิชย์โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ ดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์หลายสินค้า โดยแบ่งออกเป็น ๔ กลุ่ม ได้แก่ (๑) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเชิง สร้างสรรค์ (Conceptual Product) (๒) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นำไปขายต่อได้จริงภายใต้ความเป็น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Redesign GI Product)(๓)การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญในเทศกาลปีใหม่ (Packaging Design for New Year Festival) และ (๔) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการค้า (Packaging Design for Commercial Purpose) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๓.๒.๑ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเชิงสร้างสรรค์

๓.๒.๑.๑ ผ้าครามธรรมชาติสกลนคร คือผ้าฝ้ายที่ผ่าน กระบวนการย้อมครามธรรมชาติตามภูมิปัญญาท้องถิ่น จังหวัดสกลนคร ทำให้ได้สีฟ้าอ่อนถึงสีน้ำเงิน เข้ม เป็นมันวาว ไม่ตกสี มีกลิ่นเฉพาะตัว

แผนภาพที่ ๓-๒ ผ้าครามธรรมชาติสากล



๓.๒.๑.๒ ผ้าไหมมัดหมี่ชนบทคือผ้าไหมมัดหมี่ที่ผลิตในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เป็นผ้าไหมที่สร้างลวดลายหรือสีสันทันด้วยการคั้นลำหมี่และมัดย้อมอย่างประณีต ตามกรรมวิธีที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาในชนบท โดยเส้นไหมพุ่งได้จากไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้าน หรือพันธุ์ไทยปรับปรุงที่ผลิตในจังหวัดขอนแก่นเท่านั้น

แผนภาพที่ ๓-๓ ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท



๓.๒.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่นำไปขายต่อได้จริงภายใต้ความเป็นสินค้า GI

๓.๒.๒.๑ ขามไก่อำป่างคือผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทเครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ที่ใช้เนื้อดินขาวอำป่างและวัตถุดิบอื่นๆ ในประเทศผสมเป็นสูตรเนื้อดิน ขึ้นรูปโดยการหล่อหรือการปั้น วาดลวดลายเป็นรูปไก่โดยมีลวดลายอื่นประกอบ

แผนภาพที่ ๓-๔ ขามไก่อำป่าง



๓.๒.๒.๒ ศิลาดลเชียงใหม่คือผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาประเภทเนื้อหินที่ผลิตในจังหวัดเชียงใหม่ ทำขึ้นจากเนื้อดินดำหรือดินผสมกับดินดำ ตกแต่งด้วยการเคลือบซีเถ้าธรรมชาติ เเผาที่อุณหภูมิสูงในบรรยากาศการสันดาปที่ไม่สมบูรณ์ตามกรรมวิธีที่สืบทอดต่อกันมา

แผนภาพที่ ๓-๕ ศิลาดลเชียงใหม่



๓.๒.๓ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญในเทศกาลปีใหม่

๓.๒.๓.๑ ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนคือลำไยอบแห้งที่มีสีเหลืองทอง เนื้อหนา แห้งสนิทไม่ติดกัน มีรสชาติหวานและมีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นลำไยพันธุ์ดอที่ปลูกและผ่านกรรมวิธีการอบแห้งในเขตพื้นที่จังหวัดลำพูน

แผนภาพที่ ๓-๖ ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน



๓.๒.๓.๒ ข้าวเจ๊กเขยเส้าไห้ (ข้าวพรีไลฟ์)คือข้าวที่ได้จากการแปรรูปข้าวเปลือก พันธุ์เจ๊กเขย ซึ่งเป็นพันธุ์พื้นเมือง และเป็นข้าวเจ้าไวต่อช่วงแสง ปลูกในฤดูนาปี ในพื้นที่อำเภอเส้าไห้ อำเภอเมือง อำเภอหนองแสง อำเภอวิหารแดง อำเภอหนองแค อำเภอหนองโดน และกิ่งอำเภอดอนพุด จังหวัดสระบุรี เมื่อบุ้งสุกจะร่วงเป็นตัว ไม่เกาะกันเป็นก้อน หุงขึ้นหม้อ ข้าวสุกจะนุ่ม ไม่แฉะ ไม่แข็งกระด้าง ไม่เหนียวละ ไม่ยุบตัวเมื่อเป็นข้าวราดแกง ไม่บูดง่ายแม้ทิ้งไว้เย็นข้ามวัน ข้าวเก่าเมื่อนำมาหุงไม่มีกลิ่นสาบ

แผนภาพที่ ๓-๗ ข้าวเจ้ากษยเสาไห้ (ข้าวพรีไลฟ์)



๓.๒.๓.๓ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (กระต่ายคู่ชูรวงข้าวสีทอง) ปลุกครอบคลุม ๕ จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด สุรินทร์ ศรีสะเกษ มหาสารคาม และ ยโสธร ใช้พันธุ์ข้าว “ขาวดอกมะลิ ๑๐๕” และ “กข ๑๕” เท่านั้น มาปลูกในทุ่งกุลาร้องไห้ เมล็ดข้าวหอม ยาว เรียว เลื่อมมัน เมื่อหุงสุกจะมีกลิ่นหอมธรรมชาติ และนุ่ม ข้าวมีความหอมมากกว่าข้าวหอมจากแหล่งอื่น ทุ่งกุลาร้องไห้มีสภาพเป็นแอ่งกระทะขนาดใหญ่ ดินเป็นดินร่วนปนทราย พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ การปลูกข้าวในภูมิภาคที่มีทั้งความแห้งแล้งของพื้นที่และความเค็มในดิน ทำให้ข้าวเกิดความเครียด และหลังสารหอม ส่งผลให้ข้าวมีความหอมมากกว่าข้าวหอมจากแหล่งอื่นซึ่งเป็นความพิเศษที่เกิดจาก ภูมิศาสตร์โดยแท้

แผนภาพที่ ๓-๘ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (กระต่ายคู่ชูรวงข้าวสีทอง)



๓.๒.๓.๔ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (ข้าวอินทรีย์ลุ่มบุญมี) ปลุกครอบคลุม ๕ จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด สุรินทร์ ศรีสะเกษ มหาสารคาม และ ยโสธร ใช้พันธุ์ข้าว “ขาวดอกมะลิ ๑๐๕” และ “กข ๑๕” เท่านั้น มาปลูกในทุ่งกุลาร้องไห้ เมล็ดข้าวหอม ยาว เรียว เลื่อมมัน เมื่อหุงสุกจะมีกลิ่นหอมธรรมชาติ และนุ่ม ข้าวมีความหอมมากกว่าข้าวหอมจากแหล่งอื่น ทุ่งกุลาร้องไห้มีสภาพเป็นแอ่งกระทะขนาดใหญ่ ดินเป็นดินร่วนปนทราย พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ การปลูกข้าวในภูมิภาคที่มีทั้งความแห้งแล้งของพื้นที่ และความเค็มในดินทำให้ข้าวเกิดความเครียดและหลังสารหอม ส่งผลให้ข้าวมีความหอมมากกว่าข้าวหอมจากแหล่งอื่นซึ่งเป็นความพิเศษที่เกิดจากภูมิศาสตร์โดยแท้

แผนภาพที่ ๓-๙ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (ข้าวอินทรีย์สูงบุญมี)



๓.๒.๔ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการค้า

๓.๒.๔.๑ กล้วยเล็บมือนางชุมพร (อบแห้ง) คือกล้วยเล็บมือนาง และกล้วยเล็บมือนางอบแห้ง ที่มีลักษณะผลเล็ก ปลายผลเรียวเรียงติดกันคล้ายนิ้วมือ ผลและเนื้อมีสี เหลืองทอง เปลือกบาง เนื้อนุ่มรสหวาน มีกลิ่นหอม ส่วนกล้วยเล็บมือนางอบแห้ง เนื้อกล้วยมีสี น้ำตาล นุ่มเหนียวและไม่แห้งจนเกินไป รสชาติหวาน ปูกและผลิตในพื้นที่จังหวัดชุมพร

แผนภาพที่ ๓-๑๐ กล้วยเล็บมือนางชุมพร (อบแห้ง)



๓.๒.๔.๒ ขนมหม้อแกงเมืองเพชรคือขนมหม้อแกงที่ผลิตขึ้นใน พื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ด้วยกรรมวิธีพิเศษตามภูมิปัญญาของคนเมืองเพชรบุรี โดยใช้น้ำตาลโตนดเมือง เพชรเป็นส่วนผสมสำคัญที่ทำให้ขนมหม้อแกงเมืองเพชรมีรสชาติหวานกลมกล่อม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะ

แผนภาพที่ ๓-๑๑ ขนมหม้อแกงเมืองเพชร



๓.๒.๔.๓ ข้าวเจ๊กเขยเสาไห้ (ข้าวแม่สั่งไว้) คือข้าวที่ได้จากการแปรรูปข้าวเปลือก พันธุ์เจ๊กเขย ซึ่งเป็นพันธุ์พื้นเมือง และเป็นข้าวเจ้าไวต่อช่วงแสง ปลูกในฤดูนาปีในพื้นที่อำเภอเสาไห้ อำเภอเมือง อำเภอหนองแขง อำเภอวิหารแดง อำเภอหนองแค อำเภอหนองโดน และกิ่งอำเภอดอนพุด จังหวัดสระบุรี เมื่อหุงสุกจะร่วนเป็นตัว ไม่เกาะกันเป็นก้อน หุงขึ้นหม้อ ข้าวสุกจะนุ่ม ไม่แฉะ ไม่แข็งกระด้าง ไม่เหนียวและ ไม่ยุบตัวเมื่อเป็นข้าวราดแกง ไม่บูดง่ายแม้ทิ้งไว้เย็นข้ามวัน ข้าวเก่าเมื่อนำมาหุงไม่มีกลิ่นสาบ

แผนภาพที่ ๓-๑๒ ข้าวเจ๊กเขยเสาไห้ (ข้าวแม่สั่งไว้)



๓.๒.๔.๔ ทูเรียนปราจีนคือทุเรียนพันธุ์ก้านยาว พันธุ์หมอนทอง พันธุ์ชะนี พันธุ์กระดุมทอง และพันธุ์พื้นเมืองอื่นๆ ที่มีเนื้อแห้ง หนา เส้นใยน้อย หวานมัน ซึ่งปลูกในเขตพื้นที่อำเภอเมืองปราจีนบุรี อำเภอกบินทร์บุรี อำเภอประจันตคาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ และอำเภอนาดี ของจังหวัดปราจีนบุรี

แผนภาพที่ ๓-๑๓ ทูเรียนปราจีน



๓.๒.๔.๕ ส้มโอท่าข่อยเมืองพิจิตรคือส้มโอพันธุ์ท่าข่อย ที่มีรสหวานอมเปรี้ยว เนื้อกึ่งสีชมพูอ่อน ฉ่ำน้ำ เมล็ดเล็กหรือเมล็ดลีบ บางผลไม่มีเมล็ด ปลูกในเขตพื้นที่จังหวัดพิจิตร

แผนภาพที่ ๓-๑๔ ส้มโอท่าช้อยเมืองพิจิตร



๓.๒.๔.๖ สับประรดบ้านคาคือสับประรดพันธุ์ปัตตาเวีย รสหวานฉ่ำ ไม่กัดลิ้น มีกลิ่นหอม เนื้อละเอียด หนานุ่ม มีตาผลค่อนข้างตื้น เมื่อบอกเปลือกแล้วตาผลจะติดออกไปกับเปลือก ปลุกในพื้นที่ ๔ อำเภอ ได้แก่ อำเภोजอมบึง อำเภอปากท่อ อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

แผนภาพที่ ๓-๑๕ สับประรดบ้านคา



๓.๒.๔.๗ สับประรดภูแลเขียงรายคือสับประรดในกลุ่มควีน ปลุกในตำบลนางแล ตำบลท่าสุด และตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเขียงราย มีลักษณะผลเล็ก เปลือกค่อนข้างหนา เมื่อบอกเปลือกจะมีสีเหลืองหรือเหลืองปนเขียว เนื้อสีเหลือง กรอบ กลิ่นหอม แกนสับประรดกรอบรับประทานได้ รสหวานปานกลาง

แผนภาพที่ ๓-๑๖ สับประรดภูแลเขียงราย



๓.๒.๔.๘ **หมวย่างเมืองตรัง** ทำมาจากหมูซี่พริ้ว (หมูพันธุ์เล็ก) เมื่ออย่างสุก จะมีหนังกรอบ สีเหลืองทอง เนื้อหอมนุ่ม รสชาติอร่อยกลมกล่อม ผลิตในจังหวัดตรัง ข้อแตกต่างระหว่างหมวย่างเมืองตรังกับของที่อื่น คือ หมวย่างที่อื่นมักจะย่างโดยใช้เตาอย่างแบบธรรมดา อย่างเป็นชิ้น การหมักเครื่องปรุงแตกต่างกัน สำหรับหมวย่างเมืองตรังนั้น กรรมวิธีหมักหมูใช้เครื่องเทศที่มีสูตรเฉพาะ หมักในห้องที่มีมุ้งลวดกันแมลง อย่างทั้งตัว เตาที่ย่างหมูต้องเป็นเตาก่อด้วยอิฐ ใช้ไม้ย่างพาราในพื้นที่จังหวัดตรังเป็นเชื้อเพลิงในการย่าง

แผนภาพที่ ๓-๑๗ หมวย่างเมืองตรัง



ในปีงบประมาณ ๒๕๖๑ กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต่อเนื่องจากปี ๒๕๖๐ แต่ไม่ได้มีการแบ่งรูปแบบการพัฒนาออกเป็นกลุ่มๆ (ต่างจากปี๒๕๖๐) โดยในปี ๒๕๖๑ มีสินค้าที่อยู่ภายใต้โครงการดังกล่าวหลายสินค้าโดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ คือข้าวเปลือกข้าวกล้องและข้าวขาวที่แปรรูปมาจากข้าวเปลือกพันธุ์ข้าวหอมที่ไวต่อช่วงแสงคือพันธุ์ข้าวดอกมะลิ ๑๐๕ และพันธุ์ข ๑๕ ที่ผลิตในจังหวัดสุรินทร์ในฤดูนาปีและมีกลิ่นหอมตามธรรมชาติเมล็ดข้าวขาวเรียวยาวขาวใสเป็นเงาเลื่อมมันเมื่อหุงสุกมีลักษณะอ่อนนุ่มชุ่มลิ้นกินอร่อยจนได้คำขานานามว่า “ข้าวหอมมะลิสุรินทร์หอมยาวขาวนุ่ม”

แผนภาพที่ ๓-๑๘ ข้าวหอมมะลิสุรินทร์



๒. ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี คือข้าวกล้องที่ได้จากการแปรรูปข้าวเปลือกเหนียวพันธุ์ข.๖ หรือข้าวเปลือกเจ้าพันธุ์ข้าวดอกมะลิ ๑๐๕ ในระยะเป็นน้ำนมยังไม่แก่จัดที่ปลูกในพื้นที่

อำเภอวาริชภูมิอำเภอพังโคนและอำเภออากาศอำนวยจังหวัดสกลนครโดยนำมาผ่านกรรมวิธีเฉพาะตามหลักประเพณีการทำข้าวฮางที่สืบต่อกันมาในพื้นที่ดังกล่าวข้าวกลิ้งมีสีน้ำตาลอ่อนจนถึงน้ำตาลคล้ำ (เหลืองทอง) เมล็ดหอมเรียวยาวแฉ่งใส

แผนภาพที่ ๓-๑๙ ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี



๓.ทุเรียนนนท์คือทุเรียนพันธุ์ก้านยาวพันธุ์หมอนทองพันธุ์ชะนีพันธุ์กระดุมทองและพันธุ์พื้นเมืองที่มีรสชาติดีหวานมันหอมเนื้อละเอียดสีเหลืองปลูกในเขตพื้นที่ ๖ อำเภอได้แก่อำเภอเมืองอำเภอบางกรวยอำเภอปากเกร็ดอำเภอบางใหญ่อำเภอบางบัวทองอำเภอไทรน้อยจังหวัดนนทบุรี

แผนภาพที่ ๓-๒๐ ทุเรียนนนท์



๔.ทุเรียนป่าละอูคือทุเรียนพันธุ์หมอนทองและพันธุ์ชะนีที่มีลักษณะเนื้อหนาสีเหลืองอ่อนเนื้อแห้งเนียนละเอียดกลิ่นอ่อนรสชาติหวานมันเมล็ดสีเบกมีผลผลิตในช่วงเดือนพฤษภาคม - สิงหาคมที่ปลูกบริเวณเขตพื้นที่ป่าละอูในตำบลห้วยสัตว์ใหญ่อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แผนภาพที่ ๓-๒๑ ทุเรียนป่าละอู



๕. ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูนคือลำไยอบแห้งที่มีสีเหลืองทองเนื้อหนาแห้งสนิทไม่ติดกันมีรสชาติดหวานและมีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งเป็นลำไยพันธุ์อีดอที่ปลูกและผ่านกรรมวิธีการอบแห้งในเขตพื้นที่จังหวัดลำพูน

แผนภาพที่ ๓-๒๒ ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน



๖. ส้มโอทับทิมสยามปากพนังคือส้มโอพันธุ์ทับทิมสยามที่มีรสชาติดหวานนุ่มสีของเนื้อสีชมพูเข้มคล้ายสีทับทิมจนถึงสีแดงผิวผลน้มน้ดั่งกำมะหยี่ซึ่งปลูกในพื้นที่อำเภอปากพนังจังหวัดนครศรีธรรมราช

แผนภาพที่ ๓-๒๓ ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง



๗. ไข่เค็มไชยาคือไข่เค็มที่ผลิตจากไข่เป็ดที่ได้จากเป็ดที่เลี้ยงในพื้นที่อำเภอไชยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี และผลิตเป็นไข่เค็มด้วยกรรมวิธีพิเศษตามภูมิปัญญาของคนไชยาพื้นที่อำเภอไชยา

เป็นแหล่งเลี้ยงเปิดขนาดใหญ่ด้วยสภาพภูมิศาสตร์โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่มฝนตกตลอดทั้งปีติดกับชายฝั่งทะเลที่มีกุ้งหอยปูปลาที่อุดมสมบูรณ์

แผนภาพที่ ๓-๒๔ ไข่เค็มไชยา



๘.กาแฟเขาทะลุเป็นกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้าที่ปลูกอยู่ในเขตตำบลเขาทะลุอำเภอสวีจังหวัดชุมพรมีภูมิประเทศเป็นที่ราบเชิงเขาในระดับความสูง ๒๐๐-๓๐๐ เมตรจากระดับน้ำทะเลสภาพดินมีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุริมเชิงเขาเป็นตำแหน่งที่มีภูมิอากาศแบบพิเศษที่เรียกว่าร่องมรสุมฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันฝนแปดแดดสี่ทำให้กาแฟที่ปลูกในบริเวณเขาทะลุนี้นี้มีรสชาติและลักษณะพิเศษคือรสชาติเข้มข้นหนักแน่นและมีกลิ่นหอม

แผนภาพที่ ๓-๒๕ กาแฟเขาทะลุ



๙.มะขามหวานเพชรบูรณ์ เป็นมะขามที่มีเปลือกสีน้ำตาลเนยมีเนื้อสวย สม่่าเสมอ หนา นุ่ม เหนียว ไม่แข็งกระด้าง สาหรักน้อยรสชาติหวานหอมภูมิประเทศและภูมิอากาศทำให้พื้นที่ในจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นพื้นที่ที่ปลูกมะขามหวานที่ดีที่สุดของประเทศลักษณะของพื้นที่เป็นแบบแอ่งกระทะมีแม่น้ำป่าสักไหลผ่านดินมีธาตุอาหารฟอสฟอรัสและโปแตสเซียมค่อนข้างสูงเหมาะสำหรับปลูกผลไม้โดยเฉพาะมะขามหวาน

แผนภาพที่ ๓-๒๖ มะขามหวานเพชรบูรณ์



๑๐. ส้มโอพูโกยะรัง (YARANG PUKO POMELO) หมายถึงส้มโอพันธุ์พูโกผลไม้
ลักษณะทรงกลมมีจุก มีรสชาติหวานหอมเปลือกบางเนื้อนิ่มสีแดงทับทิมมีขนคล้ายกำมะหยี่ปกคลุม
ทั่วทั้งผลซึ่งปลูกในพื้นที่อำเภอยะรังจังหวัดปัตตานี

แผนภาพที่ ๓-๒๗ ส้มโอพูโกยะรัง



แม้กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะได้ดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยทั้งในปี ๒๕๖๐ และปี ๒๕๖๑ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่สินค้าสิ่ง
บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยด้วยการสร้างภาพลักษณ์ร่วมสมัยเป็นสินค้าชุมชนระดับพรีเมียมอย่างไรก็ดี
การดำเนินการโครงการในลักษณะดังกล่าวยังคงเป็นไปอย่างจำกัด โดยเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ
บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าบางรายการสินค้านั้น (ไม่ครอบคลุม
สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยที่มีถึง ๑๐๙ สินค้า) นอกจากนี้ การดำเนินการโครงการฯ ก็ยังเป็น
การดำเนินการเป็นครั้งคราวตามงบประมาณที่ได้รับ ซึ่งที่ผ่านมายังไม่ได้มีการวางแผนพัฒนา
ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ในระยะยาวอย่างต่อเนื่องแต่อย่างใด

๔. ปัญหาด้านกลไกทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทาง
ภูมิศาสตร์ขาดความชัดเจน

ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่๒ เกี่ยวกับสาระสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครอง สิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ ซึ่งมีผลใช้บังคับมาตั้งแต่ปี ๒๕๔๖ อย่างไรก็ตามพบว่า กฎหมายฉบับดังกล่าวยังขาดความชัดเจนในหลายประเด็น เช่น

๔.๑ ไม่ได้กำหนดให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องมี การจัดทำระบบการควบคุมตนเอง ระบบการควบคุมภายใน และระบบการควบคุมภายนอก ไว้อย่าง ชัดเจน

๔.๒ ไม่ได้กำหนดให้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยได้รับความคุ้มครอง ภายใต้อำนาจพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ รวมถึงไม่ได้กำหนดให้การละเมิดตรา สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย เช่น การนำตราไปใช้กับสินค้าที่ไม่ใช่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การปลอม หรือ การเลียน เป็นความผิด

๔.๓ มาตรา ๒๗ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖^{๑๔} อาจไม่สอดคล้องกับความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (ความตกลงทริปส์: TRIPS Agreement) ซึ่งประเทศไทยเป็นภาคีโดยเฉพาะในข้อ ๒๒.๒ (a)^{๑๕} ซึ่งกำหนดห้ามการใช้ไม่ว่า ด้วยวิธีใดๆ ที่เป็นการระบุหรือนำเสนอสินค้าโดยแสดงหรือชวนให้เชื่อว่าสินค้านั้นมีที่มาจากพื้นที่ทาง ภูมิศาสตร์อื่นที่ไม่ใช่สถานที่ที่เป็นแหล่งกำเนิดแท้จริง ในลักษณะที่ทำให้สาธารณชนเข้าใจผิดถึง แหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้านั้นในขณะที่มาตรา ๒๗ กำหนดห้ามเพียงการใช้ “สิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์” ซึ่งอาจทำให้มีการแปลความ “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” ตามมาตรา ๒๗ ว่าหมายถึง “ชื่อสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” เท่านั้นซึ่งแคบกว่า การระบุ (designation) หรือนำเสนอ (presentation) สิ่ง ที่แสดงถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ” (of any means) เช่น การแสดงด้วยรูปภาพ เป็นต้น

๔.๔ มาตรา ๒๘ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ บัญญัติถึงการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าเฉพาะอย่าง โดยให้การคุ้มครองระดับพิเศษ สำหรับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่กฎหมายกำหนด^{๑๖} อาจไม่สอดคล้องกับความตกลงทริปส์ กล่าวคือ มาตรา ๒๘ ไม่ได้ระบุห้ามการใช้ “คำแปลสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” โดยไม่ชอบกับสินค้าไวน์และสุรา ซึ่ง

^{๑๔}มาตรา ๒๗ การกระทำดังต่อไปนี้ถือว่าการกระทำโดยมิชอบ (๑) การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อแสดงหรือทำให้ผู้อื่นหลงเชื่อว่าสินค้าที่มีได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว (๒) การใช้สิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประการใดที่ทำให้เกิดความสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพ ชื่อเสียงหรือ คุณลักษณะอื่นของสินค้านั้น เพื่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการรายนั้น (...)

^{๑๕}ความตกลงทริปส์ ข้อ ๒๒.๒ (เอ) In respect of GI, Members shall provide the legal means for interested parties to prevent: (a) the use of any means in the designation or presentation of a good that indicates or suggests that the good in question originates in a geographical area other than the true place of origin in a manner which misleads the public as to the geographical origin of the good.

^{๑๖}ข้อ ๑ ของกฎกระทรวงกำหนดรายชื่อประเภทสินค้าเฉพาะอย่างและกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการในการใช้สิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ที่เหมือนหรือพ้องกัน พ.ศ. ๒๕๔๗ กำหนดสินค้าเฉพาะอย่างไว้ ๔ รายการ ได้แก่ ข้าว ไหม ไวน์ และสุรา

แตกต่างจากความตกลงทริปส์ข้อ ๒๓.๑ ที่กำหนดห้ามไม่ให้บุคคลที่ไม่ใช่เจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ใช้ “คำแปลสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” กับสินค้าไวน์และสุรา^{๑๗}

๔.๕ ในกรณีที่มีการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไม่ได้กำหนดให้มีผู้ดูแลสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อความสะดวกในการดำเนินการทางกฎหมาย เช่น เพื่อเป็นโจทก์ โจทก์ร่วม หรือเป็นผู้เสียหายในการดำเนินคดี

๕. ปัญหาการไม่นำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนและการขาดกลไกทางกฎหมายเพื่อคุ้มครองชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ถูกลักลอบนำไปใช้เป็นชื่อโดเมน

ปัจจุบันพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตนับเป็นช่องทางทางการค้าที่สำคัญที่จะสามารถจำหน่ายและเผยแพร่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยจากชุมชนหรือแหล่งพื้นที่สู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศได้ง่าย อย่างไรก็ตามเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยไปใช้จดทะเบียนชื่อโดเมน (Domain Name) หรือชื่อเว็บไซต์ โดยไม่ชอบ เช่น การนำคำว่า “SungYod” (สังข์หยด) ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนเป็น www.sungyod.com หรือ www.sungyod.co.th โดยชาวต่างชาติประเทศไทยจึงควรกำหนดบทบัญญัติคุ้มครองไม่ให้เกิดการนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้เป็นชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ และในขณะเดียวกันก็ควรสนับสนุนให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จดทะเบียนชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นชื่อโดเมนด้วย เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้เป็นชื่อเว็บไซต์โดยไม่มีสิทธิอย่างใดก็ตาม ปัจจุบันผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เกือบทั้งหมดยังไม่ได้ดำเนินการเชิงรุกโดยนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมน อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องก็ไม่ได้ดำเนินการเพื่อสนับสนุนการในเรื่องนี้ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยต้องเสียประโยชน์ในการค้าขายผ่านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในอนาคตได้

๖. ปัญหาด้านการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ปัจจุบันปัญหาการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทยปรากฏชัดเจนมากขึ้น โดยล่าสุดสถานเอกอัครราชทูตเม็กซิโกประจำประเทศไทย พร้อมด้วยผู้แทนสำนักงานคณะกรรมการควบคุมเตกีลา (Tequila Regulatory Council: TRC) ประจำภูมิภาคเอเชีย-โอเชียเนีย และผู้แทนสภาหอการค้าธุรกิจอุตสาหกรรมผลิตและส่งออกเตกีลา ได้เข้าพบกรมทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งเป็นหน่วยงานขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย เพื่อหารือในประเด็นการคุ้มครองและการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของเครื่องดื่มเตกีลาในประเทศไทย โดยฝ่ายเม็กซิโกได้แสดงข้อกังวลเกี่ยวกับปัญหาการละเมิดสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของเครื่องดื่มเตกีลากว่าคือ

^{๑๗} ความตกลงทริปส์ ข้อ ๒๓.๑ Each Member shall provide the legal means for interested parties to prevent use of a GI identifying wines for wines not originating in the place indicated by the GI in question or identifying spirits for spirits not originating in the place indicated by the GI in question, even where the true origin of the goods is indicated or the GI is used in translation or accompanied by expressions such as “kind”, “type”, “style”, “imitation” or the like.

แม้ว่าตากีล่าจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทยแล้วตั้งแต่ปี ๒๕๕๕ แต่ยังคงพบการจำหน่ายตากีล่าปลอมในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งเม็กซิโกแสดงความกังวลในเรื่องดังกล่าว และได้ให้ข้อมูลว่า มีการจำหน่ายตากีล่าในประเทศไทยเฉลี่ยปีละจำนวน ๒๘,๐๐๐ ขวด โดยกว่า ๑๑,๐๐๐ ขวด เป็นตากีล่าปลอมที่ไม่ได้ผลิตในเม็กซิโกและ/หรือไม่ได้รับรองคุณภาพจาก TRC ทั้งนี้ สถานเอกอัครราชทูตเม็กซิโกได้ตรวจพบการจำหน่ายตากีล่าปลอม ทั้งหมด ๖ ยี่ห้อ ได้แก่ ๑) Mexicana Ole ๒) Latino Creek ๓) El Niiyo ๔) Santana ๕) Montezuma และ ๖) Matador ซึ่งวางจำหน่ายในตลาดต่างๆ อาทิห้างสรรพสินค้าเอ็มโพเรียม วิลล่ามาร์เก็ต ซูเปอร์มาเก็ตในห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ห้างสรรพสินค้าเอ็มควอเทียร์ ซึ่งจากการสุ่มตรวจของสถานเอกอัครราชทูตเม็กซิโกพบว่าสินค้าปลอมดังกล่าววางปะปนกับตากีล่าของแท้ อีกทั้งมีราคาที่ถูกกว่า จึงทำให้ผู้บริโภคสับสนและตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าปลอมซึ่งมีราคาถูกกว่า

สรุป

จากการศึกษาสถานการณ์และปัญหาด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยข้างต้นพบว่าแม้ที่ผ่านมาประเทศไทยจะได้ดำเนินการด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มายาวนานกว่าสิบปีนับตั้งแต่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ฯ ในปี พ.ศ. ๒๕๔๖ แต่ก็ยังคงประสบปัญหาหลายด้าน ได้แก่ การผลิตการควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กลไกทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมน และการบังคับใช้สิทธิที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

โดยที่ปัจจุบันยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ แผนปฏิบัติการของกระทรวงพาณิชย์ปี ๒๕๖๒ แผนปฏิบัติการของกรมทรัพย์สินทางปัญญาปี ๒๕๖๒ และแผนที่นำทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา (IP Roadmap) ได้ให้ความสำคัญและกำหนดแนวทางเชิงนโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไว้อย่างชัดเจน ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อปัญหาที่เกิดขึ้นตามที่ได้กล่าวไว้ในบทนี้ จึงควรมีการกำหนดแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งสามารถนำไปสู่การปฏิรูประบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ก่อให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริงโดยในบทถัดไป (บทที่ ๔) จะเป็นการวิเคราะห์หาแนวทางการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย โดยตั้งอยู่บนฐานของสถานการณ์และปัญหาด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทนี้ และยึดโยงกับยุทธศาสตร์ นโยบาย และแผนงานต่างๆ ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ ๒

บทที่ ๔

แนวทางการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริม สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย

แนวทางการปรับปรุงด้านการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ประเทศไทยเป็นเมืองเกษตรที่มีความมั่งคั่งในเรื่องของทรัพยากรทางด้านอาหารมีความอุดมสมบูรณ์จนได้รับคำกล่าวยกย่องว่า “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” สภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศของไทยมีความเหมาะสมแก่การทำเกษตรกรรมพืชพรรณธัญญาหารต่างๆ สามารถหาได้จากธรรมชาติรอบตัว อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสภาพแวดล้อมที่เคยเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์เริ่มมีการเสื่อมถอยและส่งผลกระทบต่อกิจกรรมด้านการเกษตร โดยเฉพาะปริมาณผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิตได้อ่างไม่แน่นอน อันส่งผลให้เกิดปัญหาการขาดเสถียรภาพของราคาพืชผลทางการเกษตร นอกจากนี้ โดยที่สภาวะการกระจายตัวและพฤติกรรมของวัยทำงานมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องทำให้แรงงานภาคการเกษตรขาดแคลนหรือขาดคุณภาพ อีกทั้งยังมีสภาวะโลกร้อนที่ทำให้สภาพภูมิอากาศมีความผิดปกติส่งผลให้ภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนและถูกนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจการดำเนินกิจกรรมทางการเกษตรให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศเริ่มใช้ไม่ได้ผลอย่างในอดีต

ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ ๓ ในการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ปัญหาด้านฤดูกาลและกฎเกณฑ์ทางธรรมชาติเป็นปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะสินค้าเกษตร เกษตรแปรรูป และหัตถกรรมซึ่งต้องใช้วัตถุดิบอันเป็นผลผลิตของธรรมชาติ นอกจากนี้ในการผลิตยังมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในระดับที่ค่อนข้างต่ำและมีการใช้เงินวงจำกัด ผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังไม่มีที่ปรึกษาหาข้อมูลความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเพื่อนำมาใช้สำหรับการลดระยะเวลา การใช้แรงงาน การควบคุมคุณภาพ และการเพิ่มปริมาณการผลิต เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

แนวทางหนึ่งในการแก้ไขปัญหาด้านการผลิตดังกล่าว คือ การนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์ (Computer) อิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) สารสนเทศ (Information Technology) เครื่องมือสื่อสาร (Communication Devices) เซ็นเซอร์ (Sensor) เทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) และนาโนเทคโนโลยี (Nano-Technology) เข้ามาผสมผสานกับงานด้านการเกษตรโดยสิ่งต่างๆ ดังกล่าวจะเข้ามาช่วยเปลี่ยนฟาร์มเกษตรทั้งหลายจากฟาร์มธรรมดาให้กลายเป็นฟาร์มอัจฉริยะ^{๑๑๑} (SmartFarmหรือIntelligentFarm) โดยฟาร์มอัจฉริยะจะมีความสามารถในการรับรู้ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ด้วยระบบเซ็นเซอร์และทำงานอย่างกึ่งอัตโนมัติทั้งนี้ ฟาร์มอัจฉริยะตั้งอยู่บนแนวคิดของการทำเกษตรสมัยใหม่ที่เรียกว่า เกษตรแม่นยำสูง (Precision Agriculture หรือ Precision Farming) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการทำเกษตรที่เกษตรกรสามารถปรับใช้ทรัพยากรให้สอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ย่อยๆ ในฟาร์มรวมไปถึงการดูแลให้มีประสิทธิภาพและแม่นยำซึ่งเกษตรแม่นยำสูงสามารถนำไปปรับใช้ได้ทั้งฟาร์มพืชและสัตว์ ยกตัวอย่างเช่น การปลูกข้าวในพื้นที่นาหลายๆ แห่งจะสังเกตได้ว่าผลผลิตของข้าวที่ออกมาในแต่ละต้นให้รวงข้าวที่ไม่เท่ากัน บางบริเวณให้รวงข้าวจำนวนมากบางบริเวณให้รวงข้าวน้อยสาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะดินที่ใช้ในการเพาะปลูกในแต่ละบริเวณของท้องนามีความสมบูรณ์ของธาตุอาหารไม่เท่ากัน ดังนั้นในการเตรียมดินก่อนทำการเพาะปลูกในระบบฟาร์มอัจฉริยะจะทำได้แม่นยำกว่า โดยอาจจะอาศัยเครื่องสแกนสภาพดินในไร่ (Soil Mapping) เพื่อเก็บข้อมูลว่าบริเวณต่างๆ มีความอุดมสมบูรณ์แตกต่างกันอย่างไร บริเวณไหนขาดแร่ธาตุชนิดใด ลักษณะดินร่วนซุยต่างกันแค่ไหน ข้อมูลเหล่านั้นจะถูกเก็บเข้าไปในฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงกับแผนที่ของฟาร์มแล้วสามารถดาวน์โหลดไปยังเครื่องหยุดยวบรถไถที่ติดตั้งจีพีเอส (Global Positioning System: GPS) ทำให้การหยุดยวบสามารถกำหนดได้ว่าจะหยุดยวบชนิดใดลงตำแหน่งใดในฟาร์มมากหรือน้อยเพียงใด จากตัวอย่างดังกล่าวจะเห็นได้ว่าฟาร์มอัจฉริยะมีความแตกต่างกับฟาร์มธรรมดาตรงที่การใช้ทรัพยากรเป็นไปอย่างแม่นยำตรงต่อความต้องการของพืช และสามารถช่วยลดการสูญเสียทรัพยากรโดยมีการให้ปุ๋ยที่พอเหมาะพอดีซึ่งจะช่วยทำให้ดินไม่เสียและไม่เกิดการล้นของแร่ธาตุที่อาจทำให้สภาพแวดล้อมเสื่อมลงฟาร์มอัจฉริยะจึงมีความแตกต่างจากการเกษตรกรรมแบบดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นเกษตรเคมีหรือเกษตรอินทรีย์ ซึ่งไม่สามารถให้ปุ๋ยเท่าๆ กันทั่วทั้งพื้นที่การเกษตรได้ทั้งนี้ ฟาร์มอัจฉริยะไม่ได้หมายความว่าต้องมีการใช้เครื่องจักรกลหนักหรือต้องลงทุนขนาดใหญ่แต่อย่างใดหากแต่เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจทำการอย่างใดอย่างหนึ่งกับพื้นที่เกษตรกรรมให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดเป็นการทำเกษตรแบบมีข้อมูลสนับสนุนซึ่งสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงเพราะมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิด

^{๑๑๑} สิริเกียรติ เกิดเจริญ. “Smart Farm ฟาร์มเกษตรอัจฉริยะ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : http://nanpang๑๑.blogspot.com/๒๐๑๖/๐๓/smart-farm_๔.html, ๒๕๕๙.

ประโยชน์สูงสุด ตลอดทั้งมีการบริหารจัดการอย่างชาญฉลาดโดยไม่ใช่เป็นเพียงการนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้เท่านั้น

อีกตัวอย่างของการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในฟาร์มอัจฉริยะเช่น ในอดีตการทำเกษตรในร่มส่วนใหญ่มักจะทำในโรงเรือน (Greenhouse) ซึ่งใช้แสงธรรมชาติแต่ในระยะหลังเริ่มมีการทำโรงเรือน “PINKHOUSE” โดยการนำเอาหลอดไฟ LED ที่ให้เฉพาะช่วงแสง (Spectrum) ที่พืชต้องการ คือสีแดงกับสีฟ้ามาผสมกันให้ได้สีม่วงอมชมพูแล้วเปิดในโรงเรือน ซึ่งมีข้อดีคือ หลอดไฟ LED ให้เฉพาะช่วงแสงที่พืชต้องการจริงๆซึ่งส่งผลให้พืชโตเร็วกว่าปกติ เพราะได้รับเฉพาะแสงที่ต้องการ อีกทั้งหลอดไฟ LED ก็ประหยัดพลังงานและไม่เกิดความร้อนนอกจากนี้ การใช้หลอดไฟ LED ช่วยทำให้เพาะปลูกแบบแนวตั้ง (Vertical Farming) ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพราะสามารถกำหนดพื้นที่ฉายแสงได้ ในขณะที่หากใช้แสงธรรมชาติสำหรับการเพาะปลูกแบบแนวตั้งพืชที่อยู่ต่ำลงมาจะไม่ได้รับแสงที่เพียงพอ

จากตัวอย่างดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า แนวทางหนึ่งที่จะมีส่วนสำคัญในการช่วยเพิ่มผลผลิตของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้า โดยเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมมาสู่การเป็นฟาร์มอัจฉริยะนอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐต้องเร่งพัฒนาความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีการเกษตรให้แก่เกษตรกรที่ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้สามารถนำไปใช้กับการทำการเกษตรได้อย่างเกิดประสิทธิผลสูงสุดด้วย

แนวทางการปรับปรุงด้านการควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การจัดให้มีกลไกและระบบควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้มาตรฐานสากล

แม้ปัจจุบันไทยจะมีการนำระบบการควบคุมตรวจสอบและระบบตรวจสอบย้อนกลับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่ระบบดังกล่าวก็ไม่ได้กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ อีกทั้งในทางปฏิบัติก็ไม่ได้มีการดำเนินการตามระบบควบคุมอย่างจริงจังทำให้ระบบควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยยังไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ของสินค้าเป็นอย่างมาก ดังนั้นการจัดให้มีกลไกและระบบควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้มาตรฐานสากลจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญและจำเป็น โดยเฉพาะจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสร้างความยั่งยืนในการประกอบการค้า

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องจัดให้มีกลไกและระบบควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งในระดับผู้ผลิต (SelfControl) ระดับจังหวัด (InternalControl) และ

ระดับภายนอก(ExternalControl)โดยต้องระบุไว้ให้ชัดเจนในกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนต้องบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานภาครัฐและชุมชนที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

แนวทางการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ และการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๑.แนวทางการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยถือได้ว่าเป็นสินค้าชุมชนประเภทหนึ่ง แต่การที่จะทำให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แตกต่างจากสินค้าชุมชนประเภทอื่นๆ นั้น จำเป็นที่จะต้องวางจุดยืนให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แตกต่างออกไปจากสินค้าโอท็อป (OTOP) และสินค้าชุมชนประเภทอื่นๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยจุดยืนของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สำคัญ คือ “สินค้าชุมชนระดับพรีเมียมที่มีแหล่งเดียวในโลก” เป้าหมายสำคัญในการวางจุดยืนของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวก็เพื่อสร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ว่าแตกต่างจากสินค้าอื่นอย่างไร โดยทำให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภค เป็นสินค้าที่ผู้บริโภครอคอยและคาดหวังที่จะซื้อเมื่อมีโอกาส นอกจากนี้ เป้าหมายอีกประการหนึ่งคือการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ดี ก่อนที่จะวางจุดยืนของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น จำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ว่าอะไรที่ทำให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แตกต่างไปจากสินค้าชุมชนประเภทอื่นๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

๑.๑ เป็นสินค้าจากแหล่งเดียวที่สามารถใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ---ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้รับการคุ้มครองโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ ทำให้มีเฉพาะผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามขอบเขตพื้นที่ที่ขึ้นทะเบียนไว้เท่านั้นที่สามารถใช้ชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้

๑.๒ เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งหาจากที่อื่นไม่ได้--- การจะขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้นั้น ชุมชนจะต้องสามารถอธิบายได้ว่าสินค้าของตนมีเอกลักษณ์พิเศษที่แตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันจากแหล่งอื่นอย่างไร

๑.๓ เป็นสินค้าคุณภาพที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ --- สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่จะสามารถติดตามสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยได้นั้น จะต้องผ่านการควบคุมตรวจสอบคุณภาพและถูกตรวจสอบด้วยคณะกรรมการจังหวัด หรือหน่วยตรวจรับรองภายนอกก่อนเท่านั้นส่งผลให้สินค้าที่ติดตามสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ว่ามาจากแหล่งผลิตจริงและได้ปฏิบัติตามคู่มือควบคุมคุณภาพจริง ทำให้ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ว่าเป็นสินค้าดีมีคุณภาพ

๑.๔ เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์พิเศษเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์-- สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการผสมผสานระหว่างผลจากลักษณะทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญาของชุมชนในแหล่งผลิต ส่งผลให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีเอกลักษณ์พิเศษที่หาจากที่อื่นไม่ได้

๑.๕ เป็นสินค้าจากความตั้งใจ--สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสินค้าที่ผู้ผลิตผลิตอย่างตั้งใจในทุกกระบวนการ ส่งผลให้เป็นสินค้าชุมชนระดับพรีเมียม

ในเชิงการตลาด การส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ผู้บริโภคมองว่าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือสินค้าชุมชนระดับพรีเมียมเป็นเรื่องที่สำคัญโดยในการจัดกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาดมีสิ่งที่ไม่ควรทำและไม่ควรทำ ดังนี้

ตารางที่ ๔-๑ สิ่งที่ไม่ควรทำและไม่ควรทำในการจัดกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด

กิจกรรม	สิ่งที่ควรทำ (Do)	สิ่งที่ไม่ควรทำ (Don't)
สถานที่จัดงานจำหน่ายเฉพาะสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	<ul style="list-style-type: none"> - ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เน้นสาขาที่อยู่ในย่านที่มีกำลังซื้อสูง - เลือกสถานที่ที่มีคนมีกำลังทรัพย์ในการจับจ่ายใช้สอย 	<ul style="list-style-type: none"> - สนามกีฬา - ศาลากลางจังหวัด

ตารางที่ ๔-๑ สิ่งที่ไม่ควรทำและไม่ควรทำในการจัดกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาด (ต่อ)

กิจกรรม	สิ่งที่ควรทำ (Do)	สิ่งที่ไม่ควรทำ (Don't)
รูปแบบการออกร้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างไม้ - โครงสร้างเหล็กแบบโมเดิร์น - วัสดุอื่นๆ ที่ดูดีและทันสมัย 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงบุท system (บุทสำเร็จรูป) - หลีกเลี้ยงรูปแบบบุทที่ดูเป็นการขายสินค้าราคาประหยัดหรือสินค้าตลาดล่าง
รูปแบบการจัดงาน GI	<ul style="list-style-type: none"> - ทันสมัย - ไทยประยุกต์ 	<ul style="list-style-type: none"> - รูปเรือนไทย แบบโบราณ - รูปแบบงาน OTOP
การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะทางโทรทัศน์	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นรายการที่ทำให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดูแพงดูมีมูลค่า - รายการที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าสิ่งบ่งชี้ทาง 	<ul style="list-style-type: none"> - หลีกเลี้ยงรายการที่พิธีกรพูดหยาบคาย แม้ว่าจะเป็นรูปแบบของรายการที่ต้องการสีสนในการดำเนินรายการ

	<p>ภูมิศาสตร์ว่ามีเอกลักษณ์พิเศษที่จะหาที่อื่นไม่ได้</p>	
<p>การหาช่องทางตลาดต่างประเทศ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นตลาดที่ยืนดีจ่ายในราคาสูงให้กับสินค้าคุณภาพ - เน้นตลาดที่ผู้บริโภคต้องการของดีมีเอกลักษณ์ - สำหรับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภทผ้าต้องเป็นตลาดต่างประเทศ ที่ใช้สินค้าผ้าทอมือหรือผ้าไหมอยู่แล้วจึงจะเป็นเป้าหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> - ตลาดที่คำนึงถึงราคาเป็นหลัก โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพเป็นลำดับรอง - ตลาดที่ต้องการสินค้าปริมาณมากๆ ซึ่งอาจเกินกำลังการผลิตของผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
<p>การทำตลาดในประเทศ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เน้นกลุ่มลูกค้าเฉพาะเจาะจง (Niche Market) - ผู้บริโภคที่มองหาสินค้าคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้บริโภคที่เน้นสินค้าราคาถูก
<p>การผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผ่านการควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และติดตามสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย - ผู้ผลิตใส่ใจในกระบวนการผลิต - มีการรับรองคุณภาพด้วยมาตรฐานอื่นๆ เพิ่มเติม 	<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ใส่ใจในคุณภาพ - ผลิตนอกขอบเขตพื้นที่ที่ขึ้นทะเบียนไว้

๒. การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมการข้าว กรมหม่อนไหม กรมการปกครอง และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการเพื่อดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมีการวางแผนการดำเนินโครงการในระยะยาว ไม่ใช่เป็นเพียงการดำเนินการเป็นครั้งๆ ไปตามที่ได้รับงบประมาณ อีกทั้งจะต้องดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยครอบคลุมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยทั้ง ๑๑๑ รายการนอกจากนี้ จะต้องสนับสนุนให้มีการติดตามสัญลักษณ์

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยกับตัวสินค้า ซึ่งจะสามารถช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่า ได้ซื้อสินค้าที่ดี มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินสำหรับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในราคาที่สูง

แนวทางการปรับปรุงกลไกทางกฎหมายเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพให้แก่ระบบการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ ๓ เกี่ยวกับการขาดความชัดเจนในประเด็นต่างๆ ของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ จึงควรปรับปรุงแก้ไขกฎหมายฉบับดังกล่าว ดังนี้

๑. กำหนดขอบเขตที่ถือเป็น “การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยไม่ชอบ” ให้ชัดเจน โดยแก้ไขปรับปรุงมาตรา ๒๗(๒) แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ ให้สอดคล้องกับความตกลงทริปส์โดยครอบคลุมถึงการ “สิ่งที่แสดงถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” ซึ่งเป็นการใช้ในลักษณะที่เป็นการระบุหรือนำเสนอว่าเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งที่ไม่ได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่อ้างและระบุห้ามการใช้ “ไม่ว่าด้วยวิธีใดๆ” ให้ชัดเจนด้วย

๒. กำหนดให้ “ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย” ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมถึงกำหนดให้การนำตราดังกล่าวไปใช้กับสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้แล้วและการปลอมหรือการเลียนตราตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยเป็นความผิด

๓. กำหนดกลไกและระบบควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไว้ในกฎหมาย โดยกำหนดให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องจัดทำระบบการควบคุมตนเอง ระบบการควบคุมภายใน และระบบการควบคุมภายนอก ไว้อย่างชัดเจน

๔. แก้ไขปรับปรุงมาตรา ๒๘ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ ให้สอดคล้องกับความตกลงทริปส์เนื่องจากมาตรา ๒๘ ไม่ได้ระบุนำห้ามบุคคลที่ไม่ใช่เจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ใช้ “คำแปลสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” กับสินค้าไวน์และสุรา ซึ่งแตกต่างจากความตกลงทริปส์ ข้อ ๒๓.๑ ที่กำหนดห้ามการกระทำดังกล่าว ดังนั้น จึงต้องระบุไว้ในมาตรา ๒๘ ห้ามบุคคลที่ไม่ใช่เจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ใช้ “คำแปลสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” สำหรับสินค้าเฉพาะอย่างตามที่กฎหมายกำหนด

๕. กำหนดให้คณะรัฐมนตรีมีอำนาจอนุมัติให้ความเห็นชอบในการแลกรายการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับต่างประเทศผ่านช่องทางการเจรจาไว้ในกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยให้มีการดำเนินการตามขั้นตอนของกฎหมายภายในของแต่ละประเทศด้วย

๖. กำหนดให้มีผู้ดูแลสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในกรณีที่มีการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อความสะดวกในการดำเนินการทางกฎหมาย เช่น เพื่อเป็นโจทก์โจทก์ร่วม หรือเป็นผู้เสียหายในการดำเนินคดี

แนวทางการป้องกันการนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ

๑. การแก้ไขปรับปรุงกฎหมายเพื่อห้ามนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนโดเมนเนมโดยไม่ชอบ

โดยที่ปัจจุบันพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ ไม่ได้กำหนดห้ามการนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมน จึงอาจก่อให้เกิดปัญหาการลักลอบนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ได้รับอนุญาตจากชุมชนในแหล่งพื้นที่ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ถึงแม้ว่าที่ผ่านมาจะมีคำพิพากษาศาลฎีกายายามนำหลักกฎหมายทั่วไป เช่น ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และประมวลกฎหมายอาญา มาปรับใช้กับกรณีการลักลอบใช้ชื่อโดเมนโดยไม่ชอบแต่ก็ยังไม่มีความชัดเจนเพียงพอ อีกทั้งข้อเท็จจริงในคดีก็เป็นเรื่องการลักลอบนำชื่อเครื่องหมายการค้าไปจดทะเบียนชื่อโดเมน โดยไม่ได้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง ดังนั้น จึงยังขาดความแน่นอนว่าหากเป็นกรณีการลักลอบนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาจดทะเบียนชื่อโดเมน ศาลฎีกาจะตัดสินโดยยึดหลักตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และประมวลกฎหมายอาญาหรือไม่

ตัวอย่างคำพิพากษาศาลฎีกาที่นำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และประมวลกฎหมายอาญามาปรับใช้กับกรณีการลักลอบนำเครื่องหมายการค้า (ไม่ใช่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) มาจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ

๑.๑ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๖๕๒๕/๒๕๕๙ (คดี TOEFL TOEIC และ ETS)

ข้อเท็จจริงในคดีนี้ปรากฏว่า โจทก์เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าและเครื่องหมายบริการคำว่า “TOEFL” “TOEIC” และ “ETS” ได้ฟ้องขอให้จำเลย (โรงเรียนสอนภาษา) ยุติการใช้ชื่อโดเมนโดยไม่ชอบทั้งหมด ๓ ชื่อ คือ “www.toeflthailand.wordpress.com” “www.2toeic.com” และ “www.7toefl.com” แม้ผลของคดีนี้จะไม่เป็นคุณแก่โจทก์ แต่ศาลฎีกาในคดีนี้ได้กล่าวถึงข้อกฎหมายที่สำคัญว่า ชื่อโดเมนเป็นชื่อที่ได้รับความคุ้มครองตาม ป.พ.พ. มาตรา ๑๘ บุคคลผู้ได้รับความเสียหายจากการใช้ชื่อโดเมนโดยไม่ชอบย่อมมีสิทธิได้รับการชดเชยเยียวยาตาม ป.พ.พ. มาตรา ๔๒๐ และมาตรา ๔๒๑

๑.๒ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ ๑๒๕๕/๒๕๕๒ (คดี PENTHOUSE)

ข้อเท็จจริงในคดีนี้ปรากฏว่า โจทก์จดทะเบียนอักษรโรมันพิมพ์ใหญ่คำว่า “PENTHOUSE” เป็น “เครื่องหมายการค้า” ในประเทศสหรัฐอเมริกาและในประเทศไทยกับสินค้าจำพวก นิตยสาร และจดทะเบียนคำดังกล่าวเป็น “เครื่องหมายบริการ” กับบริการไนต์คลับและบ่อนคาสิโน โดย โจทก์ได้ฟ้องขอให้จำเลยยุติการใช้ชื่อโดเมน “www.penthousehotel.com” และไปรษณีย์ อีเล็กทรอนิกส์ penthouse@penthousehotel.com สำหรับการประกอบกิจการโรงแรมของจำเลย ตามป.อ. มาตรา ๒๗๑ มาตรา ๒๗๒(๑) และมาตรา ๒๗๔ อย่างไรก็ดี ศาลฎีกาในคดีนี้พิพากษายก ฟ้องโจทก์ในทุกข้อหาความผิด โดยในเบื้องต้นมีข้อสังเกตว่าการปรับใช้ประมวลกฎหมายอาญากับ ข้อเท็จจริงต่างๆ (รวมถึงในคดีนี้) จะต้องตีความโดยเคร่งครัด โดยไม่สามารถตีความเชิงขยายความเกิน กว่าถ้อยคำตัวอักษรที่ปรากฏในกฎหมายดั่งนั้น ผลของคำพิพากษาศาลฎีกาในคดีนี้ที่พิพากษายกฟ้อง โจทก์ว่าการกระทำของโจทก์ไม่เข้าข่ายความผิดตามที่กำหนดไว้ในมาตราดังกล่าว จึงน่าจะสะท้อนให้เห็น ว่าการนำเครื่องหมายการค้ามาใช้เป็นชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ ไม่ใช่ฐานความผิดตามกฎหมายอาญาใน ปัจจุบันและไม่สามารถตีความกฎหมายอาญาให้ขยายความรวมถึงกรณีดังกล่าวได้

ในการนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนว่าการนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจด ทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมาย จำเป็นต้องกำหนดความผิดไว้เป็นการเฉพาะ ในกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยอาจกำหนดโทษทั้งทางแพ่งและทางอาญาอันจะมีส่วน ช่วยป้องกันหรือบรรเทาไม่ให้เกิดกรณีที่ไม่มีสิทธินำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้เป็นชื่อโดเมนหรือชื่อ เว็บไซต์ในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ หรือนำไปแสวงหาประโยชน์โดยไม่สุจริต

๒. การสนับสนุนให้มีการจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการ คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบโดเมนเนม

เมื่อเดือนพฤษภาคม ๒๕๕๘ ประเทศสมาชิกองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก(WIPO) ได้จัดทำความตกลงระหว่างประเทศที่มีชื่อว่า The Geneva Act of the Lisbon Agreement on Appellations of Origin and Geographical Indications (ความตกลงลิสบอน: Lisbon Agreement) ซึ่งเป็นความตกลงที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง อย่างไรก็ดี ความตกลง ฉบับดังกล่าวไม่ได้กำหนดให้มีการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบชื่อโดเมน กล่าวคือ ไม่ได้ห้าม การนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนและไม่ได้กำหนดให้มีกลไกการระงับข้อพิพาท ในกรณีที่มีการนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้เป็นชื่อโดเมนเนมโดยไม่ชอบ

ในยุคอินเทอร์เน็ตนี้มีปัญหาการนำ “เครื่องหมายการค้า” และ “เครื่องหมาย บริการ” ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่สุจริต (Cyber Squatting) เป็นจำนวนมาก ดังนั้น เพื่อเยียวยา และบรรเทาปัญหาดังกล่าว องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลกจึงจัดให้มีบริการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท สำหรับกรณี Cyber Squatting ภายใต้นโยบายระงับข้อพิพาทชื่อโดเมนของ WIPO(WIPO Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy: UDRP) อย่างไรก็ดี UDRP ยังจำกัดเฉพาะกรณีพิพาท เรื่อง “เครื่องหมายการค้า” และ “เครื่องหมายบริการ” โดยไม่ครอบคลุมถึงกรณีพิพาทที่เกี่ยวข้องกับการ

นำ “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนในการนี้ สาธารณรัฐเช็ก ฝรั่งเศส เยอรมนี ฮังการี อิตาลี สาธารณรัฐมอลโดวา สเปน และสวิตเซอร์แลนด์ จึงได้มีข้อเสนอร่วมกันให้ขยายขอบเขตการให้บริการของ UNDRP ให้ครอบคลุมไปถึง “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” โดยเสนอต่อที่ประชุมคณะกรรมการถาวรว่าด้วยกฎหมายเครื่องหมายการค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Standing Committee on the Law of Trademarks, Industrial Designs and Geographical Indications: SCT) ภายใต้กรอบ WIPO ใดๆก็ตาม มีบางประเทศ เช่น สหรัฐฯ ไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอของกลุ่มประเทศดังกล่าว

ด้วยท่าทีที่แตกต่างกันของประเทศต่างๆ ในการประชุม SCT ครั้งที่ ๓๗ จึงได้จัดให้มีการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล (Information Session) ในวันที่ ๒๘ มีนาคม ๒๕๖๐ โดยประเทศสมาชิกได้แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับระบบการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับประเทศและระดับภูมิภาคอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังมีการหารือเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บนอินเทอร์เน็ต และความจำเป็นที่จะต้องห้ามไม่ให้มีการนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ

แม้ที่ผ่านมาประเทศสมาชิก WIPO หลายประเทศจะมีความพยายามในการที่จะผลักดันให้มีการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบชื่อโดเมนภายใต้กรอบเวทีระหว่างประเทศ แต่ความพยายามดังกล่าวก็ยังไม่สามารถนำไปสู่การจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศได้ ใดๆก็ตาม โดยที่ไทยเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญต่อเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการพัฒนาระบบเศรษฐกิจดิจิทัลที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ไทยจึงควรมีบทบาทนำร่วมกับประเทศสมาชิกอื่นๆ ของ WIPO ผลักดันการเจรจาภายใต้กรอบการประชุม SCT ให้มีการจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบชื่อโดเมน รวมถึงการจัดให้มีกลไกระงับข้อพิพาทในเรื่องนี้ต่อไป

แนวทางการปรับปรุงด้านการบังคับใช้สิทธิที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๑. การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้แก่หน่วยงานด้านการบังคับใช้สิทธิ

ปัจจุบันปัญหาการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทยได้ปรากฏชัดเจนามากขึ้น เช่น กรณีปัญหาการละเมิดสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของเครื่องดื่มตากล้าของเม็กซิโกในประเทศไทย (ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ ๓) ใดๆก็ตาม ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยหน่วยงานด้านการบังคับใช้สิทธิของไทย เช่น กรมศุลกากร และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ยังคงมีความคุ้นเคยกับการละเมิด

ทรัพย์สินทางปัญญาบางประเภท เช่น ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้าเป็นส่วนใหญ่ โดยยังขาดความตระหนักรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กระทรวงพาณิชย์ กรมทรัพย์สินทางปัญญาจึงต้องเข้ามามีบทบาทในการเร่งสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะเผยแพร่ข้อมูลความรู้แก่หน่วยงานด้านการบังคับใช้สิทธิว่ากรณีใดบ้างที่จะเข้าข่ายเป็นการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อที่หน่วยงานด้านการบังคับใช้สิทธิจะได้นำองค์ความรู้และข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

๒. การปรับปรุงมาตรการผ่านพรมแดนเพื่อป้องกันการนำเข้าสินค้าละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

หากพิจารณาตามพระราชบัญญัติการส่งออกป็นอกและการนำเข้าเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ.๒๕๒๒ จะพบว่า ผู้ใดส่งออกหรือนำเข้าซึ่งสินค้าต้องห้ามส่งออกหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรมีความผิดต้องระวางโทษตามที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์โดยอนุมัติของคณะรัฐมนตรีมีอำนาจประกาศในราชกิจจานุเบกษาที่กำหนดให้สินค้าใดเป็นสินค้าที่ต้องห้ามในการส่งออกหรือในการนำเข้า^{๑๙}

ตัวอย่างสินค้าต้องห้ามในการนำเข้า-ส่งออก^{๒๐} มีดังนี้

๒.๑ วัตถุลามก การนำเข้าและส่งออกวัตถุลามกไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบหนังสือ ภาพเขียน ภาพพิมพ์ ภาพระบายสี สิ่งพิมพ์ขึ้น รูปภาพ ภาพโฆษณา เครื่องหมาย รูปถ่าย และภาพยนตร์ลามกหรือวัตถุลามกอื่นๆ

๒.๒ สินค้าที่มีตราหรือลวดลายเป็นรูปธงชาติ

๒.๓ ยาเสพติดให้โทษ

๒.๔ เงินตรา พันธบัตร ใบสำคัญรับดอกเบี้ยพันธบัตรอันเป็นของปลอมหรือแปลง เหรียญกษาปณ์ที่ทำให้น้ำหนักลดลงโดยทุจริต ดวงตราแผ่นดิน รอยตราแผ่นดินหรือพระปรมาภิไธย ดวงตราหรือรอยตราของทางราชการอันเป็นของปลอม

๒.๕ สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น แלבบันทึกเสียง (เทปเพลง) แผ่นบันทึกเสียง (คอมแพคดิสก์) แלבบันทึกภาพ (วีดีโอเทป) โปรแกรม คอมพิวเตอร์ หนังสือ หรือสินค้าอันใดที่ทำซ้ำหรือดัดแปลงงานอันมีลิขสิทธิ์ของผู้อื่น

๒.๖ สินค้าปลอมแปลงหรือเลียนแบบเครื่องหมายการค้า

โดยที่ปัจจุบัน สินค้าละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ถือเป็นสินค้าต้องห้ามในการนำเข้า-ส่งออกตามพระราชบัญญัติดังกล่าว ส่งผลให้สินค้าละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถผ่าน

^{๑๙}พระราชบัญญัติการส่งออกป็นอกและการนำเข้าเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งสินค้า พ.ศ.๒๕๒๒มาตรา ๕ (๑)

^{๒๐}กรมศุลกากร. “ของต้องห้ามหรือต้องมีใบอนุญาตในการนำเข้า/ส่งออก”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.customs.go.th>, ๒๕๖๑.

เข้ามาในประเทศไทยได้ตั้งนั้น เพื่อป้องกันไม่ให้นครค้าละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เข้าสู่ช่องทางพาณิชย์ภายในประเทศจึงต้องกำหนดให้สินค้านครค้าละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิ่งของต้องห้ามนำเข้า-ส่งออกซึ่งจะมีส่วนช่วยบรรเทาปัญหาการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ภายในประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป

ในการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้านครค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยควรมีการดำเนินการในด้านต่างๆ ได้แก่ การปรับปรุงด้านการผลิตและการควบคุมคุณภาพสินค้านครค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์การส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศและการเพิ่มมูลค่า ให้กับสินค้านครค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์การปรับปรุงกลไกทางกฎหมายเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพให้แก่ระบบการคุ้มครองสินค้านครค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์การป้องกันไม่ให้เกิดการนำชื่อสินค้านครค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบและการปรับปรุงด้านการบังคับใช้สิทธิที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งนี้ ในการดำเนินการดังกล่าวข้างต้น จะต้องคำนึงถึงหลักการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และหลักธรรมาภิบาลตามที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๒ อีกทั้งในการดำเนินการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้านครค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยยังอาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงในด้านต่างๆ เช่น ความเสี่ยงเชิงนโยบายความเสี่ยงจากการดำเนินงานความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงด้านเหตุการณ์ที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้น โดยอาจยึดแนวทางการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ซึ่งประกอบด้วย ๑) การวางแผนความเสี่ยง ๒) การประเมินความเสี่ยงด้านต่างๆ ๓) การพัฒนาทางเลือกในการบริหารความเสี่ยง ๔) การตรวจสอบความเสี่ยงเพื่อหาว่าความเสี่ยงได้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร และ ๕) บันทึกรับการบริหารความเสี่ยงทั้งหมด^{๒๑} ซึ่งจะเป็นประโยชน์และก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินการในด้านต่างๆ ดังกล่าว

^{๒๑} ผศ.ดร.ชัยณรงค์ ชันผณี. “การบริหารความเสี่ยงขององค์กร”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://kmscp.cru.wordpress.com/๒๐๑๑/๐๗/๐๓/การบริหารความเสี่ยงของ-๒, ๒๕๕๔>.

บทที่ ๕

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยในบทที่ ๒ อันได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) แผนปฏิบัติการของกระทรวงพาณิชย์ ปี ๒๕๖๒ แผนปฏิบัติการของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ปี ๒๕๖๒ แผนที่นำทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา(IPRoadmap)และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย พบว่ายุทธศาสตร์ นโยบายและกฎหมายของประเทศในปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หลายส่วนในระดับยุทธศาสตร์ชาติ สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นับเป็นต้นทุนทางปัญญาของคนในชุมชนซึ่งสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๖๕) ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้ระบุแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถของประเทศในหลายด้าน โดยด้านที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มากที่สุด คือ “เกษตรสร้างมูลค่า” โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม “เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น” ซึ่งรวมถึงสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นอกจากนี้ ยังมีด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อีก เช่น การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงการปรับแหล่งพื้นที่ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงบูรณาการและผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่และเอกลักษณ์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นและแตกต่างซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและคนในพื้นที่ได้

นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ยังได้กำหนด “ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันอย่างยั่งยืน” ซึ่งครอบคลุม “การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวม” ทั้งในภาคการเงินและการคลัง และ “การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ” ซึ่งรวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย

ทั้งนี้ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังปรากฏรายละเอียดที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในแผนปฏิบัติการของกระทรวงพาณิชย์ ปี ๒๕๖๒ซึ่งประกอบด้วยพันธกิจสำคัญที่รวมถึงการยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางการค้าโดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าด้วยนวัตกรรมเทคโนโลยี และเศรษฐกิจภาคการค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการในทุกระดับอย่างครบวงจรตลอดจนพันธกิจด้านการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง โดยส่งเสริมการสร้างอาชีพ พัฒนาธุรกิจท้องถิ่น และขยายช่องทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการชุมชนและเกษตรกร ซึ่งเป็นพันธกิจที่เชื่อมโยงกับการสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานรากด้วยการพัฒนาและส่งเสริมการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนี้กรมทรัพย์สินทางปัญญาในฐานะหน่วยงานในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ที่กำกับดูแลพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ และมีภาระหน้าที่เกี่ยวข้องกับการขึ้นทะเบียนและคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็ได้กำหนดแผนปฏิบัติการของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ปี ๒๕๖๒ซึ่งเอื้อต่อการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพันธกิจสองประการ ได้แก่การให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและส่งเสริมการปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ และการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ถูกเน้นย้ำอีกครั้งโดยคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานโดยได้เห็นชอบแผนที่นำทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศที่ครอบคลุมเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการเฉพาะ โดยมีการกำหนดประเด็นปัญหาเป้าหมาย แผนการดำเนินงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบ และตัวชี้วัดในการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาสถานการณ์และปัญหาด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยในปัจจุบัน (ในบทที่ ๓)พบว่าแม้ที่ผ่านมาไทยจะมีการดำเนินการด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นับตั้งแต่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. ๒๕๔๖แต่ในทางปฏิบัติยังคงประสบปัญหาในหลายๆ ด้าน ได้แก่ การผลิตและการควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กลไกทางกฎหมายคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขาดความชัดเจนการลักลอบนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ และการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

โดยที่ปัจจุบัน ประเทศไทยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย กฎหมาย และแผนที่นำทางที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งนับเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยกำหนดทิศทางการดำเนินการในด้านต่างๆ เพื่อคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยครอบคลุมห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าตลอดสาย ตั้งแต่การผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาต่อยอด และการตลาดโดยมีเป้าหมายหรือ

วัตถุประสงค์ที่ชัดเจนคือ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ (กล่าวไว้ในบทที่ ๓) จึงต้องมีการกำหนดแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งสามารถนำไปสู่การปฏิรูประบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ก่อให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง

จากการศึกษาในบทที่ ๔ พบว่า ในการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยจำเป็นต้องดำเนินการในหลายๆ ด้าน ได้แก่ การปรับปรุงด้านการผลิตการควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การปรับปรุงกลไกทางกฎหมายเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพให้แก่ระบบการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์การป้องกันไม่ให้มีการนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบและการปรับปรุงด้านการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ทั้งนี้ ในการดำเนินการทั้งหมดจะต้องคำนึงถึงหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๖ และหลักธรรมาภิบาลตามที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. ๒๕๔๒ นอกจากนี้ โดยที่การดำเนินการปฏิรูประบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย อาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงในด้านต่างๆ เช่น ความเสี่ยงเชิงนโยบาย ความเสี่ยงจากการดำเนินงาน ความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงด้านเหตุการณ์ที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุม ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้น โดยยึดแนวทางการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ซึ่งประกอบด้วย ๑) การวางแผนความเสี่ยง ๒) การประเมินความเสี่ยงด้านต่างๆ ๓) การพัฒนาทางเลือกในการบริหารความเสี่ยง ๔) การตรวจสอบความเสี่ยงเพื่อหาว่าความเสี่ยงได้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร และ ๕) บันทึกการบริหารความเสี่ยงทั้งหมด^{๒๒} ซึ่งจะเป็นประโยชน์และก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดในการดำเนินการปฏิรูปดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการดำเนินการ

๑.๑. ระยะสั้น

๑.๑.๑ กระทรวงและหน่วยงานราชการต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่มูลค่าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้แก่ กระทรวงพาณิชย์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กรมส่งเสริมการค้า

^{๒๒} เรื่องเดียวกัน.

ระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต้องพิจารณาบทบาทการดำเนินการที่มีอยู่ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์นโยบาย กฎหมาย และแผนที่นำทางด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้การดำเนินการปฏิรูประบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

๑.๑.๒ บูรณาการและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างใกล้ชิด ในการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๑.๑.๓ ด้วยเหตุที่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิทธิของชุมชน (Community Right) ไม่ใช่สิทธิของปัจเจกชน ดังนั้น จึงควรจัดให้มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่กำกับดูแล สงวนรักษา และปกป้องสิทธิต่างๆ ของชุมชน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้โดยไม่ชอบ

๑.๑.๔ จัดให้มีมาตรการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับสากล เพื่อที่ว่าหากมีปัญหาเกี่ยวกับการลักลอบนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยไปใช้โดยไม่ชอบ จะได้สามารถติดตามดำเนินคดีกับผู้ลักลอบนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้ได้ โดยประเทศไทยต้องผลักดันทั้งในการเจรจาการค้ากับประเทศคู่ค้าและในเวทีองค์การการค้าโลก (WTO) และองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) อย่างต่อเนื่อง

๑.๑.๕ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรตระหนักและให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพราะแหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จำนวนมากไม่น้อยมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงการเรียนรู้ด้วย

๑.๑.๖ ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในท้องถิ่น เช่น จัดตั้งสาธิตหรือศูนย์ศึกษาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยโดยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน

๑.๑.๗ สร้างความตระหนักรู้ให้แก่ชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถึงความจำเป็นในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากรุ่นสู่รุ่น

๑.๒ ระยะยาว

๑.๒.๑ ส่งเสริมให้คนไทยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในฐานะที่เป็นกลไกที่จะช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนหรือท้องถิ่น

๑.๒.๒ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงมหาดไทย ต้องเพิ่มบทบาทในการสร้างเสริมและกระตุ้นคนไทยให้มีจิตสำนึกปกป้องและคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๑.๒.๓ รัฐต้องมีบทบาทส่งเสริมเชิดชูชุมชนที่ผลิตสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นที่รู้จักโดยสนับสนุนงบประมาณในการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง

๑.๒.๔ จัดทำหลักสูตรสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ท้องถิ่น โดยมีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสามารถพัฒนาต่อยอดต่อไปได้ในอนาคต

๒. ข้อเสนอให้มีการศึกษาเพิ่มเติม

โดยที่แหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ภูมิศาสตร์ซึ่งกระจายอยู่ในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศ โดยแต่ละท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์และยึดโยงกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนั้น การเชื่อมโยง “แหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” กับ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” จึงเป็นอีกแง่มุมหนึ่งที่น่าจะมีการศึกษาเพิ่มเติม โดยน่าจะมีส่วนสำคัญในการช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจในระดับชุมชนในวงกว้างมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การศึกษาเพิ่มเติมดังกล่าว ควรต้องคำนึงถึงมิติในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศและการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนด้วย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. “ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐ (ฉบับย่อ)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :https://www.nesdb.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct๒๐๑๘.pdf, ๒๕๖๒.

โฆษก,สำนัก,กลุ่มประชาสัมพันธ์และเผยแพร่. “นายกรัฐมนตรีเป็นประธานการประชุมคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ ครั้งที่ ๕/๒๕๖๑”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :<https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/๑๗๒๑๘>, ๒๕๖๑.

ชัยณรงค์ ชันฉนิท. “การบริหารความเสี่ยงขององค์กร”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :<https://kmscprou.wordpress.com/๒๐๑๑/๐๗/๐๓/การบริหารความเสี่ยงของ-๒, ๒๕๕๔>.

ทรัพย์สินทางปัญญา, กรม, กลุ่มแผนงานและประเมินผล. “แผนปฏิบัติการราชการกรมทรัพย์สินทางปัญญา พ.ศ. ๒๕๖๒”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.ipthailand.go.th/images/๒๒๘๔/Plan_OperationStrategicNew๒๕๖๒.pdf, ๒๕๖๒.

“พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖”, ราชกิจจานุเบกษา, ปีที่ ๕๘, ๒๐ ตุลาคม ๒๕๔๖.

พาณิชย์, กระทรวง, กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. “แผนปฏิบัติการกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. ๒๕๖๒”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :http://www.moc.go.th/images/๙๘๑/_๒๕๖๒_.pdf, ๒๕๖๑.

ทรัพย์สินทางปัญญา, กรม, กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. “ความรู้เบื้องต้นเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : www.ipthailand.go.th/th/faq/item/ความรู้เบื้องต้น-เรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.html, ๒๕๔๗.

ทรัพย์สินทางปัญญา, กรม. “ทิศทางการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ๒๕๖๐ : GI Thailand ๒๐๑๗”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : https://www.ipthailand.go.th/images/๒๒๘๔/GI_Thailand_๒๐๑๗_-_GI_Infographic.pdf, ๒๕๖๒.

ทรัพย์สินทางปัญญา, กรม. “ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย”, ลงวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๑.

ทรัพย์สินทางปัญญา, กรม. “แผนที่นำทาง (Roadmap) ด้านทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศระยะ ๒๐ ปีสู่ประเทศไทย ๔.๐”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :<https://www.ipthailand.go.th/images/๖๓๓/๒๕๖๐/๐๑/roadmap๒๐.pdf>, ๒๕๖๐.

ธีรเกียรติ์ เกิดเจริญ. “Smart Farm ฟาร์มเกษตรอัจฉริยะ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :http://nanpang๑๑.blogspot.com/๒๐๑๖/๐๓/smart-farm_๔.html, ๒๕๕๙.

นิยม รัฐอมฤต. “ธรรมภิบาล”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://wiki.kpi.ac.th/index.php>, ๒๕๖๒.
ศุลกากร, กรม. “ของต้องห้ามหรือต้องมีใบอนุญาตในการนำเข้า/ส่งออก”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :
<http://www.customs.go.th>, ๒๕๖๑.

ภาษาต่างประเทศ

“Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights” (Online).
Available: https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf, 2562.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวนุสรรา กาญจนกุล
วัน เดือน ปี เกิด	๒๙ กันยายน ๒๕๐๘
การศึกษา	- มัธยมศึกษา โรงเรียนสตรีวิทยา - อักษรศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม - Master of International Management University of Maryland University College, U.S.A.
ประวัติการทำงานโดยย่อ	พ.ศ. ๒๕๓๒ นักอักษรศาสตร์ กองวรรณคดีและประวัติศาสตร์ กรมศิลปากร พ.ศ. ๒๕๓๖ บุคลากร สำนักงานเลขาธิการกรม กรมทรัพย์สินทางปัญญา พ.ศ. ๒๕๓๗ เจ้าหน้าที่วิเคราะห์งานทะเบียนการค้า กรมทรัพย์สินทางปัญญา พ.ศ. ๒๕๕๐ นักวิชาการพาณิชย์ กองส่งเสริมและพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญา พ.ศ. ๒๕๕๐ อัครราชทูตที่ปรึกษา คณะผู้แทนถาวรไทยประจำองค์การการค้าโลกและองค์การทรัพย์สิน ทางปัญญาโลก ณ นครเจนีวา พ.ศ. ๒๕๕๕ นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ สำนักลิขสิทธิ์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา พ.ศ. ๒๕๕๘ ผู้อำนวยการสำนักกฎหมาย กรมทรัพย์สินทางปัญญา พ.ศ. ๒๕๖๑-ปัจจุบัน รองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา
เกียรติประวัติ	พ.ศ. ๒๕๕๘ ข้าราชการพลเรือนดีเด่น กรมทรัพย์สินทางปัญญา พ.ศ. ๒๕๖๐ เพชรพาณิชย์ สาขาข้าราชการและพนักงาน
ตำแหน่งปัจจุบัน	รองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง การปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย

ผู้วิจัย นางสาวนุสรุภา กาญจนกุล หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 61

ตำแหน่งรองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นต้นทุนทางปัญญาของคนในชุมชนซึ่งสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศถึงแม้ว่าประเทศไทยจะได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติและรัฐบาลจะมีนโยบายที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เป็นสินค้าเกษตรในฐานะที่เป็นเกษตรสร้างมูลค่า อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากสถานการณ์ในปัจจุบัน จะพบว่า การคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยยังคงมีปัญหาในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิตและการควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ปัญหาการส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศและการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ปัญหาการกีดกันทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังขาดความชัดเจน ปัญหาการนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ และปัญหาด้านการบังคับใช้สิทธิที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ที่ผ่านมาไม่ปรากฏว่าเคยมีการรวบรวมปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะปัญหาที่เกิดขึ้นใน “ห่วงโซ่มูลค่า” ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และไม่พบว่ามีมาตรการจัดทำแนวทางการปฏิรูประบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวในเชิงบูรณาการงานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งที่จะค้นคว้า ศึกษา วิเคราะห์ปัญหาและเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา ตลอดจนทั้งแนวทางการปฏิรูปด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่ปฏิบัติได้จริง และสามารถนำไปสู่ผลที่เป็นรูปธรรม อันเป็นการสนับสนุนการดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์ของประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์และปัญหาด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยในปัจจุบัน

3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ระบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย ซึ่งตอบรับและสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศ

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยนี้เน้นการศึกษา วิเคราะห์ “ห่วงโซ่มูลค่า” ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตั้งแต่กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ การส่งเสริมการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า การคุ้มครอง และการบังคับใช้สิทธิในกรณีที่มีการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ตอบรับและสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์ของประเทศที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ได้ดำเนินการทั้งในเชิงคุณภาพ (Quality Research) และเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูล เป็นข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการโดยการศึกษาจากตำรา และเอกสารต่างๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยวิเคราะห์เนื้อหา (Context Analysis) และวิเคราะห์เปรียบเทียบ ตลอดจนสังเคราะห์ข้อมูลและหลักการต่างๆ

3. การนำเสนอข้อมูล แบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนา โดยมีการนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาสถานการณ์และปัญหาด้านการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยในปัจจุบันพบว่าแม้ประเทศไทยจะได้เริ่มดำเนินการเพื่อคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มานับตั้งแต่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๔๖ แต่ในทางปฏิบัติยังคงประสบปัญหาหลายด้าน ได้แก่ (1) การผลิตยังต้องพึ่งพิงฤดูกาลและกฎเกณฑ์ทางธรรมชาติ มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลผลิตอย่างจำกัด การผลิตตามกระแสนิยม ขาด

การพัฒนาทักษะและฝีมือในการผลิต (2) การควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และระบบการตรวจสอบย้อนกลับ ยังไม่ได้ดำเนินการอย่างจริงจัง (3) การส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ ยังไม่ทั่วถึงและครอบคลุมทุกพื้นที่ทำให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีศักยภาพหลายรายการไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และขาดการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (4) กลไกทางกฎหมายคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ขาดความชัดเจน (5) การลักลอบนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบ และ (6) การบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

โดยที่ปัจจุบันประเทศไทยมีการกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย กฎหมาย และแผนที่นำทางที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งนับเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยกำหนดทิศทางการดำเนินการเพื่อคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยครอบคลุมห่วงโซ่มูลค่าของสินค้าตลอดสายตั้งแต่การผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาต่อยอด และการตลาด โดยมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน คือ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตอบสนองต่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงต้องกำหนดแนวทางเพื่อปรับปรุงและพัฒนาระบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สามารถนำไปสู่การปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่จะก่อให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง

จากการศึกษาพบว่า เพื่อปฏิรูประบบการคุ้มครองและส่งเสริมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยควรดำเนินการ ดังนี้

1. ปรับปรุงด้านการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อส่งเสริมการผลิต
2. จัดให้มีกลไกและระบบควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้มาตรฐานสากล
3. ส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศและดำเนินกลยุทธ์เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยวางจุดยืนทำให้เป็นสินค้าที่แตกต่างไปจากสินค้าชุมชนประเภทอื่นๆ กล่าวคือ เป็นสินค้าจากแหล่งเดียวที่สามารถใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ มีเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งหาจากที่อื่นไม่ได้ เป็นสินค้าคุณภาพที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ มีเอกลักษณ์พิเศษเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ และเป็นสินค้าจากความตั้งใจ นอกจากนี้ สนับสนุนให้มีการติดตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยกับตัวสินค้า ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าได้ซื้อสินค้าดี มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ซึ่งผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเงินสำหรับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในราคาที่สูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันที่ไม่มีตราสัญลักษณ์ดังกล่าว

4. ปรับปรุงกลไกทางกฎหมายเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพให้แก่ระบบการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดย (1) กำหนดขอบเขตที่ถือเป็น “การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยไม่ชอบ” ตามมาตรา ๒๗ (๒) ของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๕๖ ให้ชัดเจนให้สอดคล้องกับความตกลงทริพส์ในทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (TRIPS Agreement)(2) กำหนดให้ “ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย” ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมถึงกำหนดให้การนำตราสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยไปใช้กับสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้แล้วตลอดจนการปลอมหรือการเลียนตราดังกล่าว เป็นความผิด (3) กำหนดกลไกและระบบควบคุมและตรวจสอบคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไว้ในกฎหมาย โดยกำหนดให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องจัดทำระบบการควบคุมตนเอง ระบบการควบคุมภายใน และระบบการควบคุมภายนอกไว้อย่างชัดเจน(4) แก้ไขปรับปรุงมาตรา ๒๘ แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๕๖ ให้สอดคล้องกับความตกลงทริพส์เพื่อห้ามมิให้บุคคลที่ไม่ใช่เจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ใช้ “คำแปลสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” กับสินค้าอื่น และสุราซึ่งเป็นสินค้าเฉพาะอย่างที่ต้องได้รับการคุ้มครองในระดับพิเศษ(5) กำหนดให้คณะรัฐมนตรีมีอำนาจอนุมัติให้ความเห็นชอบในการแลกรายการสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับต่างประเทศผ่านทาง การเจรจาไว้ในกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยให้มีการดำเนินการตามขั้นตอนของกฎหมายภายในของแต่ละประเทศด้วย(6) ในกรณีที่มีการละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ต้องกำหนดให้มีผู้ดูแลสิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อความสะดวกในการดำเนินการทางกฎหมาย เช่น เพื่อเป็นโจทก์ โจทก์ร่วม หรือเป็นผู้เสียหายในการดำเนินคดี

5. ป้องกันมิให้มีการนำชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปจดทะเบียนชื่อโดเมนโดยไม่ชอบด้วยบัญญัติไว้เป็นการเฉพาะในกฎหมายให้การนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปแสวงหาประโยชน์ในเชิงพาณิชย์โดยไม่สุจริตซึ่งรวมถึงการนำไปจดทะเบียนเป็นความผิด และสนับสนุนให้มีการจัดทำข้อตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระบบชื่อโดเมน

6. ปรับปรุงด้านการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้แก่หน่วยงานด้านการบังคับใช้สิทธิ และปรับปรุงมาตรการผ่านพรมแดนเพื่อป้องกันการนำเข้าสินค้าละเมิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ทั้งนี้ ในการดำเนินการทั้งหมดจะต้องคำนึงถึงหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. ๒๕๕๖ และหลักธรรมาภิบาลตามที่กำหนดไว้ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. ๒๕๕๒นอกจากนี้ โดยที่การดำเนินการปฏิรูประบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย อาจต้องเผชิญกับความเสี่ยงในด้านต่างๆ เช่น ความเสี่ยงเชิงนโยบายความเสี่ยงจากการดำเนินงาน ความเสี่ยงทางการเงิน และความเสี่ยงด้านเหตุการณ์ที่เกิดจากปัจจัยภายนอกที่อยู่

นอกเหนือการควบคุม ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการบริหารความเสี่ยงดังกล่าวข้างต้น โดยยึดแนวทางการบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ซึ่งประกอบด้วย 1) การวางแผนความเสี่ยง 2) การประเมินความเสี่ยงด้านต่างๆ 3) การพัฒนาทางเลือกในการบริหารความเสี่ยง 4) การตรวจสอบความเสี่ยงเพื่อหาว่าความเสี่ยงได้เปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร และ 5) บันทึกการบริหารความเสี่ยงทั้งหมดซึ่งจะเป็นประโยชน์และก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดในการดำเนินการปฏิรูปดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการดำเนินการในระยะสั้น

1.1. หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาทบทวนการดำเนินการที่มีอยู่ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ นโยบาย กฎหมาย และแผนที่นำทางด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.2 ควรบูรณาการและประสานความร่วมมือในการคุ้มครองและส่งเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างใกล้ชิด

1.3 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิทธิของชุมชน (Community Right) จึงควรจัดให้มีหน่วยงานกลางทำหน้าที่กำกับดูแล สงวนรักษา และปกป้องสิทธิของชุมชน เพื่อไม่ให้มีการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้โดยไม่ชอบ

1.4 ควรจัดให้มีมาตรการบังคับใช้สิทธิในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับสากล หากมีปัญหากับการลักลอบนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยไปใช้โดยไม่ชอบ จะสามารถติดตามดำเนินคดีกับผู้ละเมิดได้ โดยประเทศไทยต้องผลักดันทั้งในเวทีการเจรจาการค้ากับประเทศคู่ค้าและในเวทีองค์การการค้าโลก (WTO) และองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) อย่างต่อเนื่อง

1.5 ควรตระหนักและให้ความสำคัญกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยเพราะแหล่งผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จำนวนมากไม่น้อยมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงการเรียนรู้

1.6 ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในท้องถิ่น เช่น จัดตั้งศูนย์สาธิตหรือศูนย์ศึกษาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย โดยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน

1.7 สร้างความตระหนักรู้ให้แก่ชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถึงความจำเป็นในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากรุ่นสู่รุ่น

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการดำเนินการในระยะยาว

2.1 ควรส่งเสริมให้คนไทยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะความสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในฐานะที่เป็นกลไกที่จะช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนหรือท้องถิ่น

2.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรมีบทบาทในการสร้างเสริมและกระตุ้นคนไทยให้มีจิตสำนึกปกป้องและคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3 รัฐควรมีการส่งเสริมเขตชุมชนที่ผลิตสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นที่รู้จัก โดยสนับสนุนงบประมาณในการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง

2.4 จัดทำหลักสูตรสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ท้องถิ่น โดยมีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และพัฒนาต่อยอดต่อไปได้ในอนาคต