

มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย : การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

The Government's Measure to Promote Geographical Indication (GI) : A Stakeholder
Analysis



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Public Administration in Public Administration

Department of Public Administration

FACULTY OF POLITICAL SCIENCE

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)
	ไทย : การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
โดย	น.ส.ปรีปรีชต์ หนูขจร
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.วงอร พัวพันสวัสดิ์

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....	ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์วันชัย มีชาติ)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(อาจารย์ ดร.วงอร พัวพันสวัสดิ์)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ศิริมา ทองสว่าง)	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ปริทัศน์ หนูขจร : มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย : การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย. (The Government’s Measure to Promote Geographical Indication (GI) : A Stakeholder Analysis) อ.ที่ปรึกษาหลัก : อ. ดร. วงอร พัวพันสวัสดิ์

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด และตอบคำถามที่ว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากมาตรการบ้าง และมีส่วนได้เสียอย่างไร โดยใช้แนวคิดผู้มีส่วนได้เสีย และแนวคิดภาระทางการบริหาร มาเป็นแนวทางการศึกษาวิจัย งานวิจัยฉบับนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้องกัมาตรการเป็นจำนวน 17 คน ผลการศึกษาพบว่าผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องกัมาตรการมีทั้งหมด 5 กลุ่ม ประกอบด้วย ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ หน่วยงานของรัฐที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญ ห้างค้าปลีก และ ผู้บริโภค โดยผู้ที่ได้ประโยชน์จากมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และแบกรับภาระต้นทุนทางการบริหารน้อยที่สุด ได้แก่ หน่วยงานของรัฐ เนื่องจากสามารถบรรลุเป้าหมายตามมาตรการ ที่ปรึกษา ผู้ได้รับประโยชน์จากเงินค่าจ้าง ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่กับชุมชน และเรซูเม่ในการทำงานเชิงวิชาการ รวมทั้งห้างค้าปลีก ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการกระจายสินค้า และสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับชุมชน โดยผู้ที่ได้ทั้งประโยชน์และเสียประโยชน์ คือ ผู้ผลิต / ผู้ประกอบ ที่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ทำให้สินค้ามีมาตรฐาน รวมทั้งโอกาสในการขยายช่องทางการตลาดให้แก่สินค้า ทั้งนี้ ผู้ผลิต / ผู้ประกอบ ยังมีภาระทางการบริหารที่เกิดจากต้นทุนการเรียนรู้ ต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย ต้นทุนค่าเสียโอกาส และต้นทุนทางจิตวิทยาที่ต้องแบกรับ โดยต้นทุนประเภทนี้เกิดกับสินค้าทุกกลุ่มประเภททั้งเกษตรกรรม หัตถกรรม และอุตสาหกรรม สำหรับผู้บริโภคก็เช่นกัน แต่ผู้บริโภคเป็นผู้ที่ได้ประโยชน์มากกว่าเสียประโยชน์ เนื่องจากผู้บริโภคมีเพียงภาระต้นทุนทางการเรียนรู้เท่านั้นที่ต้องแบกรับ

สาขาวิชา รัฐประศาสนศาสตร์

ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6380086424 : MAJOR PUBLIC ADMINISTRATION

KEYWORD:

Preeprach Nookhajohn : The Government's Measure to Promote Geographical Indication (GI) : A Stakeholder Analysis. Advisor: VONG-ON PHUAPHANSAWAT, Ph.D.

This thesis aims to study about the government's measures to promote geographical indications (GI) registration covering 77 provincial areas and to indicate who the stakeholders of the measures were and how they had a stake based on the stakeholder theory and the management concept. The study utilized a qualitative method. The data were collected by using in-depth interviews from 17 relevant stakeholders. The research findings were as follows (1) there were five groups of the stakeholders related to the measures which were government agencies, advisors/experts, manufacturers/entrepreneurs, retail stores, and consumers; (2) the stakeholders who benefited from the government's measures to promote GI registration and were anticipated to be least affected from carrying management costs were the government agencies who were able to accomplish the goals of the measures; the advisors who benefited from wages, spatial relations with the communities, and the resumes for the academic works; and the retail stores who were able to create value from product distribution and create friendliness image to the communities; (3) the stakeholders who both gained and lost benefits were the manufacturers/entrepreneurs protected by laws who created value, standards, and opportunities to the products in the marketing channels; however, they still carried the management costs occurring from learning cost, compliance cost, and psychological cost in all product groups such as agriculture, handicraft, and industry; likewise the consumers who gained benefits more than lost benefits due to carrying only the learning cost.

Field of Study: Public Administration

Student's Signature

Academic Year: 2021

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.วงอร พัวพันสวัสดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง รวมไปถึงรองศาสตราจารย์วันชัย มีชาติ และ อาจารย์ ดร.ศิริมา ทองสว่าง ที่ให้คำชี้แนะเพิ่มเติมในประเด็นที่มองข้ามไป ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมงานทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนด้วยดีมาตลอด ขอขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ด้วยความเต็มใจและยินดียิ่ง จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และที่ขาดไม่ได้เลย คือ บิดามารดา และครอบครัวทุกท่าน ที่คอยอยู่เคียงข้าง และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัยมาตลอดตั้งแต่ที่ได้เข้าศึกษาจนกระทั่งสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์กับทุกท่านที่เข้ามาศึกษา จึงขอมอบส่วนดีทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคุณอาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาจนทำให้งานวิจัยเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และขอมอบกตัญญูกตเวทิตาแต่บิดามารดา และผู้มีพระคุณทุกท่าน และสำหรับข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้น ผู้วิจัยขอน้อมรับผิดเพียงผู้เดียว และยินดีที่จะรับฟังคำแนะนำจากทุกท่านที่ได้เข้ามาศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป

ปรีปรีชต์ หนูขจร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูปภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	10
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	10
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	10
1.5 กรอบแนวคิดการศึกษารวิจัย.....	10
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
บทที่ 2 การทบทวนแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1. ความหมายของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และรูปแบบการให้ความคุ้มครองในระดับสากล.....	12
2.1.1 GI ในสหภาพยุโรป.....	13
2.1.2 GI ในญี่ปุ่น.....	19
2.2. การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ภายใต้พรบ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546.....	23

2.3 กระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในประเทศไทย	25
2.3.1 การจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	25
2.3.2 ขั้นตอนการรับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย	27
2.3.3 ระบบควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทย	30
2.3.4 การขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์.....	34
2.4 แนวคิดเครื่องมือเชิงนโยบายสาธารณะ	35
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder).....	37
2.6 แนวคิดผลกระทบด้านภาระทางการบริหาร (administrative burden).....	38
2.7 กรอบแนวคิดของงานวิจัย	40
บทที่ 3	41
ระเบียบวิธีวิจัย	41
3.1 กลุ่มตัวอย่าง	41
3.3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	44
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูล	46
บทที่ 4	47
บทวิเคราะห์ผลการศึกษา.....	47
4.1 ผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการและการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI ให้ครบ 77 จังหวัด	47
4.1.1 ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ.....	48
4.1.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	49
4.1.3 ที่ปรึกษา / ผู้เชี่ยวชาญ.....	52
4.1.4 ห้างค้าปลีก.....	53
4.1.5 ผู้บริโภค.....	54
4.2 ประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ	55

4.2.1. ประโยชน์ด้านกระบวนการและการผลักดันการขึ้นทะเบียน.....	55
4.2.2 ประโยชน์ด้านการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)	59
4.3 ภาระต้นทุนของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ	67
4.3.1 ภาระต้นทุนในกระบวนการผลักดันการขึ้นทะเบียน.....	67
4.3.2 ภาระต้นทุนในกระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	69
4.3.3 ภาระต้นทุนในกระบวนการขอตราและใช้ตราสัญลักษณ์ GI.....	71
4.4 ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	75
4.5.1 ข้อเสนอแนะด้านการผลักดันการขึ้นทะเบียน	75
4.5.2 ข้อเสนอแนะด้านการขอตราและใช้ตรา	75
4.5.3 ข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย.....	76
4.5.4 ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมและสนับสนุนตามยุทธศาสตร์.....	77
บทที่ 5	78
สรุปและอภิปรายผลการศึกษา	78
5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา.....	78
5.1.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มี ใครบ้าง	79
5.1.2 มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ จังหวัดส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร	79
5.2 ข้อเสนอแนะ	81
บรรณานุกรม.....	82
ประวัติผู้เขียน.....	86

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สินค้าสิ่งปฏิกูลทางภูมิศาสตร์จำนวน 145 สินค้า จาก 77 จังหวัด	6
ตารางที่ 2 สินค้า GI ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าได้	62



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปภาพที่ 1 ตรา GI ของสหภาพยุโรป	15
รูปภาพที่ 2 ตรา GI ของญี่ปุ่น	23
รูปภาพที่ 3 ขั้นตอนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	29
รูปภาพที่ 4 การตรวจสอบควบคุมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย	34
รูปภาพที่ 5 ตรา GI ไทย	34
รูปภาพที่ 6 ผู้มีส่วนได้เสียห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain)	54



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) คือ ผลผลิตที่เกิดจากการสร้างสรรค์ การประดิษฐ์ หรือการคิดค้นขึ้นงานให้เกิดขึ้นผ่านสติปัญญาของบุคคล โดยมุ่งหวังให้ผลงานได้รับการคุ้มครองและนำไปสู่การต่อยอดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ไปจนถึงระดับเศรษฐกิจ ซึ่งทรัพย์สินทางปัญญาสามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท คือ ทรัพย์สินอุตสาหกรรม และลิขสิทธิ์ โดยทรัพย์สินอุตสาหกรรมนั้นประกอบด้วยทรัพย์สินทางปัญญาในหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น เครื่องหมายการค้า (Trademark) สิทธิบัตร (Patent) สิทธิบัตรออกแบบ (Industrial Design) และหนึ่งในนั้นยังมีทรัพย์สินทางปัญญาอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเรียกว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication : GI) โดยทรัพย์สินทางปัญญาแต่ละประเภทยังมีรูปแบบในการให้ความคุ้มครองผลงานที่แตกต่างกัน เช่น เครื่องหมายการค้าจะได้รับความคุ้มครองต่อเมื่อโลโก้สินค้านั้นมีการจดทะเบียนแล้ว ซึ่งจะให้ความคุ้มครองแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้าเท่านั้น หรือ การได้รับความคุ้มครองในรูปแบบของลิขสิทธิ์ ผู้สร้างสรรค์ผลงานอันมีลักษณะตามที่กฎหมายลิขสิทธิ์กำหนด ผู้สร้างสรรค์จะได้รับความคุ้มครองทันทีโดยไม่จำเป็นต้องมีการจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาแต่อย่างใด ซึ่งการให้ความคุ้มครองตามตัวอย่างข้างต้นนั้นเป็นการคุ้มครองเฉพาะบุคคลใดบุคคลหนึ่งผู้เป็นเจ้าของเท่านั้น แต่สำหรับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) นั้น มีรูปแบบของการคุ้มครองสิทธิที่แตกต่างออกไปจากทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่นอย่างชัดเจน คือ ผู้ที่มีสิทธิใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) นั้น จะไม่ใช่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นสิทธิร่วมกันของชุมชน (Community Right) ซึ่งเป็นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ ที่อยู่ในพื้นที่หรือแหล่งภูมิศาสตร์ตามที่ระบุไว้ในทะเบียนที่ได้ยื่นต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญาเท่านั้น โดยผู้ผลิต ผู้ประกอบการ รายอื่นที่อยู่นอกเขตพื้นที่ดังกล่าวจะไม่สามารถขายสินค้าอื่น ๆ โดยใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่นั้นได้ รวมทั้งสิทธิดังกล่าวไม่สามารถโอนหรืออนุญาตให้บุคคลอื่นใช้ต่อได้ การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับประเทศไทยในขณะนี้หากเปรียบเทียบกับสหภาพยุโรปที่เป็นกลุ่มประเทศแรก ๆ ที่ก่อให้เกิดการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังถือว่าเป็นเรื่องใหม่อยู่มาก ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นประเทศที่มีภูมิปัญญาหลากหลาย มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น มีพื้นฐานทางเกษตรกรรมเป็นเลิศ และสินค้าท้องถิ่นยังมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ เช่น ข้าว ไข่ ไหม ผลไม้ เป็นต้น แต่การให้ความคุ้มครองสินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นยังคงเป็นเรื่องใหม่ที่ต้องมีการศึกษาและพัฒนา

ต้นกำเนิดและการให้ความสำคัญเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทยเริ่มขึ้นเมื่อประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีกับองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ในปี พ.ศ. 2538 ทำให้ประเทศไทยมีทั้งสิทธิ (Rights) และพันธกรณี (Obligations) ที่จะต้องปฏิบัติตามความตกลงต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงแนวทางการคุ้มครองสินค้าที่มาจากท้องถิ่นตามข้อตกลงว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับการค้า (TRIPs) ซึ่งกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องทำตามข้อตกลงการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) แต่เนื่องจากคณะกรรมการพิจารณาพันธกรณีของไทยด้านเครื่องหมายการค้าและชื่อทางภูมิศาสตร์ตามกรมสารสุตท้ายของการเจรจาอบอรรุภวัย ได้ให้ความเห็นว่ากฎหมายต่าง ๆ ที่มีอยู่ของไทยในขณะนั้นยังไม่สามารถให้ความคุ้มครองโดยครอบคลุมเจตนารมณ์ของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งต้องการป้องกันไม่ให้ประชาชนสับสนหลงผิดในแหล่งที่มาอันแท้จริงของสินค้าได้ จึงเป็นเหตุให้ต้องมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2546 ซึ่งกำหนดให้มีการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ และห้ามการใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อื่นจะทำให้เกิดความสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์อันแท้จริงของสินค้า

ในช่วงหลายปีแรกภายหลังการประกาศใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปแล้วนั้น ประเทศไทยเน้นในเรื่องการพัฒนาาระบบการขึ้นทะเบียน และการจัดทำระบบควบคุมตรวจสอบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก ได้มีการออกระเบียบและประกาศหลายฉบับ อาทิ ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญาเรื่องการรับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และระเบียบกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย กล่าวได้ว่ามาตรการส่งเสริมการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ดำเนินการไปแล้วนั้น แบ่งออกเป็น 3 เรื่องหลัก ๆ ได้แก่ การส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย การตรวจสอบควบคุมคุณภาพ และการส่งเสริมการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือทางการค้าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ต่อมาได้เกิดเหตุการณ์ในตลาดโลกที่ทำให้รัฐบาลต้องหันกลับมาให้ความสำคัญกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทยมากขึ้น เช่น ในปี พ.ศ. 2552 มีการพัฒนาพันธุ์ข้าวของศูนย์วิจัยและค้นคว้าเกษตรกรรม มหาวิทยาลัยลุยเซียนา (Louisiana State University) ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้พัฒนาพันธุ์ข้าวสายพันธุ์ใหม่และจดทะเบียนโดยใช้ชื่อว่า "Jazzman" ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับชื่อภาษาอังกฤษของข้าวหอมมะลิ (Jasmine) และมีลักษณะที่ใกล้เคียงกับข้าวขาวดอกมะลิ 105 ของไทย แม้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะได้มีการรายงานผลการตรวจสอบที่ได้รับ

แจ้งจากสำนักงาน ดี.ซี. ว่าเมื่อทำการวิเคราะห์คุณสมบัติเปรียบเทียบกันแล้วข้าวทั้ง 2 สายพันธุ์ไม่ใช่ข้าวที่จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน การทำตลาดที่จะจัดเป็นกลุ่มเดียวกับข้าวหอมมะลิของไทยยังไม่สามารถเทียบได้ในเชิงคุณภาพและการทำตลาดจะเน้นเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าข้าวหอมมะลิจากไทยในตลาดประเทศสหรัฐอเมริกาอยู่บ้าง แต่เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของการค้าข้าวหอมมะลิของไทยในตลาดโลก รัฐบาลจึงได้มีการหาแนวทางในการป้องกันและแก้ไขผลกระทบมากมายหลายประการ เช่น การใช้กลยุทธ์การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลผู้บริโภคทราบถึงข้อดีของข้าวหอมมะลิไทย การพัฒนาระบบมาตรฐานการผลิตข้าวหอมมะลิไทยให้ครบวงจรครอบคลุมทุกขั้นตอนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภคและสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ การสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาข้าวหอมมะลิอย่างจริงจังและต่อเนื่องทั้งด้านงบประมาณเครื่องมืออุปกรณ์และบุคลากร ให้แก่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ดำเนินการ ฯลฯ แต่หนึ่งในนั้นมีการกล่าวถึงการใช้แนวทางการป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกี่ยวข้องกับกรมทรัพย์สินทางปัญญาในการให้ความคุ้มครองข้าวหอมมะลิ คือ “การหามาตรการเพื่อให้มีการยอมรับข้าวหอมที่ปลูกนอกเขตข้าวหอมมะลิ (ข้าวหอมมะลิจังหวัด) หรือการพัฒนาสินค้าข้าวหอมจังหวัดให้มีคุณภาพเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication good) ระดับจังหวัดหรือระดับเขตได้” ซึ่งเป็นแนวทางที่มีความพยายามผลักดันให้ข้าวหอมมะลิจังหวัดได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI และได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546

อีกเหตุการณ์หนึ่งในปี พ.ศ. 2556 มีการลงนามบันทึกความเข้าใจระหว่างกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์แห่งราชอาณาจักรไทย และกรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สำนักงานควบคุมคุณภาพ ตรวจสอบ และกักกันโรคแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนว่าด้วยความร่วมมือด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมมือด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระหว่างกรมทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทย และกรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของสาธารณรัฐประชาชนจีน ครอบคลุมความร่วมมือด้านต่าง ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ การจัดสัมมนา ฝึกอบรม โครงการนำร่องเพื่อคุ้มครองและจดทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) ระหว่างกัน การเยี่ยมแหล่งผลิตสินค้า GI การจัดแสดงสินค้า GI การบริหารจัดการการควบคุมและการตรวจสอบการจดทะเบียนสินค้า GI และการจัดโครงการฝึกอบรมภาคธุรกิจ เป็นต้น

ถึงแม้ว่าจุดเริ่มต้นของการตราพ.ร.บ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 จะเป็นการสนองต่อความต้องการขององค์การระหว่างประเทศและตลาดโลก แต่รัฐบาลภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มองว่าการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือแนวทางหนึ่งที่จะส่งเสริมสินค้าชุมชนให้เป็นไปตามนโยบายพัฒนาคุณภาพสินค้าชุมชนให้มีการผลิตที่ดีขึ้น สามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นเป้าประสงค์เกี่ยวกับตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ไม่ใช่ตลาดโลก อย่างไรก็ตาม รัฐบาลเองก็เห็นว่าการขึ้นทะเบียน GI อย่างทั่วถึงนั้นก็ส่งผลดีต่อสถานะของไทย

ในตลาดโลกด้วยเช่นกัน กล่าวคือ เป็นการเตรียมการรองรับหากประเทศไทยเข้าร่วมความตกลง
หุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership : TPP)¹

ด้วยเป้าหมายทั้งสองด้าน รัฐบาลจึงได้มีข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีในเรื่องสิ่งบ่งชี้
ทางภูมิศาสตร์ออกมาหลายครั้ง เริ่มตั้งแต่วันที่ 4 มีนาคม 2559 ให้กระทรวงพาณิชย์เร่งการขึ้น
ทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากทั่วทุกภาคของประเทศให้แล้วเสร็จโดยเร็ว เพื่อเป็น
การคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น
ให้ดีขึ้น และสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น ต่อมาได้มีข้อสั่งการวันที่ 30 สิงหาคม 2559
ให้กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงมหาดไทย พิจารณากำหนดแนวทาง
เพื่อผลักดันให้จังหวัดที่ยังไม่มีการขึ้นทะเบียนสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือสินค้าจีไอ (Geographic
Indication: GI) สามารถดำเนินการขึ้นทะเบียนสินค้าจีไอภายใน ปี ๒๕๖๐ นอกจากนี้เพื่อความชัดเจน
ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้านการเกษตร จึงได้มีข้อสั่งการ
ของนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2560 ให้กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับกระทรวงเกษตรและ
สหกรณ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เร่งรัดและส่งเสริมการจดทะเบียนสินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
(GI) ในประเภทสินค้าเกษตร รวมถึงส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าท้องถิ่นให้จำหน่ายได้ใน
ราคาสูง ต่อมาที่ประชุมคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติ (คทป) ได้มีมติเห็นชอบ
ให้มีการบรรจุนโยบายอันเกี่ยวเนื่องกับมาตรการดังกล่าวลงในแผนที่นำทางของกรมทรัพย์สิน
ทางปัญญา (IP Roadmap) 20 ปี สู่ไทยแลนด์ 4.0 นำมาสู่การกำหนดมาตรการส่งเสริมการขึ้น
ทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด และสร้างการรับรู้ให้แก่ชุมชน
เอาไว้ในแผนที่นำทางของกรมทรัพย์สินทางปัญญา 20 ปี : สู่ไทยแลนด์ 4.0 ในปี 2560

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

1 เนื่องจากกฎหมายการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยในปัจจุบันที่มีต้นแบบการให้ความ
คุ้มครองมาจาก TRIPs ยังขาดความสอดคล้องกับความตกลง TPP ในเรื่องที่เกี่ยวข้องทรัพย์สินทางปัญญาใน
หลากหลายมิติ เช่น การคุ้มครองสิทธิระหว่างเครื่องหมายการค้า และการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เกี่ยวกับ
สิทธิการคุ้มครองแบบใดแบบหนึ่งที่ได้รับการคุ้มครองอยู่ก่อน ทำให้ในขณะนี้ยังคงเป็นปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไข
หากประเทศไทยต้องการเข้าร่วมความตกลงดังกล่าวอาจต้องมีการปรับแก้กฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาอีก
หลายฉบับ อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ขณะนี้ความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิกแล้วได้ทำการปรับเปลี่ยน
ชื่อใหม่จากเดิมที่ใช้คำว่า Trans-Pacific Partnership หรือ TPP เป็น Comprehensive and Progressive
Agreement of Trans-Pacific Partnership หรือ CPTPP แล้ว จากการเปลี่ยนผู้นำรัฐบาลสหรัฐอเมริกาจาก
โดนัลด์ ทรัมป์ไปเป็นโจ ไบเดน แต่อย่างไรก็ดีในส่วนของประเทศสมาชิกก็อาจไม่ใช่ปัญหาที่ใหญ่มากนักเนื่องจากได้
มีการทบทวนประเทศที่มีอิทธิพลในด้านการค้าระดับโลกอยู่ในขณะนี้อย่างประเทศจีน มาร่วมพูดคุยในการกำหนด
ข้อตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิกแล้ว

เพื่อตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลตามข้อสั่งการของคณะนายกรัฐมนตรีกฤษฎิ์สินทางปัญญา กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงได้มีการผลักดันให้เกิดการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วยการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการต่าง ๆ ซึ่งหนึ่งในนั้นมีกิจกรรมช่วยเหลือและอุดหนุนงบประมาณด้านการจัดทำคำขอ โดยเป็นการเลือกสรรที่ปรึกษาหรือนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยในพื้นที่มาดำเนินการช่วยจัดทำคำขอให้แก่สินค้าที่มีความต้องการจะได้รับการคุ้มครอง และสำหรับหลักเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าที่จะได้รับการช่วยเหลือดังกล่าวนั้นก็จะมีมาจากการที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาทำการแจ้งเรื่องดังกล่าวลงไปสำนักงานพาณิชย์จังหวัดและสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจะทำการสำรวจความต้องการของผู้ผลิต ผู้ประกอบ ในพื้นที่ จากนั้นจึงนำรายชื่อสินค้าที่สนใจจะขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กลับมา และกรม ฯ จะทำการพิจารณาคัดเลือกสินค้าจากจังหวัดที่ยังไม่เคยได้รับการช่วยเหลือมาก่อนหรือเป็นสินค้าที่มีศักยภาพ โดยเรียงคิวตามลำดับการยื่นเสนอรายชื่อ และหากในปีนั้น ๆ มีจำนวนสินค้าที่ต้องการได้รับความคุ้มครองเกินจากงบประมาณที่ได้กำหนดไว้จะนำรายชื่อสินค้านั้น ๆ ขึ้นบัญชีเป็นผู้ได้รับการสนับสนุนในปีงบประมาณถัดไป (เรียงตามลำดับ) อย่างไรก็ตาม สำหรับจังหวัดไหนที่พื้นที่ให้ความสำคัญกับการขึ้นทะเบียน GI และมีงบประมาณสนับสนุนที่มากพอก็จะทำการจ้างที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยในพื้นที่มาช่วยจัดทำคำขอและยื่นคำขอเข้ามาที่กรม ฯ เองโดยไม่ต้องรอความช่วยเหลือ และกรม ฯ ยังได้มีการสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างความรู้ด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการลงพื้นที่ไปวิทยากรเพื่อให้ความรู้ การจัดทำคลิปวิดีโอเพื่อเผยแพร่ข้อมูลทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์

นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2562 เพื่อส่งเสริมให้การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นรูปธรรมมากขึ้นจำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการจากบุคคลในท้องถิ่น คณะรัฐมนตรีจึงมีมติให้จังหวัดดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับจังหวัดทุกจังหวัดเพื่อเป็นการสนับสนุนการผลักดันและขับเคลื่อนการส่งเสริมและการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากทั้งหมดที่ได้กล่าวไปแล้วแม้จะดูว่าการผลักดันให้เกิดการขึ้นทะเบียน GI ให้ครอบคลุมทุกประเทศนั้น มีการใช้มาตรการหรือกระบวนการในการผลักดันที่ค่อนข้างน้อยและไม่น่าจะเป็นไปได้เลยที่การทำเพียงเท่านี้จะทำให้สามารถผลักดันมาตรการดังกล่าวได้ แต่ในความเป็นจริงแล้วกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้มีการดำเนินกิจกรรมภายใต้ชื่อ “โครงการส่งเสริมหนึ่งจังหวัดหนึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)” อยู่ก่อนแล้วโดยกิจกรรมดังกล่าวเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2557 ซึ่งเกิดจากแนวทางการทำงานของกรมทรัพย์สินทางปัญญาที่ต้องการส่งเสริมสินค้าที่มีชื่อเสียง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ ตลอดจนมีภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นเข้าไปเกี่ยวข้องทำการผลิตสินค้าซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ จึงต้องผลักดันให้ได้รับการคุ้มครองให้เป็นสิทธิ์ของชุมชนอย่างน้อยจังหวัดละหนึ่งสินค้า โดยเป็นการดำเนินการในจังหวัดที่ยังไม่มีการยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้ผู้ผลิต/

ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ผลจากความพยายามในการขับเคลื่อนและผลักดันมาตรการการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย มาอย่างได้ระยะหนึ่งส่งผลให้สินค้าอัตลักษณ์พื้นถิ่นได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ครอบคลุมพื้นที่ทุกจังหวัดของประเทศแล้ว รวมทั้งสิ้น 145 สินค้า รายละเอียดปรากฏตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1 สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จำนวน 145 สินค้า จาก 77 จังหวัด

ลำดับ	จังหวัด	ชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
1.	กรุงเทพมหานคร	ลีนิจิบางขุนเทียน ส้มบางมด
2	กระบี่	กาแฟเมืองกระบี่
3	กาญจนบุรี	นิลเมืองกาญจน์ เงาะทองผาภูมิ
4	กาฬสินธุ์	ผ้าไหมแพรวากาฬสินธุ์ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน ข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์
5	กำแพงเพชร	กล้วยไข่กำแพงเพชร
6	ขอนแก่น	ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
7	จันทบุรี	เสื่อจันทบูร พริกไทยจันท
8	ฉะเชิงเทรา	มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองบางคล้า มะพร้าวน้ำหอมสี ทองบางคล้า
9	ชลบุรี	สับปะรดศรีราชา เครื่องจักรสานพนัสนิคม ครก หินอ่างศิลา
10	ชัยนาท	ส้มโอขาวแตงกวาชัยนาท ข้าวหอมขาวแจ็กชัยนาท
11	ชัยภูมิ	ส้มโอทองดีบ้านแท่น ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
12	ชุมพร	กล้วยเล็บมือนางชุมพร ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร กาแฟเขาทะลุ
13	เชียงราย	กาแฟดอยตุง กาแฟดอยช้าง สับปะรดนางแล สับปะรดภูแลเชียงราย ชาเชียงราย ข้าวเหนียว เขี้ยวงูเชียงราย เครื่องเคลือบเวียงกาหลง ข้าวก่ำ ล้านนา

14	เชียงใหม่	ผ้าตีนจกแม่แจ่ม ร่มบ่อสร้าง ศิลาดลเชียงใหม่ กาแพทเพสดีจ ข้าวกำล้าंना
15	ตรัง	หมูย่างเมืองตรัง
16	ตราด	สับประรดตราดสีทอง ทุเรียนชะนีเกาะช้าง
17	ตาก	แปจ้อเขียวแม่สอด
18	นครนายก	มะยงชิดนครนายก มะพร้าวหวานนครนายก
19	นครปฐม	ส้มโอนครชัยศรี
20	นครพนม	สับประรดทำอุเทน ลิ้นจี่นครพนม ผ้าไหมไทย พื้นบ้านอีสาน
21	นครราชสีมา	กาแพดงมะไฟ ไวน์เขาใหญ่ ข้าวมะลิทุ่งสัมฤทธิ์ กาแพวังน้ำเขียว เครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน มะขามเทศเพชรโนนไทย ทุเรียนปากช่องเขาใหญ่ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
22	นครศรีธรรมราช	ส้มโอทับทิมสยามปากพนัง
23	นครสวรรค์	เครื่องปั้นดินเผาบ้านมอญ
24	นนทบุรี	เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด กระท้อนห่อบางกร่าง ทุเรียนนนท์ มะม่วงยายกล้านนนทบุรี
25	นราธิวาส	ปลาทุเลาเค็มตากใบ ลองกองตันหยงมัส
26	น่าน	ญอกมละบรินัน ส้มสีทองน่าน ข้าวกำล้าंना
27	บึงกาฬ	ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
28	บุรีรัมย์	ผ้าไหมมัดหมี่ขิ้นดินแดงบุรีรัมย์ ข้าวหอมมะลิดิน ภูเขาไฟบุรีรัมย์ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
29	ปทุมธานี	กล้วยหอมทองปทุม ข้าวหอมปทุมธานี
30	ประจวบคีรีขันธ์	ทุเรียนป่าละอู มะพร้าวทับสะแก
31	ปราจีนบุรี	ทุเรียนปราจีน
32	ปัตตานี	ส้มโอบูโกยะรัง ลูกหยียะรัง
33	พระนครศรีอยุธยา	ละมุดบ้านใหม่
34	พังงา	ทุเรียนสาธิตกาพังงา ข้าวไร่ดอกข่าพังงา
35	พัทลุง	ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง ปลาตุกร้าทะเลน้อย พัทลุง

36	พิจิตร	ส้มโอท่าช้อยเมืองพิจิตร ข้าวขาวกอดียพิจิตร
37	พิษณุโลก	กล้วยตากบางกระทุ่มพิษณุโลก
38	เพชรบุรี	ชมพูเพชร น้ำตาลโตนดเมืองเพชร ขนมหม้อแกงเมืองเพชร มะนาวเพชรบุรี
39	เพชรบูรณ์	มะขามหวานเพชรบูรณ์ ข้าวไร่ลิ้มผิวเพชรบูรณ์
40	แพร่	ผ้าหม้อห้อมแพร่ ข้าวก่ำล้านนา
41	พะเยา	ลิ้นจี่แม่ใจพะเยา ข้าวหอมมะลิพะเยา ข้าวก่ำล้านนา
42	ภูเก็ต	สับปะรดภูเก็ต มุกภูเก็ต
43	มหาสารคาม	ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
44	มุกดาหาร	ผ้าหมักโคลนหนองสูง ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
45	แม่ฮ่องสอน	ผ้าฝ้ายทอผสมขนแกะบ้านห้วยห้อม ข้าวก่ำล้านนา ถั่วลายเสือแม่ฮ่องสอน
46	ยะลา	กล้วยหินบันนังสตา
47	ยโสธร	ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
48	ร้อยเอ็ด	ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
49	ระนอง	ทุเรียนในวงระนอง มังคุดในวงระนอง
50	ระยอง	สับปะรดทองระยอง
51	ราชบุรี	มะพร้าวน้ำหอมราชบุรี สับปะรดบ้านคา โอ่งมังกรราชบุรี
52	ลพบุรี	กระท้อนตะลุง
53	ลำปาง	ข้าวก่ำล้านนา ข้าวแต่นลำปาง ชาไก่อำปาง
54	ลำพูน	ข้าวก่ำล้านนา ผ้าไหมยกดอกลำพูน ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน ลำไยเบี้ยวเขียวลำพูน
55	เลย	ไวน์ที่ราบสูงภูเรือ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน

56	ศรีสะเกษ	ทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษ ผ้าไหมเก็บบ้านเมือง หลวง หอมแดงศรีสะเกษ กระเทียมศรีสะเกษ ข้าว หอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
57	สกลนคร	ข้าวฮางหอมทองสกลทวาปี ผ้าครวธรรมชาติ สกลนคร หมากเฒ่าสกลนคร น้ำหมากเฒ่าสกลนคร เนื้อโคขุนโพนยางคำ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
58	สงขลา	ส้มโอหอมควนลัง ส้มจุกจะนะ
59	สตูล	จำปาตะสตูล
60	สมุทรปราการ	มะม่วงน้ำดอกไม้คิ่งบางกะเจ้า ปลาสดลิตบางบ่อ
61	สมุทรสงคราม	ส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม ลิ้นจี่ค่อม สมุทรสงคราม พริกบางช้าง
62	สมุทรสาคร	มะพร้าวน้ำหอมบ้านแพ้ว ลำไยพวงทองบ้านแพ้ว
63	สระแก้ว	มะม่วงน้ำดอกไม้สระแก้ว
64	สระบุรี	ข้าวเจ๊กเขยเส้าไห้
65	สิงห์บุรี	ปลาช่อนแม่ลา
66	สุโขทัย	สังคโลกสุโขทัย ส้มแม่สิน
67	สุพรรณบุรี	แห้วสุพรรณ
68	สุราษฎร์ธานี	หอยนางรมสุราษฎร์ธานี ไข่เค็มไชยา มะพร้าว เกาะพะงัน เงาะโรงเรียนนาสาร
69	สุรินทร์	ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
70	หนองคาย	กล้วยตากสังคม ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
71	หนองบัวลำภู	ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน
72	อ่างทอง	กลองเอกราช
73	อุดรธานี	เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง ผ้าไหมไทยพื้นบ้าน อีสาน
74	อุทัยธานี	ปลาแรดลุ่มน้ำสะแกกรังอุทัยธานี
75	อุตรดิตถ์	สับปะรดห้วยมุ่น ทุเรียนหลงลับแลอุตรดิตถ์ ทุเรียนหลินหลงลับแลอุตรดิตถ์

76	อุบลราชธานี	ข้าวหอมมะลิอุบลราชธานี ผ้าไหมไทยพื้นบ้าน อีสาน
77	อำนาจเจริญ	ผ้าไหมไทยพื้นบ้านอีสาน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจผลลัพธ์ของมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด ตามนโยบายของรัฐบาล โดยเฉพาะในประเด็นที่ว่า การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นแท้จริงแล้วเป็นประโยชน์แก่ใครบ้างกันแน่ และมีใครบ้างที่เป็นผู้ได้ประโยชน์และเสียประโยชน์จากมาตรการนี้

1.2 คำถามการวิจัย

1. ผู้มีส่วนได้เสียในการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีใครบ้าง
2. มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัดส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาภาพรวมของมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด ตั้งแต่กระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย การผลักดันการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย รวมถึงการศึกษาว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากมาตรการดังกล่าว และมีส่วนได้เสียอย่างไร

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) ซึ่งรูปแบบของคำถามการสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured Interview) เพื่อสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ปรึกษาซึ่งมีหน้าที่ประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐและชุมชน ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ และผู้บริโภค

1.5 กรอบแนวคิดการศึกษาคำวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้อาศัยกรอบแนวคิดในเรื่องการใช้เครื่องมือเชิงนโยบายแบบอิงอำนาจรัฐ (Regulatory Policy) การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder analysis) และผลกระทบของนโยบายต่อผู้มีส่วนได้เสียในด้านการบริหารจัดการ เป็นกรอบแนวคิดในการตอบปัญหาการวิจัย

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ความหมายของคำในเอกสาร มีดังนี้

1. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกแทนแหล่งภูมิศาสตร์ คือ ชื่อทางภูมิศาสตร์หรือเครื่องหมายใดๆ ที่สามารถแสดงถึงแหล่งพื้นที่ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามเขตการปกครอง เช่น ไชยา รุปรยาโม หอไอเฟล
2. แหล่งภูมิศาสตร์ หมายถึง พื้นที่ของประเทศ เขต ภูมิภาค และท้องถิ่น โดยให้ความหมายครอบคลุมทั้งพื้นที่ทางทะเล แม่น้ำ ภูเขา หรือพื้นที่อื่นในทำนองเดียวกันด้วย
2. สินค้า หมายถึง ทรัพย์สินที่สามารถซื้อขาย แลกเปลี่ยน หรือโอนแก่กันได้ ไม่ว่าจะทรัพย์สินชนิดนั้น จะเกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือเกิดจากผลผลิตทางการเกษตร และให้หมายความรวมถึงผลผลิตทางหัตถกรรมและอุตสาหกรรมด้วย
3. สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ สินค้า GI หมายถึง สินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาแล้ว เช่น ไชเค็มไชยา ลูกหยียะรัง ผ้าไหมยกดอกลำพูน
4. ผู้ผลิต หมายถึง บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลที่ผลิตสินค้าประเภทเกษตรกรรม หัตถกรรม หรืออุตสาหกรรม และอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า
5. ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล นิติบุคคล และยังหมายความรวมถึงถึงผู้ผลิต ซึ่งประกอบการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
6. ที่ปรึกษา หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลในลักษณะเดียวกันจากสถาบันการศึกษาผู้รับจ้างโครงการจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา
7. ผู้ยื่นคำขอ หมายถึง บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล นิติบุคคล ส่วนราชการ หรือ องค์กร ผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งผู้ยื่นคำขอรับความคุ้มครองในประเทศไทยมายังกรมทรัพย์สินทางปัญญาส่วนใหญ่จะมีส่วนราชการเป็นผู้ยื่นคำขอขึ้นทะเบียน
8. ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง ตราที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาออกให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เพื่อใช้กับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

บทที่ 2

การทบทวนแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ผู้วิจัยจะทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 7 หัวข้อ ดังนี้

- 2.1 ความหมายของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และรูปแบบการให้ความคุ้มครองในระดับสากล
- 2.2 การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทยภายใต้พรบ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546
- 2.3 กระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในประเทศไทย
- 2.4 แนวคิดเครื่องมือเชิงนโยบายสาธารณะ
- 2.5 แนวคิดผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ในนโยบายสาธารณะ
- 2.6 แนวคิดผลกระทบด้านภาระทางการบริหาร (administrative burden)
- 2.7 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1. ความหมายของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และรูปแบบการให้ความคุ้มครองในระดับสากล

การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น เกิดขึ้นครั้งแรกจากกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปซึ่งได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องคุ้มครองการอ้างชื่อหรือเครื่องหมายแสดงแหล่งกำเนิดหรือแหล่งผลิตสินค้าในตลาดระหว่างประเทศ และมีการพัฒนาระบบความคุ้มครองชื่อและเครื่องหมายสินค้า โดยแนวคิดในการเลือกใช้ระเบียบหรือกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศในการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็มีการเลือกใช้ที่แตกต่างกันออกไปแล้วแต่จุดประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของประเทศนั้น ๆ เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายเครื่องหมายการค้า กฎหมายป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม เป็นต้น ระบบคุ้มครองเหล่านี้เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในรูปแบบเดียวกันซึ่งก็คือ ป้องกันไม่ให้เกิดการอ้างชื่อหรือเครื่องหมายแสดงแหล่งผลิตสินค้าโดยไม่ชอบหรือทำให้ประชาชนสับสนหลงผิดในแหล่งที่มาหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า ยกตัวอย่างเช่น ระบบกฎหมายของประเทศฝรั่งเศสที่มีการคุ้มครองสินค้าบางประเภท โดยเฉพาะไวน์และสุรา ด้วยการสร้าง

ระบบเครื่องหมายรับรองคุณภาพเพื่อป้องกันการดัดแปลง ปรับเปลี่ยน ส่วนผสมหรือวัตถุดิบของสินค้าให้มีลักษณะด้อยลงอันอาจทำให้ผู้บริโภคหลงผิด เป็นต้น

ต่อมาเมื่อมีการขยายการทำการค้าในขอบเขตที่กว้างขึ้นทำให้เกิดการละเมิดการใช้ชื่อและลอกเลียนเพิ่มมากขึ้นทำให้รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ตระหนักว่าควรมีการคุ้มครองผู้บริโภคเพื่อไม่ให้ประชาชนสับสนหลงผิด โดยการเชื่อมโยงคุณภาพสินค้าเข้ากับแหล่งภูมิศาสตร์ และเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเครื่องมือทางการค้าให้กับสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศของตน

โดยการให้ความหมายของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในระดับสากลนั้นมีการให้ความหมายที่คล้ายคลึงกันแทบทั้งหมด แต่จะแตกต่างกันในรายละเอียดอื่น ๆ เช่น รูปแบบการให้ความคุ้มครองประเภทสินค้า การตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้า เป็นต้น

2.1.1 GI ในสหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปให้การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ภายใต้ความตกลงว่าด้วยเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights : TRIPs) ขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ซึ่งกำหนดการคุ้มครอง GI ขั้นต่ำเพื่อเปิดโอกาสให้ประเทศสมาชิกมีระบบกฎหมายเฉพาะ ปัจจุบัน สหภาพยุโรปมีกฎหมาย GI ให้การคุ้มครองแก่สินค้าเกษตร อาหาร ไวน์ และเครื่องดื่ม แต่ยังไม่มีการขยายขอบเขตการคุ้มครองไปยังสินค้าที่ไม่ใช่เกษตร ดังนั้น หากมีผู้ผลิตสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าเกษตรต้องการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ในสหภาพยุโรป จะต้องขอจดทะเบียนการคุ้มครองจากประเทศสมาชิกที่มีกฎหมายเฉพาะ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครอง GI สินค้าเกษตรและอาหาร 3 ฉบับ ได้แก่

- สินค้าเกษตรและอาหาร (Council Regulation (EC) No 510/2006 of 20 March 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.

- ไวน์ (Council Regulation (EC) No 479/2008 of 29 April 2008)

- เครื่องดื่ม (Regulation (EC) No 110/2008 of 15 January 2008)

แม้เป็นส่วนของการคุ้มครอง GI ในสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าเกษตร สหภาพยุโรปยังไม่มีระบบกฎหมายร่วมกัน แต่มี 15 ประเทศ จาก 31 ประเทศในยุโรป² ที่มีกฎหมายเฉพาะให้การคุ้มครอง GI

² สหภาพยุโรป 28 ประเทศ รวมกับ ลิกเคนสไตน์ สวิตเซอร์แลนด์ ไอซ์แลนด์ และนอร์เวย์

(National sui generis system) ในสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าเกษตร ได้แก่ เบลเยียม บัลแกเรีย โครเอเชีย สาธารณรัฐเช็ก เอสโตเนีย ฝรั่งเศส เยอรมนี ฮังการี ลัตเวีย โปแลนด์ โปรตุเกส โรมานี สโลวาเกีย สโลวีเนีย และสเปน ทั้งนี้ กฎหมายเหล่านั้นก็ไม่สามารถให้การคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาแบบร่วมกันได้ เพราะเทียบเท่าแค่ข้อกำหนดคุณลักษณะของสินค้า (product specifications) ซึ่งอยู่ภายใต้กฎหมายที่แตกต่างกัน เช่น กฎหมายเครื่องหมายการค้า และกฎหมายแข่งขัน เป็นต้น

ระบบมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์การเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารที่เปิดโอกาสให้ประเทศที่สาม สามารถจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสหภาพยุโรปได้ และเป็นสินค้าที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทย เนื่องจากเป็นการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าเกษตรและอาหาร โดยแยกพิจารณาดังต่อไปนี้

1 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครองในการพิจารณาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครองนั้น ได้ถูกกำหนดไว้ในข้อ 5 ว่าด้วยเรื่องคุณสมบัติของสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิด (Designations of Origin) และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications) โดยแบ่งการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ออกเป็น 2 ประการ ดังต่อไปนี้

(1) สิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิดที่ได้รับความคุ้มครอง (Protected Designations of Origin: PDO) คือ ผลิตภัณฑ์ที่จะใช้คำเรียกสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิดได้ จะต้องมียุทธศาสตร์กำเนิดมาจากสถานที่ภูมิภาค ผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีคุณภาพ หรือ ลักษณะเฉพาะอันมีสาระสำคัญ อันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่เกิดจากปัจจัยทางธรรมชาติและมนุษย์ และมีขั้นตอนการผลิตทั้งหมดอยู่ในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ระบุไว้

(2) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครอง (Protected Geographical Indications: PGI) คือ ผลิตภัณฑ์ที่จะใช้คำเรียกสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้จะต้องมีต้นกำเนิดจากสถานที่ภูมิภาค หรือประเทศนั้น ๆ อีกทั้งได้รับคุณภาพ ชื่อเสียงหรือลักษณะเฉพาะอื่น ๆ อันเนื่องมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์นั้น และจะต้องมีขั้นตอนการผลิตอย่างน้อยหนึ่งขั้นตอนเกิดขึ้นในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่ระบุไว้



PDO

Protected Designation of Origin
Appellation d'Origine Protégée
Denominazione di Origine Protetta
Denominación de Origen Protegida



PGI

Protected Geographical Indication
Indication Géographique Protégée
Indicazione Geografica Protetta
Indicación Geográfica Protegida

รูปภาพที่ 1 ตรา GI ของสหภาพยุโรป

จากการพิจารณาคุณสมบัติของสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิดที่ได้รับความคุ้มครอง (PDO) และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครอง (PGI) จะเห็นได้ว่า การขอรับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในฐานะสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิด (PDO) มีความเข้มงวดกว่าการขอรับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในฐานะสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (PGI) อันเนื่องมาจากความเชื่อมโยงระหว่างผลิตภัณฑ์กับแหล่งภูมิศาสตร์ กล่าวคือ คุณสมบัติของการขอรับสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิดนั้น (PDO) จะต้องแสดงให้เห็นว่าคุณภาพหรือคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้น เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่เกิดจากปัจจัยทางธรรมชาติและมนุษย์ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้น อีกทั้งขั้นตอนการผลิตทั้งหมดจะต้องกระทำภายในพื้นที่แหล่งภูมิศาสตร์นั้นด้วย ซึ่งต่างกับคุณสมบัติของการขอรับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (PGI) ที่เพียงแต่แสดงให้เห็นว่าคุณภาพ ชื่อเสียง คุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้น มีความเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์นั้น และการผลิตหากจำเป็น ต้องมีขั้นตอนการผลิตทั้งหมดในแหล่งภูมิศาสตร์นั้น

ทั้งนี้ แม้การขอรับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในฐานะสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิด (PDO) จะมีความเข้มงวด แต่อย่างไรก็ดีได้กำหนดให้การขอรับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในฐานะสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิด (PDO) ได้ แม้ว่าวัตถุดิบที่ใช้สำหรับผลิตภัณฑ์นั้นจะมาจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีได้ระบุนำเข้า โดยมีเงื่อนไขว่า วัตถุดิบที่จะนำมาใช้ได้นั้นจะต้องมีการระบุพื้นที่ในการผลิตวัตถุดิบ มีข้อกำหนดไว้เป็นพิเศษในการผลิตวัตถุดิบ และต้องมีระบบควบคุมตรวจสอบ

เพื่อให้มั่นใจว่ามีการผลิตภายใต้ข้อกำหนดที่ได้กำหนดไว้เป็นพิเศษนั้น อีกทั้ง วัตถุุดิบที่ได้กล่าวมานี้ ใช้บังคับเฉพาะแต่วัตถุุดิบที่เป็นสัตว์มีชีวิต เนื้อสัตว์ และนม เท่านั้น³

2 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ไม่อาจได้รับความคุ้มครองซึ่งสามารถแบ่งการพิจารณาได้ 4 ประการ ดังต่อไปนี้⁴

- (1) ชื่อสามัญ ซึ่งได้กลายเป็นชื่อเรียกสามัญของผลิตภัณฑ์นั้นภายในสหภาพไปแล้ว แม้จะเกี่ยวข้องกับสถานที่ภูมิภาคหรือประเทศที่มีการผลิตหรือวางขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวก็ตาม
- (2) ชื่อเรียกที่พ้องกับพันธุ์พืชหรือพันธุ์สัตว์ ที่อาจทำให้ผู้บริโภคสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์นั้น
- (3) ชื่อเรียกที่พ้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้ว
- (4) ชื่อเรียกที่ซ้ำกับเครื่องหมายการค้าที่ได้มีการใช้หรือขึ้นทะเบียนแล้ว

3 การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้วิจัยขอแบ่งการพิจารณาออกเป็น 5 ประการ ดังต่อไปนี้

(1) บุคคลผู้มีสิทธิยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องให้กลุ่มบุคคล (Group) ที่เป็นผู้ทำผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อ ซึ่งประสงค์จะขึ้นทะเบียนเท่านั้นเป็นผู้ยื่นคำขอ โดยได้มีการให้คำนิยามกลุ่มบุคคลไว้ว่า กลุ่มบุคคลใด ๆ ก็ตาม ที่โดยหลักประกอบไปด้วยผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ ซึ่งดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดียวกันนั้น โดยไม่คำนึงว่าจะจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายหรือไม่ ดังนั้น กลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินงานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เดียวกันนั้น ย่อมเป็นกลุ่มบุคคลผู้มีสิทธิยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

(2) รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Specification) และเนื้อหาขอจดทะเบียน (Content of Application for Registration) ต้องประกอบไปด้วยรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

- ชื่อที่จะขอรับความคุ้มครอง
- รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่รวมถึงวัตถุดิบ ลักษณะเฉพาะทางกายภาพ ทางเคมี ทางจุลชีววิทยา หรือ ทางประสาทสัมผัสของผลิตภัณฑ์

³ ข้อ 5.3 แห่งระเบียบประชาคมยุโรปเลขที่ 1151/2012

⁴ ข้อ 6 แห่งระเบียบประชาคมยุโรปเลขที่ 1151/2012 ว่าด้วยเรื่องชื่อสามัญ ความขัดแย้งของชื่อพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ คำพ้องและเครื่องหมายการค้า

- รายละเอียดความเชื่อมโยงกับขอบเขตแหล่งภูมิศาสตร์
- หลักฐานที่แสดงว่าผลิตภัณฑ์มีแหล่งกำเนิดมาจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์
- รายละเอียดวิธีการอันจะทำให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์
- ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพ ชื่อเสียง หรือลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์กับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์
- ชื่อและที่อยู่ของหน่วยงาน หรือชื่อและที่อยู่ขององค์กรที่ทำการตรวจสอบว่ารายละเอียดผลิตภัณฑ์เป็นไปตามข้อกำหนด
- กฎเฉพาะว่าด้วยเรื่องฉลากสำหรับผลิตภัณฑ์

(3) การตรวจสอบคำขอ หลังจากที่ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนได้ยื่นคำขอตามรายละเอียดผลิตภัณฑ์ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว จะทำการตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียนว่ามีเหตุผลเพียงพอและเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้หรือไม่ โดยใช้ระยะเวลาในการตรวจสอบไม่เกิน 6 เดือน หากการตรวจสอบใช้ระยะเวลาเกินกว่าที่ระบุไว้ต้องมีหนังสือแจ้งเหตุแห่งความล่าช้าไปยังผู้ยื่นคำขอ โดยหากคณะกรรมการการยุโรปตรวจสอบแล้วเห็นว่าคำขอขึ้นทะเบียนนั้นเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ คณะกรรมการการยุโรปจะต้องดำเนินการประกาศในวารสารของสหภาพยุโรป (Official Journal of the European Union)

(4) การคัดค้าน ได้กำหนดให้หน่วยงานของประเทศสมาชิกหรือของประเทศนอกสหภาพ หรือบุคคลซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียที่ได้ก่อตั้งขึ้นในประเทศนอกสหภาพ สามารถยื่นหนังสือแจ้งการคัดค้านคำขอขึ้นทะเบียนไปยังคณะกรรมการการยุโรปได้ ภายในระยะเวลาไม่เกิน 3 เดือนหลังจากที่มีการประกาศลงในวารสารของสหภาพยุโรป โดยหนังสือแจ้งการคัดค้านดังกล่าวจะต้องระบุสาเหตุในการขอคัดค้านด้วย เมื่อได้รับหนังสือแล้วจะดำเนินการตรวจสอบพิจารณาภายใน 60 วัน ทั้งนี้คณะกรรมการการยุโรปจะต้องเชิญผู้ยื่นหนังสือแจ้งการคัดค้านและผู้ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนมาหารือร่วมกัน โดยระยะเวลาในการหารือจะต้องไม่เกิน 90 วัน เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายได้แสดงข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้อีกฝ่ายทราบ หากตกลงกันไม่ได้ก็ให้แสดงข้อมูลดังกล่าวแก่คณะกรรมการการยุโรปด้วย หากไม่สามารถตกลงกันได้คณะกรรมการการยุโรปสามารถขยายระยะเวลาการปรึกษาหารือนี้ออกไปได้มากที่สุดอีก 90 วัน

(5) การพิจารณาขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หากคณะกรรมการการยุโรปเห็นว่าคำขอที่ยื่นนั้นไม่เป็นไปตามเงื่อนไขในการขึ้นทะเบียน ให้ปฏิเสธคำขอขึ้นทะเบียนนั้นเสีย ในกรณีที่คณะกรรมการการยุโรปไม่ได้รับหนังสือแจ้งการคัดค้านก็ดี หรือคำค้านไม่มีเหตุผลสนับสนุนเพียงพอที่ยอมรับได้ ให้คณะกรรมการการยุโรปดำเนินการขึ้นทะเบียนดังกล่าว แต่หากคณะกรรมการการยุโรปได้รับ

หนังสือแจ้งการคัดค้านพร้อมเหตุผลสนับสนุนที่สามารถยอมรับได้ เมื่อสิ้นสุดการหารือตามข้อ(4) หากตกลงกันได้ ให้คณะกรรมการการยุโรปปรับขึ้นทะเบียนคำขอนั้น แต่หากตกลงกันไม่ได้ ให้คณะกรรมการการยุโรปพิจารณาว่าจะขึ้นทะเบียนหรือไม่ ทั้งนี้ การขึ้นทะเบียนก็ดี การปฏิเสธคำขอก็ดี ต้องประกาศในวารสารของสหภาพยุโรป

4 การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

เมื่อได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ผลของการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ว่าจะในฐานะสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิดที่ได้รับความคุ้มครอง (PDO) หรือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครอง (PGI) ก็ตาม มีข้อกำหนดในการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แบ่งออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

(1) การใช้ชื่อเรียกที่ได้ขึ้นทะเบียนไม่ว่าโดยทางตรง (Direct Commercial) หรือ โดยทางอ้อม (Indirect Commercial) กับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับการขึ้นทะเบียน การใช้ชื่อเรียกที่ได้ขึ้นทะเบียนนี้อาจได้รับอนุญาตให้ใช้ชื่อเรียกที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้แล้วต่อไปได้ในช่วงรอสถานะอีก 5 ปี หากแสดงได้ว่าการจดทะเบียนชื่อเรียกนั้นจะกระทบต่อการดำรงอยู่ของชื่อเรียกที่เหมือนกันทั้งหมดหรือบางส่วน หรือมีการวางขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ชื่อเรียกดังกล่าวโดยถูกต้องตามกฎหมายในเขตที่เกี่ยวข้องก่อนวันที่จะมีการประกาศการขึ้นทะเบียนในวารสารของสหภาพยุโรป หากปรากฏว่าได้มีการใช้ชื่อเรียกดังกล่าวโดยถูกต้องตามกฎหมายอย่างต่อเนื่องและเป็นธรรมเป็นระยะเวลาอย่างน้อย 25 ปีก่อนวันที่ได้มีการยื่นขอขึ้นทะเบียนต่อคณะกรรมการสหภาพ และการใช้ชื่อนั้นมิได้กระทำเพื่อแสวงหากำไรจากชื่อเสียงของชื่อเรียกที่ได้ขึ้นทะเบียน อีกทั้งต้องแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคจะไม่สับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์นั้น

(2) การนำไปใช้โดยมิชอบ การเลียน หรือการนำไปใช้เรียก แม้ว่าจะมีการระบุถึงแหล่งกำเนิดที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือการแปลชื่อเรียกที่ขึ้นทะเบียน หรือการใช้ถ้อยคำประกอบ อาทิ รูปแบบ ประเภท วิธีการ การผลิตแบบเดียวกับ การเลียน หรือถ้อยคำที่คล้ายคลึงกันรวมไปถึงในกรณีที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นส่วนผสมก็ตาม

(3) การระบุรายละเอียดที่มา แหล่งกำเนิด ลักษณะหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ตรงกับความ เป็นจริงหรือก่อให้เกิดความเข้าใจผิดไว้ภายในหรือภายนอกบรรจุภัณฑ์ ข้อเอกสารโฆษณา หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว และการบรรจุผลิตภัณฑ์ในภาชนะที่อาจทำให้เกิดความเข้าใจที่ผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์นั้น

(4) การกระทำใด ๆ อันจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหลงผิดในแหล่งกำเนิด ของผลิตภัณฑ์นั้น นอกจากนี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนในฐานะสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิดที่ได้รับ ความคุ้มครอง (PDO) และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครอง (PGI) จะไม่กลายเป็นคำสามัญ

การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการให้ความคุ้มครองแก่สิทธิชุมชน (Community Right) กล่าวคือ นอกจากผู้ยื่นขอขึ้นทะเบียนจะเป็นผู้ที่มีสิทธิใช้และได้รับความ คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้วนั้น ผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีได้เป็นผู้ยื่นขอขึ้น ทะเบียนอาจมีสิทธิใช้ชื่อเรียกที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในฐานะสิ่งบ่งชี้แหล่งกำเนิดที่ได้รับ ความคุ้มครอง (PDO) และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับความคุ้มครอง (PGI) แล้วนั้นกับผลิตภัณฑ์ ของตนได้ หากผลิตภัณฑ์ของตนนั้นมีรายละเอียดที่สอดคล้องกับเงื่อนไขที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้

2.1.2 GI ในญี่ปุ่น

สำหรับประเทศญี่ปุ่น The Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries (MAFF) มาตรฐานสากลการรับรองจากกระทรวงเกษตร ประมง และป่าไม้ของประเทศญี่ปุ่น กำหนดการใช้ระบบ คุ้มครอง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication Protection System) ภายใต้กฎหมาย “Japan’s Act for Protection of Names of Designated Agricultural, Forestry and Fishery Products and Foodstuffs Geographical Indication (GI ACT)” โดยเป็นกฎหมายที่ใช้คุ้มครองชื่อ/ แบนด์ของสินค้า ซึ่งมุ่งป้องกันมิให้มีการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้ในลักษณะที่จะทำให้คนสับสน หลงผิดในแหล่งที่มาของสินค้า นอกจากนี้กฎหมายดังกล่าวยังใช้เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตและป้องกันการ แข่งขันที่ไม่เป็นธรรม คุ้มครองผู้บริโภคโดยให้ผู้บริโภคมั่นใจถึงมาตรฐานและปลอดภัยตามที่ต้องการ เพิ่มมูลค่าของสินค้า ดูแลรักษามาตรฐานของสินค้า และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และรักษา ภูมิปัญญาท้องถิ่น

คำนิยาม

- “*Agricultural, Forestry and Fishery Products and Foodstuffs*” จะครอบคลุมถึง อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์เกษตร ผลิตภัณฑ์ป่าไม้และผลิตภัณฑ์ประมง (ที่ใช้เฉพาะเพื่อบริโภค/ เป็นส่วนประกอบในการผลิตหรือดำเนินงาน) ยกเว้น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยา และเครื่องสำอาง

- “*Designated Agricultural, Forestry and Fishery Products and Foodstuffs*” หมายถึง ชื่อสถานที่/ชื่อภูมิภาค/ชื่อประเทศ ที่ให้คุณลักษณะพิเศษ คุณภาพ ชื่อเสียงหรือ คุณลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ๆ

- “*Geographical Indication: GI*” คือ การใช้ชื่อสถานที่ในท้องถิ่นหนึ่งของประเทศร่วมกับชื่อสินค้า เพื่อแสดงให้เห็นชื่อหรือผู้บริโภครู้จักได้ทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้าว่าคุณภาพ ชื่อเสียง หรือลักษณะอื่นของสินค้า มีส่วนสำคัญมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น

- “*Group of Producers*” หมายถึง กลุ่มของผู้ผลิต ซึ่งประกอบด้วยผู้ผลิต/ผู้ประกอบการในพื้นที่ภูมิศาสตร์นั้น ๆ โดยจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และสามารถแข่งขันอย่างเป็นธรรม

คำนิยามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศญี่ปุ่น คือ สิ่งที่ระบุหรือแสดงเกี่ยวกับสินค้าว่ามีแหล่งที่มา หรือแหล่งกำเนิดจากท้องถิ่นของประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งคุณภาพ คุณลักษณะ หรือชื่อเสียงของสินค้านั้นมีความสัมพันธ์อย่างสำคัญกับท้องถิ่นนั้น

โดยผู้ที่มีสิทธิมาสมัครขอรับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต (Producer Group) กลุ่มผู้แปรรูป (Processor Groups) และ กลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น (Local branding association) ซึ่งกลุ่มบุคคลผู้ขอรับความคุ้มครองข้างต้นไม่จำเป็นต้องมีสถานะทางกฎหมายแต่อย่างใด

การตั้งชื่อเพื่อขอรับความคุ้มครอง GI

1. ต้องตั้งชื่อสินค้าที่รวมกับชื่อถิ่นที่อยู่ของสินค้า เช่น Choshu Kuro Kashiwa (ไก่อดำที่มาจาก Yamaguchi Prefecture) หรือ Ichida Kaki (ลูกพลับแห้งที่มาจาก Nagano Prefecture) เป็นต้น
2. สามารถตั้งชื่อสินค้าโดยไม่รวมกับชื่อถิ่นที่อยู่ของสินค้าได้ ก็ต่อเมื่อสินค้านั้นเป็นสินค้าที่คุ้นเคยกับสถานที่นั้น เช่น Kiritanpo (ข้าวบดเสียบไม้ที่มาจาก Akita Prefecture) เป็นต้น

คุณภาพของสินค้าที่จะได้รับความคุ้มครอง

สินค้าที่จะขอรับความคุ้มครองนั้น คุณภาพมาตรฐานจะต้องเป็นที่ยอมรับ ผ่านการควบคุมคุณภาพของกลุ่มผู้ผลิต (Producer group) ที่ลงทะเบียนไว้ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบการควบคุมกระบวนการผลิต ประวัติของการผลิตต้องเป็นผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมมาแล้วไม่น้อยกว่า 25 ปี

ข้อยกเว้นของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ไม่อาจขอรับความคุ้มครองได้ คือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ไม่มีลักษณะเป็นไปตามคำนิยาม ตามที่กำหนดเอาไว้ตามข้อ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อย หรือศีลธรรมอันดี และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ไม่ได้รับความคุ้มครองหรือไม่ได้มีการใช้อีกต่อไปในประเทศที่เป็นเจ้าของแหล่งภูมิศาสตร์นั้น

การคุ้มครองของ GI

1. ผู้เป็นเจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือประเทศที่เป็นเจ้าของแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ย่อมมีสิทธิที่แต่เพียงผู้เดียวที่จะใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยครอบคลุมถึงสมาชิกของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้ลงทะเบียนไว้ โดยใช้ชื่อ GI ที่ได้ลงทะเบียนเป็นชื่อในการผลิต
2. ผู้ที่ไม่ได้ขอการรับความคุ้มครองจะไม่มีสิทธิ์ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือชื่อที่คล้ายกันได้ **เว้นแต่** ในกรณีที่คุณคนอื่นใช้ชื่อดังกล่าวก่อนการขอรับความคุ้มครอง/บุคคลอื่นที่ติดฉลาก GI บนผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบหรือส่วนผสมของ GI/ผู้ที่เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า ก่อนเริ่มการรับความคุ้มครองของ GI

ขั้นตอนการขอรับความคุ้มครอง

1. การเตรียมคำขอ

กลุ่มผู้ผลิต (Producer Group) กลุ่มผู้แปรรูป (Processor Groups) และ กลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น (Local branding association) และสำหรับกรณีที่ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ได้มีภูมิลำเนาหรือไม่ได้ประกอบธุรกิจในประเทศญี่ปุ่น จะต้องแต่งตั้งตัวแทนเพื่อดำเนินการยื่นคำขอจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศญี่ปุ่น

2. เอกสารที่ใช้ในการขอรับการขึ้นทะเบียน

2.1 คำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.2 หนังสือมอบอำนาจ ในกรณีที่ผู้ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ไม่ได้มีภูมิลำเนา หรือไม่ได้ประกอบธุรกิจในประเทศญี่ปุ่น

2.3. ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

2.3.1 ชื่อ ที่อยู่ สัญชาติของผู้ขอขึ้นทะเบียน

2.3.2 รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งภูมิศาสตร์ที่ซึ่งมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมถึงแผนที่ของแหล่งภูมิศาสตร์นั้น

2.3.3 สินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2.3.4 คุณสมบัติ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นใดของสินค้าซึ่งมีความสัมพันธ์กับแหล่ง ภูมิศาสตร์

2.3.5 เงื่อนไขใด ๆ (ถ้ามี) ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การตรวจสอบคำขอ

เมื่อได้รับคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว นายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะทำการ ตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ว่า มีรายการครบถ้วนหรือไม่ และเอกสาร ประกอบคำขอขึ้นทะเบียน ครบถ้วนหรือไม่ หากปรากฏว่ามีสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ยังขาดไปหรือไม่ครบถ้วน นายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะแจ้งให้ยื่นคำขอขึ้นทะเบียน ดำเนินการแก้ไข ในกรณีที่ นายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีรายการและเอกสารประกอบครบถ้วนแล้ว จะดำเนินการตรวจสอบต่อไปว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีลักษณะอันพึงรับขึ้นทะเบียนได้หรือไม่ ซึ่งหากพบว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นมีลักษณะไม่พึงรับ ขึ้นทะเบียน นายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะมีคำสั่งปฏิเสธไม่รับขึ้นทะเบียน แต่หากปรากฏว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีลักษณะอันพึงรับขึ้นทะเบียนได้ทุกประการ นายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะมีคำสั่งให้ประกาศโฆษณาต่อไป

การประกาศโฆษณา

คำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ผ่านการตรวจสอบของนายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์แล้ว จะได้รับการประกาศโฆษณาในหนังสือประกาศโฆษณาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่ไม่เห็นด้วยกับการขึ้นทะเบียนดังกล่าวคัดค้านได้

การรับจดทะเบียน

ในกรณีที่ไม่มีผู้คัดค้านการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือมีผู้คัดค้านแต่ในที่สุด นายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือศาลได้มีคำสั่ง หรือคำพิพากษาให้ยกคำคัดค้านนั้น นายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะมีคำสั่งให้รับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นต่อไป

การคัดค้าน/โต้แย้ง

การคัดค้านคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องดำเนินการภายในช่วงระยะเวลา ที่มีประกาศโฆษณาคำขอขึ้นทะเบียนนั้น เมื่อผู้ขอขึ้นทะเบียนได้รับคำคัดค้านแล้ว ผู้ขอขึ้นทะเบียน จะต้องยื่นคำโต้แย้งคำคัดค้านดังกล่าว

การอุทธรณ์

ในกรณีที่ผู้ยื่นคำขอขึ้นทะเบียนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่เห็นด้วยกับคำสั่งของนายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ บุคคลดังกล่าวมีสิทธิที่จะอุทธรณ์คำวินิจฉัยดังกล่าวต่อศาลได้ต่อไป



รูปภาพที่ 2 ตรา GI ของญี่ปุ่น

2.2. การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ภายใต้พรบ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546

แรกเริ่มเดิมทีการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเรื่องที่ยังไม่เคยมีการกล่าวถึงหรือให้ความสำคัญในระดับประเทศมาก่อน แต่หลังจากที่ประเทศไทยได้มีการเข้าร่วมเป็นภาคีกับองค์การการค้าโลก (WTO) ทำให้ประเทศไทยต้องปฏิบัติตามความตกลงหลากหลายฉบับที่อยู่ภายใต้การเป็นสมาชิกของ WTO และหนึ่งในนั้นคือ TRIPs Agreement ซึ่งเป็นข้อตกลงอันเกี่ยวเนื่องกับการให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาด้วยมาตรฐานสากลในระดับโลก โดยมีทั้งเรื่องของเครื่องหมายการค้า สิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ รวมถึงต้องจัดให้มีแนวทางการคุ้มครองสินค้าที่มาจากท้องถิ่น (สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) แต่อย่างไรก็ดี TRIPs Agreement ได้มีการกำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ ว่าการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นอาจใช้กฎหมายที่ประเทศสมาชิกมีอยู่แล้วนำมาให้ความคุ้มครองในเรื่องดังกล่าวได้ ซึ่งประเทศสมาชิกเองก็มีทั้งการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ภูมิศาสตร์ด้วยการอาศัยกฎหมายอื่น ๆ มาให้ความคุ้มครอง เช่น กฎหมายเครื่องหมายการค้า กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค หรือ กฎหมายอาญา เป็นต้น แต่ก็ยังมีอีกหลายประเทศด้วยกันที่ทำการตรากฎหมายเฉพาะ (sui generis) ขึ้นมา เพื่อให้การคุ้มครองสินค้าท้องถิ่น เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศกัมพูชา ประเทศไทย เป็นต้น โดยเจตนารมณ์ของการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องการป้องกันการสับสนหรือหลงผิดของประชาชนในแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งที่มาของสินค้า ให้มีการคุ้มครองแก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคเป็นสำคัญ มุ่งส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพ ของสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาด้านการค้าของประเทศต่อไป โดยการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะช่วยกระตุ้นให้ผู้ผลิตในท้องถิ่นมีความต้องการที่จะพัฒนาและยกระดับคุณภาพสินค้าที่ผลิตจากท้องถิ่นของตน และป้องกันการสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งที่มาของสินค้า

การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทยเป็นการ ให้ความคุ้มครองแก่ใครก็ตามที่เป็นผู้ผลิตสินค้า GI อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้น หรือผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้า GI

โดยสินค้านั้นต้องมีความสัมพันธ์กับแหล่งภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน สินค้าใดก็ตามที่เข้าหลักเกณฑ์เบื้องต้นดังกล่าว ก็สามารถยื่นขอความคุ้มครองเป็นสินค้า GI ได้ทั้งสิ้น

ระบบการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทยนั้นไม่ได้มีการระบุไว้อย่างเฉพาะเจาะจง แต่หากพิจารณาตามคำนิยามของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่กล่าวว่า “ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ หรือชื่อสัญลักษณ์ที่ใช้ประกอบสินค้า เพื่อแสดงให้เห็นชื่อหรือผู้บริโภคได้ทราบถึงลักษณะสินค้าที่มาจากแหล่งกำเนิดนั้น ๆ มีคุณภาพชื่อ หรือมีคุณลักษณะพิเศษ” โดยคำนิยามดังกล่าวเป็นการกล่าวถึงการคุ้มครองตามแหล่งภูมิศาสตร์ที่ผลิตสินค้านั้น ๆ เมื่อเทียบเคียงกับระบบการคุ้มครองของสหภาพยุโรปอาจเทียบได้กับระบบการคุ้มครองแบบ PGI ที่ตั้งแต่กระบวนการผลิตสินค้าจนกระทั่งขึ้นตอนการแพ็คเกจบรรจุภัณฑ์ก่อนส่งขายนั้น จะต้องดำเนินการทุกขั้นตอนอยู่ในพื้นที่ที่ระบุไว้ตามทะเบียนเท่านั้น แต่ระบบการคุ้มครองรูปแบบนี้ไม่ได้เข้มงวดกับวัตถุดิบหลักที่นำมาใช้ในการผลิต ทำให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสามารถนำวัตถุดิบหลักจากนอกพื้นที่เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตได้ แต่วัตถุดิบนั้นจะต้องมีคุณภาพและมาตรฐานเดียวกันกับที่ได้มีการระบุไว้ในทะเบียน ซึ่งระบบการให้ความคุ้มครองนี้เป็นเกณฑ์อย่างน้อย (Minimum standard) ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสินค้าที่ผู้ขอการรับการคุ้มครองจะต้องปฏิบัติ และสำหรับอายุการคุ้มครองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้วนั้นไม่ได้มีการกำหนดระยะเวลาในการคุ้มครอง แต่เป็นการคุ้มครองนานตราบเท่าที่สินค้านั้นยังคงอยู่ หรืออาจไม่สามารถใช้ชื่อสินค้านั้นได้เนื่องจากถูกระงับการใช้

บทกำหนดโทษของ พรบ. นี้ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่อื่นไม่สามารถใช้ชื่อสินค้า GI เดียวกันหรือซ้ำกันได้ หากฝ่าฝืนจะมีโทษปรับไม่เกิน 200,000 บาท

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อขึ้นทะเบียนสินค้าชุมชนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สำหรับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ

การได้รับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น นอกจากจะเป็นการแสดงถึงความพิเศษของสินค้าแล้ว ยังหมายถึงสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในคุณภาพอันจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าที่มีต่อผู้บริโภคให้ยอมจ่ายเงินสูงขึ้น เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าที่พิเศษดังกล่าว นอกจากนี้การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพอาจก่อให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

(1) ช่วยดูแลรักษามาตรฐานของสินค้า GI มีลักษณะเหมือนเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า เนื่องจากผู้ขอขึ้นทะเบียนต้องแสดงให้เห็นถึงกระบวนการผลิตและวิธีการควบคุมคุณภาพ โดยเฉพาะกระบวนการที่ส่งผลถึงคุณภาพเฉพาะของสินค้าจากแหล่งนั้น กลุ่มผู้ผลิตจึงต้อง

มีส่วนอย่างมากในการช่วยกันรักษาคุณภาพหรือชื่อเสียงนั้น ๆ ไว้ มิฉะนั้น อาจถูกระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้

(2) มีรายได้สูงขึ้น เนื่องจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นสินค้าที่ผลิตในชุมชนต่าง ๆ โดยปัจจัยในแง่สภาพดินฟ้าอากาศ หรือสภาพพื้นที่จะส่งผลต่อคุณภาพและชื่อเสียงของสินค้า จึงเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นโดยตรง จากการนำชื่อเสียงที่มีการสั่งสมกันมา มาใช้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรและสินค้าชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า และความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศและระดับสากล

(3) ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นประโยชน์ในทางอ้อมของการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มชุมชนในท้องถิ่น ที่ต้องร่วมกันพัฒนาคุณภาพของสินค้า สร้างความผูกพันและความภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิด นอกจากนี้จะช่วยลดปัญหาแรงงานชนบทอพยพเข้าสู่เมือง ช่วยรักษามรดกตกทอด ขนบธรรมเนียมและศิลปะพื้นบ้านของท้องถิ่นด้วย

สำหรับผู้บริโภค

สินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้วย่อมแสดงถึงความพิเศษของสินค้านั้น ๆ ที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปและยังเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากลอีกด้วย ดังนั้น ผู้บริโภคจึงมั่นใจได้ว่าสินค้าที่ตนได้รับนั้น เป็นสินค้าของแท้จากแหล่งภูมิศาสตร์โดยเฉพาะ และเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ เนื่องจากมีการตรวจสอบคุณภาพตามข้อกำหนด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.3 กระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในประเทศไทย

2.3.1 การจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

เนื่องจากการขอรับความคุ้มครองเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ถือว่าเป็นประโยชน์ร่วมกันของหลากหลายภาคส่วนจึงจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการค้าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนในพื้นที่ผลิตสินค้า เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว เพราะทุกภาคส่วนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนงานด้านสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลวิชาการ วิธีการผลิต ขอบเขตพื้นที่ผลิต จำนวนผู้ผลิตและผู้ประกอบการ ปริมาณการผลิต การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เพื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสินค้า

ของชุมชนและอยู่คู่กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในลำดับแรกต้องทำความเข้าใจก่อนว่า ไม่ใช่ทุกพื้นที่หรือทุกสินค้าจะต้องได้รับการคุ้มครองเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้ที่ยื่นคำขอต้องทำการศึกษาให้ดี และต้องพยายามรวมกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเพื่อพูดคุยหาข้อสรุปเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าก่อน สำหรับขั้นตอนของการได้มาซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น อาจสรุปออกมาไว้ได้ ดังนี้

1) กำหนดสินค้าที่ต้องการคุ้มครอง และรวมกลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการค้าทั้งสายการผลิต เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการขอขึ้นทะเบียน สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมถึงการขึ้นทะเบียนดังกล่าวจะให้ผลที่คุ้มค่าต่อกลุ่มหรือไม่ เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายสำหรับระบบรับรองมาตรฐาน และกลุ่มจะมีแผนทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นอย่างไรให้ติดตลาด

2) กำหนดเรื่องราวความเป็นมาของสินค้า โดยต้องอธิบายให้ได้ว่าสินค้านั้นมีประวัติความเป็นมาอย่างไรถึงได้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป ซึ่งต้องมีระยะเวลาการผลิตมาแล้วนานพอสมควรที่ทำให้มีชื่อเสียง ไม่ใช่สิ่งที่สามารถคิดค้นใหม่เพื่อนำมาขอขึ้นทะเบียนได้

3) กำหนดมาตรฐานการผลิตที่เหมาะสมของสินค้า เอกลักษณะของสินค้าที่โดดเด่น รวมถึงมาตรฐานในการผลิตสินค้า โดยยึดความเข้าใจของผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น ถ้าพูดถึงสินค้าจากแหล่งนี้ ผู้บริโภคจะนึกถึงคุณลักษณะอะไรเป็นสำคัญ

4) กำหนดความเชื่อมโยงระหว่างลักษณะภูมิศาสตร์ของพื้นที่ว่าส่งผลอย่างไรต่อสินค้า

5) กำหนดขอบเขตพื้นที่ในการผลิตสินค้า ตามสภาพภูมิศาสตร์ของพื้นที่นั้น โดยไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามเขตการปกครอง

6) จัดทำคำขอสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยประกอบด้วยข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ยื่นต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา พร้อมจัดทำมาตรการควบคุมการผลิตสินค้า GI นั้น ๆ (Control Plan) เพื่อใช้เป็นหลักฐานประกอบในการขอยื่นขึ้นทะเบียนตามกฎหมาย

7) กรมทรัพย์สินทางปัญญาตรวจสอบและขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมาย

8) จัดทำระบบการควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในทะเบียน

9) จัดทำแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น โดยใช้คุณลักษณะพิเศษของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นตัวนำ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดภาพลักษณ์เชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะพิเศษ กับพื้นที่แหล่งผลิตสินค้าที่เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สำหรับความสำคัญ of ขั้นตอนการจัดทำคำขอสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น นอกจากเป็นการรวบรวมทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องภายในชุมชนมาร่วมกันกำหนดหลักเกณฑ์ร่วมกันแล้วยังช่วยให้การพิจารณาการรับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของนายทะเบียนประสบความสำเร็จ

ภายในระยะเวลาที่สมควร ทำให้ผู้ที่ประสงค์ขอรับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้รับการขึ้นทะเบียนรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยสำหรับขั้นตอนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นผู้วิจัยจะขออธิบายรายละเอียดในขั้นตอนถัดไป

2.3.2 ขั้นตอนการรับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย

ผู้มีสิทธิยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่

การพิจารณาการรับขึ้นทะเบียน GI จะเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่นายทะเบียนพิจารณาขั้นตอนตามที่กฎหมายที่ได้ระบุไว้ เมื่อได้รับคำขอขึ้นทะเบียนพนักงานเจ้าหน้าที่จะทำการตรวจสอบหลักฐาน และรายงานผลเสนอนายทะเบียนภายใน 120 วัน

โดยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่จะขึ้นทะเบียนได้ต้องมีลักษณะโดยสรุปได้ ดังนี้

(1) ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกแทนแหล่งภูมิศาสตร์ คือ ชื่อทางภูมิศาสตร์หรือเครื่องหมายใดๆ ที่สามารถแสดงถึงแหล่งพื้นที่ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามเขตการปกครอง เช่น อำเภอ จังหวัด เท่านั้น แต่อาจเป็นชื่อภูมิศาสตร์อื่นๆก็ได้ เช่น ทุ่งกุลาร้องไห้ ดอยช้าง ลุ่มน้ำสระแกกรัง เป็นต้น

(2) บ่งบอกได้ว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น คือ สามารถบอกได้ว่าสินค้าที่มาจากพื้นที่นั้นมีความแตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันของท้องถิ่นอื่นอย่างไร หรือมีความโดดเด่นอย่างไร โดยไม่จำเป็นต้องแสดงในลักษณะที่ว่า ดีกว่า หวานกว่า อร่อยกว่า

(3) มีคุณภาพชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะ เช่น เมื่อพุดถึง ปลาทุแม่กลอง สามารถทำให้ผู้บริโภคถึงลักษณะเฉพาะคือ หน้างอ คอหัก เป็นต้น

(4) ไม่เป็นชื่อสามัญ คือ ไม่เป็นชื่อที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าเป็นชื่อที่ใช้เรียกขานสินค้าชนิดนั้น เช่น ข้าว รม เป็นต้น

(5) ไม่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือนโยบายแห่งรัฐ เช่น การนำเอาชื่อทางภูมิศาสตร์มาขึ้นทะเบียนโดยไม่สุจริต สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อถือศรัทธาของประชาชน พันธุ์ของสัตว์

ทำให้กรมทรัพย์สินทางปัญญาเองมีการจำแนกลักษณะของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สามารถขึ้นทะเบียนเอาไว้ด้วยกัน 3 ประเภท คือ (1) สินค้าเกษตรกรรม เช่น ส้มโอนครชัยศรี ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ สับปะรดบ้านคา (2) สินค้าหัตถกรรม เช่น รมบ่อสร้าง ศิลาดลเชียงใหม่ ผ้าไหมยกดอกลำพูน (3) สินค้าอุตสาหกรรม เช่น ขนมห่มอแกเมืองเพชร ลำไยอบแห้งเนื้อสีทองลำพูน กล้วยเล็บมือนางชุมพร

หากคำขอไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด นายทะเบียนจะยกคำขอภายใน 30 วัน นับจากวันที่ได้รับรายงาน และแจ้งผู้ยื่นทราบภายใน 15 วัน นับจากวันที่มีคำสั่ง ซึ่งผู้ยื่นสามารถอุทธรณ์คำสั่งนายทะเบียนต่อคณะกรรมการ GI ได้ภายใน 90 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้ง ซึ่งหลังจากคณะกรรมการวินิจฉัยจะแจ้งผลการอุทธรณ์พร้อมเหตุผลให้ผู้ยื่นทราบภายใน 15 วัน หากผู้ยื่นยังไม่เห็นด้วยมีสิทธินำคดีขึ้นสู่ศาลภายใน 90 วัน และผลการพิพากษาของศาลถือเป็นที่สุด หากผู้ยื่นไม่ดำเนินการตามเวลาที่กำหนดให้ถือยอมรับคำสั่งนายทะเบียน หรือผลการวินิจฉัยของคณะกรรมการ GI แล้วแต่กรณี นายทะเบียนอาจรับขึ้นทะเบียน GI ทั้งแบบมีเงื่อนไขและแบบไม่มีเงื่อนไข นายทะเบียนจะมีคำสั่งประกาศโฆษณาโดยวิธีการปิดประกาศในที่ซึ่งเห็นง่าย อนุกรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือที่อื่นๆ เป็นเวลา 90 วัน หากไม่มีการคัดค้านคำสั่งขึ้นทะเบียน GI ถือว่าชอบด้วยกฎหมาย หากมีการคัดค้าน นายทะเบียนจะส่งสำเนาคำคัดค้านให้กับผู้ยื่นภายใน 15 วัน นับจากวันที่คัดค้าน โดยผู้ยื่นต้องส่งค่าโต้แย้งมายังนายทะเบียนภายใน 90 วัน นับจากวันที่ได้รับสำเนาคำคัดค้าน และพนักงานเจ้าหน้าที่จะส่งสำเนาโต้แย้งไปให้ผู้คัดค้านทราบด้วย จากนั้นนายทะเบียนจะทำหน้าที่เป็นผู้วินิจฉัยและแจ้งผลการวินิจฉัยให้ทั้งสองฝ่ายทราบภายใน 15 วัน นับแต่วันที่วินิจฉัย โดยสงวนสิทธิ์ในการอุทธรณ์ของทั้งสองฝ่ายภายใน 90 วัน นับจากวันที่ได้รับแจ้งคำวินิจฉัย เช่นเดียวกันหากฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไม่เห็นด้วย ก็สามารถนำเข้าสู่การพิจารณาของศาลได้เช่นกัน

อย่างไรก็ดี การพิจารณาความมีชื่อเสียงและมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนานนั้น เนื่องจาก พรบ.คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ไม่ได้มีการบัญญัติในเรื่องดังกล่าวไว้ จึงอาศัยอำนาจการกำหนดเงื่อนไขของนายทะเบียน ตามมาตรา 25 ในการกำหนดแนวทางปฏิบัติเมื่อต้องพิจารณาคำขอให้ได้ขึ้นทะเบียนว่าสินค้านั้นต้องมีชื่อเสียงและมีประวัติความเป็นมาอย่างน้อย 10 ปี



รูปภาพที่ 3 ขั้นตอนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สำหรับอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับขั้นตอนต่าง ๆ ให้เป็นไปตามกฎกระทรวง เรื่อง การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2547 ซึ่งได้มีการกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมไว้ดังนี้

- | | |
|--|----------------|
| 1. ค่าขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ | ฉบับละ 500 บาท |
| 2. ค่าคัดค้านการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ | ฉบับละ 500 บาท |
| 3. ค่าอุทธรณ์คำสั่งหรือคำวินิจฉัยของนายทะเบียน | ฉบับละ 500 บาท |
| 4. ค่าขอแก้ไขทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ | ฉบับละ 200 บาท |
| 5. ค่าขอเพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ | ฉบับละ 200 บาท |
| 6. ค่าขออื่น ๆ | ฉบับละ 200 บาท |

โดยการชำระค่าธรรมเนียมต่าง ๆ และยื่นคำขอ สามารถทำได้ 2 ช่องทาง คือ ยื่นต่อ พนักงานเจ้าหน้าที่ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา และ ยื่นต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ของสำนักงานพาณิชย์ จังหวัด ทุกจังหวัด

2.3.3 ระบบควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทย

สำหรับระบบควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นแม้ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการขึ้นทะเบียน แต่ก็ถือเป็นกระบวนการที่จะต้องทำต่อเนื่องหลังจากที่สินค้าได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI แล้ว เพื่อการันตีถึงคุณภาพของสินค้าจึงต้องมีการกล่าวถึงด้วย

พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มีได้มีบทบัญญัติเรื่องระบบควบคุมตรวจสอบไว้อย่างชัดเจน และครอบคลุมทุกขั้นตอน แต่อย่างไรก็ดีเพื่อให้กระบวนการเกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ และมาตรฐานสากล โปร่งใส ตรวจสอบได้และมีความเป็นกลาง ในทางปฏิบัติได้ว่าการนำระบบการควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าและการตรวจสอบย้อนกลับมาใช้สำหรับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วยระบบการควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเกิดขึ้นโดยอาศัยอำนาจนายทะเบียน ตามมาตรา 25 ซึ่งกำหนดให้ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยระบบควบคุมตรวจสอบนั้นสามารถแยกพิจารณาเป็น 3 ระดับ ได้ดังนี้

1) การควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับผู้ผลิต (Self-Control) คือ การที่ผู้ขอขึ้นทะเบียนจัดให้มีการควบคุมตรวจสอบกระบวนการผลิตด้วยตนเอง เป็นการควบคุมตรวจสอบโดยเกษตรกรผู้ผลิต ผู้แปรรูป สินค้า นั้น ๆ ให้กระบวนการผลิตสินค้าของตนเป็นไปตามคู่มือปฏิบัติงานและแผนการควบคุมที่ได้จัดทำไว้

2) การควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับจังหวัด (Internal Control) ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบควบคุมตรวจสอบกระบวนการผลิตในจังหวัด หรือเรียกได้ว่าระบบควบคุมตรวจสอบภายใน โดยผู้ขอขึ้นทะเบียนต้องมีการจัดให้มีการควบคุมตรวจสอบโดยกระบวนการผลิตสินค้าเป็นการดำเนินการในระดับจังหวัดขึ้นไป การจัดตั้งคณะทำงานระดับพื้นที่หรือระดับจังหวัดที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น ๆ คือผู้รับผิดชอบผลิตภัณฑ์ที่ขอรับรอง เช่น สมาคม สหกรณ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหรือคณะกรรมการระดับจังหวัด โดยคณะทำงานระดับจังหวัดมีหน้าเข้ามาตรวจสอบควบคุมกระบวนการผลิตของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยการตรวจสอบกระบวนการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น ๆ ว่ากระบวนการผลิตนั้นเป็นไปตามคู่มือการปฏิบัติงานและได้ดำเนินการตามแผนการควบคุมที่ได้ขอยื่นขอขึ้นทะเบียนหรือไม่

3) การจัดให้มีระบบตรวจสอบและควบคุมในระดับควบคุมภายนอก (External Control)

(1) การจัดให้มีระบบควบคุมตรวจสอบในระดับควบคุมภายนอกนั้น เป็นการตรวจสอบควบคุมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล โปร่งใส เป็นกลาง และสามารถตรวจสอบได้ตลอดจนเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีการจัดการและควบคุมดูแลกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐาน

(2) การควบคุมตรวจสอบ และการรับรองมาตรฐานในขั้นตอนนี้จะดำเนินการโดยหน่วยรับรอง (Control Body/ Certification Body) หรือเรียกกันโดยย่อว่า CB คือ หน่วยงานหรือบุคคลที่สามที่ให้บริการการตรวจประเมินและรับรองระบบกระบวนการผลิตว่าเป็นไปตามมาตรฐานหรือไม่ โดยเริ่มตั้งแต่การควบคุมกระบวนการ การเพาะปลูก การผลิต ผลิตภัณฑ์สุดท้ายจนถึงมือผู้บริโภคเพื่อนำมาซึ่งความเชื่อมั่นต่อการตรวจสอบและการออกใบรับรอง และเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณลักษณะตามที่คาดหวังไว้และยังเป็นการปกป้องสิทธิให้กับผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ผลิตสินค้าและปฏิบัติตามมาตรฐานอย่างซื่อสัตย์ไม่ให้เกิดผลประโยชน์ที่เกิดจากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

(3) หน่วยรับรอง (CB) ที่ประสงค์จะได้รับการรับรองระบบงาน ต้องมีการจัดทำระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรของตนให้เป็นไปตามมาตรฐาน มอก.17065: ข้อกำหนดทั่วไปสำหรับหน่วยรับรองซึ่งเป็นมาตรฐานเช่นเดียวกับมาตรฐานสำหรับหน่วยตรวจของสากลคือ ISO/IEC 17065: Conformity Assessment - Requirements for Bodies Certifying Products, Processes and Services หรือ มอก.17065 หรือ ISO17065 (ISO Guide 65) จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) หรือจากสำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)

(4) ข้อกำหนดของหน่วยงานที่ประสงค์จะเป็นหน่วยรับรอง มี 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. กฎหมายและสัญญาหน่วยรับรองต้องเป็นนิติบุคคล และมีข้อตกลงที่สามารถบังคับใช้ทางกฎหมายในการรับรองลูกค้า ต้องรับผิดชอบและคงไว้ซึ่งอำนาจในการตัดสินใจให้การรับรองรวมถึงการใช้ใบอนุญาต ในรับรอง และเครื่องหมาย

2. การจัดการความเป็นกลาง หน่วยงานรับรองต้องดำเนินกิจกรรมการรับรองด้วยความเป็นกลาง ระบุและจัดการกับความเสี่ยงต่อความเป็นกลางที่เกิดขึ้น หรือมีโอกาสเกิดขึ้น ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยรับรองต้องมีความมุ่งมั่นต่อความเป็นกลางและบริหารการขัดแย้งของผลประโยชน์ (Conflict of Interest) ทั้งที่มาจากภายในหน่วยรับรองหรือจากกิจกรรมของบุคคล หน่วยงาน หรือองค์กรอื่น และหน่วยรับรองและหน่วยงานที่อยู่ภายใต้นิติบุคคลเดียวกัน หรือภายใต้การควบคุมองค์การเดียวกัน ต้องไม่ดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ให้การรับรอง

3. ความรับผิดชอบและการเงิน หน่วยรับรองต้องมีการจัดการด้านความรับผิดชอบที่อาจเกิดขึ้นจากการรับรองอย่างเพียงพอ และมีสถานะการเงินที่มั่นคง และมีทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจกรรมการรับรอง

4. เงื่อนไขการไม่เลือกปฏิบัติหน่วยรับรองต้องมีนโยบายและขั้นตอนการดำเนินการที่ไม่เลือกปฏิบัติต่อลูกค้า ให้ผู้ยื่นคำขอทุกรายที่มีกิจกรรมอยู่ภายใต้ขอบข่าย การบริการ สามารถเข้าถึงบริการการรับรอง

5. การรักษาความลับ หน่วยรับรองต้องมีข้อตกลงที่บังคับใช้ได้ตามกฎหมาย ในการรักษาความลับของลูกค้า และต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าถึงข้อมูลที่ต้องการเผยแพร่ต่อสาธารณะ กรณีที่กฎหมายหรือผู้มีอำนาจตามข้อตกลงกำหนดให้หน่วยรับรองต้องเปิดเผยข้อมูลที่เป็นความลับของลูกค้าต้องแจ้งให้ลูกค้าหรือผู้เกี่ยวข้องทราบล่วงหน้า เว้นแต่มีกฎหมายห้ามไว้

6. ข้อมูลที่มีไว้ให้แก่สาธารณชน หน่วยรับรองต้องพร้อมให้ข้อมูลต่อไปนี้อย่างเหมาะสมเมื่อมีการร้องขอได้แก่ รูปแบบการรับรอง รวมถึงกระบวนการรับรอง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคำอธิบายแหล่งที่มาของเงินทุนสนับสนุนหน่วยรับรอง ค่าใช้จ่ายที่เรียกเก็บกับผู้ยื่นคำขอหรือลูกค้า คำอธิบายถึงสิทธิและหน้าที่ของผู้ยื่นคำขอและลูกค้า ขั้นตอนการดำเนินงานในการจัดการข้อร้องเรียนและอุทธรณ์

(5) ข้อกำหนดของผู้ตรวจประเมินให้การรับรองมี 4 ประการ ดังนี้

1. ทีมผู้ตรวจประเมินต้องมีความรู้ทางเทคนิคของกิจกรรมเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการตรวจประเมิน หากผู้ตรวจประเมินไม่มีความรู้ในเชิงเทคนิคอาจมีผู้เชี่ยวชาญร่วมทีมไปด้วย ทีมผู้ตรวจประเมินต้องมีระดับความเข้าใจเพียงพอในการที่จะสร้างความมั่นใจว่าระบบของหน่วยงานที่ขอการรับรองมีการดำเนินงานตามกระบวนการหรือการให้บริการที่มีความสามารถได้อย่างเหมาะสมภายใต้ขอบเขตที่ขอการรับรองระบบ และทีมผู้ตรวจประเมินต้องได้รับการแต่งตั้งจากองค์กรอย่างเป็นทางการ

2. ทีมผู้ตรวจประเมินต้องได้รับเอกสารการปฏิบัติงานที่เหมาะสมและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตรวจประเมินที่เป็นปัจจุบัน

3. ทีมผู้ตรวจประเมินกับผู้บริหารของหน่วยงานที่ขอการรับรอง ต้องมีการประชุมร่วมกันก่อนที่ทีมผู้ตรวจประเมินจะกลับออกจากสถานประกอบการที่ถูกตรวจ ซึ่งทีมผู้ตรวจประเมินจะต้องมีการรายงานผลความสอดคล้องของระบบคุณภาพกับมาตรฐานที่เป็นเกณฑ์การตรวจการรายงานอาจเป็นทางวาจาหรือเป็นลายลักษณ์อักษรก็ได้และต้องมีการเปิดโอกาสให้หน่วยงานที่ขอการรับรองได้สอบถามเกี่ยวกับสิ่งที่พบจากการตรวจประเมิน

4. ทีมผู้ตรวจประเมินต้องจัดเตรียมรายงานสิ่งที่พบจากการตรวจประเมินให้กับองค์กร เพื่อแสดงผลความสอดคล้องของระบบกับข้อกำหนดที่เป็นเกณฑ์การตัดสินใจต้องอยู่บนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้จากการตรวจประเมินหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

(6) การตรวจสอบและรับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นหลักเกณฑ์การตรวจสอบ และรับรองมาตรฐาน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การดำเนินการตรวจสอบรับรองแบบเดี่ยวการดำเนินการตรวจสอบรับรองแบบเดี่ยว หมายถึง การตรวจสอบรับรองว่าบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือใครรายหนึ่งได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้กำหนดไว้ซึ่งข้อกำหนดที่ใช้ในการรับรองมีดังต่อไปนี้ผู้ขอการรับรองจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดดังต่อไปนี้

- ปฏิบัติตามทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้ประกาศโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา

- ปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา

- ต้องปฏิบัติตามแผนการควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาในการตรวจประเมินแบบเดี่ยวนั้น ผู้ประเมินจากหน่วยรับรองต้องประเมินการปฏิบัติของผู้ขอการรับรองตามหลักเกณฑ์ข้างต้น

2. การดำเนินการตรวจสอบรับรองแบบกลุ่มการดำเนินการตรวจสอบรับรองแบบกลุ่ม หมายถึง การรับรองกลุ่มบุคคล หรือกลุ่มนิติบุคคลที่จัดตั้งขึ้นโดยมีกฎหมายรองรับ หรือที่จัดตั้งโดยไม่มีกฎหมายรองรับ เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีข้อกำหนดที่ใช้ในการรับรองเช่นเดียวกันกับการตรวจสอบรับรองแบบเดี่ยว แต่ได้มีการเพิ่มเติมข้อกำหนดในส่วนของการควบคุมคุณภาพภายในกลุ่มที่เหมาะสม กล่าวคือ ผู้ขอการรับรองสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต้องมีการบริหารจัดการกลุ่ม โดยมีโครงสร้างและการบริหารที่มีความชัดเจน และสมาชิกของกลุ่มทำการผลิตอยู่ภายใต้ระบบการควบคุมคุณภาพภายในกลุ่ม ซึ่งโครงสร้างและการบริหารงานอย่างน้อยต้องประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

- ตัวแทนกลุ่ม

- ผังการบริหารงาน

- ทะเบียนสมาชิกและเอกสารข้อตกลงระหว่างสมาชิก

- การบริหารจัดการคุณภาพในกลุ่ม ผู้ขอการรับรองแบบกลุ่มจะต้องมีโครงสร้างการจัดการคุณภาพภายในกลุ่ม โดยอาจมีผู้รับผิดชอบในการจัดการคุณภาพภายในกลุ่มผู้ตรวจประเมินภายในกลุ่ม และการตรวจประเมินคุณภาพภายในกลุ่ม

- คู่มือคุณภาพ

- การจัดการภายในกลุ่ม กล่าวคือ การควบคุมเอกสาร การบันทึกข้อมูล การจัดการกรณีมีข้อร้องเรียน การฝึกอบรมกับสมาชิกภายในกลุ่ม การจัดการความไม่สอดคล้องและแนวทางการแก้ไขในการตรวจประเมินแบบกลุ่มหน่วยรับรองต้องดำเนินการเช่นเดียวกับการตรวจประเมินแบบเดี่ยว และต้องทำการตรวจประเมินระบบควบคุมคุณภาพภายในของกลุ่ม โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างจากสมาชิก



รูปภาพที่ 4 การตรวจสอบควบคุมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย

2.3.4 การขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ตามประกาศประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่อง ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ให้เป็นไปตามรูปดังต่อไปนี้



รูปภาพที่ 5 ตรา GI ไทย

ตราดังกล่าว ประกอบด้วยข้อความอักษรภาษาไทยคำว่า “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย” อักษรภาษาอังกฤษคำว่า “THAI GEOGRAPHICAL INDICATION” และอักษรประดิษฐ์ “GI” ทั้งหมด จัดวางอยู่บนรูปหลอดลายประดิษฐ์สีทองลักษณะพุ่มข้าวบิณฑ์ โดยตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย เป็นตราของกรมทรัพย์สินทางปัญญาที่ออกให้แก่ผู้ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว หรือผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้านั้น ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับกรมทรัพย์สินทางปัญญาไว้แล้ว หากผู้ใดจะใช้ตราสัญลักษณ์ดังกล่าวจะต้องได้รับอนุญาตให้ใช้จากกรมทรัพย์สินทางปัญญาเท่านั้น ซึ่งการดำเนินการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการขออนุญาตใช้

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขึ้นทะเบียนแล้ว จะยังไม่สามารถนำตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยไปติดที่สินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ได้ทันที เพราะการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการคุ้มครองชื่อสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้กับท้องถิ่นหรือชุมชนเพื่อคุ้มครองไว้เป็นสิทธิของชุมชนในพื้นที่ที่กำหนดเท่านั้นที่จะมีสิทธิใช้ชื่อนี้ได้ และเป็นการป้องกันไม่ให้ชุมชนอื่นหรือพื้นที่อื่นหรือใครก็ตามนำชื่อนี้ไปใช้โดยไม่ถูกต้องและเป็นผลเสียต่อคุณภาพและเอกลักษณ์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น ดังนั้นเพื่อเป็นการยืนยันในคุณภาพและเอกลักษณ์ของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่แท้จริงหรือของแท้ที่ผลิตในพื้นที่นั้นจริง ๆ จึงต้องมีการตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อรับประกันว่าเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ผลิตในพื้นที่นั้นจริง ๆ อันจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นเชื่อถือในคุณภาพสินค้าของผู้บริโภค เพื่อให้การตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นตามที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ จึงต้องมีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีแผนการควบคุมตรวจสอบในระดับผู้ผลิตหรือระดับจังหวัด เมื่อผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการค้าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นและผ่านการตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าในระดับพื้นที่หรือระดับจังหวัดแล้ว ส่งผลการตรวจสอบมาที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาก็จะได้อนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นเวลา 2 ปี ต่อไป

2.4 แนวคิดเครื่องมือเชิงนโยบายสาธารณะ

การใช้เครื่องมือเชิงนโยบายแบบอิงภาครัฐกับการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2563) ได้ดังนี้

1) การออกกฎหมาย ซึ่งได้แก่ การตราพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 และการออกระเบียบกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย พ.ศ. 2563 ซึ่งทั้งพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ฯ และ ระเบียบกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ฯ ล้วนเป็นกฎหมายที่มีสภาพบังคับทางอาญาด้วยกันทั้งคู่ โดยพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ฯ ฉบับนี้ยังกำหนดให้สามารถสั่งระงับการใช้ GI ไว้ด้วย ซึ่งเกิดขึ้นกรณีไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่นายทะเบียนกำหนด โดยไม่มีเหตุอันควร จะถูกสั่งระงับการใช้เป็นเวลา 2 ปี และกำหนดให้การใช้ GI เพื่อแสดงหรือทำให้บุคคลอื่นหลงเชื่อว่าสินค้ามีได้มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ระบุในคำขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้ามาจากแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว และการใช้ GI ที่ทำให้เกิดความสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าและในคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะอื่นของสินค้านั้น เพื่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการรายอื่น ถือว่าเป็นการกระทำโดยมิชอบรวมทั้งกำหนดให้มีการคุ้มครอง GI สำหรับสินค้าเฉพาะอย่าง ประกอบด้วย ข้าว ไม้ ไม้ ไวน์ และสุราโดยสินค้านี้ดังกล่าวหากมีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสินค้านี้ดังกล่าวขึ้นทะเบียนไว้แล้ว หรืออยู่ระหว่างการดำเนินการขึ้นทะเบียน แต่มีแหล่งภูมิศาสตร์แตกต่างกัน ให้การใช้ GI ของสินค้าที่ขอขึ้นทะเบียนรายหลังต้องระบุแหล่งภูมิศาสตร์ และประเทศที่ผลิตสินค้าไว้ท้าย GI ให้ชัดเจนสำหรับบทลงโทษกรณีการกระทำผิดทั้งการทำให้หลงผิด ก่อให้เกิดความสับสน การเลียนแบบ ต่างๆ มีโทษปรับสูงสุดไม่เกินสองแสนบาท และกรณีการไม่มาให้ถ้อยคำ หรือไม่ส่งเอกสารต่อคณะกรรมการ หรือคณะอนุกรรมการฯ มีโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท และกรณีเป็นนิติบุคคล กรรมการผู้จัดการ ผู้จัดการ หรือผู้แทนนิติบุคคลต้องรับผิดชอบด้วย เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าไม่รู้เห็นกับการกระทำผิดดังกล่าว และสำหรับระเบียบกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ฯ แม้จะไม่ได้มีการระบุโทษเอาไว้ในระเบียบก็ตาม แต่กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้มีการนำตราสัญลักษณ์ GI ไปจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายบริการ (Service Mark) เอาไว้ ทำให้ผู้ใดก็ตามที่นำตราสัญลักษณ์ดังกล่าวไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาตต้องระวางโทษจำคุก หรือ ปรับ หรือทั้งจำทั้งปรับตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

2) การให้ข้อมูลทางอ้อม (Indirect information provision) เป็นการที่รัฐบาลใช้วิธีการควบคุมโดยการออกหนังสืออนุญาตก่อนที่จะสามารถดำเนินการบางอย่างตามกฎหมายได้ อย่างการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ที่ต้องผ่านการตรวจสอบควบคุมคุณภาพ และมีการระบุรายละเอียดของฉลากสินค้าบนบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลทางอ้อมแก่ผู้บริโภคเสียก่อนจึงจะสามารถนำตราสัญลักษณ์ GI ไปใช้บนบรรจุภัณฑ์ได้ ซึ่งถือเป็นการควบคุมด้านคุณภาพของสินค้า สร้างความน่าเชื่อถือ และป้องกันไม่ให้เกิดผลต่อชื่อเสียงของสินค้า GI ได้

โดยเจตนาารมณ์ของการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัตินี้ ต้องการให้มีการคุ้มครองแก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคเป็นสำคัญ และมุ่งส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพ ของสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาด้านการค้าของประเทศต่อไป โดยการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะช่วยกระตุ้นให้ผู้ผลิตในท้องถิ่นมีความต้องการที่จะพัฒนาและ ยกกระดับคุณภาพสินค้าที่ผลิตจากท้องถิ่นของตน และป้องกันการสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งที่มาของสินค้า

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder)

การเกิดขึ้นของนโยบายนั้นย่อมมีทั้งผู้ประโยชน์และเสียประโยชน์ในหลากหลายฝ่าย โดยผู้มีส่วนได้เสียนั้นจะเป็นใครก็ได้ที่เกี่ยวข้องหรือมีอิทธิพลต่อการบรรลุเป้าหมายของมาตรการ ดังนั้น ผู้มีส่วนได้เสียจึงสามารถหมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หน่วยงาน หรือองค์กรที่มีผลการดำเนินงานของโครงการหรือแผนงานนั้น จากการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholder analysis) จากมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย จะวิเคราะห์ถึงผู้ที่ได้รับผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ เช่น เกษตรกร ผู้ประกอบการ ชุมชน หน่วยงานของรัฐ โดยพบว่าการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสียสามารถแบ่งออกเป็นประเภทหลักได้ 3 ประเภท (นิคม แหลมศักดิ์ และคณะ, 2560) ดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้เสียหลัก (Key stakeholder) คือ ผู้ที่ได้รับประโยชน์ มีอิทธิพล หรือมีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของมาตรการ เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์โดยตรงต่อการเกิดมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น ผู้ผลิต ผู้ประกอบการค้า เป็นต้น

2. ผู้มีส่วนได้เสียขั้นพื้นฐาน (Primary stakeholder) คือ ผู้ที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) และได้รับผลกระทบจากมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งการได้รับผลกระทบลบหรือทางบวกก็ได้ เช่น ผู้บริโภค (Consumer) พ่อค้าคนกลาง (Dealer)

3. ผู้มีส่วนได้เสียขั้นรอง (Secondary stakeholder) คือ ทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับการผลักดันหรือการขับเคลื่อนมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้บรรลุเป้าหมายหรือประสบความสำเร็จ แต่ผู้มีส่วนได้เสียขั้นรองนี้จะไม่ใช่ผู้ที่ได้รับประโยชน์หรือเสียประโยชน์โดยตรงจากมาตรการนี้ อาจว่าผู้ได้ประโยชน์ทางอ้อมก็ได้

ซึ่งการระบุผู้มีส่วนได้เสียนั้น สามารถใช้ปัจจัยต่อไปนี้ในการพิจารณาผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

(1) ความรับผิดชอบ บุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หน่วยงาน หรือองค์กรซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวเนื่องในทาง

กฎหมาย การเงินหรือการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัญญา นโยบาย หรือจรรยาบรรณในการผลักดัน มาตรการ (2) อิทธิพล บุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หน่วยงาน หรือองค์กรซึ่งมีอิทธิพลหรือมีผลต่อการ ดำเนินงานของมาตรการ ซึ่งการกระทำของบุคคลนั้นอาจเป็นไปในทิศทางของการส่งเสริมหรือ ขัดขวางก็ได้ (3) ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ บุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หน่วยงาน หรือองค์กรซึ่งมีความ เกี่ยวข้องหรือมีความสัมพันธ์ในเชิงพื้นที่ เช่น ผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าหรือประกอบการค้า เกี่ยวกับสินค้า GI อยู่ในพื้นที่นั้น มหาวิทยาลัยในพื้นที่ซึ่งมีบริการทางวิชาให้แก่ชุมชน เป็นต้น (4) การเป็นตัวแทน บุคคล กลุ่มบุคคล ชุมชน หน่วยงาน หรือองค์กรซึ่งได้รับความไว้วางใจให้เป็นตัวแทน ของกลุ่มบุคคล อาทิ ผู้นำชุมชน ตัวแทนของหมู่บ้าน เป็นต้น

2.6 แนวคิดผลกระทบด้านภาระทางการบริหาร (administrative burden)

หลังจากที่หน่วยงานได้นำนโยบายมาปฏิบัติหรือเปิดให้บริการจากหน่วยงานภาครัฐแล้ว ค่าใช้จ่ายที่ผู้ขอรับบริการต้องจ่ายหรือแบกรับนั้น นอกเหนือไปจากค่าธรรมเนียม ค่าบริการ หรือ ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แล้ว ยังมีต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกิดจากการใช้เวลาในการเรียนรู้เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจสำหรับขั้นตอนการรับบริการ จากการจัดเตรียมเอกสารที่เกี่ยวข้อง การรอคอยหรือ การเข้าคิวเพื่อรับบริการ ค่าเดินทางไปยังที่ทำการของหน่วยงานราชการ รวมทั้งความรู้สึกเสียใจ ความไม่พอใจ ความโกรธที่เกิดจากการถูกปฏิเสธการรับบริการ ทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนเป็นต้นทุนค่า เสียโอกาส หรือภาระที่ประชาชนผู้รับบริการต้องแบกรับจากการเข้ารับบริการตามขั้นตอน ที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้กำหนดทั้งสิ้น ซึ่งค่าใช้จ่ายหรือค่าเสียโอกาสเหล่านี้อาจทำให้ประชาชนชะลอ หรือล้มเลิกการเข้ารับบริการไป ทำให้ประชาชนเหล่านั้นสูญเสียโอกาสที่จะเข้าถึงการรับบริการ ที่อาจจะช่วยยกระดับความเป็นอยู่ หรืออาจช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม ของประเทศได้ โดยต้นทุนหรือภาระที่เกิดขึ้นนี้และไม่ได้ปรากฏอยู่ในใบเสร็จรับเงินเหล่านี้ เรียกว่า ภาระทางการบริหาร (administrative burden) ซึ่งเป็นประสบการณ์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ กระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยเฉพาะผู้รับบริการที่มีความรู้สึกหรือคิดว่าขั้นตอน ข้อกำหนด หรือเงื่อนไขที่ตนต้องปฏิบัติตามนโยบายเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นหรือไม่เป็นธรรม อันจะก่อให้เกิดต้นทุน หรือความไม่สะดวกสบายในรูปแบบ (ภาวิณี ช่วยประคอง, 2564)

ภาระทางการบริหารเป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นในระหว่างการนำนโยบายไปปฏิบัติและ เป็นภาระที่ประชาชนผู้รับบริการต้องแบกรับ ภาระเหล่านี้มีความสำคัญและบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ ระหว่างรัฐกับประชาชนได้เป็นอย่างดี อันเนื่องมาจากเหตุผลอย่างน้อย 3 ประการ (Herd & Moynihan, 2019 อ้างถึงใน ภาวิณี ช่วยประคอง, 2564) คือ

1. ภาระเหล่านี้ย่อมก่อให้เกิดผลประการใดประการหนึ่ง (consequential) ภาระทางการบริหารเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดว่าประชาชนคนใดหรือกลุ่มใดบ้างที่จะได้รับบริการจากหน่วยงานของรัฐ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนกลุ่มใดบ้างที่รัฐหรือคนส่วนใหญ่มองว่าเป็นพลเมืองของรัฐหรือเป็นสมาชิกของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมองในแง่ของนโยบาย

2. ภาระทางการบริหารมักกระจายตัว (distributive) ไปยังประชาชนกลุ่มต่าง ๆ อย่างไม่เท่าเทียม ทั้งนี้ ประชาชนที่ต้องแบกรับภาระทางการบริหารในระดับที่สูง และบ่อยครั้งมากที่สุดคือกลุ่มประชาชนผู้ด้อยโอกาส เช่น ผู้พิการ ประชาชนที่มีการศึกษาน้อย ผู้มีรายได้น้อย ฯลฯ นโยบายของรัฐที่มีประชาชนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายมักจะก่อให้เกิดภาระทางการบริหารเฉลี่ยสูงกว่านโยบายที่มุ่งให้ประโยชน์ครอบคลุมทุกกลุ่ม (universal policies) ด้วยเหตุดังกล่าวบ่อยครั้งที่การออกแบบนโยบายสาธารณะตกย้ำซ้ำเติมความเหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นอยู่ในสังคมโดยไม่ตั้งใจ

3. ภาระทางการบริหารเป็นสิ่งที่รัฐสามารถกำหนด ออกแบบ หรือ เปลี่ยนแปลงได้ (constructed) และถือเป็นส่วนสำคัญของการออกแบบนโยบาย (policy design) ที่สะท้อนถึงการเรียงลำดับความสำคัญของคุณค่าหรือค่านิยมบางอย่างของสังคม เช่น การให้ความสำคัญกับความสำเร็จของนโยบายให้บรรลุเป้าหมายตามตัวชี้วัดมากกว่าประสิทธิภาพหรือประสิทธิผล ให้ความสำคัญกับความชอบ

ประเภทของภาระทางการบริหารสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท (ภาวิณี ช่วยประคอง, 2564) ดังนี้

1. ต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) การลงทุนแรงและเวลา เพื่อใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายหรือมาตรการตามนโยบาย เพื่อให้ทราบว่าตนเองเข้าข่ายหรือมีสิทธิที่จะได้รับประโยชน์จากมาตรการดังกล่าวหรือไม่ และศึกษาว่าการเข้าไปรับบริการตามสิทธิดังกล่าวจะต้องใช้เอกสารหลักฐานและผ่านกระบวนการขั้นตอน ใด อย่างไร และเวลาใด

2. ต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance cost) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเดินทาง การรับสมัครสิทธิหรือขอรับบริการ การรอคอยเข้ารับบริการหรือรอการพิจารณาของหน่วยงาน การพูดคุยสอบถามและการรับมือกับเจ้าหน้าที่ที่สามารถใช้ดุลยพินิจในการชะลอกระบวนการให้ล่าช้าขอเอกสารเพิ่มเติม หรือแม้แต่ปฏิเสธสิทธิการรับบริการ (bureaucratic disentanglement)

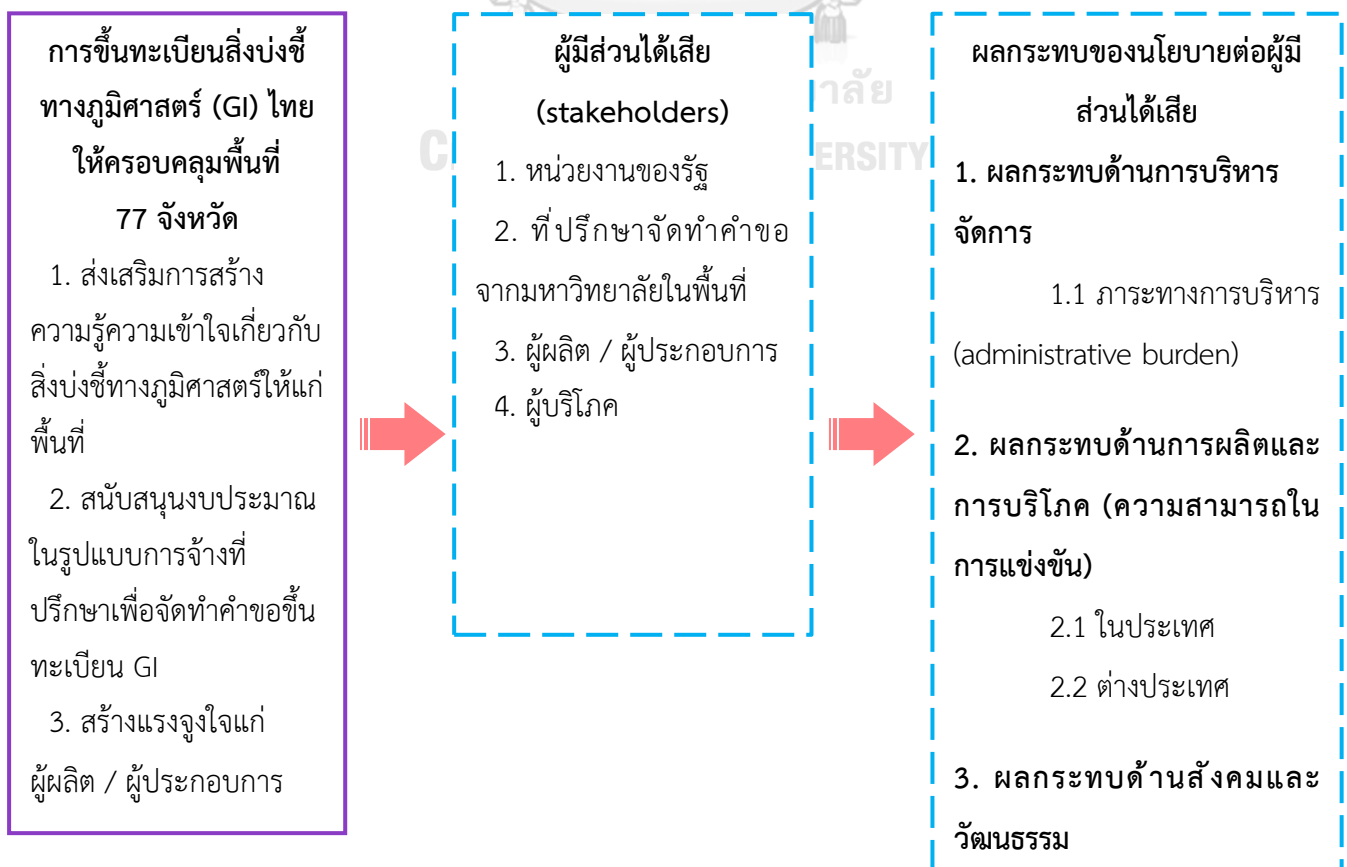
3. ต้นทุนทางจิตวิทยา (Psychological cost) ต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียทางจิตใจ การสูญเสียเกียรติและการนับถือตนเอง การถูกเจ้าหน้าที่สอบถามหรือตรวจสอบจนล่วงล้ำความเป็นส่วนตัว ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้ในทางลบต่อการรับบริการ บ่อยครั้งที่ต้นทุนประเภทนี้ทำให้ประชาชนจำนวนมากล้มเลิกความตั้งใจที่จะขอเข้ารับบริการไป (drop out)

หลังจากที่หน่วยงานของรัฐได้นำนโยบายมาปฏิบัติแล้วประชาชนที่ขอรับบริการอาจต้องแบกรับต้นทุนจากภาระทางการบริหารในหลากหลายรูปแบบ โดยระดับความแตกต่างที่เกิดจากภาระทางการบริหารที่หน่วยงานได้วางแผนและออกแบบสำหรับนโยบายหรือมาตรการนั้น อาจมีความแตกต่างที่สามารถเกิดขึ้นได้เป็น 3 กรณี ดังนี้ (1) การที่ประชาชนมีหรือไม่มี ทักษะในการเรียนรู้ ทักษะในการหาข้อมูล และความคุ้นเคยกับกลไกในการปฏิบัติตามมาตรการของหน่วยงาน (2) การได้รับหรือไม่ได้รับ ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการที่เข้าใจง่ายหรือความช่วยเหลือเรื่อง การดำเนินการเพื่อขอรับบริการจากองค์กรไม่แสวงหากำไรและกลุ่มประชาสังคมอื่น ๆ (3) การได้รับหรือไม่ได้รับบริการจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่สมรรถนะและให้บริการอย่างมีคุณภาพ จากทั้ง 3 กรณีดังกล่าวข้างต้นภาระทางการบริหารที่ประชาชนจะต้องแบกรับจริง ๆ นั้น สุดท้ายแล้วประชาชนบางรายอาจต้องรับภาระต้นทุนนี้ตลอดกระบวนการและการได้รับบริการ ในขณะที่ประชาชนบางรายก็อาจไม่ต้องการรับภาระทางการบริหารหรือคิดว่าภาระทางการบริหารนี้เหนือกว่าแรงเกินไปที่จะแบกรับก็อาจถอนการเข้ารับบริการดังกล่าวไปในที่สุด

2.7 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ประกอบกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดได้ดังนี้

การใช้เครื่องมือเชิงนโยบายแบบอิงอำนาจรัฐ (Regulatory Policy)



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาประสิทธิผลของการบริหารจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI) ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการรวบรวมข้อมูลทั้งในรูปแบบปฐมภูมิ ซึ่งมาจากสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง และรูปแบบทุติยภูมิด้วยการนำจากข้อมูลเชิงสถิติที่กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีการจัดทำและเก็บรวบรวมไว้แล้ว ซึ่งในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ได้มีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามเพื่อตอบปัญหาการวิจัยด้วยรูปแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured Interview) คือ การที่ผู้วิจัยกำหนดชุดคำถามหลักในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยคำถามชุดเดียวกัน แต่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยสามารถซักถามข้อสงสัยเพิ่มเติมจากคำตอบบทสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างในประเด็นที่จำเป็นได้อย่างอิสระ ซึ่งในเบื้องต้นผู้วิจัยได้นำเนื้อหาข้อมูลของที่มาและความสำคัญ ตลอดจนการสืบค้นข้อมูลด้วยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มาใช้ในการดำเนินการวิจัย และสร้างคำถามการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ด้วย

3.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริหารจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตั้งแต่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ GI ตั้งแต่ต้นทางทางไปจนถึงปลายทางที่สินค้าได้รับการจำหน่ายในฐานะเป็นสินค้า GI ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บข้อมูลออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. ข้าราชการและอดีตข้าราชการกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)
2. ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัย ซึ่งรับจ้างจัดทำคำขอตามโครงการของกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และมีหน้าที่ประสานงานระหว่างชุมชนและเจ้าหน้าที่ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา
3. ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI
4. ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ถูกยกคำขอขึ้นทะเบียนหรือประสงค์ขอเพิกถอนคำขอขึ้นทะเบียน
5. ผู้บริโภคสินค้า GI

ผู้วิจัยแสดงตารางแหล่งข้อมูลของงานวิจัยจากผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการชี้ทั้งชื่อสกุลจริงและนามแฝงในการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ข้าราชการและอดีตข้าราชการกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จำนวน 5 ราย

ชื่อ - นามสกุล	ความเกี่ยวข้องกับ GI	วิธีการสัมภาษณ์
1. นางประภาภรณ์ คัมภีรานนท์	ผู้อำนวยการกองสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์	สัมภาษณ์ตัวต่อตัว 28 ตุลาคม 2564
2. นางปัจฉิมา ธนสันติ	อดีตอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา	สัมภาษณ์ตัวต่อตัว 17 ตุลาคม 2564
3. นายภานุ (นามสมมติ)	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ พิเศษ (หัวหน้ากลุ่มขึ้นทะเบียน)	สัมภาษณ์ตัวต่อตัว 26 ตุลาคม 2564
4. นางแพรทอง (นามสมมติ)	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ (หัวหน้ากลุ่มควบคุมตรวจสอบ)	สัมภาษณ์ตัวต่อตัว 5 พฤศจิกายน 2564
5. นางสาวไถ่ฟ้า (นามสมมติ)	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ (หัวหน้ากลุ่มพัฒนา GI)	สัมภาษณ์ตัวต่อตัว 8 พฤศจิกายน 2564

2. ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัย ซึ่งรับจ้างจัดทำคำขอตามโครงการของกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และมีหน้าที่ประสานงานระหว่างชุมชนและเจ้าหน้าที่ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา จำนวน 3 ราย

ชื่อ - นามสกุล	ความเกี่ยวข้องกับ GI	วิธีการสัมภาษณ์
1. นางสาวกมลน มณีกรธรัช	ปรึกษา สถาบันวิจัยและบริการ วิชาการด้านโลจิสติกส์และซัพพลาย เชน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน Zoom และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 10 ตุลาคม 2564
2. นายไพรัตน์ จีระเสถียร	หัวหน้าฝ่ายพัฒนานวัตกรรมบริการ วิชาการและถ่ายทอดเทคโนโลยี สำนักส่งเสริมและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน Zoom และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 10 ตุลาคม 2564

3. ผศ.ดร.จันทร์เพ็ญ ชุมแสง	ผู้อำนวยการศูนย์วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุตรดิตถ์	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน Zoom และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 11 ตุลาคม 2564
----------------------------	--	--

3. ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI จำนวน 3 ราย

ชื่อ - นามสกุล	ความเกี่ยวข้องกับ GI	วิธีการสัมภาษณ์
1. นายสุรียนต์ (นามสมมติ)	ผู้ประกอบการสินค้าข้าวหอมมะลิ ทุ่งกุลาร้องไห้ (จังหวัดร้อยเอ็ด)	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 19 ตุลาคม 2564
2. นายมาวิน (นามสมมติ)	ผู้ประกอบการสินค้าส้มโอนครชัย ศรี (จังหวัดนครปฐม)	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 20 ตุลาคม 2564
3. นางกลอยใจ (นามสมมติ)	ผู้ประกอบการสินค้าตลาด (จังหวัดเชียงใหม่)	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 2 พฤศจิกายน 2564

4. ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ถูกยกคำขอขึ้นทะเบียน
หรือประสงค์ขอเพิกถอนคำขอขึ้นทะเบียน จำนวน 3 ราย

ชื่อ - นามสกุล	ความเกี่ยวข้องกับ GI	วิธีการสัมภาษณ์
1. นายเตโช (นามสมมติ)	ผู้ประกอบการสินค้าผักกระเฉด ชะลูดน้ำกบินทร์บุรี (จังหวัดปราจีนบุรี)	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 1 พฤศจิกายน 2564

2. นายกนกนธิ (นามสมมติ)	ผู้ประกอบการสินค้าปลาทุแม่กลอง (จังหวัดสมุทรสงคราม)	สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และขออนุญาต บันทึกเสียง 3 พฤศจิกายน 2564
3. นางละไม (นามสมมติ)	ผู้ประกอบการสินค้าไถ่ย่างเขาสวน กวาง (จังหวัดขอนแก่น)	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 3 พฤศจิกายน 2564

5. ผู้บริโภคสินค้า GI จำนวน 3 ราย

ชื่อ - นามสกุล	ความเกี่ยวข้องกับ GI	วิธีการสัมภาษณ์
1. นางสาวนาบี (นามสมมติ)	ผู้บริโภคสินค้า GI (จังหวัดอุดรธานี)	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 12 ตุลาคม 2564
2. นางสาวเล่อปา (นามสมมติ)	ผู้บริโภคสินค้า GI (จังหวัดนนทบุรี)	สัมภาษณ์ตัวต่อตัว 13 ตุลาคม 2564
3. นางสาวลลิตา (นามสมมติ)	ผู้บริโภคสินค้า GI (จังหวัดชัยนาท)	สัมภาษณ์ผ่านแอปพลิเคชัน LINE และขอ อนุญาตบันทึกเสียง 15 ตุลาคม 2564

3.3 วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลใช้การเก็บข้อมูลเชิงลึกจากคำถามการสัมภาษณ์รายบุคคลแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – structured Interview) ด้วยชุดคำถามแบบปลายเปิดจำนวน 5 ชุด คำถามตามประเภทกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 กลุ่ม โดยคำถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์และผู้สัมภาษณ์ได้มีการถาม - ตอบประเด็นคำถาม

ได้อย่างเต็มที่ โดยผู้วิจัยได้ทำการวางโครงสร้างของประเด็นคำถามในแต่ละชุดคำถาม ตามประเภทของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

3.3.1 ข้าราชการและอดีตข้าราชการกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

- ที่มาที่ไปและวัตถุประสงค์ของ GI
- กระบวนการและปัญหาของการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI
- ผลลัพธ์และผลกระทบของการขึ้นทะเบียน GI

3.3.2 ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัย ซึ่งรับจ้างจัดทำคำขอตามโครงการของกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) และมีหน้าที่ประสานงานระหว่างชุมชนและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ

- วัตถุประสงค์ของ GI และบทบาทของที่ปรึกษา
- กระบวนการและปัญหาของการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI
- ผลลัพธ์และผลกระทบของการขึ้นทะเบียน GI

3.3.3 ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI

- ลักษณะสินค้า ผลผลิต และชุมชน
- กระบวนการและปัญหาของการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI
- ผลลัพธ์และผลกระทบของการขึ้นทะเบียน GI

3.3.4 ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ถูกยกคำขอขึ้นทะเบียน หรือประสงค์ขอเพิกถอนคำขอขึ้นทะเบียน

- ลักษณะสินค้า ผลผลิต และชุมชน
- กระบวนการและปัญหาของการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI

3.3.5 ผู้บริโภคสินค้า GI

- ลักษณะสินค้า ผลผลิต และชุมชน
- การรับรู้และความยอมรับต่อสินค้า GI

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์สาระสำคัญโดยจัดกลุ่มข้อมูลบทสัมภาษณ์ตามประเภทกลุ่มตัวอย่างและทำการสังเคราะห์บทสัมภาษณ์ออกเป็นประเด็นหลักและประเด็นย่อย โดยพิจารณาจากเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมาตรการ (GI) เป็นสำคัญ ทั้งนี้เมื่อได้ข้อมูลสัมภาษณ์ตามเรียบร้อยแล้วจะนำข้อมูลเชิงลึกดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์และอภิปรายผลเพื่อใช้ในการตอบคำถามการวิจัยฉบับนี้ต่อไป

3.5 ระยะเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูล เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 – เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2564



บทที่ 4

บทวิเคราะห์ผลการศึกษา

การศึกษาวិจัยเรื่อง มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย : การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด ตั้งแต่กระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย การผลักดันการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย รวมถึงการศึกษาว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากมาตรการดังกล่าวและมีส่วนได้เสียอย่างไร โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi – Structured Interview) ประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In – dept Interview) จากผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม มีคุณภาพ ตรงกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาอย่างครบถ้วน สอดคล้องกับแนวคิดการวิจัย โดยสามารถแบ่งผลการศึกษาได้ดังนี้

- 4.1 ผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI .ให้ครบ 77 จังหวัด
 - 4.1.1 ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ
 - 4.1.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1.3 ที่ปรึกษา / ผู้เชี่ยวชาญ
 - 4.1.4 ห้างค้าปลีก
 - 4.1.5 ผู้บริโภค
- 4.2 ประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ
- 4.3 ภาระต้นทุนของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ เช่น
 - 4.3.1 ภาระต้นทุนในกระบวนการผลักดันการขึ้นทะเบียน
 - 4.3.2 ภาระต้นทุนในกระบวนการขึ้นทะเบียน
 - 4.3.3 ภาระต้นทุนในกระบวนการขอตราและใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- 4.4 ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.1 ผู้มีส่วนได้เสียในกระบวนการและการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI .ให้ครบ 77 จังหวัด

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) นั้นเริ่มต้นมาจากความต้องการของรัฐบาลที่ต้องการให้สินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนได้รับการคุ้มครองในระดับสากล ไม่ให้สิ่งที่เป็นภูมิปัญญาของไทยถูกลอกเลียน ปลอมแปลง หรือ นำภูมิปัญญาของไทยไปแอบอ้างว่าเป็นสิทธิของชาติอื่น ซึ่งต่อมาได้มีการออกกฎหมาย พรบ.คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ขึ้น เพื่อคุ้มครองผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ภายในพื้นที่ รวมไปถึงป้องกันการสับสนหลงผิดในการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค เนื่องจากการให้

ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจากความต้องการในระดับประเทศ แต่ผู้มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อน คือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบ ในระดับท้องถิ่น หน่วยงานของรัฐจึงมีหน้าที่ที่จะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ให้เห็นถึงประโยชน์ของการมีอยู่ของ GI ผ่านการดำเนินมาตรการต่าง ๆ เช่น การลงพื้นที่เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ชุมชน ช่วยผลักดันให้เกิดการขึ้นทะเบียน หรือ ส่งเสริมช่องทางการตลาด เป็นต้น จากการดำเนินการของรัฐบาลทำให้ทราบถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกิดจากกระบวนการ และการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI ให้ครบ 77 จังหวัด ดังนี้

4.1.1 ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ

ผู้ผลิต คือ บุคคลที่ทำการผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และอยู่ในแหล่งพื้นที่การผลิตนั้น โดยผู้ผลิตหมายความว่าเกษตรกร ชาวไร่ ชาวนา ชาวประมง ผู้แปรรูปสินค้า ฯลฯ

ผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ GI ไม่ว่าจะเป็นการรับซื้อสินค้า GI แล้วทำการแปรรูป เช่น โรงสีข้าวที่รับซื้อข้าวเปลือกจากชาวนามาเข้าสู่กระบวนการสีข้าว เพื่อแปรรูปเป็นข้าวสารนำบรรจุลงกระสอบเพื่อส่งขาย หรือ การรับซื้อสินค้าทางการเกษตรมาแปรรูปบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า แล้วจึงส่งขายต่อไป ซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการนั้นมักจะเป็นผู้ที่มีช่องทางการจำหน่ายและแบรนด์เป็นของตนเองอยู่แล้ว โดยผู้ประกอบการนั้นบางรายก็เป็นผู้ผลิตสินค้าเอง แปรรูปเอง และจัดจำหน่ายเองด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงหมายถึงความรวมถึงผู้ผลิตด้วย โดยเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการหลายรายที่ได้กล่าวถึงเรื่องดังกล่าวว่า

“สำหรับวิสาหกิจชุมชนของผมจะประกอบไปด้วยผู้ผลิตและผู้ประกอบการรวมทั้งสิ้น 64 ราย โดยสำหรับผู้ที่เป็นเกษตรกรผู้ผลิตส้มโอจะทำการส่งผลผลิตขายให้แก่ผู้รับซื้อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นห้าง (โรงรับซื้อผลไม้) พ่อค้าคนกลางที่มารับสินค้าที่สวน หรือส่งขายให้แก่ผู้ประกอบการภายในวิสาหกิจชุมชนด้วยกันเอง”

(มาริน, ผู้ประกอบการสินค้าส้มโอ นครชัยศรี)

“เดิมผมเป็นแค่โรงสีข้าวที่รับซื้อข้าวเปลือกจากชาวนาและนำมาแปรรูปแพ็คเกจใส่กระสอบขายอย่างเดียว แต่ตอนนั้นผมหันมาปลูกข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ด้วย ซึ่งตอนนี้ผมมีการสร้างแบรนด์ให้กับตัวเอง และเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าด้วยการทำบรรจุภัณฑ์เป็นรูปเมล็ดข้าว”

(สุรียนต์, ผู้ประกอบการสินค้าข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้)

“สำหรับสินค้าตลาดเชียงใหม่ที่ถือว่าเป็นเครื่องเคลือบประเภทหนึ่ง เป็นสินค้าแฮนด์เมด ผสมผสานกับภูมิปัญญาของท้องถิ่นไม่ใช่สินค้าที่เป็นการทำขึ้นเป็นปล้อคๆ อย่างธุรกิจอุตสาหกรรม เป็นสินค้าที่เป็นจิตวิญญาณทางศิลปะ**ส่วนใหญ่แล้วจะไม่ค่อยมีผู้ผลิตเฉยๆ อย่างเดียว ส่วนใหญ่เลยคือจะเป็นผู้ประกอบการด้วย** คือ ผลิตเอง ขายเอง ภายใต้อาณัติของตัวเอง”

(กลอยใจ, ผู้ประกอบการสินค้าตลาดเชียงใหม่)

ดังนั้นหากกล่าวถึงผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ จึงจำเป็นต้องกล่าวรวมกันไปอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้ โดยผู้ผลิต ผู้ประกอบการจึงถือว่าเป็นฟันเฟืองสำคัญในที่อยู่แทบทุกชั้นตอนตั้งแต่กระบวนการผลักดันการขึ้นทะเบียนสินค้า GI กระบวนการขึ้นทะเบียน GI ไปจนถึงการจำหน่ายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค

4.1.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

สำหรับกรมทรัพย์สินทางปัญญาที่มีบทบาทหน้าที่หลักในการกำกับดูแลเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น เดิมได้มีการมอบหมายให้แก่กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซึ่งอยู่ภายใต้กองเครื่องหมายการค้าเป็นผู้ปฏิบัติงานในการสร้างความรับรู้ให้แก่ชุมชนในเชิงรุก โดยจะมีการประชุมกันและคัดเลือกสินค้าที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วขึ้นมาก่อน จากนั้นจะทำการติดต่อประสานงานไปยังสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพื่อขอความร่วมมือในการรวบรวมกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบ หรือผู้เกี่ยวข้อง ให้เข้าร่วมรับฟังการสัมมนา เพื่อให้ทราบถึงการมีอยู่ของ GI และประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการเป็นสินค้า GI เมื่อได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว ซึ่งความพยายามในการผลักดันให้เกิดการขึ้นทะเบียนสินค้า GI ช่วงแรกนั้นเป็นไปด้วยความยากลำบาก เนื่องจากยังไม่มีกรณีตัวอย่างผู้ที่เป็นสินค้า GI หรือประสบความสำเร็จจากการจำหน่ายสินค้า GI ภายในประเทศมาก่อน รวมไปถึงความหลากหลายทางด้านความคิดและปัจเจกบุคคลภายในชุมชน ทำให้ต้องมีการลงพื้นที่เพื่อให้ความรู้ซ้ำ ๆ หลายครั้ง รวมถึงการเปลี่ยนเป้าหมายของสินค้าด้วย โดยเห็นได้จากบทของนางปัจฉิมา อติตอธิตกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่า

“ในสมัยก่อนค่อนข้างลำบากกว่านี้มาก เส้นทางการส่งเสริมและให้ความรู้ เพื่อให้สินค้าได้รับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ได้ง่ายเหมือนโรยด้วยกลีบกุหลาบเหมือนตอนนี้ กรมทรัพย์สินทางปัญญาต้องขอความร่วมมือไปยังสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ให้ช่วยมีการประชาสัมพันธ์และรวบรวมบุคคลที่เกี่ยวข้องต่างๆ และหากสินค้าใดเป็นสินค้าที่มีความใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัยใน

พื้นที่มาก ๆ หากมหาวิทยาลัยบอกว่า GI ไม่ดีชาวบ้านก็ไม่ทำ เราก็ทำอะไรไม่ได้ ก็ต้องเปลี่ยนไปเป็นสินค้าตัวอื่นแทน ”

ต่อมา รัฐบาลมีความต้องการยกระดับและพัฒนาศักยภาพสินค้าอัตลักษณ์พื้นที่ถิ่นที่เข้มข้นมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในเรื่องการสร้างความสามารถทางแข่งขันด้วยการยกระดับสินค้าอัตลักษณ์พื้นที่ถิ่นสู่ระดับสากล รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมหากประเทศไทยเข้าร่วมความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจภาคพื้นแปซิฟิก (Trans-Pacific Partnership : TPP) จึงมีข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีที่ให้กระทรวงพาณิชย์ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงมหาดไทย พิจารณากำหนดแนวทางเพื่อผลักดันให้จังหวัดที่ยังไม่มีการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เร่งรัดและส่งเสริมการจดทะเบียนสินค้าที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในประเภทสินค้าเกษตร รวมถึงส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าท้องถิ่นให้จำหน่ายได้ในราคาสูง⁵ ต่อมาเพื่อให้เพื่อผลักดันและขับเคลื่อนมาตรการส่งเสริมและคุ้มครองการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างยั่งยืนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น จึงเห็นควรให้กระทรวงมหาดไทย มอบหมายให้จังหวัดดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการระดับจังหวัดทุกจังหวัดเพื่อให้การสนับสนุนมาตรการดังกล่าว⁶ จากข้อสั่งการดังกล่าวทำให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลักดันให้เกิดการขึ้นทะเบียนสินค้า GI ถูกขยายขอบเขตให้กว้างออกไปมากขึ้น ไม่ใช่การกระจุกตัวอยู่ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาเพียงแห่งเดียวเหมือนที่ผ่านมา แต่เป็นการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น จังหวัด เกษตรจังหวัด เป็นต้น โดยสะท้อนได้จากบทสัมภาษณ์จากที่ปรึกษาที่กล่าวว่า

“สำหรับการดำเนินโครงการจะมีการประสานงานร่วมกันกับหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง โดยส่วนมากจะเป็นสำนักงานพาณิชย์ เกษตรจังหวัด และกรมพัฒนาที่ดิน สำหรับสินค้ากลุ่มเกษตร แต่ก็มีบ้างบางครั้งที่เป็นการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานอื่น เช่น สภากอการจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรม เนื่องจากแต่ละสินค้าที่ลงไปช่วยเป็นที่ปรึกษาจัดทำคำขอ มีหน่วยงานใดเป็นผู้ประสงค์อยากจะทำผลักดันหรือเป็นเจ้าของหลักสำหรับสินค้านั้น ยกตัวอย่างเช่น สินค้าประเภทหัตถกรรมบางตัวอย่างผ้าไหม ก็มีสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นเจ้าภาพ”

(ภคมน, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

⁵ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี หนังสือด่วนที่สุด ที่ นร 0505/ว251 ลงวันที่ 24 สิงหาคม 2559

⁶ สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี หนังสือด่วนที่สุด ที่ นร 0506/502/ท ลงวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2562

โดยบทบาทหน้าที่ของกรมทรัพย์สินทางปัญญาในการผลักดันการขึ้นทะเบียนสินค้า GI เริ่มตั้งแต่การสร้างการรับรู้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ให้การสนับสนุนงบประมาณในการจัดหาผู้ที่มีความสามารถเข้าไปให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ที่ไม่มีความเชี่ยวชาญเชิงวิชาการในการจัดทำเอกสารเพื่อยื่นคำขอขึ้นทะเบียน เนื่องจากความล่าช้าของกระบวนการตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียนนั้น เกิดขึ้นจากการระบุนรายละเอียดในคำขอตามที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาต้องการไม่ถูกต้องครบถ้วน แต่อย่างไรก็ดี การสนับสนุนงบประมาณในส่วนนี้จะมีให้เฉพาะสินค้าที่แจ้งความประสงค์ขอเข้าร่วมผ่านการสำรวจข้อมูลของกรมทรัพย์สินทางปัญญาผ่านพาณิชย์จังหวัดเท่านั้น โดยเมื่อได้รายชื่อสินค้าที่ประสงค์จะได้รับความช่วยเหลือสนับสนุนดังกล่าวมาแล้ว กรมฯ จะทำการคัดเลือกอีกครั้งเพื่อให้ความสอดคล้องกับงบประมาณที่ได้รับจัดสรรมา ดังจะเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“ในการตรวจสอบคำขอ GI ส่วนใหญ่ติดปัญหาที่การระบุนรายละเอียดในคำขอไม่ถูกต้องบ้าง ไม่ครบบ้าง เมื่อออกคำสั่งนายทะเบียนให้มีการแก้ไขเข้ามาใหม่ บางสินค้าก็ไม่แก้ไขกลับมาเลย บางสินค้าแก้ไขแล้วก็ยังผิด หรือบางสินค้าก็ขอขยายระยะเวลาออกไปก่อน ทำให้ต้องใช้เวลาหลายปีกว่าจะทำให้สินค้าได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI กรมฯ เลยมีโครงการจ้างจัดทำคำขอเพื่อเข้ามาช่วยเหลือและสนับสนุนในส่วนนี้ ซึ่งเงื่อนไขในการคัดเลือกจะเป็นการสำรวจความต้องการไปยังสำนักงานพาณิชย์จังหวัดก่อน โดยเมื่อได้รับข้อมูลสินค้าที่สนใจแล้ว เราจะเลือกอีกทีว่าสินค้าไหนควรได้ เช่น จังหวัดนั้นยังไม่มีสินค้า GI เลย หรือไม่เคยไม่ได้รับความช่วยเหลือมาก่อน เป็นต้น ซึ่งในแต่ละปีจะสามารถให้การสนับสนุนได้ก็สินค้า ก็ต้องขึ้นอยู่กับงบประมาณที่ได้รับสนับสนุนมาในแต่ละปีด้วย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY
(ภาณุ, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

อย่างไรก็ดี กรมทรัพย์สินทางปัญญาไม่ได้มีการผลักดันให้เกิดการขึ้นทะเบียนด้วยการสนับสนุนที่ปรึกษาเพื่อช่วยเหลือในการจัดทำคำขอเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีการสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ด้วยมาตรการส่งเสริมให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าสำหรับผู้ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI แล้ว จะมีการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนายกระดับภาพลักษณ์ พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้า เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ GI รวมถึงการสร้างโอกาสและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เช่น มีโอกาสได้เข้าร่วมการจัดจำหน่ายสินค้า GI ที่จัดโดยหน่วยงานของรัฐ อย่างงาน GI Market GI Fest ตลาดนัด GI หรือ ThaiFex ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าอาหารที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน รวมทั้งการคัดเลือกสินค้าประเภทสินค้าหัตถกรรมเข้าร่วมงาน Style ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าระดับ ตลอดจนแสวงหาช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบ Business Matching เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถแสวงหาช่องทางการจำหน่ายให้

เหมาะสมกับตลาดยุคใหม่ จากบทสัมภาษณ์ของนางสาวไถ่ฟ้า, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการที่กล่าวว่า

“สำหรับงาน GI Market ที่จัดโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาไม่ได้เปิดโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สินค้า GI เท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าที่อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียน และ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าที่ยังไม่ได้มีการยื่นคำขอเลย แต่มีศักยภาพในการที่จะเป็นสินค้า GI โดยรายชื่อสินค้าที่ยังไม่ได้ยื่นคำขอมาจากการสำรวจสินค้าของกลุ่มงานขึ้นทะเบียนผ่านสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนั้น ๆ เมื่อนำผู้ผลิต ผู้ประกอบการมาออกงาน GI Market จะมีการระบุสถานะให้แก่สินค้าที่ทำการยื่นคำขอเข้ามาแล้วแต่ยังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนว่า ว่าที่ GI และสำหรับสินค้าที่ยังไม่ได้ทำการยื่นคำขอเข้ามาแต่มีศักยภาพที่จะเป็นสินค้า GI ว่า อนาคต GI”

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการและการผลักดันการขึ้นทะเบียน GI มากที่สุด คือ กรมทรัพย์สินทางปัญญา สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และจังหวัด

4.1.3 ที่ปรึกษา / ผู้เชี่ยวชาญ

ที่ปรึกษา หรือ ผู้เชี่ยวชาญ มีโอกาสได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการผลักดันการขึ้นทะเบียนสินค้า GI เนื่องจากการที่รัฐบาลต้องการเร่งรัดให้มีการขึ้นทะเบียนสินค้า GI ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด โดยเร็ว ทำให้กองสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ได้จัดให้มีโครงการจ้างจัดทำคำขอ โดยการหาทีมที่ปรึกษา หรือผู้เชี่ยวชาญ จากมหาวิทยาลัยในพื้นที่ซึ่งมีความรู้ความสามารถเฉพาะทางและมีความใกล้ชิดกับชุมชนอยู่แล้วในระดับหนึ่ง เพื่อเข้าไปช่วยเหลือและแบ่งเบาภาระของผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI แต่ไม่มีความรู้ความสามารถ หรือไม่มีความถนัดในการเขียนคำขอเชิงวิชาการ

โดยบทบาทหน้าที่ของที่ปรึกษา / ผู้เชี่ยวชาญจะต้องดำเนินการนั้น มีลักษณะเหมือนการเข้ามาเป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐ กับ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ตั้งแต่การดำเนินการศึกษา วิเคราะห์ รวบรวมข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจร่วมกับชุมชนเรื่องประโยชน์ของการขึ้นทะเบียน GI รวบรวมข้อมูลที่จำเป็น และส่งเสริมให้ชุมชนร่วมจัดทำคำขอสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย รวมไปถึงการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ และแผนการควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วย

4.1.4 ห้างค้าปลีก

สำหรับห้างค้าปลีกนั้น เกิดจากความพยายามของกระทรวงพาณิชย์ที่ต้องการให้การสนับสนุนและช่วยเหลือสินค้าท้องถิ่น เพื่อขยายช่องทางการตลาดและสร้างโอกาสในการเข้าถึงช่องทางการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นจึงได้มีการทำความตกลงร่วมกันกับห้างค้าปลีก แม้ห้างค้าปลีกจะไม่ได้เข้ามาอยู่ในกระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ การผลักดันให้เกิดการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง แต่ก็ถือได้ว่ามีส่วนสำคัญในการจูงใจผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ในการนำสินค้ามาขึ้นทะเบียน GI ได้ดี เนื่องจากการทำให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการเห็นว่า หากสินค้าได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว จะสามารถเข้าถึงช่องทางการส่งเสริมและสนับสนุนที่หน่วยงานของรัฐได้จัดหาไว้ให้ได้มากขึ้น สามารถยกระดับสินค้าพื้นถิ่นและเศรษฐกิจฐานรากได้

“กระทรวงพาณิชย์ที่ต้องการให้การสนับสนุนและช่วยเหลือสินค้าท้องถิ่น เพื่อขยายช่องทางการตลาดและสร้างโอกาสในการเข้าถึงช่องทางการจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น จึงมีการทำความตกลง (MOU) ร่วมกับห้างชั้นนำอย่างท็อปส์มาร์เก็ต เพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นสินค้า GI หรือ สินค้า OTOP ซึ่งในขณะนี้กรมทรัพย์สินทางปัญญาเองก็ได้มีการทำ MOU ร่วมกับมาบุญครอง (MBK) และ Shop24 เพิ่มเติมด้วย” (ไก่อ๊พ้า, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

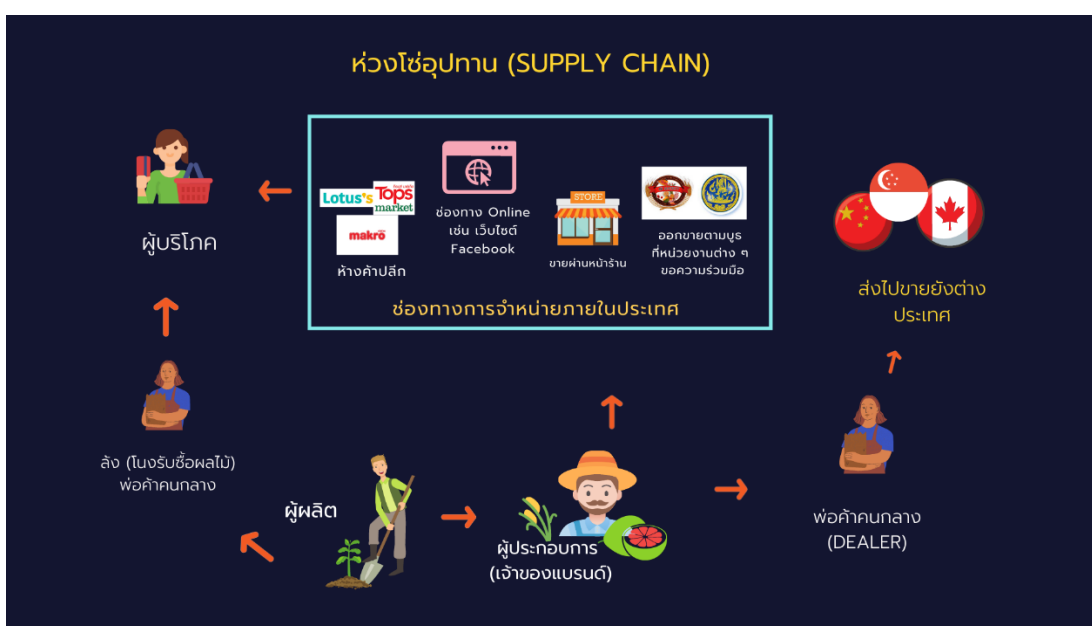
และอาจสะท้อนได้จากประสบการณ์ของที่ปรึกษาที่เคยมีโอกาสได้เป็นที่ปรึกษาในการจัดทำสินค้านั้นมาก่อน

“จากที่เห็นชัด ๆ แล้วตนเองได้มีโอกาสในการไปเป็นที่ปรึกษาจัดทำคำขอ คือ สินค้าหัวสุพรรณบุรี แต่เดิมแล้วหัวสุพรรณบุรีไม่ได้มีความสนใจที่จะนำสินค้าเข้ามารับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่เนื่องจากเมื่อนำสินค้าไปเสนอขายให้แก่ห้างซึ่งตอนนั้น คือ แม็คโคร แล้วทางแม็คโครก็ถามกลับมายังผู้ประกอบการว่าเป็นสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ GI หรือไม่ ทำให้เมื่อหัวสุพรรณบุรีต้องการขายช่องทางการตลาดไปจำหน่ายสินค้าในแม็คโครแต่ตนเองยังไม่เป็นผู้เข้าเงื่อนไขดังกล่าว ถึงได้มาดีนรณเพื่อให้ตนเองได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI เพื่อที่จะได้ทำการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ต่อไปได้ ซึ่งการที่ผู้ประกอบการหัวสุพรรณบุรีเห็นว่าจะได้ประโยชน์จากการเป็นสินค้า GI ก็จะทำให้การพูดคุยกับในพื้นที่และจูงใจผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายอื่นในพื้นที่ให้ทำตาม ซึ่งถามว่าสำหรับผู้ผลิตแล้วเขารู้จริง ๆ ไหมว่า GI คืออะไร ก็คือไม่ค่อยรู้แต่เจ้าใหญ่หรือหัวหน้าชุมชน หัวหน้ากลุ่มบอกว่าดีเขาก็ทำ” (ภคมณ, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

โดยสำหรับบทบาทของห้างค้าปลีกนั้นนอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการให้นำสินค้ามาขึ้นทะเบียน GI แล้ว ยังเป็นช่องทางในการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น ซึ่งการมีอยู่ของห้างค้าปลีกทำให้ระบบของห่วงโซ่อุปทาน (supply

chain) ถูกขับเคลื่อนไปอย่างรวดเร็วมากขึ้น ลดปัญหาความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค แต่ไม่รู้จะ
สามารถซื้อสินค้าเหล่านั้นได้จากที่ไหน อย่างไรก็ตาม โดยจะเห็นได้ชัดถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่กล่าวว่า

“ปกติมีโอกาสได้ซื้อส้มโอที่หนึ่งก็ต้องรอให้กระทรวงพาณิชย์จัดงานถึงจะได้กิน แต่หลัง ๆ เห็น
ว่ามีการขายอยู่ใน Tops ด้วย อยากกินเมื่อไหร่ก็จะไปซื้อใน Tops เอา ถึงราคาจะแพงกว่าหน่อยแต่ก็
โอเค”(เล่อปา, ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรี)



รูปภาพที่ 6 ผู้มีส่วนได้เสียห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain)

4.1.5 ผู้บริโภค

สำหรับผู้บริโภคที่อยู่ปลายทางของห่วงโซ่อุปทาน แม้จะไม่ได้มีบทบาทอยู่ในกระบวนการขึ้น
ทะเบียน GI หรือการผลักดันให้เกิดการขึ้นทะเบียนเท่าใดนัก แต่สำหรับความสำเร็จของการบรรลุ
เป้าหมายในการยกระดับสินค้าท้องถิ่น กลับมีผู้บริโภคเป็นกุญแจสำคัญอยู่ในนั้น เพราะสินค้าใดๆ
ก็ตามต่อให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีมากแค่ไหนแต่หากขาดผู้บริโภคสินค้านั้น ๆ ก็ไม่สามารถ
ยกระดับขึ้นมาได้ สินค้า GI ก็เช่นเดียวกัน แม้สินค้านั้นจะมีชื่อเสียงโด่งดัง มีมาตรฐาน และคุณภาพดี
มากแค่ไหน แต่หากผู้บริโภคไม่ได้ตระหนักรู้ถึงการมีอยู่ของสินค้า GI หรือ ไม่เห็นความสำคัญและ
คุณค่าของสินค้า GI แล้ว สำหรับผู้บริโภคการซื้อสินค้าแบบไหนก็คงไม่ต่างกัน ดังจะเห็นได้จากบท
สัมภาษณ์ของผู้บริโภคที่ว่า

“ถ้าให้เลือกระหว่างสินค้า GI ที่มีคุณภาพ แต่รูปลักษณ์ภายนอกไม่ดี กับสินค้าปกติทั่วไป แต่
รูปลักษณ์ภายนอกดูดี พี่เลือกที่ดูดีมากกว่านะ เพราะส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อกินเองแต่ซื้อไปเป็นของฝาก
มากกว่า” (นาบี, อุดรดิตต์)

4.2 ประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่าง ๆ

4.2.1. ประโยชน์ด้านกระบวนการและการผลักดันการขึ้นทะเบียน

จากบทสัมภาษณ์พบว่า กรมทรัพย์สินทางปัญญามีการดำเนินกิจกรรมเพื่อผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด ด้วยการลงพื้นที่เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และประโยชน์ที่จะได้รับหากขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และจัดให้มีการจ้างที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยในพื้นที่เข้าไปช่วยเหลือผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ในการจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่ออำนวยความสะดวก ลดภาระให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ในการจัดทำเอกสารเชิงวิชาการ รวมทั้งยังมีส่วนช่วยในการลดขั้นตอนของกระบวนการขึ้นทะเบียนด้วย

“สำหรับการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เอง เราจะมีทำอยู่ด้วยกันหลัก ๆ 2 อย่าง คือ การลงพื้นที่เพื่อให้ความรู้ กับ โครงการจ้างจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้ความช่วยเหลือชาวบ้านที่ไม่ได้ถนัดการเขียนเชิงวิชาการ แล้วพอคำขอขึ้นทะเบียนมีความเรียบร้อยสมบูรณ์แล้ว ก็จะทำให้การตรวจคำขอเพื่อให้ได้รับการขึ้นทะเบียนของเรามันง่ายขึ้น ไม่ต้องออกคำสั่งนายทะเบียนบ่อย ๆ”

(ภาณุ, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ)

โดยสำหรับที่ปรึกษาซึ่งมีบทบาทในการช่วยเหลือผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เพื่อจัดทำคำขอนั้น จากบทสัมภาษณ์พบว่า ในช่วงแรกที่ปรึกษาจะลงพื้นที่พูดคุยกับหน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าภาพหรือมีความเกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด สำนักงานพัฒนาที่ดิน เป็นต้น เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงพื้นที่และรับคำปรึกษาจากหน่วยงานว่าการจะลงพื้นที่เพื่อให้ความรู้นั้น ควรมีการจัดขึ้นที่ใด สามารถรวบรวมกลุ่มผู้ผลิตได้อย่างไร และหากต้องการให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สนใจที่จะนำสินค้ามาขึ้นทะเบียน GI ควรมีการคุยกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ รายไหนหรือกลุ่มไหนมากที่สุด

“ก่อนจะลงพื้นที่คุยกับชาวบ้าน หลัก ๆ เลยก็จะทำการติดต่อพาณิชย์จังหวัด เพื่อพูดคุยแล้วก็สอบถามพาณิชย์ในเรื่องเบื้องต้นที่ควรทราบ จำพวกถึงลักษณะทั่วไปของสินค้า สภาพพื้นที่ขอบเขตการผลิต รวมถึงถ้าจำเป็นต้องลงพื้นที่ในการสร้างการรับรู้ให้ชาวบ้านเนี่ย ควรไปที่กลุ่มไหน หรือบุคคลไหนก่อนเป็นพิเศษไหม เช่น ประธานวิสาหกิจชุมชน ผู้นำหมู่บ้าน หรือผู้ประกอบการค้าเจ้าใหญ่ ๆ ” (ภคมน, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

ซึ่งจากการที่ที่ปรึกษาเข้าไปเป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐและชุมชน เพื่อทำความเข้าใจ ให้ความรู้ และพยายามหาจุดตรงกลางให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ได้มีข้อตกลงเรื่องรายละเอียดของสินค้า กระบวนการการผลิต รวมไปถึงกระบวนการตรวจสอบควบคุมคุณภาพร่วมกันนั้น ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างที่ปรึกษากับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เพราะผู้ผลิต ผู้ประกอบการมองว่าผู้ประสานงานไม่ได้เข้ามาเพื่อหวังผลประโยชน์อะไรจากชุมชน โดยสะท้อนได้จากบทสัมภาษณ์ของที่ปรึกษาว่า

“ตอนเข้าไปคุยกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เราจะเข้าไปอย่างเป็นมิตรให้เขารู้สึกว่าเรามาช่วยเหลือเขาในการหาข้อตกลงร่วมกันของชุมชน มีความเป็นกลาง และสามารถช่วยถ่ายทอดสิ่งที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ต้องการให้หน่วยงานหน่วยงานของรัฐได้ดีกว่า”

(จันทร์เพ็ญ, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์)

นอกจากนี้ที่ปรึกษายังสามารถสร้างโอกาสให้แก่ตนเอง ในการทำงานร่วมกันกับหน่วยงานของรัฐในพื้นที่ได้อีกด้วย โดยเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของที่ปรึกษาที่กล่าวว่า

“การรับหน้าที่ในการเป็นที่ปรึกษาจัดทำคำขอนั้น เราก็ไม่ได้รับทำให้กรมทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเดียว หากจังหวัดไหนเคยเห็นผลงานที่ประสบความสำเร็จจากการมีเราเป็นที่ปรึกษามาก่อน แล้วตอนนั้นเขามีงบประมาณเพียงพอ ก็จะมาจ้างเราให้ไปช่วยจัดทำคำขอขึ้นทะเบียน GI”

(จันทร์เพ็ญ, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากบทสัมภาษณ์ยังพบข้อมูลเพิ่มเติมอีกว่า หากสินค้าใดที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าสู่โครงการจ้างจัดทำคำขอแล้วมีแนวโน้มที่จะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ทุกสินค้า

“ถ้าพูดกันตามตรงสินค้าไหนที่ได้รับการเลือกให้ที่ปรึกษาเข้าไปช่วยเหลือจัดทำคำขอ ก็คือได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ทุกตัวแหละ”

(ภคมน, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

เมื่อหน้าที่ให้การช่วยเหลือผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ในการจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนของที่ปรึกษาได้เสร็จสิ้นลงแล้ว ก็จะเข้าสู่กระบวนการยื่นคำขอทะเบียนมายังกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้ กรม ฯ ทำการตรวจสอบให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งหากไม่มีส่วนใดที่ต้องแก้ไขเพิ่มเติม กรม ฯ จะทำการประกาศโฆษณา และหากไม่มีผู้ใดคัดค้านกรม ฯ จะทำการประกาศรับขึ้นทะเบียนเป็น

สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI นั้น จะถูกคุ้มครองชื่อให้เป็นเอกสิทธิ์เฉพาะของชุมชน ซึ่งผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ที่มาจากแหล่งผลิตของสินค้าจะไม่สามารถใช้ชื่อดังกล่าวเพื่อทำการขายสินค้าและได้รับประโยชน์จากการสร้างมาตรฐานให้แก่สินค้า ซึ่งการคุ้มครองนี้ยังส่งผลไปยังผู้บริโภคในการสร้างความมั่นใจว่าผู้บริโภคจะได้ของแท้ที่มาจากแหล่ง และมีมาตรฐาน โดยเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของอดีตอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้กล่าวว่า

“ประโยชน์ของการขึ้นทะเบียน คือ การคุ้มครองใจ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการก็ได้รับความคุ้มครองไม่ให้คนอื่นมาใช้ชื่อสินค้าที่เป็นของชุมชน แล้วก็ยังช่วยคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้สับสนหลงผิดในแหล่งผลิตของสินค้า มาต้องกลัวว่าซื้อไปแล้วจะได้ของปลอม”

(ปัจฉิมา, อดีตอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา)

ทั้งนี้จากบทสัมภาษณ์บางช่วงบางตอนของที่ปรึกษาฯ ยังสะท้อนให้เห็นว่า นอกเหนือไปจากการได้รับความคุ้มครองแล้ว ผู้ผลิต ผู้ประกอบการภายในชุมชน ยังใช้การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือในการควบคุมให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้า GI ให้ผลิตสินค้าที่มาตรฐาน เพื่อป้องกันผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชื่อเสียงและยอดการจำหน่าย

“กรณีดินสอพอง มีผู้ผลิตในพื้นที่เอาดินไปด้วยเข้าเครื่องโม่เลย แล้วก็ส่งไปขายที่โรงงานจากนั้นโรงงานก็ตีกลับบอกว่าดินสอพองของที่นี่ทำเครื่องจักรเขาเสีย กลายเป็นว่าผู้ประกอบการดินสอพองเกิดปัญหาเลย ซึ่งความจริงแล้วขั้นตอนของการทำดินสอพองจะต้องเป็นการนำไปผสมน้ำ ให้มันค่อยๆ ตกตะกอน ไม่ใช่ด้วยวิธีการบด เพราะต้องการเอาสิ่งสกปรกออกก่อนอะไรแบบนี้ ทำให้มีผลกระทบกับผู้ประกอบการก็ขายไม่ได้ดินมีปัญหา ราคาตก กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ อยากจะได้ GI เพื่อที่จะเอามาตรวจสอบคนในพื้นที่เขาเองที่ทำไม่ดี สกรีนคนพวกนั้นออกไป เพื่อคงมาตรฐานของสินค้า เพราะเขาจัดการเองไม่ได้ ”

(นางสาวกมลณ, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

อย่างไรก็ตามสำหรับการผลักดันสินค้าให้เกิดการขึ้นทะเบียน GI นั้น กลุ่มงานที่รับหน้าที่ในการพัฒนา GI ยังได้เข้ามามีส่วนในการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ที่อยู่ระหว่างการจัดทำคำขอ หรือ อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียน เพื่อให้เป็นประโยชน์ที่จะได้รับการเป็นสินค้า GI มากขึ้น ด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการจำหน่ายสินค้า GI ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้จัดขึ้นอย่างงาน GI Market ที่จะจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง หรืองานตลาดนัด

GI ที่จัดขึ้นที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาทุกเดือน โดยเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ว่า

“สำหรับงาน GI Market ที่จัดโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาไม่ได้เปิดโอกาสในการจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สินค้า GI เท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าที่อยู่ระหว่างตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียน และ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าที่ยังไม่ได้มีการยื่นคำขอเลย แต่มีศักยภาพในการที่จะเป็นสินค้า GI โดยรายชื่อสินค้าที่ยังไม่ได้ยื่นคำขอมายังกรมทรัพย์สินทางปัญญาของกลุ่มงานขึ้นทะเบียนผ่านสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนั้น ๆ เมื่อนำผู้ผลิต ผู้ประกอบการมาออกงาน GI Market จะมีการระบุสถานะให้แก่สินค้าที่ทำการยื่นคำขอเข้ามาแล้วแต่ยังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนว่า ว่าเป็นที่ GI และสำหรับสินค้าที่ยังไม่ได้ทำการยื่นคำขอเข้ามาแต่มีศักยภาพที่จะเป็นสินค้า GI ว่า อนาคต GI”

(ไถ่ฟ้า, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

ซึ่งประโยชน์จากการผลักดันมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสินค้า GI และ กระบวนการขึ้นทะเบียนสินค้า GI นั้น เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

1) ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ ได้รับประโยชน์จากการที่รัฐเข้ามาช่วยแบ่งเบาภาระในขั้นตอนของการร่างคำขอ เพื่อให้สินค้านั้นสามารถเข้าถึงการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ง่ายยิ่งขึ้น ลดทอนภาระต้นทุนทางการศึกษาที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ จะต้องใช้เวลาในการศึกษาเรียนรู้และทำความเข้าใจ เมื่อสินค้าดังกล่าวได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI นอกจากจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายแล้ว ยังได้ประโยชน์จากการสร้างมาตรฐานให้แก่สินค้าในชุมชนด้วย และในบางครั้งผู้ผลิต ผู้ประกอบการก็ใช้ประโยชน์ในส่วนนี้ในการควบคุมผู้ผลิต ผู้ประกอบการในพื้นที่ของตนเองเช่นกัน เนื่องจากการเมื่อเป็นสินค้า GI แล้ว จะต้องทำตามคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิก และจัดทำแผนการควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ได้มาตรฐานด้วย

2) หน่วยงานของรัฐ ได้รับประโยชน์ในการตอบสนองความต้องการของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมายจากการนำนโยบายไปปฏิบัติได้อย่างสำเร็จลุล่วง รวมทั้งยังช่วยลดภาระขั้นตอนในการตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียนสินค้า GI ด้วย

3) ที่ปรึกษา นอกจากจะได้ประโยชน์อันเป็นตัวเงินแล้ว ยังได้รับประโยชน์ในเชิงพื้นที่จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการในการสร้างความสัมพันธ์อันดี รวมไปถึงการต่อยอดและเปิดโอกาสให้หน่วยงาน

ของรัฐที่ไม่ใช่กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้เข้ามาจ้างที่ปรึกษาในการช่วยจัดทำคำขอสำหรับสินค้า GI ตัวอื่นในอนาคตต่อไป

4.2.2 ประโยชน์ด้านการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

จากบทสัมภาษณ์พบว่าตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ ที่เรียกกันว่า ตราสัญลักษณ์ GI นั้น สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า เพราะเชื่อว่าสินค้าที่ได้รับตราสัญลักษณ์ GI มาแล้วนั้น มีมาตรฐานทำให้ผู้บริโภคไม่ต้องแบกรับความเสี่ยงในการจ่ายเงินซื้อสินค้า ไม่ได้คุณภาพมาบริโภค

“ถ้าเป็นสินค้าชนิดเดียวกันร้านนี้มี GI กับอีกร้านหนึ่งที่ไม่มีตรา GI พี่จะซื้อที่มีตรา GI นะ เพราะไม่ต้องเสี่ยงว่าจะได้ซื้อมาแล้วเจอของไม่ดี อย่างปกติพี่ชอบซื้อส้มโอบีบทิพย์ยามปากพั่ง ตั้งแต่ซื้อมาก็บ่อยครั้งมากที่จะเจอไม่อะ ถ้าเจอคือพอค้า แม่ค้าก็เคลมให้ด้วย คือมั่นใจว่าซื้อสินค้า GI สินค้ามีคุณภาพอะ”

(เล่อปา, ผู้บริโภคจังหวัดนนทบุรี)

การขอใช้ตราสัญลักษณ์ GI สามารถสร้างมาตรฐานได้อย่างไรนั้น จากบทสัมภาษณ์พบว่า การจะขอใช้ตราสัญลักษณ์ GI ได้นั้น นอกจากจะต้องเป็นสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนมาก่อนแล้ว จะต้องมีการปฏิบัติตามระบบควบคุมคุณภาพของสินค้ามาก่อน โดยรายละเอียดการของการปฏิบัติ นั้นจะอยู่ในรูปแบบของคู่มือการปฏิบัติงานและแผนการตรวจสอบควบคุมที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการได้มีการตกลงร่วมกันไปตั้งแต่ตอนยื่นคำขอขึ้นทะเบียนแล้ว โดยการสร้างมาตรฐานให้แก่สินค้า GI ผ่านการขออนุญาตใช้ตรานั้น เพื่อให้เป็นไปตามหลักสากลและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สินค้า จึงจำเป็นต้องมีผู้ตรวจสอบรับรอง ซึ่งเป็นบุคคลที่ 3 มาตรวจสอบยืนยันการปฏิบัติตามคู่มือ ได้แก่ คณะกรรมการจังหวัด (การตรวจสอบควบคุมภายใน) และ หน่วยรับรอง (การตรวจสอบควบคุมภายนอก)

“จะรู้ว่าสินค้ามีคุณภาพ GI มีคุณภาพใหม่เราจะรู้ได้อย่างไร เลยต้องเอาเรื่องการขออนุญาตใช้ตราเข้ามาช่วยตรงนี้ ซึ่งสินค้าที่จะขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ได้ จะต้องมีการวางแผนการควบคุมตรวจสอบคุณภาพและมีบุคคลภายนอกเข้ามาเป็นผู้ตรวจสอบรับรอง โดยระบบควบคุมตรวจสอบของไทยเรา จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน การตรวจสอบควบคุม

ภายใน (internal control) ซึ่งเป็นการตรวจสอบควบคุมคุณภาพโดยคณะกรรมการจังหวัด กับ การตรวจสอบควบคุมภายนอก (external control) ซึ่งเป็นการตรวจสอบจากหน่วยรับรองที่ได้รับการรับรอง เป็นหน่วยงานที่ไม่ได้มีส่วนได้เสียกับการตรวจสอบควบคุมคุณภาพ แต่ว่าในส่วนนี้จะมีค่าใช้จ่ายและค่าใช้จ่ายก็ค่อนข้างสูง”

(แพรทอง, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

ทั้งนี้ สินค้าที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตรา GI แล้วนั้น ยังสามารถตรวจสอบย้อนกลับไปถึงแหล่งผลิตของสินค้าได้ เช่น ขอบเขตพื้นที่การผลิต ชื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้า หรือ ลักษณะของสินค้า ตามทะเบียน ซึ่งประโยชน์ในส่วนนี้ไม่ได้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังเป็นประโยชน์กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ในกรณีที่สินค้ามีปัญหาหรือไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในทะเบียน การตรวจสอบย้อนกลับนี้จะช่วยอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลได้ว่าสินค้ามาจากแหล่งผลิตใด ลีोटการผลิตที่เท่าไร

“การตรวจสอบย้อนกลับไม่ได้มีแค่ผู้บริโภคที่ได้ประโยชน์นะ ผู้ประกอบการเขาก็ได้เหมือนกัน เพราะการใช้ตรา GI ถูกต้องมันต้องมีชื่อสินค้า GI มีการระบุแหล่งที่ทำการผลิต วันผลิต วันหมดอายุ หรือลีโอตที่ทำการ อย่างถ้าสินค้ามีปัญหาแล้วผู้บริโภคแจ้งเรื่องไปที่เขาเนี่ย ถ้าเขาเป็นผู้ประกอบการที่ใช้ตรา GI เขาก็จะมีข้อมูลและว่าสินค้าที่มีปัญหามันมาจากลีโอตไหน เขาก็จะสามารถดึงลีโอตนั้นกลับมาตรวจสอบคุณภาพได้ทัน แต่ถ้าไม่มีเขาอาจจะต้องสุ่มตรวจ หรือดึงสินค้ากลับมาตรวจสอบใหม่ทั้งหมด ซึ่งก็จะทำให้เสียทั้งเวลาและรายได้อ”

(แพรทอง, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

เมื่อสินค้า GI เป็นสินค้าที่มีมาตรฐานแล้ว ก็จะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าได้ เพราะเมื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ได้ผ่านการปฏิบัติตามมาตรฐานการตรวจสอบควบคุมคุณภาพในการผลิตแล้ว จะเป็นการแสดงให้เห็นว่าแม้สินค้า GI สินค้าที่มีประเภทและรูปแบบเดียวกันก็ตามที่มีขายอยู่ในท้องตลาดทั่วไป แต่สินค้า GI มีมาตรฐานที่สูงกว่าสินค้าทั่วไป จึงไม่จำเป็นต้องขายสินค้าในราคาถูก

“ในเมื่อสินค้า GI ของเรามีการปฏิบัติที่ดี มีระบบควบคุมตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน เราก็ไม่จำเป็นต้องขายสินค้าในราคาถูก หรือราคาเท่ากับคนที่ขายสินค้าชนิดเดียวกัน แต่ไม่ใช่สินค้า GI นี้ เพราะผู้ผลิต ผู้ประกอบการเหล่านั้นก็ไม่ได้มีการจัดทำมาตรฐานเหมือนที่ GI เหมือนกัน”

(ประภาภรณ์, ผู้อำนวยการกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์)

ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า การขึ้นราคาของสินค้า GI นั้น ส่วนใหญ่เป็นการที่พ่อค้าคนกลางที่เป็นผู้รวบรวมสินค้า หรือผู้ประกอบการที่รับซื้อสินค้าจากผู้ผลิตในพื้นที่เป็นผู้กำหนดราคาในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งกันเอง ไม่ค่อยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใดเข้าไปเป็นผู้กำหนดราคากลางในการจำหน่าย จึงอาจกล่าวได้ว่าการขึ้นราคาจำหน่ายสินค้านั้น นอกจากจะต้องอิงกลไกตลาดแล้ว ยังขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้ผลิต ผู้ประกอบการด้วย

“ส่วนมากเรื่องการขึ้นราคาของสินค้านั้นกรมทรัพย์สินทางปัญญาไม่ได้เป็นผู้กำหนดว่าสินค้าใดควรขึ้นราคาเท่าใด แต่เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการตกลงราคาขายปลีก - ส่ง กันเอง”
(ภาณุ, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ)

“ผู้ผลิต ผู้ประกอบการจะทดสอบขึ้นราคาเพื่อจำหน่ายดูก่อน หากพบว่า มีผู้บริโภคยอมรับที่จะซื้อสินค้าในราคานี้ ก็จะทำการขายด้วยราคานี้ไปเลย และหากต่อมาพบว่าสินค้ายังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคก็อาจมีการปรับขึ้นราคาไปอีก เช่น ทูเรียนหลินลับแลราคา ก่อนขึ้นก็ถือว่าสูงอยู่แล้วประมาณ 200 - 250 ต่อกิโลกรัม แต่ปัจจุบันเมื่อมีการปรับขึ้นไปอยู่ที่ประมาณ 300 - 350 ก็ยังมีความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อเท่าเดิมและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากตนเองมีโอกาสได้พูดคุยกับพื้นที่บ่อยครั้งจึงได้รับทราบข้อมูลดังกล่าวมาจากผู้ประกอบการ แต่อย่างไรก็ดี สินค้าที่จังหวัดมีความเข้มแข็งภายในชุมชนมาก ๆ ตรงนั้นหน่วยงานของรัฐอย่างสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจะมีการพูดคุยร่วมกันกับผู้ผลิตและผู้ประกอบการในพื้นที่เพื่อกำหนดราคาในการจำหน่ายไปเลย เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดศรีสะเกษ ที่กำหนดราคาจำหน่ายต่อกิโลกรัมของทุเรียนภูเขาไฟศรีสะเกษไว้ไม่ให้ต่ำกว่า 350 บาท”

(จันทร์เพ็ญ, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์)

ทั้งนี้ สำหรับมูลค่าของสินค้าผู้ประกอบการเองก็ได้เข้ามามีบทบาทในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าด้วยเช่นกัน ซึ่งจากบทสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่าการเพิ่มมูลค่าของสินค้านี้ระหว่างเกษตรกร/ผู้ผลิต กับผู้ประกอบการนั้น มีจุดยืนทางผลประโยชน์ที่ต่างกัน โดยจะได้ประโยชน์จากการขึ้นทะเบียน GI มากกว่าเกษตรกร ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเกษตรกรจะขายผลผลิตให้กับล้งหรือผู้ประกอบการอีกทีหนึ่ง

"สำหรับชาวนาในพื้นที่ส่วนใหญ่จะนิยมจะนำข้าวเปลือกไปส่งขายให้แก่โรงสีมากกว่าการนำข้าวที่ปลูกได้ไปจำหน่ายเอง เพราะคิดว่าการนำผลผลิตไปขายเพื่อให้ได้รับเงินจากการขายผลผลิตมาเลยเป็นเรื่องที่ง่ายกว่า ไม่ต้องมานั่งทำบรรจุภัณฑ์ หรือสร้างแบรนด์ของสินค้าด้วยเองอีก เพราะจะเป็นภาระทั้งในเรื่องของต้นทุนและการหาช่องทางเพื่อจำหน่ายสินค้า แต่สำหรับเราที่เป็น ผู้ประกอบการค้าอยู่แล้วมีความต้องการผลักดันสินค้า GI และแบรนด์ของเราออกสู่ตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด และ การซื้อข้าวจากชาวนาที่ทำการเพาะปลูกและควบคุมมาตรฐานตามทะเบียน GI มาแล้ว ผมจะให้ราคาที่สูงกว่าการเพาะปลูกข้าวแบบปกติ"

(สุรียนต์, ผู้ประกอบการข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้)

"โดยสำหรับผู้ที่เป็นเกษตรกรผู้ผลิตส้มโอจะทำการส่งผลผลิตขายให้แก่ผู้รับซื้อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นล้ง (โรงรับซื้อผลไม้) พ่อค้าคนกลางที่มารับสินค้าที่สวน หรือส่งขายให้แก่ผู้ประกอบการภายในวิสาหกิจชุมชนด้วยตนเอง โดยราคารับซื้อของล้ง (โรงรับซื้อผลไม้) กับพ่อค้าคนกลางนั้นจะขึ้นอยู่กับราคาของกลไกตลาดและความพึงพอใจของล้งเอง แต่หากนำสินค้ามาจำหน่ายผ่านวิสาหกิจชุมชนผมจะปันผลกำไรให้ไปเลยจากราคาขายปกติ อยู่ที่ลูกละ 20 บาท"

(มาวิน, ผู้ประกอบการสินค้าส้มโอนครชัยศรี)

โดยจากสืบค้นข้อมูลเอกสารทางสถิติของกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มเติมนั้นมีสินค้าหลายรายการที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าได้จริง ผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างสินค้าพอสังเขปดังนี้

ตารางที่ 2 สินค้า GI ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าได้

ลำดับ	สินค้า GI	ราคาต่อหน่วย	
		ก่อนเป็น GI (ราคา/หน่วย)	ราคาปัจจุบัน (ราคา/หน่วย)
1	ข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์	40 บาท/กก.	50 บาท/กก.
2	กล้วยไข่กำแพงเพชร	15 บาท/กก.	18 - 20 บาท/กก.
3	ผ้าไหมมัดหมี่ชนบท	2,500-25,000 บาท/ผืน	3,500 - 80,000 บาท/ผืน
4	เส้นไหมไทยพื้นบ้านอีสาน	1,800-2,000 บาท/กก.	2,200 - 2,500 บาท/กก.

5	มะม่วงน้ำดอกไม้สีทองบางคล้า	60 บาท/กก.	70 บาท/กก.
6	ข้าวหอมขาวแจ็กชัยนาท	13 บาท/กก.	35 บาท/กก.
7	ส้มโอบางบ้านแท่น	25 บาท/กก.	35-50 บาท/กก.
8	กล้วยเล็บมือนางชุมพร	สด 5 - 12 บาท/กก. อบ 80 - 100 บาท/กก.	สด 6 - 15 บาท/กก. อบ 90 - 105 บาท/กก.
9	กาแฟเขาทะลุ	เมล็ด 60 บาท/กก. คั่วมือ 240 บาท/กก.	เมล็ด 85 - 90 บาท/กก. คั่วมือ 400 บาท/กก.
10	ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร	35 บาท/กก.	40 บาท/กก.
11	กาแฟถ้ำสิงห์ชุมพร		คั่วมือ 500 บาท/กก.
12	กาแฟดอยตุง	180-280 บาท/200 กรัม	200-320 บาท/200 กรัม
13	ชาเชียงราย	50-100 บาท/100กรัม	70-150 บาท/100 กรัม
14	ส้มโอนครชัยศรี	พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง 130-150 บาท/ผล พันธุ์ทองดี 50-60 บาท/ผล	พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง 150-180 บาท/ผล พันธุ์ทองดี 70-80 บาท/ผล
15	ศิลาตล เชียงใหม่	195 - 30,000 บาท/ชิ้น	300 - 35,000 บาท/ชิ้น
16	ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (จังหวัดร้อยเอ็ด)	ข้าวเปลือก 11,500 บาท/ตัน ข้าวสาร 35-38 บาท/กก.	ข้าวเปลือก 12,000 บาท/ตัน ข้าวสาร 37-200 บาท/กก.
17	หมูย่างเมืองตรัง	300 บาท/กก.	400 - 450 /กก.
18	กระท้อนห่อบางกร่าง	40 - 70 บาท/กก.	80 - 130 บาท/กก.
19	ส้มสีทองน่าน	15 - 20 บาท/กก.	25 - 55 บาท/กก.
20	ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง	25-55 บาท/ กก.	35- 120 บาท/กก.

นอกจากนี้หากเป็นสินค้า GI ที่ผ่านการขออนุญาตใช้ตราแล้ว จะทำให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สามารถเข้าถึงกิจกรรมที่หน่วยงานของรัฐสร้างขึ้นเพื่อให้การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ผลิต ผู้ประกอบการได้มากขึ้น เช่น โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า ยกระดับให้สินค้า GI ไปสู่ตลาดผู้บริโภคในระดับสูงมากขึ้น โดยจะเห็นจากบทสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“การเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าจะมีแค่มาตรฐานอย่างเดียวไม่ได้ ภาพลักษณ์เองก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะฉะนั้นกรมฯ เลยจัดโครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาสำหรับผู้ประกอบการที่มีตรา GI และมีความพร้อมที่อยากจะยกระดับสินค้าของตนเองให้มีความ premium มากขึ้น ซึ่งเป็นความพยายามที่การเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่สูงขึ้นไปอีก ซึ่งส่วนใหญ่เลยถ้าแพ็คเกจมันดูดีคนก็จะชอบซื้อไปเป็นของขวัญ ของฝาก ให้กับผู้หลักผู้ใหญ่ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง พอกรมฯ เข้ามาช่วยพัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้ว กรมฯ เองก็มีเงื่อนไขเหมือนกันว่าผู้ประกอบการจะต้องนำบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยกรมฯ ไปใช้ในการประกอบการค้าจริง ๆ และติดตรา GI ให้ถูกต้อง ซึ่งแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบให้มันจะเป็นเอกลักษณ์ แต่เพียงผู้เดียวของผู้สมัคร ผู้ประกอบการคนอื่นในพื้นที่ที่จะนำแบบของผู้ประกอบการคนนี้ไปใช้ไม่ได้”

(ไก่อฟ้า, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

และยังรวมไปถึงการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ให้สามารถขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า GI เข้าสู่ห้างค้าปลีก ซึ่งเป็นความพยายามของกระทรวงพาณิชย์ และกรมทรัพย์สินทางปัญญาที่ได้มีการทำความตกลงร่วมกันกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ เพื่อส่งเสริมสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนโดยเห็นได้ชัดจากบทสัมภาษณ์ที่กล่าวว่า

“กระทรวงพาณิชย์ได้มีการทำความตกลง (MOU) ร่วมกับห้างชั้นนำอย่างท็อปส์มาร์เก็ต เพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นสินค้า GI หรือ สินค้า OTOP ซึ่งในขณะนี้กรมทรัพย์สินทางปัญญาเองก็ได้มีการทำ MOU ร่วมกับมาบุญครอง (MBK) และ Shop24 เพิ่มเติมด้วย”

(ไก่อฟ้า, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

จากที่ผ่านมามีห้างค้าปลีกอย่างท็อปส์มาร์เก็ตเอง ก็ได้ให้ความร่วมมือในการดำเนินการตามข้อตกลงที่ได้ทำร่วมกันเป็นอย่างดี โดยการจัดให้มีมุมที่จำหน่ายสินค้า GI โดยเฉพาะอยู่ในท็อปส์มาร์เก็ต ซึ่งจะเรียกมุมดังกล่าวว่า ตลาดจริงใจ Farmers' Market โดยท็อปส์มาร์เก็ตเองจะทำการเลือกสรรสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคของท็อปส์ ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่อยู่ในระดับกลางค่อนข้างสูง จากนั้นจะทำการติดต่อสอบถามไปยังผู้ผลิต ผู้ประกอบการ หรือแม้กระทั่งกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อหาสินค้าที่ท็อปส์ต้องการติดต่อให้เข้ามาจำหน่าย โดยการจำหน่ายสินค้าของท็อปส์มาร์เก็ตนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตของสินค้านั้น เพื่อเป็นการสร้างตลาดสินค้าจากท้องถิ่น

ไทย ส่งเสริมและอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เติบโตและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ซึ่งเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของท็อปส์มาร์เก็ต ผ่านวารสารสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ฉบับที่ 2 ที่ได้กล่าวไว้ว่า

“จุดเริ่มต้นนโยบายส่งเสริมและอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เติบโตและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนของบริษัท เช่น ทรัส ฟู้ด รีเทล ผู้บริหารท็อปส์มาร์เก็ต, ท็อปส์ ซูเปอร์สโตร์, เช่น ทรัสฟู้ดฮอลล์, ท็อปส์เดลี และ แฟมิลีมาร์ท ร่วมมือกับทั้งชุมชน หน่วยงานของรัฐ และภาคเอกชนต่างๆ สร้างตลาดสินค้าจากท้องถิ่นไทยและต่อยอดสู่สินค้าขึ้นทะเบียนสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ที่เรียกกันว่า สินค้าคุณภาพสูง (Premium Product) มีจำหน่ายหมุนเวียนไปฤดูกาล ซึ่งสินค้า GI เป็นสินค้าที่มีความพิเศษและมีเอกลักษณ์โดดเด่นอยู่แล้ว เพียงแต่เราต้องเลือกสรรสิ่งที่ดีตอบโจทย์ผู้บริโภค โดยทางทีมงาน Local Sourcing ในแต่ละภูมิภาคทั่วประเทศของท็อปส์มีการส่งเรื่องสอบถามทางหน่วยงานตรงของสินค้า GI มาตลอดว่าในแต่ละพื้นที่ที่มีสินค้าขึ้นทะเบียน GI ที่ไหนบ้าง โดยท็อปส์มาร์เก็ต ได้มีการใช้ข้อมูลที่ขายสินค้า GI .ในท็อปส์มาร์เก็ตว่า ตลาดจริงใจ Farmers’Market ที่มีอยู่ 23 แห่งทั่วประเทศ เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้า GI ได้มากขึ้น ด้วยการนำสินค้า GI มาจำหน่ายพร้อมบอกเล่าเรื่องราวความเป็นอัตลักษณ์ของสินค้า GI ตามนโยบายของท็อปส์ที่ต้องการให้ผู้บริโภครู้จักสินค้า GI เข้าใจความเป็นอยู่ของเกษตรกรหรือผู้ผลิต สร้างให้เกิดความสมดุลระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภคให้สามารถดำเนินธุรกิจไปด้วยกันได้อย่างยั่งยืน และทุกคนต้องเข้าถึงได้ง่าย”

แต่อย่างไรก็ดี การจะนำสินค้าเข้าไปขายในห้างค้าปลีกได้นั้นนอกจากสินค้าจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี และบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามแล้ว ก็ต้องมีสิ่งที่จะใช้ยืนยันในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ห้างค้าปลีกได้ว่าสินค้า เป็นสินค้าของแท้ที่มาจากแหล่งผลิต และผ่านการควบคุมตรวจสอบมาตรฐานการผลิตเรียบร้อยแล้ว ห้างค้าปลีกจึงจำเป็นต้องดูหลักฐานเหล่านั้น ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือ ตราสัญลักษณ์ GI โดยอาจสะท้อนได้จากบทสัมภาษณ์ของที่ปรึกษาว่า

“จากที่เห็นชัด ๆ แล้วตนเองได้มีโอกาสในการไปเป็นที่ปรึกษาจัดทำคำขอ คือ สินค้าหัวสุพรรณบุรี แต่เดิมแล้วหัวสุพรรณบุรีไม่ได้มีความสนใจที่จะนำสินค้าเข้ามารับความคุ้มครองสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่เนื่องจากเมื่อนำสินค้าไปเสนอขายให้แก่ห้างซึ่งตอนนั้น คือ แม็คโคร แล้วทางแม็คโครก็ถามกลับมายังผู้ประกอบการว่าเป็นสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์ GI หรือไม่ ทำให้เมื่อหัวสุพรรณบุรีต้องการขายช่องทางการตลาดไปจำหน่ายสินค้าในแม็คโครแต่ตนเองยังไม่เป็นผู้เข้าเงื่อนไขดังกล่าว ถึงได้มาดิ้นรนเพื่อให้ตนเองได้รับการขึ้นทะเบียน

เป็นสินค้า GI เพื่อที่จะได้ทำการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ต่อไปได้ ซึ่งการที่ผู้ประกอบการหัวสุพรรณบุรีเห็นว่าจะได้ประโยชน์จากการเป็นสินค้า GI ก็จะทำให้การพูดคุยกับในพื้นที่และจงใจผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายอื่นในพื้นที่ให้ทำตาม ซึ่งถามว่าสำหรับผู้ผลิตแล้วเขารู้จริง ๆ ไหมว่า GI คืออะไร ก็คือไม่ค่อยรู้แต่เจ้าใหญ่ หรือหัวหน้าชุมชน หัวหน้ากลุ่มบอกว่าดีเขาก็ทำ”

(ภคมน, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

อย่างไรก็ดีบทสัมภาษณ์ดังกล่าวไม่ใช่การสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการโดยตรงแต่เป็นการกล่าวถึงผู้ประกอบการจากประสบการณ์ของที่ปรึกษาเอง

ซึ่งประโยชน์จากการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)-นั้น เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสีย ดังนี้

1) ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ได้รับประโยชน์จากการสร้างมาตรฐานสินค้า และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค รวมทั้งยังสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้า และขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าเพื่อให้กระจายไปถึงมือผู้บริโภคได้มากขึ้น แต่ประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและการขยายช่องทางการตลาดจะตกอยู่กับผู้ประกอบการมากกว่าผู้ผลิต

2) ผู้บริโภค มีความมั่นใจในการบริโภคสินค้า GI ว่าเป็นสินค้าของแท้ที่มาจากแหล่งผลิต ได้รับสินค้าที่มีมาตรฐาน เนื่องจากสินค้า GI ที่ได้รับการอนุญาตให้ใช้ตรา GI นั้น ผ่านการตรวจสอบควบคุมคุณภาพเรียบร้อยแล้ว

3) ห้างค้าปลีก ได้รับประโยชน์จากการสร้างภาพลักษณ์ในการชูประเด็นความยั่งยืนและเป็นมิตรกับเกษตรกร โดยหากห้างค้าปลีกสามารถจับจองผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI และได้รับอนุญาตให้ใช้ตรา GI แล้ว มากเท่าไร ห้างค้าปลีกก็สามารถสร้าง story ประสิทธิภาพได้มากขึ้นเท่านั้น รวมทั้งห้างยังได้ประโยชน์จากการเป็นผู้กระจายสินค้า GI ไปถึงมือผู้บริโภค ในเรื่องของข้อกำหนดราคาจำหน่ายหน้าร้านกับผู้บริโภคอีกด้วย โดยเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของผู้บริโภคที่กล่าวว่า

“ปกติถ้าซื้อส้มโอทับทิมสยามปากพนังตามงานที่กระทรวงพาณิชย์ หรือ กรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นคนจัด จะอยู่ที่ลูกละ 200 – 300 บาท แต่ถ้าซื้อในท็อปส์จะขายอยู่ที่ลูกละ 400 – 450 บาท”

(เล่อปา, ผู้บริโภคสินค้า GI)

4.3 ภาระต้นทุนของผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ

ภาระต้นทุนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในที่นี้จะกล่าวถึงภาระต้นทุนทางการบริหารที่ไม่ได้ปรากฏ อยู่ภายในใบเสร็จรับเงิน แต่เป็นต้นทุนที่ผู้มีส่วนได้เสียจะต้องแบกรับจากการปฏิบัติตามนโยบายของ รัฐบาล ไม่ว่าจะเป็น (1) เป็นภาระต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) ที่ต้องลงทุนแรงและเวลา เพื่อใช้ในการ หาข้อมูล เข้ารับการอบรมเพื่อทำความเข้าใจ เกี่ยวกับสิทธิที่ตนเองจะได้รับเพื่อให้ทราบว่าตนเองจะ ได้รับประโยชน์จากมาตรการดังกล่าวหรือไม่ (2) ต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance cost) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการเดินทาง การสมัครเพื่อขอรับสิทธิ การรอคอยการพิจารณาของหน่วยงาน การพูดคุยสอบถาม และการรับมือกับเจ้าหน้าที่ที่สามารถใช้ดุลยพินิจในการชะลอกระบวนการ ขอ เอกสารเพิ่มเติม หรือแม้แต่ปฏิเสธสิทธิการรับบริการ (3) ต้นทุนทางจิตวิทยา (Psychological cost) เป็นต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการสูญเสียทางจิตใจ หรือซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้ในทางลบต่อการรับ บริการ จนนำไปสู่การล้มเลิกความตั้งใจที่จะขอเข้ารับบริการไป และ (4) ต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นเมื่อปฏิบัติตามขั้นตอนแล้ว แต่กลับไม่ได้รับผลประโยชน์ อย่างที่คาดหวัง เช่น การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI และ ได้รับอนุญาตให้ใช้ตรา GI แล้ว แต่ไม่สามารถ เพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าได้ เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยจะขอแบ่งการวิเคราะห์ภาระต้นทุนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ออกเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

4.3.1 ภาระต้นทุนในกระบวนการผลักดันการขึ้นทะเบียน

จากการสัมภาษณ์พบว่า การส่งเสริมการขึ้นทะเบียนด้วยการให้ที่ปรึกษาเข้าไปมีส่วนช่วย จัดทำคำขอนั้น เป็นการช่วยเหลือแค่บางสินค้าที่ได้รับคัดเลือกเท่านั้น โดยเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ สินค้านั้นจะต้องไม่เป็นสินค้าอยู่ในจังหวัดที่เคยได้รับการช่วยเหลือในการจัดทำคำขอขึ้นทะเบียน ในปีที่ผ่านมาแล้ว ส่วนการคัดเลือกจะทำให้การช่วยเหลือสินค้าใดก่อนจะเป็นไปตามลำดับคือ ซึ่งจากบทสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่าผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ต้องการความช่วยเหลือจากกรมทรัพย์สิน ทางปัญญานั้น จะต้องแบกรับต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance cost) ในการรอคอย เพื่อให้ได้รับการพิจารณาคัดเลือกเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม

“เกณฑ์หลัก ๆ ที่ใช้ในการคัดเลือกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ เข้าร่วมโครงการ คือ ต้องไม่ใช่สินค้าที่อยู่ในจังหวัดที่เคยได้รับการช่วยเหลือไปแล้วในปีที่ผ่านมา หรือ หากจังหวัด

นั้นมีสินค้า GI เป็นจำนวนมากแล้ว จะเลือกช่วยสินค้าที่ยังไม่มีสินค้า GI ก่อน โดยการเรียงลำดับคิวเป็นไปตามการส่งข้อมูลที่ขอทำการสำรวจจากพาณิชย์จังหวัด”

(ภาณุ, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

และจากบทสัมภาษณ์ยังพบอีกว่าการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการในการจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนนั้น ขึ้นอยู่กับงบประมาณในแต่ละปีที่กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จัดสรรมาด้วย โดยจำนวนสินค้าที่กรม ฯ จะให้การช่วยเหลือนั้นขึ้นอยู่กับงบประมาณ

“งบในแต่ละปีที่กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้รับมานั้น จะทำการแบ่งกันไป ตามกิจกรรมภายใต้การดูแลของแต่ละกลุ่มโดยของกลุ่มขึ้นทะเบียนจะเน้นไปทำงานขึ้นทะเบียนอย่างการจ้างที่ปรึกษา โดยหากปีไหนที่ได้รับการจัดสรรมาน้อย ก็จะทำให้การช่วยเหลือจำนวนสินค้าได้น้อย”

(ภาณุ, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ)

ถึงแม้จากบทสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะได้มีการกล่าวว่า เพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลาในการรอคอย จังหวัด พาณิชย์จังหวัด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือ แม้กระทั่งตัวผู้ผลิต ผู้ประกอบการ สามารถจัดทำคำขอและยื่นคำขอเข้ามาด้วยตนเองได้เลย แต่หากทำเช่นนั้นผู้ผลิต ผู้ประกอบการก็ต้องแบกรับภาระต้นทุนที่เกิดจากกระบวนการขึ้นทะเบียนต่อเนื่องไปอีก

จากบทสัมภาษณ์ของที่ปรึกษาพบว่าปัญหาที่ได้พบเจอบ่อยครั้ง แม้จะผ่านการประชุมชี้แจง และหารือร่วมกันไปหลายครั้งแล้ว มักจะเป็นปัญหาเดิม ๆ ที่ผู้ผลิตอยากทราบว่าทำ GI แล้วเขาจะได้ อะไร ทำ GI แล้วสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าของเขาได้จริงหรือไม่

“คำถามที่พบเจอทุกครั้งที่ได้ลงไปเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำคำขอ คือ ทำ GI แล้วเขาจะได้อะไร ทำไปแล้วจะสามารถขึ้นราคาสินค้าได้จริงหรือไม่ แล้วถ้าเกิดขึ้นได้มันจะขึ้น ยังไง”

(ภคมน, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

ซึ่งจากบทสัมภาษณ์ของที่ปรึกษาอีกท่านให้ความเห็นในประเด็นนี้ว่า กรมทรัพย์สินทางปัญญาต้องแจ้งรายละเอียดและสร้างการรับรู้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการให้ชัดเจนว่า เจตนาหลักของการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ การได้รับการคุ้มครองชื่อ เพื่อป้องกันให้คนอื่นที่

ไม่มีสิทธิใช้ชื่อนำชื่อสินค้า GI ไปแอบอ้างเพื่อหาผลประโยชน์ โดยการที่สินค้าสามารถเพิ่มมูลค่าหรือขยายช่องทางการตลาดได้นั้นเป็นผลประโยชน์ที่จะได้รับในลำดับถัดมา หากผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ่านการขออนุญาตใช้ตรา GI ไปแล้ว

“พื้มองว่าตอนนี้กรม ฯ กำลังขายฝันอยู่นะ การจะเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า ขยายช่องทางการตลาด หรือสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคในการซื้อสินค้า พื้มองว่ามันมาจากการขออนุญาตใช้ตรา GI ไม่ใช่การขึ้นทะเบียนอย่างเดียว เพราะทุกวันนี้ส่งเสริมให้ขึ้นทะเบียน ก็ขึ้นๆ ไปเรื่อยๆ แต่ยังไม่ได้ผ่านการควบคุมคุณภาพ ไม่ผ่านการขออนุญาตใช้ตรามันก็ขึ้นอยู่แบบนั้น”

(จันทร์เพ็ญ, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

จากประเด็นทั้งหมดที่กล่าวไปแล้วข้างต้นนั้นจะเห็นว่าภาระทางการบริหารที่ตกอยู่กับผู้ผลิต ผู้ประกอบมีทั้งภาระต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) เช่น ต้องทำความเข้าใจขั้นตอน กระบวนการ และสิทธิที่ตนเองพึงได้รับ ต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance cost) เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าเสียโอกาสจากการไม่ได้ประกอบอาชีพ และต้นทุนทางจิตวิทยา (psychological cost) เช่น กรณีที่เกิดขึ้นกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ต้องรอกการจัดสรรงบประมาณเพื่ออุดหนุนจากรัฐบาลและการรอคิวในการเข้าร่วมโครงการจ้างจัดทำคำขอ เป็นความไม่สบายใจจากการรอคอยความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ

4.3.2 ภาระต้นทุนในกระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

เมื่อคำขอได้ถูกยื่นมายังกรมทรัพย์สินทางปัญญา เจ้าหน้าที่หรือนายทะเบียนจะทำการตรวจสอบให้แล้วเสร็จภายใน 120 วัน เมื่อได้ทำการตรวจสอบแล้วหากพบว่าคำขอสินค้าใดมีความไม่สมบูรณ์ครบถ้วน เช่น ไม่อธิบายรายการสินค้าที่จะขอรับความคุ้มครอง ไม่อธิบายความเชื่อมโยงของสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์ ชื่อเสียงประวัติความเป็นมาของสินค้า เจ้าหน้าที่จะทำการออกคำสั่งนายทะเบียน เพื่อขอให้แก้ไขคำขอขึ้นทะเบียนเข้ามาใหม่ โดยหากผู้ผลิต ผู้ประกอบการรายนั้น ไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจเชิงวิชาการ หรือไม่มีคอยให้การสนับสนุน หรือช่วยเหลืออย่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้า ที่ได้เข้าร่วมโครงการจ้างจัดทำคำขอ ก็อาจจะทำให้เหนื่อยและท้อจนขอยกเลิกการขึ้นทะเบียนไป โดยเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้การขึ้นทะเบียนกล่าวว่า

“เหตุผลที่ตัดสินใจถอนคำขอขึ้นทะเบียนออกไปเนื่องจากกระบวนการมีความยุ่งยาก เข้าใจยากเนื่องจากเป็นภาษากฎหมาย แล้วตนเองก็ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงาน

ของรัฐในพื้นที่เท่าที่ควร เพราะแม้จะมีเจ้าหน้าที่ของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดดูแลเรื่องการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่มีการเปลี่ยนเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลหรือโยกย้ายเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลค่อนข้างบ่อยทำให้ขาดความต่อเนื่อง และตนเองก็ไม่มีพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาในการช่วยจัดทำคำขอขึ้นทะเบียน ประกอบกับที่ตนเองต้องดำเนินธุรกิจค้าขายอยู่ตลอดจึงไม่มีเวลาว่างเพียงพอในการแก้ไขคำขอขึ้นทะเบียนเพิ่มเติมตามคำสั่งนายทะเบียนให้แล้วเสร็จได้ จึงตัดสินใจยื่นความจำนงค์ประสงค์ขอลงคำขอขึ้นทะเบียน”

(นายเตโช, ผู้ประกอบการสินค้าผักกระเฉดชะลูดน้ำกบินทร์บุรี)

หรือสินค้าที่ถูกยกคำขอออกไปอย่างสินค้าไก่ย่างเขาสวนกวาง ซึ่งจากบทสัมภาษณ์พบว่าสินค้าไก่ย่างเขาสวนกวางเห็นว่าตนเองนั้นมีศักยภาพอย่างมากในการที่เป็นสินค้า GI

“สินค้าไก่ย่างเขาสวนกวางเป็นสินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด มีการจำหน่ายสินค้าทั้งแบบสด และแบบที่ย่างแล้วขายส่งตามร้านอาหารใหญ่ ๆ รวมทั้งร้านแฟรนไชส์ไก่ย่างเขาสวนกวางด้วย ซึ่งในแต่ละปีสามารถทางมูลค่าให้แก่สินค้าได้เป็นจำนวนมากถึงหลักล้าน แม้เราเองจะเป็นสินค้า OTOP ไปแล้วแต่ก็อยากได้รับความคุ้มครองที่เป็นสิทธิของชาวบ้าน เพื่อป้องกันไม่ให้คนอื่นทำการลอกเลียนแบบด้วย หากเป็นไปได้อยากให้กรมฯ มีการปรับลดเงื่อนไขดังกล่าวเพื่อเอื้อให้แก่สินค้าที่ทำรายได้ให้แก่เศรษฐกิจได้มากอย่างไก่ย่างเขาสวนกวางด้วย”

(นายละไม, ผู้ประกอบการสินค้าผักกระเฉดชะลูดน้ำกบินทร์บุรี)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แต่เนื่องจากไม่สามารถระบุรายละเอียดความสัมพันธ์ของสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์ และความแตกต่างของสินค้าในพื้นที่เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันจากแหล่งพื้นที่อื่นได้ ทำให้คำขอขึ้นทะเบียนของสินค้าไก่ย่างเขาสวนกวางต้องถูกยกคำขอออกไปจากระบบ เนื่องจากไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่พรบ.คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ฯ ได้กำหนดไว้ เพราะจากบทสัมภาษณ์พบว่าผู้ประกอบการมีวิธีการในการเลี้ยงไก่ด้วยการให้ไก่ตีมีอ้อย แต่กรมฯ ต้องการทราบว่าน้ำอ้อยที่ผู้ผลิตผู้ประกอบการให้ไก่ตีมีนั้นมีความแตกต่างจากน้ำอ้อยของที่อื่นอย่างไร มีความสัมพันธ์กับพื้นที่หรือไม่ หากสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์อื่นเลี้ยงไก่ด้วยวิธีเดียวกัน ก็จะมีลักษณะเหมือนสินค้าของไก่ย่างเขาสวนกวางใช้หรือมา โดยจะเห็นได้จากคำสั่งนายทะเบียนบางตอนที่เขียนว่า⁷

⁷ หนังสือคำสั่งนายทะเบียนของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ พณ.0711.01/13 ลงวันที่ 29 มกราคม 2564

“ความแตกต่างของไก่อสายพันธุ์เดียวกันหากตม่น้ำอ้อยก็จะให้ลักษณะของสินค้าที่มีความเหมือนกัน โดยไม่จำเป็นต้องเลี้ยงในที่ที่ก็ได้ใช่หรือไม่ หากไม่ใช่ก็ให้ผู้ยื่นคำขอทำการแก้ไขข้อมูลในการขึ้นทะเบียนกลับมา”

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า สำหรับภาระต้นทุนในกระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น จะเกิดขึ้นกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่สินค้ายังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI โดยผู้ผลิต ผู้ประกอบการมีภาระต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) ในเรื่องของการต้องเรียนรู้ในทำความเข้าใจ ภาษาราชการหรือภาษากฎหมาย ต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance cost) จากการถูกปฏิเสธการรับขึ้นทะเบียนจากหน่วยงานของรัฐ หรือแม้กระทั่งต้นทุนทางจิตวิทยา (Psychological cost) ซึ่งส่งผลให้เกิดความรู้ในทางลบต่อการไม่ได้รับการสนับสนุน หรือการให้ความร่วมมืออันดีจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ ทำให้ล้มเลิกความตั้งใจที่จะขอรับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไป

4.3.3 ภาระต้นทุนในกระบวนการขอตราและใช้ตราสัญลักษณ์ GI

การจะขออนุญาตใช้ตราสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นหลักเกณฑ์เบื้องต้นคือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการจะต้องได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว และได้มีการปฏิบัติตามคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิก และมีการวางแผนระบบควบคุมมาตรฐานสินค้ามาแล้ว โดยหากผ่านเกณฑ์ดังกล่าวแล้วผู้ผลิต ผู้ประกอบการ รายใดที่ประสงค์จะขอใช้ตรา GI ก็ให้ไปทำการสมัครกับคณะกรรมการจังหวัด โดยคณะกรรมการจังหวัดจะทำการส่งรายชื่อผู้ขอใช้ตราไปยังกรม ฯ เพื่อให้กรม ฯ เป็นผู้ดำเนินการในขั้นต่อไป

“การขออนุญาตใช้ตราจะเป็นการให้ผู้ประกอบการที่มีความประสงค์และความพร้อมมาทำการสมัคร ผ่านสำนักงานพาณิชย์โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจะทำการส่งรายชื่อผู้ประสงค์ที่จะขอใช้ตราเข้ามาที่กรม ฯ จากนั้นกรม ฯ จะทำการนัดหมายกับพื้นที่เพื่อลงไปตรวจสอบควบคุมมาตรฐาน”

(แพรทอง, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

ซึ่งในส่วนนี้เป็นการสร้างภาระต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) ให้แก่ผู้ผลิตผู้ประกอบการที่ต้องทำความเข้าใจว่าสินค้าที่ได้รับขึ้นทะเบียนไปแล้วนั้น ยังไม่สามารถใช้ตราได้ทันที จะต้องผ่านการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI เสียก่อนจึงจะสามารถใช้ได้ หากไม่ศึกษาให้ดีและนำตราสัญลักษณ์ GI ไปใช้โดยที่ยังไม่ได้รับอนุญาต อาจต้องได้รับโทษทางกฎหมาย

นอกจากนี้ยังมีภาระต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance cost) เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เพื่อไปสมัครเป็นสมาชิกผู้ขออนุญาตใช้ตราคุ้มครองกรมการจังหวัด ซึ่งบางรายอาจต้องหยุดงาน เพื่อไปดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าวซึ่งอาจทำให้ต้องขาดรายได้ในวันนั้น

จากการสัมภาษณ์พบว่าเมื่อได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI แล้ว และได้มีการแจ้งความประสงค์ขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ไปเรียบร้อยแล้ว แต่ผลผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้นไม่เป็นไปตามฤดูกาลที่จะต้องเก็บเกี่ยว ทำให้ผู้มีหน้าที่ในการลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบรับรองคุณภาพสินค้าไม่สามารถลงพื้นที่ได้ เนื่องจากผู้ผลิต ผู้ประกอบการไม่มีผลผลิต ทำให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการต้องรอให้ถึงรอบการเก็บเกี่ยวผลในครั้งถัดไป จึงจะให้หน่วยตรวจสอบสามารถทำการลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบควบคุมคุณภาพได้ ซึ่งก็จะเป็นการขยายระยะเวลาในการใช้ตราออกไปอีก เนื่องจากการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI นั้น ไม่ได้จบที่การตรวจสอบควบคุมมาตรฐานเท่านั้น แต่ยังคงส่งผลการตรวจสอบกลับไปที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้กรม ฯ พิจารณาออกหนังสืออนุญาตใช้ตราให้ก่อน จึงจะสามารถนำตราสัญลักษณ์ GI ไปใช้ได้

“ช่วงเวลาที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาประกาศรับขึ้นทะเบียนสินค้าให้เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่สอดคล้องกับฤดูกาลที่เก็บเกี่ยวผลผลิต ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขออนุญาตใช้ตราได้ เนื่องจากไม่มีสินค้าให้ลงพื้นที่เพื่อทำการตรวจสอบควบคุมมาตรฐาน จึงต้องทำการขยายระยะเวลาการขอใช้การตราออกไป แม้สินค้าจะได้รับการขึ้นทะเบียนไปแล้วแต่กว่าจะได้ขออนุญาตในตราก็ต้องรอระยะเวลาอีกเป็นปี

(ภคมน, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

จากบทสัมภาษณ์จะพบว่าที่ปรึกษาและเจ้าหน้าที่ของกรมทรัพย์สินทางปัญญาจะได้เคยมีการพูดคุย เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและแบ่งเบาภาระทางการบริหารที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการจะต้องแบกรับมาบ้างแล้ว แต่แนวทางที่กรมเสนอให้แก่ที่ปรึกษานั้น เป็นแนวทางที่ค่อนข้างมีความเสี่ยง เนื่องจากกรม ฯ แนะนำให้ทำการตรวจสอบควบคุมคุณภาพควบคู่กันไปเมื่อสินค้าได้ถูกประกาศโฆษณา โดยเมื่อครบกำหนดประกาศโฆษณาและกรม ฯ ประกาศรับขึ้นทะเบียนสินค้าดังกล่าวแล้ว คณะกรรมการจังหวัดจะได้ทำการส่งรายชื่อผู้สมัครเข้ามาพร้อมกับรายงานการตรวจสอบควบคุมคุณภาพได้เลย ไม่ต้องรอรอบการเก็บเกี่ยวผลผลิต แต่หากระหว่างที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวแล้ว สินค้าที่อยู่ระหว่างประกาศโฆษณานั้นมีผู้เข้ามาคัดค้านการประกาศโฆษณาดังกล่าว ก็หมายความว่าผู้ผลิต ผู้ประกอบการ จะต้องเสียทั้งแรง เวลา และอาจรวมไปถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการดำเนินการตรวจสอบควบคุมสินค้าไปฟรี ๆ

“แม้จะมีการปรึกษากับเจ้าหน้าที่ของกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่าจะสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ได้อย่างไร แนวทางปฏิบัติที่ทางเจ้าหน้าที่กรมฯ ตอบกลับมาคือ ให้ดูจากวันที่ประกาศโฆษณาสินค้า เนื่องจากเมื่อประกาศโฆษณาไปแล้ว 90 วัน หากไม่มีผู้ใดมายื่นคัดค้านจะเข้าสู่การประกาศขึ้นทะเบียนทันที จึงแนะนำให้คำนวณระยะเวลาในการตรวจสอบควบคุมให้พอดีกับวันประกาศรับขึ้นทะเบียน โดยเมื่อสมัครขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ระยะเวลาในการรอเอกสารการรายงานมาตรฐานสินค้าจากคณะกรรมการจังหวัด สำหรับสินค้าที่เลือกระบบตรวจสอบควบคุมภายใน (internal control) หรือรายงานมาตรฐานจาหน่วยรับรอง สำหรับสินค้าที่เลือกระบบควบคุมตรวจสอบภายนอก (external control)”

(จันทร์เพ็ญ, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์)

“แต่แนวทางดังกล่าวนี้ผู้ประกอบการก็ต้องรับความเสี่ยงด้วย หากสินค้าที่ประกาศโฆษณาแล้ว ขณะที่ยังอยู่ระหว่างการประกาศหากมีผู้คัดค้านการประกาศโฆษณาขึ้นมาระยะเวลาจะถูกยึดออกไป แล้วกลายเป็นว่าผู้ประกอบการก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายจากการดำเนินการตรวจสอบควบคุมสินค้าไปฟรี ๆ ”

(ภคมน, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

จากบทสัมภาษณ์ข้างต้นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ อาจต้องแบกรับภาระต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) จากการที่เลือกดำเนินการตรวจสอบควบคุมคุณภาพไปพร้อมกับการประกาศโฆษณาสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หากไม่ได้คำนึงถึงการคัดค้านการประกาศโฆษณาสินค้าเอาไว้เลย

โดยเมื่อสินค้าได้รับการอนุญาตให้ใช้ตราเป็นที่เรียบร้อยแล้วทางกรมทรัพย์สินทางปัญญาจะทำการออกหนังสืออนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ GI และแจกสติ๊กเกอร์ตราสัญลักษณ์ GI ให้แก่ผู้ประกอบการไปเป็นตัวอย่างในการใช้ในเบื้องต้นก่อน ซึ่งในกรณีนี้พบความเข้าใจที่ไม่ตรงกันระหว่างผู้ประกอบการและกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของกรมฯ คิดว่าการช่วยเหลือสนับสนุนในเรื่องของสติ๊กเกอร์ตราสัญลักษณ์ GI นั้น เป็นการที่กรมฯ ช่วยเหลือไปก่อนในเบื้องต้นเพื่อจะได้มีตราสัญลักษณ์ GI ไปติดบนสินค้าในเบื้องต้นก่อน แล้วค่อยนำตัวอย่างสติ๊กเกอร์ที่กรมฯ ให้ไปจัดทำเพิ่มเติมด้วยตนเอง

“การแจกสติ๊กเกอร์ตรา GI ให้แก่ผู้ประกอบการไปใช้ในการติดลงบนสินค้า นั้น เป็นการที่รัฐช่วยอุดหนุนให้ก่อนในเบื้องต้น แต่ไม่ได้จะอุ้มตลอดไป ซึ่งส่วนนี้ผู้ประกอบการเองก็ต้องเห็นความสำคัญของตรา GI และรู้สึกว่าการลงทุนกับตรา GI เพื่อไปติดบนสินค้ามันจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างมูลค่าของสินค้าให้แก่คุณได้นะ ซึ่งหลายคนที่ขออนุญาตใช้ตราไปแล้วแต่ไม่มีตราติดบนสินค้า เพราะเขายังรู้สึกว่าจะไม่พร้อมที่จะลงทุนกับสิ่งเหล่านี้ ซึ่งเราเองก็มีความพยายามในการที่จะสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการในเรื่องนี้อยู่”

(แพรทอง, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ)

ซึ่งส่วนทางกันกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการค้าที่เข้าใจว่าการแจกสติ๊กเกอร์ตราสัญลักษณ์ GI เป็นเรื่องที่กรม ฯ ต้องเป็นผู้จัดหาและจัดให้มีในทุก ๆ ครั้งที่มีการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI โดยสะท้อนได้จากบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการว่า

“สำหรับตรา GI ที่ทางกรมฯ แจกให้ผมอยากให้กรมฯ เพิ่มจำนวนสติ๊กเกอร์ให้หน่อย เรามีผู้ผลิต ผู้ประกอบการหลายคน แต่ละคนก็มีส้มโอหลายลูก แต่กรมให้สติ๊กเกอร์เรามาแค่หลักร้อยมันไม่พอใช้”

มาวิน, สินค้าส้มโอนครชัยศรี)

โดยจะเห็นได้ว่าภาระทางการบริหารสำหรับกระบวนการขอตราและการใช้ตรานั้นมีทั้งต้นทุนภาระต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) ต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance cost) ทั้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตรวจสอบควบคุมคุณภาพต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) เวลาที่ต้องเสียไปโดยไม่ได้ใช้ประโยชน์จากตรา GI แม้หน่วยงานของรัฐจะมีการหาแนวทางในการแก้ปัญหาเพื่อลดภาระทางการบริหารดังกล่าว แต่เป็นกรณีที่สามารถทำได้เป็นเคสบายเคสเท่านั้น โดยหากมีผู้ประกอบการรายใหม่มายื่นขอ หรือ ขอใช้ตราจากกรณีที่ตราของเดิมหมดอายุแล้ว ก็ยังต้องประสบปัญหาเช่นนี้ซ้ำอีกอยู่ดี และต้นทุนที่เป็นตัวเงินในการจัดทำตราสัญลักษณ์ GI ซึ่งเป็นต้นทุนในระยะยาวที่เกิดจากการจัดทำตราสัญลักษณ์ GI

4.4 ข้อเสนอแนะจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.5.1 ข้อเสนอแนะด้านการผลักดันการขึ้นทะเบียน

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การขึ้นทะเบียนสินค้า GI นั้น รัฐบาลควรผลักดันและสนับสนุนให้มีการขึ้นทะเบียนสินค้าที่มีชื่อเสียง หรือเป็นสินค้าที่มีเฉพาะในพื้นที่นั้น ๆ เนื่องจากในปัจจุบันมีการขึ้นทะเบียนสินค้า GI ที่เป็นสินค้าที่เกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก จึงทำให้สินค้า GI ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนนั้นไม่ได้แสดงออกถึงอัตลักษณ์ และความเป็นลักษณะเฉพาะของสินค้าในพื้นที่

“ควรผลักดันสินค้าที่มีชื่อเสียง และภูมิปัญญาที่มีความสัมพันธ์กับแหล่งภูมิศาสตร์นั้นจริง ๆ ไม่ใช่สินค้าที่เกิดขึ้นใหม่ การทำแบบนี้เป็นการลดทอนคุณค่าของสินค้า GI จะทำให้สินค้า GI ดูเกร่อ หรือมีเยอะไปหมดแต่ไม่ได้มีอัตลักษณ์จริงๆ ซึ่งการเป็นเช่นนี้อาจทำให้สินค้า GI ไม่ต่างอะไรกับสินค้า OTOP”

(สุริยนต์, ผู้ประกอบการสินค้าข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้
และ นาบี, ผู้บริโภคสินค้า GI)

อีกทั้งการจ้างที่ปรึกษา เพื่อช่วยเหลือในการจัดทำคำขอที่ผ่านมา กรมทรัพย์สินทางปัญญามีหลักเกณฑ์อยู่ว่า หากจังหวัดใดมีสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI แล้วในปีก่อนหน้า สินค้าอื่นที่มีแหล่งกำเนิดจากจังหวัดเดียวกัน ไม่สามารถจ้างที่ปรึกษาได้ ทำให้สินค้าอื่นที่มีศักยภาพมากพอที่จะสามารถขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ได้ ไม่ได้รับโอกาสการขึ้นทะเบียน เพราะฉะนั้นกรมฯ จึงควรเข้ามาช่วยเหลือทุกสินค้า ที่สามารถขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ได้ แม้ว่าจะอยู่ในพื้นที่จังหวัดเดียวกัน

“การจ้างที่ปรึกษาในการช่วยเหลือจัดทำคำขอนั้นไม่ควรกำหนดหลักเกณฑ์ว่าให้ช่วยจังหวัดละ 1 สินค้า โดยจังหวัดใดมีสินค้าที่มีศักยภาพในการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ได้หลายสินค้า ก็ควรช่วยเหลือทั้งหมด”

(นายเตโช, ผู้ประกอบการสินค้าผักกระเฉดชะลูดน้ำกบินทร์บุรี)

4.5.2 ข้อเสนอแนะด้านการขอตราและใช้ตรา

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ในปัจจุบันผู้ประกอบการต้องรับภาระค่าใช้จ่าย ซึ่งผู้ประกอบการที่ยังไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเองต้องรับภาระหนัก ส่งผลให้ผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่ได้ขออนุญาตใช้ตรา ทั้งที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI แล้ว เพราะฉะนั้นในส่วนของการขอตราและใช้ตรา กรมฯ จึง

ควรมีการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนในเรื่องการตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานการผลิต ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งในการขอใช้ตรา GI จึงจะทำให้ผู้ประกอบการที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสินค้า GI ขออนุญาตใช้ตรามากขึ้น

“ควรมีงบประมาณปีให้การสนับสนุนในเรื่องการตรวจสอบควบคุม เพื่อขออนุญาตใช้ตราโดยเฉพาะ เหมือนกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการสินค้าที่ยังไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง”

(จันทร์เพ็ญ, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์)

นอกจากนี้กรม ฯ ยังควรขยายอายุของหนังสืออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ให้มีอายุมากกว่า 2 ปี เนื่องจากผู้ประกอบการเสียค่าใช้จ่าย เพื่อขอใช้ตราและสามารถผ่านการตรวจสอบการควบคุมจนได้หนังสืออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI หนังสือดังกล่าวมีอายุเพียง 2 ปี ซึ่งเมื่อครบกำหนด 2 ปี ผู้ประกอบการต้องกลับมาชำระค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบควบคุมคุณภาพอีกครั้ง ทำให้ผู้ประกอบการต้องรับภาระค่าใช้จ่ายหลายครั้ง

“อายุของหนังสืออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI หากเป็นไปได้ควรมีระยะเวลามากกว่า 2 ปี เนื่องจากรู้สึกการใช้เวลาและค่าใช้จ่ายไปกับการตรวจสอบควบคุมคุณภาพบ่อย ๆ ค่อนข้างเป็นภาระ” (มาวิน, ผู้ประกอบการสินค้า

4.5.3 ข้อเสนอแนะด้านกฎหมาย

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้มีการออก พรบ. คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ซึ่งในปัจจุบันเนื้อหาของ พรบ. บางส่วนมีความล้าสมัย และไม่เป็นปัจจุบัน เพราะฉะนั้นกรมฯ จึงควรมีการสังคยนา แก้ไขปรับปรุงกฎหมายดังกล่าวใหม่ โดยการปรับปรุงข้อกำหนด หลักเกณฑ์การตรวจสอบและการควบคุมคุณภาพ อีกทั้งควรกำหนดเรื่องความมีชื่อเสียงของสินค้าให้ชัดเจนว่าในส่วนของความเป็นมาต้องมีมานานเท่าใด นอกจากนี้ ยังควรปรับปรุงกฎหมายให้พร้อมสู่การจัดทำข้อตกลงทางการค้าต่าง ๆ เช่น CPTPP เป็นต้น

สำหรับกฎหมายเองก็มาถึงระยะเวลาที่จะต้องทำการสังคยนา และแก้ไขปรับปรุงให้ทันกับยุคสมัยที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการระบุข้อกำหนดหรือหลักเกณฑ์ในการตรวจสอบและจัดทำระบบควบคุมคุณภาพ ความชัดเจนเรื่องความมีชื่อเสียงของสินค้า ว่าต้องมีประวัติความเป็นมายาวนานแค่ไหนระยะเวลาให้ชัดเจน รวมทั้งการแก้ไขข้อกำหนดยังเป็นการเตรียม

ความพร้อมเพื่อเข้าสู่ความตกลงทางการค้าอย่าง CPTPP ด้วย (ปัจฉิมา, อดีตอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา ปรภาภรณ์, ผู้อำนวยการกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และ ภาณุ, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ)

4.5.4 ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมและสนับสนุนตามยุทธศาสตร์

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กรมทรัพย์สินทางปัญญามีการกำหนดยุทธศาสตร์ในเรื่องการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปในด้านของการสนับสนุนส่งเสริมให้มีการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ประกอบกับปัจจุบันมีสินค้าที่ถูกขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI จำนวนมาก ดังนั้น กรมฯ จึงควรเปลี่ยนยุทธศาสตร์จากเดิมที่มุ่งส่งเสริมให้มีการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI เป็นการคุ้มครองสินค้าให้เป็นสิทธิของชุมชน เนื่องจากในอนาคตจะสามารถใช้เรื่องนี้เป็นเครื่องมือทางการค้าประเภทหนึ่งได้ รวมถึงสามารถเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางต่อไปได้

“สำหรับยุทธศาสตร์ในขณะนี้ไม่จำเป็นต้องมุ่งเรื่องการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนแล้ว แต่ควรมุ่งไปในเรื่องของการคุ้มครองให้สินค้าเป็นสิทธิของชุมชน ซึ่งในระยะยาวเราสามารถเชื่อมั่นเป็นอาวุธทางการค้าอย่างหนึ่งได้ เพราะฉะนั้นหลังจากนี้ภาครัฐควรให้การส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสินค้าที่มีศักยภาพทางการตลาดสูงแต่ยังไม่ได้รับการคุ้มครองจำพวกสินค้าเกษตรผลไม้อยู่ทางภาคตะวันออก ซึ่งมีมูลค่าทางการตลาดสูงและเป็นที่ยอมรับของตลาด เช่น ลองกองตราด ทุเรียนหมอนทองของจันทร์ เพราะทุเรียนของจันทร์ที่ยื่นมาตอนนี้ไม่มีพันธุ์หมอนทอง ยื่นมาแต่พันธุ์พื้นเมือง”

(ไถ่ฟ้า, นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นอกจากนี้ คำว่าสินค้า GI ในปัจจุบัน ถึงจะเป็นที่เข้าใจในฝั่งของผู้ผลิตผู้ประกอบการที่เห็นถึงความสำคัญของการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI แล้ว แต่ในฝั่งของผู้บริโภคกลับไม่เป็นที่เข้าใจในวงกว้างว่าสินค้า GI คืออะไร และมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปอย่างไร เพราะฉะนั้น กรมทรัพย์สินทางปัญญาจึงควรกำหนดยุทธศาสตร์ให้เน้นไปในทางด้านการสร้างความรับรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภคถึงความหมาย ความสำคัญ และข้อแตกต่างของสินค้า GI กับสินค้าอื่น เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และมีโอกาสที่จะซื้อและสนับสนุนสินค้า GI มากขึ้น ส่งผลกระทบต่อการขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI ที่มากขึ้นตามไปด้วย

“การสร้างความรู้ในเรื่อง GI ตอนนี้ควรมุ่งไปที่ผู้บริโภคให้มากขึ้น เพราะต่อให้สินค้าดีมีคุณภาพ แต่ผู้บริโภคไม่รู้ว่าเป็นอะไรก็ไม่เกิดประโยชน์”

(ภคมน, ที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา)

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาวิจัย เรื่อง มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย : การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด ตั้งแต่กระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย การผลักดันการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย รวมถึงการศึกษาค้นคว้าว่าใครเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากมาตรการดังกล่าว และมีส่วนได้เสียอย่างไร โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา ตามกรอบแนวคิดการวิจัยและคำถามการวิจัย โดยเรียบเรียงข้อมูลนำเสนอในรูปแบบการอธิบายเชิงพรรณนา ดังนี้

5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษาวิจัย เรื่อง มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย : การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย สามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาเพื่อตอบข้อคำถามการวิจัยจำนวน 2 ข้อ ดังนี้

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีใครบ้าง

2. มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัดส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร

โดยการตอบคำถามการวิจัยดังกล่าวจะอ้างอิงจากกระบวนการผลักดันการขึ้นทะเบียนกระบวนการขึ้นทะเบียน และ กระบวนการขอและอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ประกอบกับแนวคิดผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) และแนวคิดผลกระทบด้านภาระทางการบริหาร (administrative burden) ให้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยและตอบคำถามการวิจัย

5.1.1 ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) มีใครบ้าง

จากผลการศึกษาศึกษาสามารถสรุปได้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากกระบวนการผลักดันการขึ้นทะเบียน กระบวนการขึ้นทะเบียน และ กระบวนการขอและอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI นั้น ประกอบด้วย

(1) ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ผลิตสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และอยู่ในแหล่งพื้นที่การผลิตนั้น รวมไปถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นการรับซื้อแล้วนำมาแปรรูป หรือรับซื้อสินค้าแล้วนำแพ็คเกจบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามแล้วส่งขายต่อไป

(2) หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง คือ หน่วยงานที่มีบทบาท ภารกิจ หน้าที่ เกี่ยวข้องกับ มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา จังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด สำนักงานพัฒนาที่ดิน อบต. อบจ. และอาจรวมไปถึง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดด้วย

(3) ที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญ คือ ทีมที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยในพื้นที่ ซึ่งมีความรู้ความสามารถเฉพาะทาง และมีความใกล้ชิดกับชุมชน ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญาจ้างมาเพื่อช่วยเหลือผู้ผลิต ผู้ประกอบการ จัดทำคำขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI

(4) ห้างค้าปลีก คือ ช่องทางในการกระจายสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภคอย่างทั่วถึง โดยห้างค้าปลีกเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ นำสินค้ามาขอขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI

(5) ผู้บริโภค คือ ผู้ซื้อสินค้า GI จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ หรือ ห้างค้าปลีก

5.1.2 มาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย ให้ครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัดส่งผลต่อผู้มีส่วนได้เสียอย่างไร

จากการศึกษากระบวนการผลักดันการขึ้นทะเบียน กระบวนการขึ้นทะเบียน และ กระบวนการขอและอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์ GI ผ่านมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย สามารถสรุปได้ว่า ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับประโยชน์และไม่เสียประโยชน์อะไรเลยจากมาตรการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ได้แก่

(1) หน่วยงานของรัฐ ได้ประโยชน์จากการดำเนินการตามนโยบาย ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และบรรลุเป้าหมายของการจ้างโครงการ

(2) ที่ปรึกษา / ผู้เชี่ยวชาญ ได้ประโยชน์เป็นตัวเงินจากการรับจ้างเป็นที่ปรึกษา ได้ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่กับชุมชน และได้เรซูเม่ในการต่อยอดเพื่อทำงานในลักษณะเดียวกัน

(3) **ห้างค้าปลีก** ที่ได้ประโยชน์ในเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับชุมชน และการได้รับกำไรจากการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภค

ผู้มีส่วนได้เสียที่ได้รับประโยชน์และเสียประโยชน์ ได้แก่

(1) **ผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ** ที่สินค้าได้รับการขึ้นทะเบียนแล้วแม้จะได้รับประโยชน์โดยตรงจากมาตรการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ทั้งการได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมาย การควบคุมมาตรฐานการผลิตสินค้า การขยายช่องทางการจำหน่าย และการเพิ่มมูลค่าของสินค้า แต่ก็ยังคงมีภาระทางการบริหารในเรื่องของต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) ต้นทุนการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance cost) ค่าใช้จ่ายเป็นต้นทุนที่เกิดจากขนส่งสินค้าไปยังห้างค้าปลีก การจัดทำตรา GI ค่าดำเนินการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า

และสำหรับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ บางรายที่ไม่สามารถขึ้นราคาให้แก่สินค้าได้เนื่องจากราคาของสินค้านั้นเป็นราคาที่จำเป็นต้องอิงกับกลไกตลาด ประโยชน์บางอย่างที่ควรได้อย่างการควบคุมมาตรฐานสินค้า การขยายช่องทางการตลาด และการเพิ่มมูลค่าของสินค้า จะกลายมาเป็นภาระทางการบริหารทันที ทำให้ผู้ผลิตผู้ประกอบการในกลุ่มนี้แทบจะไม่ได้ประโยชน์อะไรนอกจากการได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเลย

ทั้งนี้ สำหรับผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ยังไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนนั้น ภาระทางการบริหารหลัก ๆ ที่ได้รับคือ ต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) และต้นทุนค่าเสียโอกาส (Opportunity cost) จากการไม่ได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย และเข้าถึงโอกาสต่าง ๆ ที่ผู้ได้รับความคุ้มครองจะมีสิทธิได้รับ แต่ผู้ผลิตผู้ประกอบการก็ไม่มีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินจะต้องเสียเช่นกัน เพราะจะได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า GI หรือไม่ก็ไม่กระทบต่อการจำหน่ายสินค้าตามปกติ

(2) **ผู้บริโภค** ได้รับประโยชน์จากการที่ได้บริโภคสินค้าที่มีมาตรฐานส่งตรงจากแหล่งผลิตสินค้าโดยตรง กล่าวคือเป็นการได้บริโภคสินค้าของดี ของแท้จากพื้นที่ แต่อย่างไรก็ดีผู้บริโภคเองก็ยังมีภาระต้นทุนการเรียนรู้ (learning cost) ให้ต้องทำความเข้าใจว่าสินค้า GI คืออะไร แตกต่างกับสินค้าอื่นอย่างไร

5.2 ข้อเสนอแนะ

1. กรมทรัพย์สินทางปัญญาควรมีการพูดคุยกันระหว่างหน่วยงานของรัฐในพื้นที่ที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด พาณิชย์จังหวัด อบจ. อบต. สำหรับแนวทางปฏิบัติเพื่อดำเนินงานร่วมกันแบบบูรณาการให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม เพื่อลดภาระของการนำนโยบายไปปฏิบัติที่เกิดจากการโยนงานกันไปมาเมื่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ต้องการความช่วยเหลือ ซึ่งขณะนี้ภาระดังกล่าวที่เกิดจากการเกี่ยงกันทำงานถูกผลักไปให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการเป็นผู้แบกรับ เช่น งบประมาณในการตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้า เพื่อขอใช้ตราสัญลักษณ์ GI เป็นต้น

2. สำหรับการส่งเสริมการและสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ควรเป็นไปด้วยภาษาที่เข้าใจง่ายมากขึ้น ลดทอนความเป็นภาษากฎหมายลง และควรมุ่งการสร้างความรู้ไปยังผู้บริโภคให้มากขึ้น เพราะสินค้าจะเป็นที่นิยมหรือเป็นที่รู้จักหรือไม่มันขึ้นอยู่กับผู้บริโภค ต่อให้สินค้ามีมาตรฐานมากแค่ไหน แต่หากผู้บริโภคไม่ได้รับรู้ถึงการมีอยู่ของสินค้า GI ก็ไม่สามารถยกระดับเศรษฐกิจฐานรากอย่างที่รัฐบาลต้องการได้

3. ควรมีการปรับปรุงข้อกำหนด เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่มาตรฐานสินค้า GI เช่น การระบุรายละเอียดของการควบคุมมาตรฐานสินค้า เนื่องจากปัจจุบันสินค้าที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตรา GI มีจำนวน น้อยกว่าสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียน GI ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าสินค้าที่ซื้อในแหล่งผลิตเป็นของจริงหรือไม่ ผ่านการควบคุมตรวจสอบมาตรฐานการผลิตของสินค้าแล้วหรือยัง

4. สำหรับงานวิจัยฉบับนี้มีข้อจำกัดที่ผู้วิจัยไม่ได้ทำการศึกษาอยู่ด้วยกัน 2 ประการ คือ ผู้บริโภคสินค้าในต่างประเทศ และ ภาระทางการบริหารที่เกิดขึ้นกับเจ้าหน้าที่ของรัฐในระดับปฏิบัติการ ในครั้งถัดไปควรมีการนำงานวิจัยชิ้นนี้ไปศึกษาต่อยอดเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าว

บรรณานุกรม

กรมการค้าต่างประเทศ. (2558). กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ภูมิศาสตร์ (*Geographical indications : GI*) ของญี่ปุ่น.

https://www.dft.go.th/Portals/0/4258_0_%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%84%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B8%A1%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%9A%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B9%89%E0%B8%97%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A0%E0%B8%B9%E0%B8%A1%E0%B8%B4%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%8D%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%9B%E0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%99%20ver.THA@25580710-0958565474.pdf

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2557). สหภาพยุโรปเตรียมให้การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสินค้าที่ไม่ใช่สินค้าเกษตร. <https://uat-api.dtn.go.th/files/v3/5e52971be23eeb2ea10e17e3/download>

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. คู่มือการขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในต่างประเทศ 30 ประเทศ.

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2559). ความรู้เบื้องต้นสิ่งบ่งชี้ภูมิศาสตร์. <http://www.ipthailand.go.th/th/gi-001.html>

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2564a). การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย.

<http://www.ipthailand.go.th/th/gi-002.html>

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2564b). "ท้อปสี่" สร้างตลาดสินค้า GI ไกลบ้านคุณ. วารสารสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย, 2, 8.

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2564c). ยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนด้วย GI. วารสารสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย, 1, 11.

พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546, (2546).

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2560). ความรู้เบื้องต้นด้านทรัพย์สินทางปัญญา.

กระทรวงพาณิชย์. (2556). ข้อมูลสินค้าภายใต้ระบบ *Geographical Indication (GI)* ของสหภาพยุโรป.

<https://www.moc.go.th/index.php/2015-11-04-10-05-18/item/geographical-indication-gi-19-2556.html>

กองบริหารสินค้าข้อตกลงและมาตรการการค้า. (2558). กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (*Geographical indications: GI*) ของญี่ปุ่น.

https://www.dft.go.th/Portals/0/4258_0_%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%84%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B8%A1

<http://www.innovation.forest.ku.ac.th/Certification/Docs/stakeholders.pdf>

ตะวัน เดชภีร์ชรัตนมงคล. การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ : ศึกษาเปรียบเทียบมาตรฐานการตามกฎหมายไทย กับสหภาพยุโรป มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต].

ตะวัน เดชภีร์ชรัตนมงคล. (2563). การพัฒนามาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].

ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2563). เอกสารประกอบการสอน วิชานโยบายสาธารณะ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับนโยบาย สาธารณะ. In เครื่องมือเชิงนโยบายในการบริหารกิจการบ้านเมือง.

นเรศ ชูดวง. (2550). วิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

นาคเสวก, ด. (2559). ระบบควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมายไทย : ศึกษากรณีข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].

นิคม แผลมศักดิ์, แ. (2560). คู่มือการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย.

<http://innovation.forest.ku.ac.th/Certification/Docs/stakeholders.pdf>

พันธกรรต์ ชูจันทร์. (2558). ปัญหาความสอดคล้องกับมาตรฐานสากลของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546

http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2140/1/phunthakan_choo.pdf

ภาวิณี ช่วยประคอง. (2564). ได้อย่างก็ต้องเสียอย่าง : ภาระทางการบริหารจากการลงทะเบียนโครงการเราชนะสำหรับประชาชนที่ไม่มีสมาร์ตโฟน

https://www.researchgate.net/publication/352519864_dixyangktxngseiyxyang_pharathangkarbriharcakkarlngthabeiykhongkarreachnasahrabphuthimimismarthfon_No_pain_no_gain_Administrative_burden_the_non-smartphone_users_bear_during_the_registration_processf

มีเดียณ จูมะ. (2019). ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสีย (*stakeholder Theory*).

<https://pattanieconomy.wordpress.com/2019/04/05/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%AA%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%B5%E0%B8%A2-stakehold/>

วิธัญญา จงพิพัฒนสุข, อ. ท. (2561). การวิเคราะห์ปัจจัยและความแตกต่างของการเรียนรู้ของชุมชน เพื่อสร้างเสริมความสามารถการจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สู่ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม. วารสารครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 46 (3), 194 - 211.

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2552a). การพัฒนาพันธุ์ข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกา.

https://resolution.soc.go.th/?prep_id=221527

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2552b). รายงานผลการพิจารณา เรื่อง "การพัฒนาพันธุ์ข้าวของประเทศสหรัฐอเมริกา". https://resolution.soc.go.th/?prep_id=222433

อรพรรณ พันสีพัฒนา. การขยายความคุ้มครองให้แก่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. วารสารทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ, 72-130.





จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ปรีปรีชต์ หนูขจร
วัน เดือน ปี เกิด	27 ตุลาคม 2536
สถานที่เกิด	นนทบุรี
วุฒิการศึกษา	นิติศาสตรบัณฑิต
ที่อยู่ปัจจุบัน	30 ซ.นนทบุรี 8 แยก 4 ถ.นนทบุรี ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY