

GI : สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์...ประโยชน์ที่ไม่ควรมองข้าม

จากบทความที่ผ่านมา เราได้ทำความรู้จักกับ GI กันมาบ้างแล้ว คราวนี้เราจะมาขยายความถึงประโยชน์ของการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) กันให้มากขึ้นนะคะว่ามีอะไรบ้าง การจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม เนื่องจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถช่วยเพิ่มมูลค่า ยกกระดับภาพลักษณ์ให้กับสินค้า และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ด้วยการแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงหรือเรื่องราวระหว่างสินค้ากับพื้นที่นั้น ๆ ที่พื้นที่อื่นไม่มีให้เห็น รวมถึงยังเป็นการระบุถึงชื่อเสียงหรือคุณภาพของสินค้า ลักษณะของสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ กระบวนการผลิต ความแตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันที่มีแหล่งกำเนิดมาจากพื้นที่อื่น ฯลฯ จึงเป็นเสมือนเครื่องหมายรับรองคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า โดยผู้ประกอบการรายอื่นที่อยู่นอกพื้นที่นั้นไม่สามารถแอบอ้างชื่อเพื่อการทำธุรกิจ หรือที่เรียกว่า “การสวมสิทธิ์” ได้ ซึ่งในกรณีของต่างประเทศก็มีความหมายเช่นเดียวกัน รวมถึงไม่สามารถใช้คำว่า “ชนิด” “ประเภท” “แบบ” หรือคำหรือสิ่งทำนองเดียวกันกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ใช้กับสินค้านั้น ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการที่โคราชจะแอบอ้างโดยทำการผลิตหรือจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงไม่ได้ แต่หากผู้ประกอบการที่โคราชต้องการจำหน่ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงจะต้องสั่งซื้อจากผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการที่บ้านเชียง จ.อุดรธานี ที่มีการจดทะเบียนเป็นผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะอยู่ในพื้นที่เดียวกันกับพื้นที่ที่มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่หากผู้ประกอบการรายนั้นไม่ได้ทำการจดทะเบียนเป็นผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ก็จะไม่สามารถผลิตหรือจำหน่ายได้เช่นเดียวกัน ยกเว้นผู้ประกอบการรายนั้นสามารถแสดงได้ว่าตนดำเนินธุรกิจนั้นมาไม่น้อยกว่า 10 ปี ซึ่งหากยังคงดำเนินการจะต้องได้รับโทษตามที่ได้กำหนดใน พรบ.คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ¹

นอกจากนี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังสามารถเจาะกลุ่มผู้บริโภคแบบ niche market คือ เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความนิยมสินค้าที่มาจากแหล่งกำเนิดของสินค้านั้นจริง ๆ โดยไม่ได้มีการแอบอ้าง อ้างอิง หรือเลียนแบบ และยังช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการ เนื่องจากสินค้าที่มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคเป็นอย่างดี จึงสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เมื่อมีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้วสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้านั้น ๆ เช่น ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง จากราคากิโลกรัมละ 25 บาท เป็น 60-65 บาท หรือทุเรียนเมืองนนท์ที่

¹ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546.

สามารถจำหน่ายได้ลูกละ 1,000–10,000 บาท รวมถึงต้องมีการส่งจองล่วงหน้าเป็นปี เป็นแบบเหมาตัน หรือเหมาสวนกันเลยทีเดียว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการส่งจองจากลูกค้าประจำ หรืออาจมองอีกมุมหนึ่งได้ว่า ด้วยการผลิตที่สามารถผลิตได้เฉพาะที่และด้วยปริมาณการผลิตที่จำกัด ผนวกกับความต้องการที่มีรองรับอยู่แล้ว จึงส่งผลให้ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาของสินค้าที่สูงกว่าสินค้าประเภทหรือชนิดเดียวกันได้ ส่วนตัวอย่างของสินค้าในต่างประเทศที่มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และเป็นที่ยอมรับของคนไทย เช่น แชมเปญ (Champagne), ส้มฟลอริดา (Florida Orange), เนื้อแกะนิวซีแลนด์ (New Zealand Lamb), นาฬิกาสวิส (Swiss watches), พรมอินเดีย (Indian carpets) เป็นต้น² ยิ่งไปกว่านั้นการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังเป็นการช่วยเปิดตลาดสินค้านั้น ๆ และป้องกันการสวมสิทธิ์จากผู้ค้ารายอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้ที่จดทะเบียนเป็นผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องช่วยกันรักษาคุณภาพและชื่อเสียงนั้น ๆ ไว้ เพื่อไม่ให้เข้าข่ายการระงับใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนั้น สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นเสมือนเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการจะต้องรักษาหรือคงไว้ซึ่งคุณภาพตามที่ได้มีการจดทะเบียนไว้

นอกจากประโยชน์ในทางธุรกิจแล้ว สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ที่อยู่ในท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน สร้างรายได้และลดการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่เมือง รวมถึงช่วยดำรงวัฒนธรรมและองค์ความรู้ของท้องถิ่น เนื่องจากการที่จะสามารถระบุได้ว่าสินค้าใดเป็นสินค้าของพื้นที่นั้น ๆ จะต้องมีสภาพแวดล้อมที่จะก่อให้เกิดสินค้านั้น ๆ หรือมีการร่วมมือกันของกลุ่มคนในท้องถิ่น ที่จะช่วยกันส่งเสริมสร้างชื่อเสียง และการยอมรับจากคนในพื้นที่อื่นถึงคุณภาพหรือความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ

ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญและใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้เป็นประโยชน์และเป็นเครื่องมือทางการตลาดในการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศ ก่อนที่จะถูกแอบอ้างหรือสวมสิทธิ์โดยผู้อื่น นอกจากนี้ ภาครัฐควรเร่งประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการรับรู้และการใช้ประโยชน์ ตลอดจนขยายขอบเขตของสินค้าให้ครอบคลุมถึงธุรกิจภาคบริการหรือวัฒนธรรมที่สามารถเป็นจุดขายของพื้นที่นั้น ๆ รวมถึงส่งเสริมให้มีการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระดับประเทศ เช่น มวยไทย อาหารไทย (ผัดไท ต้มยำกุ้ง ส้มตำ ฯลฯ) นวดแผนไทย เป็นต้น รวมทั้งหน่วยงานในพื้นที่ควรเร่งค้นหาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีเฉพาะในพื้นที่ของตน เพื่อเป็นจุดขายของสินค้าและเป็นจุดขายของพื้นที่หรือจังหวัด รวมถึงสร้างความภาคภูมิใจให้คนในท้องถิ่นและเป็นมรดกสืบทอดให้กับคนรุ่นหลัง ซึ่งในส่วนของ สสว.เองได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนในเรื่องนี้เช่นกัน โดยได้

² Geographical Indications. <http://www.geographicindications.com>. ค้นหามาเมื่อวันที่ 14 กันยายน 2554

บรรจุเข้าเป็นแผนงานหนึ่งของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2555-2559) ที่
หน่วยงานอื่นสามารถใช้เป็นกรอบในการดำเนินงาน นอกจากนี้ หากผู้อ่านต้องการทราบข้อมูลสิ่งบ่งชี้ทาง
ภูมิศาสตร์เพิ่มเติมสามารถศึกษาได้จากเว็บไซต์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญาค่ะ

แสงอรุณ ยูไล้
ส่วนวางแผนรายภูมิภาค
สำนักแผนและยุทธศาสตร์ สสว.