

บทความทางวิชาการ

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายสหภาพยุโรป
และพระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546

Geographical Indication and Small and Medium
Enterprises Promotion: A Comparative Study
between European Union Law and Geographical
Indication Act, 2013

ชินชีวิน ยิ้มเฟื่อง¹ และ กมลวรรณ อยู่วัฒนะ²

Chuencheewin Yimfuang¹ and Kamonwan Yoowattana²

บทคัดย่อ

สหภาพยุโรปได้พัฒนากลไกทางกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการรันทึ่งถึงคุณสมบัติพิเศษหรือมีลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากอิทธิพลสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนทักษะความชำนาญและภูมิปัญญาของกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากทั้งภายในและภายนอกประเทศ สร้างรายได้มหาศาลให้แก่ผู้ประกอบการในภูมิภาคดังกล่าว บทความวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยประเภทคุณภาพโดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสาร อันมีวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์หลักเกณฑ์และการบังคับใช้กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสหภาพยุโรป

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อีเมล : chuencheewin.yi@ssru.ac.th

² อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อีเมล : kamonwan.na@ssru.ac.th

¹ Lecturer of Law Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajabhat University
E-mail : chuencheewin.yi@ssru.ac.th

² Lecturer of Law Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajabhat University
E-mail : kamonwan.na@ssru.ac.th

ในฐานะเป็นเครื่องมือทางการตลาดของภูมิภาคเพื่อนำมาเป็นต้นแบบในการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายไทยให้มีการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างเสถียรภาพให้แก่ระบบเศรษฐกิจไทย โดยปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ให้มีการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งประเภท Protected Designation of Origin (PDO) และ การคุ้มครองประเภท Protected Geographical Indication (PGI) ควบคู่ไปกับการคุ้มครองผลิตภัณฑ์พิเศษซึ่งรับรองการผลิตด้วยวิธีดั้งเดิม Traditional Specialities Guaranteed (TSG) ทั้งนี้เพื่อไม่เป็นการสร้างเงื่อนไขเกินความจำเป็นและขยายความคุ้มครองให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

คำสำคัญ : สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์, ผลิตภัณฑ์, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstracts

The European Union; therefore, recognized the importance of providing protection and registration of geographical indications, so there is a development of the legal mechanism for a long time, and it is effective., making the trade of geographic markers become popular towards consumers from both inside and outside the country, and it also generates tremendous revenue for operators in the region. Geographical indications are important tools for products promoting from the small and medium-sized enterprises by guaranteeing special qualifications or having specific characteristics of products occurred from the influence of geographical environment as well as skills, professionals, and local wisdom of people who are living in such geographic area, so such products become famous and popular. Hence, this research article is qualitative research which has the main objective of implementing the EU Geographical Indication Law as a model for developing and improving Thai laws to be comprehensive and effective. Thus, it is for the benefits of promoting small and medium-

sized businesses as well as creating national economic stability in the future. Thailand has implemented Geographical Indication Act B.E. 2546 (2003) it should provide the protection both Protected Designation of Origin (PDO) and Protected Geographical Indication (PGI) protection as well as Traditional Specialities Guaranteed (TSG) in order to do not create over conditions and create higher protection for the small and medium-sized enterprises.

Keywords : Geographical indications, products, small and medium-sized businesses

บทนำ

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications หรือ GI) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ซึ่งแสดงถึงคุณสมบัติพิเศษบางประการของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่เป็นต้นกำเนิดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น สภาพดิน สภาพอากาศ สภาพน้ำและทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ ของแหล่งภูมิศาสตร์ เป็นต้น ผสมกับทักษะความรู้ ความเชี่ยวชาญและภูมิปัญญาของบุคคลในท้องถิ่นทำให้เกิดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากแหล่งอื่น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2547) เช่น ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่สามารถใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ไข่เค็มไชยา” ได้ จะต้องผลิตจากไข่เป็ดสดที่เลี้ยงในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจากมีแหล่งอาหารสำหรับเป็ดไข่มีสิ่งแวดล้อมเหมาะสมในการเลี้ยงเป็ดและผลิตไข่เป็ด ทำให้ไข่เป็ดมีคุณภาพดี ไข่แดงมีขนาดใหญ่และสีสดกว่าไข่เป็ดที่เลี้ยงในแหล่งผลิตอื่นๆ นอกจากนั้นไข่เค็มไชยาจะต้องมีกระบวนการผลิตที่มีลักษณะเฉพาะตามภูมิปัญญาท้องถิ่น และการผลิตทุกขั้นตอนจะต้องทำในพื้นที่อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่านั้น (สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานีและหน่วยบูรณาการ, 2556) ซึ่งการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวเป็นการกีดกันต่อผู้บริโภคที่จะได้รับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติเฉพาะหรือ

มีคุณภาพพิเศษแตกต่างจากไข่มุกที่ผลิตในบริเวณอื่นๆ หากมีผู้นำไข่มุกที่ผลิตจากแหล่งผลิตอื่นโดยแอบอ้างใช้ชื่อไข่มุกไชยา จนทำให้ผู้บริโภคสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิด และคุณสมบัติของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ย่อมถือเป็นการละเมิดการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อย่างไรก็ตามการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาประเภทสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มิใช่การให้ความคุ้มครองแก่เอกชนผู้ทรงสิทธิบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หากแต่เป็นการคุ้มครองผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการทุกรายในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ สิทธิในการได้รับความคุ้มครองดังกล่าวจึงมีลักษณะเป็น “สิทธิชุมชน” ซึ่งไม่สามารถนำสิทธิที่ได้รับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นี้ไปโอนหรืออนุญาตให้บุคคลอื่นใช้ได้ และผู้ที่มีสิทธิได้รับความคุ้มครองจะต้องเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่แหล่งภูมิศาสตร์เท่านั้น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2547)

ประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรปได้ให้ความสำคัญต่อการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้มีประสิทธิภาพ และประยุกต์ใช้กลยุทธ์การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เนื่องจากประเทศเหล่านี้เล็งเห็นถึงประโยชน์ของกฎหมายดังกล่าวที่มีต่อผู้บริโภคและมูลค่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ภายในประเทศของตน (Fay, 2011; Ficarelli, 2011) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคมักมีทางเลือกหลากหลายในการบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและรายละเอียดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าดังกล่าวเพื่อบริโภค ดังนั้นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงมีไว้เพื่อการันตีและบ่งบอกรายละเอียดให้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ การเพาะปลูกและขั้นตอนการผลิต การจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในภูมิภาคยุโรปมีการพัฒนามาตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1970 เริ่มด้วยสินค้าประเภท ไวน์ สุรากลั่น ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหาร (Fay, 2011) ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมากฎหมายว่าด้วยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในทวีปยุโรปได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง เช่น The 1883 Paris Convention on Intellectual Property หรือ “อนุสัญญากรุงปารีส” The 1891 Madrid Agreement on indications of source หรือ “สนธิสัญญากรุงมาดริด” The 1958 Lisbon Agreement หรือ “สนธิสัญญากรุงลิสบอน” เป็นต้น (O’Conner and Company, 2007, p.3)

เมื่อมีการรวมตัวกันเป็นสหภาพยุโรป กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็ยังคงได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการประกาศและบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวหลายฉบับซึ่งมีเนื้อหาละเอียดและครอบคลุม เช่น Council Regulation (EEC) No. 2081/92 of 14 July 1992 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs หรือ Regulation 2081/92 , Council Regulation (EC) No 510/2006 of 20 March 2006 on the protection of geographical indications and designations of origin for agricultural products and foodstuffs หรือ Regulation No 510/2006 และ Regulation (EU) No 1151/2012 of The European Parliament and of The Council of 21 November 2012 on quality schemes for agricultural products and foodstuffs หรือ Regulation 1151/2012 ซึ่งกำหนดวิธีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ขอบเขต วิธีการและมาตรการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพ จนทำให้ประเทศสมาชิกสหภาพยุโรปที่ประสบความสำเร็จในด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีฐานการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่เข้มแข็งทั้งเพื่อใช้สอยภายในประเทศและการส่งออก มีสถานะทางเศรษฐกิจมั่นคง และบรรลุเป้าหมายในการจัดตั้งสหภาพเศรษฐกิจและตลาดร่วมการค้า (จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และ บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์, 2556 หน้า 81-84) กฎหมายและนโยบายในเรื่องการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสหภาพยุโรปจึงเป็นแนวทางและต้นแบบให้แก่ประเทศอื่นๆ ได้ศึกษาและพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศนั้นๆ ต่อไป

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีภูมิประเทศสภาพแวดล้อม สภาพอากาศที่เหมาะสมในการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าด้านการเกษตรและอาหาร ประกอบกับประชาชนไทยมีวัฒนธรรมการผลิตที่หลากหลายกระจายตามทุกพื้นที่ของประเทศ มีการสั่งสมภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าต่างๆ อย่างยาวนาน ทำให้สินค้าที่ผลิตและแปรรูปโดยภูมิปัญญาท้องถิ่นต่างๆ มีคุณภาพที่โดดเด่น และมีลักษณะพิเศษ เช่น มะขามหวาน ข้าวหอมมะลิ ผ้าไหมไทย เป็นต้น สินค้าดังกล่าวจึงมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภค ประกอบกับ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่เขตการค้าเสรีอาเซียนซึ่งมีการเคลื่อนไหวอย่างเสรีทั้งทางด้านสินค้า แรงงาน บริการ และทุนระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน โดยปราศจากภาษีและมาตรการทางกฎหมายต่างๆ ที่เป็นการกีดกันทางการค้า เช่น การกำหนดโควตา ค่าธรรมเนียมขาเข้า เป็นต้น ย่อมส่งผลกระทบต่อสินค้าและอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กภายในประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากมีสินค้าจากต่างประเทศที่หลากหลาย และราคาต่ำกว่า (ไม่ต้องรับภาระภาษี) เข้ามาตีตลาดภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดปัญหาการผูกขาดของสินค้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้เมื่อเปิดตลาดย่อมเป็นการเพิ่มโอกาสให้ประเทศคู่ค้าซึ่งมีค่านิยมในการอุปโภค บริโภค รวมทั้งทรัพยากรธรรมชาติที่คล้ายคลึงกับประเทศไทยเข้ามาเรียนรู้ ฉกฉวยเอาเทคโนโลยีและภูมิปัญญาพื้นบ้านไทยไปผลิตและแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่จ่ายค่าตอบแทน ซึ่งทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบ การปลอมแปลงและการลอกเลียนสินค้าไทยดังกล่าวก่อให้เกิดการบิดเบือนและเป็นอุปสรรคกีดขวางต่อการดำรงอยู่ของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากสินค้าที่เกิดจากภูมิปัญญาไทยมีราคาสูงกว่าสินค้าลอกเลียนแบบเพราะมีการผนวกเอาต้นทุนการคิดค้นและการพัฒนาเข้าไปด้วย จึงถูกแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดและก่อให้เกิดความไม่ชอบธรรมในการแข่งขันในทางการค้า ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญกับการแข่งขันกันอย่างไม่เป็นธรรมโดยการอ้างแหล่งผลิตสินค้าโดยมิชอบ เพื่อแสวงหาประโยชน์จากชื่อเสียงของชุมชนอื่นที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน การลงขาย (Passing Off) และการทำให้เสื่อมสิทธิ (Dilution) หรือกระทำการอื่นใดอันเป็นการขัดต่อการแข่งขันทางการค้าโดยสุจริต

ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 มาตั้งแต่วันที่ 28 เมษายน พ.ศ.2547 แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมายังไม่มีกรณีความและบังคับใช้กฎหมายฉบับดังกล่าวอย่างจริงจัง ประกอบกับประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจมาตรการทางกฎหมาย ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังขาดความรู้เกี่ยวกับความสำคัญ สิทธิประโยชน์และความคุ้มครองที่ตนพึงได้รับจากกฎหมายดังกล่าว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการขาดกลไกการบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพของรัฐบาล ประกอบกับปัญหาในการตีความและความคลุมเครือไม่ชัดเจนของกฎหมายในหลายด้าน เช่น ประเภทการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากบทบัญญัติไม่ได้กำหนดว่าการคุ้มครองในประเทศไทยนั้นเป็นการคุ้มครองประเภท Protected

Designation of Origin (PDO) หรือ การคุ้มครองประเภท Protected Geographical Indication (PGI) และยังคงคลุมเครือไม่ชัดเจนเกี่ยวกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบจากและพื้นที่ในการผลิตว่าทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่เตรียมการผลิต กระบวนการผลิต ตลอดจนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จะต้องมาจากพื้นที่อันเป็นแหล่งภูมิศาสตร์ทั้งสิ้นหรือไม่ หรือผู้ประกอบการสามารถนำวัตถุดิบหรือมีกระบวนการผลิตขึ้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งนอกพื้นที่ได้ ตามเกณฑ์การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และ บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์, 2556) นอกจากนี้ยังขาดแคลนนโยบายของรัฐบาลในการผลักดันให้กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าไทย สร้างความตระหนักถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าภายใต้การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สหภาพยุโรปเป็นต้นแบบสำคัญในการพัฒนากฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อเป็นกลไกหลักในการพัฒนาโครงสร้างการผลิต ยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรม และส่งเสริมเศรษฐกิจภายในประเทศ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงพระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 โดยใช้บทเรียนจากการศึกษากระบวนการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ด้านการใช้อนุหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสหภาพยุโรป ในฐานะเป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทย และส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. วิเคราะห์ตัวบทกฎหมายและการใช้กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสหภาพยุโรปในฐานะเป็นเครื่องมือทางการตลาดของภูมิภาค
2. สร้างแนวทางการปรับปรุงกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยเพื่อการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและผลิตภัณฑ์โดยใช้กฎหมายสหภาพยุโรปเป็นต้นแบบ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งดำเนินการวิจัยทางเอกสาร (Documentary Research) โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมเอกสารข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำพิพากษาของศาล

คำวินิจฉัยของศาล ตำรา วารสาร บทความ รายงานการศึกษา วิทยานิพนธ์ ข้อเขียน รายงานการประชุม บันทึกการประชุม เอกสารประกอบการประชุม และเอกสารอื่นๆ ที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งรวมถึงข้อมูลพื้นฐานของชุมชน นโยบาย เป้าหมายของหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างฐานความรู้ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และประมวลผลต่อไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. กรมทรัพย์สินทางปัญญามีข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการผลักดันการบังคับใช้กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อเป็นเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า
2. ผู้จดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีข้อมูลในการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือทางการตลาด (Market Tools)

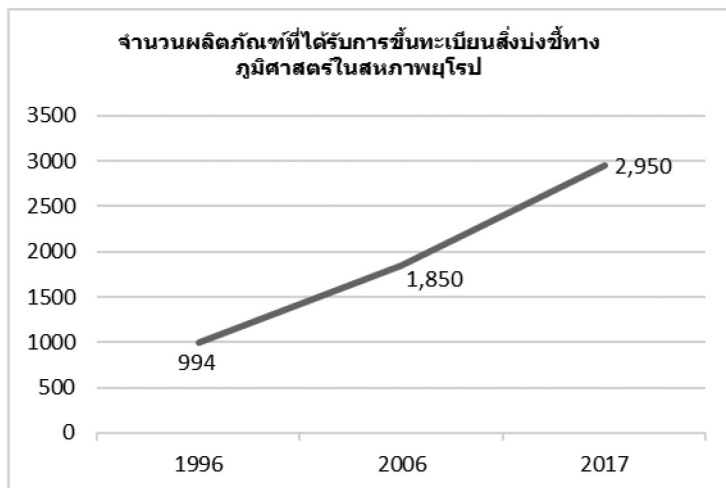
ผลการศึกษา

กฎหมายสหภาพยุโรป Regulation 2081/92 และ Regulation (EC) No 510/2006 กำหนดหลักเกณฑ์การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหารไว้สองประเภท ประกอบด้วย การคุ้มครองประเภท Protected Designation of Origin หรือ PDO และการคุ้มครองประเภท Protected Geographical Indication หรือ PGI โดยการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภท PDO นั้นได้กำหนดเงื่อนไขการให้ความคุ้มครองไว้เข้มงวดกว่าการให้ความคุ้มครองประเภท PGI กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหรืออาหารที่จะได้รับความคุ้มครองประเภท PDO นั้น จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตทุกขั้นตอนตั้งแต่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่มีแหล่งกำเนิดมาจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งการเตรียมการผลิต กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนอยู่ในแหล่งพื้นที่นั้นๆ หากการผลิตผลิตภัณฑ์ขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งกระทำลงนอกพื้นที่ ผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถขอรับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภท PDO (จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และ บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์, 2556 หน้า 81-93) ในขณะที่การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภท PGI ตามกฎหมายสหภาพยุโรปนั้นยืดหยุ่น และมีเงื่อนไขน้อยกว่าการให้ความคุ้มครองประเภท PDO เนื่องจากการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภท PGI นั้น ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ

ความคุ้มครองไม่จำเป็นต้องมีการผลิตทุกขั้นตอนในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ เพียงแต่มีการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งกระทำลงในแหล่งภูมิศาสตร์ ก็เพียงพอที่จะขอเข้ารับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว (จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และ บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์, 2556 หน้า 81-93)

นอกจากนั้น กฎหมายสหภาพยุโรป Regulation 1151/2012 ได้กำหนดหลักเกณฑ์การคุ้มครองผลิตภัณฑ์พิเศษซึ่งรับรองการผลิตด้วยวิธีดั้งเดิม Traditional Specialities Guaranteed หรือ TSG ซึ่งเป็นการให้ความคุ้มครองการผลิตสินค้าจำพวกผลิตภัณฑ์อาหารที่มีองค์ความรู้ในการเลือกใช้วัตถุดิบ และองค์ความรู้ในการปรุงแบบดั้งเดิม มีการอนุรักษ์และสืบทอดกันทางประเพณีจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะหรือเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มนั้นๆ ซึ่งการคุ้มครองสินค้าหรือผลิตภัณฑ์พิเศษที่รับรองการผลิตด้วยวิธีดั้งเดิม หรือ TSG ไม่ได้กำหนดเงื่อนไขในการคุ้มครองว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องผลิตในแหล่งพื้นที่ใด เพียงแต่ต้องแสดงให้เห็นถึงกระบวนการผลิต ตั้งแต่วิธีการเลือกวัตถุดิบ การปรุง การแปรรูปอาหาร ที่สอดคล้องกับวิธีการปฏิบัติแบบดั้งเดิมตามภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีการส่งต่อ ภูมิปัญญามานทางจารีตประเพณีจากรุ่นสู่รุ่นทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารดังกล่าวมีลักษณะหรือรสชาติเฉพาะกลุ่มนั้น (เกวลิน ต่อปัญญาชาญ, 2561, หน้า 97-108)

เมื่อสหภาพยุโรปมีหลักเกณฑ์และกลไกการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างหลากหลายและครอบคลุม เป็นการการันตีต่อผู้บริโภคถึงคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สามารถส่งเสริมความรับรู้และตระหนักถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะ รสชาติ คุณสมบัติเฉพาะตามภูมิปัญญาแต่ละท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สินค้าที่ได้รับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศต่างๆ ในสหภาพยุโรปได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางทั้งจากผู้บริโภคภายในและภายนอกประเทศ มีการซื้อขายส่งออกสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มูลค่ามหาศาล ทำให้สหภาพยุโรปมีสภาพทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งและมั่นคง



ที่มา : The Qualivita Foundation. Food & Wine products with Geographical Indication The European GI system, the Italian model and the case of Aceto Balsamico di Modena PGI. Retrieved May 9, 2019, from <https://www.qualivita.it/wp-content/uploads/2017/05/20170523-ENG-PAPER-IG-Qualivita-HQ.pdf>

จากสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องดื่มไวน์ จากประเทศต่างๆ ในสหภาพยุโรปนิยมนำสินค้าของตนไปขึ้นทะเบียน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีจำนวนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพิ่มขึ้นสามเท่าตลอดระยะเวลาสี่สิบปี จากเดิมมีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งสิ้น 994 รายการ แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จำนวน 332 รายการ เครื่องดื่มไวน์ 672 รายการ ต่อมาในปี ค.ศ.2017 มีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มขึ้นเป็น 2,950 รายการ แบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จำนวน 1,371 รายการ เครื่องดื่มไวน์ 1,579 รายการ (The Qualivita Foundation , 2017) เมื่อสหภาพยุโรป มีกลไกการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพจึงมีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มักได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ก่อให้เกิดมูลค่าทางการค้าต่อผู้ประกอบการในภูมิภาค

อย่างมหาศาล โดยในปี ค.ศ.2010 ผลิตภัณฑ์ที่ได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สร้างมูลค่าทางการค้าให้สหภาพยุโรปรวมทั้งสิ้น 54.3 พันล้านยูโร จากผลิตภัณฑ์อาหาร 15.8 พันล้านยูโร เครื่องดื่มไวน์ 30.4 พันล้านยูโร และสุรากลั่น 8.1 พันล้านยูโร (The Qualivita Foundation, 2017) ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปให้เข้มแข็งและมีเสถียรภาพ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเทศไทยได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ซึ่งกำหนดนิยามและหลักเกณฑ์การให้ความคุ้มครองสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อาจใช้ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์มีแหล่งกำเนิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง หรือลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว ซึ่งแหล่งภูมิศาสตร์นั้นอาจเป็นพื้นที่หนึ่งของประเทศ เขต ภูมิภาค ท้องถิ่น รวมถึงทะเล ทะเลสาบ แม่น้ำ ลำน้ำ เกาะ ภูเขา โดยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสิทธิร่วม การขึ้นทะเบียนจึงต้องทำในนามชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งภูมิศาสตร์ ผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นอาจเป็นส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรอื่นของรัฐที่เป็นนิติบุคคลซึ่งมีเขตรับผิดชอบครอบคลุมบริเวณแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการค้าเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า และกลุ่มผู้บริโภค หรือองค์กรผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ นอกจากนั้นมาตรา 25 กำหนดว่าเมื่อมีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าใดแล้ว เฉพาะผู้ประกอบการซึ่งอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้นๆ หรือผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นเท่านั้นที่มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขึ้นทะเบียน โดยการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องมีการระบุแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นสถานที่ผลิตสินค้า และระบุถึงความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพ ชื่อเสียง และคุณลักษณะเฉพาะของสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ทั้งนี้พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 มีเจตนารมณ์เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคจากการหลอกลวงขายสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตอื่น และการันตีถึงคุณภาพ คุณสมบัติ และมาตรฐานความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ เพื่อกระจายรายได้

สู่ชนบทและส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมจากการที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ หรือกลุ่มทุนจากภายนอกพื้นที่อ้างแหล่งกำเนิดผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกต้องเพื่อแสวงหาประโยชน์จากชุมชนหรือแหล่งภูมิศาสตร์ที่ผลิตสินค้า (จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และ บัณฑูร เศรษฐศิริโรตม์, 2556 หน้า 113-119) ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์อาหารและสินค้าทางการเกษตรจำนวนมากที่ได้รับการขึ้นทะเบียนและคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น ข้าวสังข์หยดพัทลุง ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ผ้าไหมยกดอกลำพูน ผ้าไหมแพรวกาฬสินธุ์ ไช้เค็มไชยา เป็นต้น อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติดังกล่าวไม่มีการกำหนดเกี่ยวกับประเภทการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากบทบัญญัติไม่ได้กำหนดว่าการคุ้มครองในประเทศไทยนั้นเป็นการคุ้มครองประเภท Protected Designation of Origin (PDO) หรือ การคุ้มครองประเภท Protected Geographical Indication (PGI) และยังขาดความชัดเจนเกี่ยวกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบจากและพื้นที่ในการผลิตว่าทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่เตรียมการผลิต กระบวนการผลิต ตลอดจนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จะต้องมาจากพื้นที่อันเป็นแหล่งภูมิศาสตร์ทั้งสิ้นหรือไม่ หรือผู้ประกอบการสามารถนำวัตถุดิบหรือมีกระบวนการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งนอกพื้นที่ได้ (จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และ บัณฑูร เศรษฐศิริโรตม์, 2556) นอกจากนั้นยังขาดแคลนนโยบายของรัฐบาลในการผลักดันให้กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าไทย สร้างความตระหนักถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าภายใต้การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนั้นจึงควรมีการปรับแก้ไขกฎหมายดดยระบุประเภทการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และรัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมค่านิยมในการบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าว โดยกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องมีฉลากสินค้าหรือรายละเอียดผลิตภัณฑ์บริเวณบรรจุภัณฑ์หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น โดยระบุให้เห็นถึงคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์

สรุปและอภิปรายผล

แม้พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ได้รับการยกย่องและบังคับใช้ตามมาตรฐานขั้นต่ำของความตกลงระหว่างประเทศ แต่ยังคงมีปัญหาเกี่ยวกับรูปแบบการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากบทบัญญัติไม่ได้กำหนดว่าการคุ้มครองในประเทศไทยนั้นเป็นการคุ้มครองประเภท Protected Designation of Origin (PDO) หรือ การคุ้มครองประเภท Protected Geographical Indication (PGI) และยังคงคลุมเครือไม่ชัดเจนว่าผู้ประกอบการที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องใช้วัตถุดิบจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์หรือไม่ หรือสามารถนำวัตถุดิบจากพื้นที่อื่นมาใช้ในการผลิตได้ และขาดความชัดเจนเกี่ยวกับพื้นที่ในการผลิตว่าทุกขั้นตอนการผลิต ตั้งแต่เตรียมการผลิต กระบวนการผลิต ตลอดจนการแปรรูปผลิตภัณฑ์จะต้องกระทำลงในพื้นที่อันเป็นแหล่งภูมิศาสตร์ทั้งสิ้นหรือไม่ หรือผู้ประกอบการสามารถมีกระบวนการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งนอกพื้นที่ได้

ข้อเสนอแนะ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นพระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข ดังนี้

1. พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ควรกำหนดให้มีการรับรองและความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งการคุ้มครองประเภท Protected Designation of Origin (PDO) และการคุ้มครองประเภท Protected Geographical Indication (PGI) เนื่องจากหากให้การคุ้มครองประเภท Protected Designation of Origin (PDO) เพียงอย่างเดียวโดยไม่อนุญาตให้นำเข้าวัตถุดิบจากแหล่งอื่นเพื่อใช้ในการผลิต และไม่ยินยอมให้ทำการผลิตสินค้าบางขั้นตอนนอกพื้นที่ซึ่งเป็นการเพิ่มภาระและสร้างเงื่อนไขให้ผู้ประกอบการโดยไม่จำเป็น อีกทั้งยังเป็นการจำกัดสินค้าที่ได้รับความคุ้มครองในวงแคบไม่สอดคล้องกับลักษณะของสินค้าและสภาพธุรกิจ

2. ในการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภท Protected Geographical Indication (PGI) อาจก่อให้เกิดปัญหาผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่นอกพื้นที่ทำการฉกฉวยหรือนำเอาชื่อเสียงของคู่แข่งขึ้นทางการค้าไปแอบอ้างโดยทุจริต หรืออ้างแหล่งผลิตสินค้าของผู้ประกอบการอื่นไปใช้โดยมิชอบเพื่อแสวงหาประโยชน์จากชื่อเสียง

ของชุมชนอื่นๆ ที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน เพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าวควรมีการนำหลักความคุ้มครองประเภท Traditional Specialities Guaranteed (TSG) มาปรับใช้ โดยกำหนดให้กรณีที่มีกระบวนการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งนอกพื้นที่ ผู้ประกอบการจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับแหล่งภูมิศาสตร์และมีการสืบทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตโดยตรง เช่น ทายาท หรือ บุคคลที่เคยอาศัยอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้และประเพณีการผลิตมาโดยตรง แม้จะดำเนินกระบวนการผลิตขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งนอกพื้นที่ แต่ยังมีกระบวนการผลิตที่ใช้องค์ความรู้ในการเลือกวัตถุดิบ และองค์ความรู้ในการปรุงแบบดั้งเดิม มีการอนุรักษ์และสืบทอดกันทางประเพณีจนทำให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะพิเศษเฉพาะภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นๆ จึงจะสามารถใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับผลิตภัณฑ์ที่ตนผลิตขึ้นได้

3. ควรมีการกำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องมีฉลากสินค้าหรือรายละเอียดผลิตภัณฑ์บริเวณบรรจุภัณฑ์หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ทุกชิ้น โดยระบุให้เห็นถึงคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์อย่างไร และลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากระบุสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต่างไปจากสินค้าจำพวกเดียวกันที่ผลิตขึ้นจากแหล่งอื่นอย่างไร ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ ทำให้สินค้านั้นได้รับความนิยม เพิ่มมูลค่าและยอดการจำหน่ายทั้งภายในและภายนอกประเทศ

4. รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมค่านิยมในการบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงคุณค่าและคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าว อันจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นโดยตรง ด้วยการดึงเอาชื่อเสียงที่มีการสั่งสมมานานในแต่ละท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล ช่วยสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มชนในท้องถิ่นที่ต้องร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพของสินค้าของตน สร้างความรู้สึกรักผูกพัน ความภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิด อันเป็นการสร้างคุณค่าให้กับท้องถิ่นซึ่งจะช่วยลดปัญหาแรงงานชนบทอพยพเข้าสู่เมือง ช่วยรักษามรดกตกทอด ขนบธรรมเนียม และศิลปะพื้นบ้านของไทยได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. *ความรู้เบื้องต้นเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์*. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2562 จาก <http://www.ipthailand.go.th>

Department of Intellectual Property. Basic information about Geographical Indications. Retrieved May 1, 2019. from <http://www.ipthailand.go.th>.

เกวลิน ต่อปัญญาชาญ. (2561). *สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการรับรองผลิตภัณฑ์พิเศษ ซึ่งรับรองการผลิต ด้วยวิธีดั้งเดิมกับการคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่นอาหารไทย*. การวิจัยจากกองทุนรัตนโกสินทร์สมโภช 200 ปี ประจำปี 2559. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Torpanya, Kewarin. (2018). *Geographical indication and special product certification, which certifies production by traditional methods and protection of Thai food from local wisdom*. Research from Rattanakosin Sompoch 200 Year Fund of the Year 2016. Sukhothai Thammathirat Open University.

จักรกฤษณ์ ควรพจน์ และบัณฑิต เศรษฐศิริโรตม์. (2556). *สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทรัพย์สินทางปัญญาและสิทธิชุมชน*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นิติธรรม.

Khuanpoj, Jakkrit and Settasirot, Buntoon. (2013). *Geographical Indications Intellectual property and community rights*. Bangkok : Nititham press. พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546.

Geographical Indications Protection Act, B.E. 2546 (2003).

สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสุราษฎร์ธานีและหน่วยบูรณาการ. *ไข่เค็มไชยา GI จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สืบค้น 9 พฤษภาคม 2562. จาก <http://kaikemchaiya-gi.blogspot.com/>

Surat Thani regional Livestock Office and Integration Unit. *Chaiya Salted egg GI Surat Thani Province*. Retrieved May 9 2019. From <http://kaikemchaiya-gi.blogspot.com/>

Fay, F. (2011, March). EU's System of Geographical Indications. Gijs Berends (Chair), How to Add Value to Food Products and How to protect Brand Names Abroad: Lessons learnt from the EU system of Geographical Indications. Symposium conducted at Meeting Room 201, International Conference Halls, Makuhari Messe.

Ficarelli, S. (2011, March). The Benefits of Geographical Indications for Parmigiano Reggiano. Gijs Berends (Chair), How to Add Value to Food Products and How to protect Brand Names Abroad: Lessons learnt from the EU system of Geographical Indications. Symposium conducted at Meeting Room 201, International Conference Halls, Makuhari Messe.

O'Connor and Company European Lawyer Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later... A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members. Retrieved April 19 2019 from https://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2007/june/tradoc_135088.pdf/

The Qualivita Foundation. Food & Wine products with Geographical Indication The European GI system, the Italian model and the case of Aceto Balsamico di Modena PGI. Retrieved May 9 2019. from <https://www.qualivita.it/wp-content/uploads/2017/05/20170523-ENG-PAPER-IG-Qualivita-HQ.pdf/>