

มาตรการกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อปกป้องภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสินค้าอาหารใน ประเทศสมาชิกอาเซียน : บทเรียนสำหรับประเทศไทย*

The Legal Measures of Geographical Indication for Protection of Traditional Knowledge on Food Products in ASEAN Community: Lessons for Thailand

รองศาสตราจารย์ ดร. ทวีพฤทธิ์ ศิริศักดิ์บรรจง**

Assoc Prof. Dr. Tavephut Sirisakbanjong

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิเศษ ร้อยตำรวจเอก ดร. ชูชีวรรณ ตมิตานนท์***

Assist Prof. Pol. Lt. Col. Dr. Choocheewan Tamisanont

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียน ดังนั้นประเทศไทยจึงมีพันธกรณีที่ต้องปฏิบัติตามพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2015 (AEC Blueprint 2015) และความตกลง TRIPS ขององค์การการค้าโลก (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights หรือ TRIPS) รัฐบาลไทยจึงได้ออกกฎหมายภายใน คือ "พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์" เมื่อปี พ.ศ.2546 พระราชบัญญัตินี้มีสาระสำคัญคือการส่งเสริมการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเชิงพาณิชย์ควบคู่กับการรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้ชุมชนไทยมีรายได้เพิ่มมากขึ้น พร้อมๆ กับการบูรณาการเศรษฐกิจไทยเข้าสู่เศรษฐกิจโลก แต่เหตุที่ประเทศไทยเป็นเพียงผู้ปฏิบัติตามพันธกรณีความตกลง TRIPS ไม่ใช่ผู้สร้างความตกลง TRIPS พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ของประเทศไทยจึงมีบทบัญญัติที่ไม่สอดคล้องกับธรรมเนียมการใช้ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ของชาวไทยและธรรมเนียมการผลิตสินค้าอาหารไทย ปัญหาข้อกฎหมาย

*บทความนี้เรียบเรียงมาจากรายงานการวิจัย เรื่อง “มาตรการกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อปกป้องภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสินค้าอาหารในประชาคมอาเซียน : บทเรียนสำหรับประเทศไทย” ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2560.

**นบ., นม.(สาขากฎหมายเอกชน), คุุฎีบัณฑิต (สาขานิติศาสตร์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, LL.B, LL.M (Private Law), LL.D, Faculty of Law Thammasat University, รองศาสตราจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัยสาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม, รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยสาขานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

** Associate Professor, Faculty of Law, Siam University.

*** นบ., นม.(กฎหมาย) มหาวิทยาลัยรามคำแหง, LL.B, LL.M (Law) Ramkhamhaeng University, Ph.D. (Law), Department of Theory and History of Law and State Doctrines, Faculty of Law, Saint-Petersburg State University, RUSSIA, รองสารวัตร กลุ่มงานสอบสวน กองบังคับการสืบสวนสอบสวนตำรวจภูธรภาค 3

*** Sub-Inspector, Investigation Division, Provincial Police Region 3.

ดังกล่าวจึงสมควรได้รับการแก้ไข โดยประเทศไทยสามารถใช้ประสบการณ์การใช้กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศสมาชิกอาเซียน ร่วมกับการคำนึงถึงการปฏิบัติตามพันธกรณีความตกลง TRIPS

คำหลัก: ประเทศสมาชิกอาเซียน กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าอาหารไทย ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความตกลง TRIPS

Abstract

As a member state of the Association of South East Asian Nations (ASEAN), Thailand has an obligation to implement its commitment set out in the AEC Blueprint and the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS). Thailand, therefore, has enacted the Geographical Indication Protection Act in 2003.

This Act is to purpose the use of geographical indications in term of the commercially with the preservation of local knowledge. As a result, Thai communities earn better revenue. In addition, this integrates Thai economy with the global economy. However, Thailand and ASEAN are only compliances as we did not play a role in the conclusion the TRIPS Agreement. Some provisions of Geographical Indications Protection Act B.E. 2546 (2003) are irrelevant with Thai naming of geographical indications and customary Thai food production. The law therefore should be amended with an application of experiences on GI laws among ASEAN countries together with consideration of TRIPS missions.

Keywords: ASEAN Community, Geographical Indication, Thai products food, Traditional Knowledges, TRIPS Agreement

1. บทนำ

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations) หรือที่คนทั่วไปรู้จักในชื่อย่อว่าอาเซียน (ASEAN) เกิดจากการรวมตัวของประเทศในภูมิภาคเดียวกัน โดยอาเซียนมุ่งปฏิบัติตามพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2015 (ASEAN Economic Community หรือ AEC Blueprint 2015) เพื่อในปี 2015 ประเทศสมาชิกอาเซียนที่รวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ประเทศสมาชิกอาเซียนจะกลายเป็นเขตการค้าเสรีที่มีขนาดประชากรมากถึงร้อยละ 8 ของประชากรโลก และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศสมาชิกอาเซียนจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่การบรรลุผลตามเป้าหมายดังกล่าว รัฐบาลในประเทศสมาชิกอาเซียนต้องพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการประเทศตน และผู้ประกอบการต้องพยายามใช้ประโยชน์จากกลไกกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ว่าจะเป็นการใช้ประโยชน์จากลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า สิ่งบ่งชี้

ทางภูมิศาสตร์ เพื่อการเพิ่มศักยภาพในเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นไปตามที่ คณะทำงานความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญาอาเซียน (ASEAN Working Group on Intellectual Property Corporation หรือชื่อย่อ AWGIPC) กำหนดไว้¹

ส่วนประเทศไทยที่เป็นหนึ่งในประเทศสมาชิกอาเซียน รัฐบาลไทยจึงได้สนับสนุนการใช้ประโยชน์ จากกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา โดยรัฐบาลไทยเลือกใช้ประโยชน์จากพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 และการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย เพื่อการยกระดับมาตรฐาน และราคาสินค้าอาหารไทยและสินค้าชุมชนอื่นๆ ซึ่งรายได้จากการจำหน่ายสินค้าอาหารไทยดังกล่าวจะตกแก่ ประชาชนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าเกษตรกร ร้านค้าอาหารริมถนน ผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารไทย และผู้ประกอบการท่องเที่ยว พร้อมกันนี้ผลประโยชน์ได้จากการใช้กฎหมายฉบับนี้ คือการรักษาไว้ซึ่ง ภูมิปัญญาท้องถิ่นสินค้าอาหารไทย โดยปัจจุบันข้อมูลกรมทรัพย์สินทางปัญญาเพียงวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ประเทศไทยได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสินค้าอาหารไทยแล้วทั้งสิ้น 12 รายการ²

อย่างไรก็ดี เมื่อกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เกิดขึ้นจากความตกลง TRIPS ขององค์การ การค้าโลกไม่ใช่ความต้องการของประเทศสมาชิกอาเซียน กฎหมายฉบับนี้จึงมีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับ ธรรมเนียมการผลิตสินค้าอาหารไทยและสินค้าชุมชนอื่นๆ และด้วยความตกลง TRIPS ไม่บังคับว่า ประเทศ สมาชิกต้องบัญญัติกฎหมายเฉพาะเพื่อปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ประเทศสมาชิกอาเซียนจึงใช้กฎหมายสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่ว่ากฎหมายเฉพาะ กฎหมายเครื่องหมายการค้า หรือกฎหมายผสม ระหว่างกฎหมายเฉพาะกับกฎหมายเครื่องหมายการค้า ประกอบกับในแง่สถานะของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผลิต สินค้าอาหารไทยตกเป็นงานสาธารณะ (public domain) ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ชาวต่างชาติจึงสามารถต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสินค้าอาหารไทย และชาวต่างชาติดังกล่าว กลับได้รับการปกป้องจากกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา โดยชุมชนชาวไทยไม่อาจใช้สิทธิทางกฎหมายโต้แย้ง ดังเช่น ชาวในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ฉบับวันจันทร์ที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ว่า Mr.John Stephen Mayor เซฟชื่อดังชาวอเมริกัน Mr.John ต้องการจะแจ้งยื่นขอจดสิทธิบัตรแกงเขียวหวานไก่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น³ (หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์, 2555)

¹ กรมทรัพย์สินทางปัญญา. กระทรวงพาณิชย์ “การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในกรอบอาเซียน” ทรัพย์สินทางปัญญา 21: 18-26.

² กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2560). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน. สืบค้น 27 มิถุนายน 2560 จาก http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=1074&Itemid=859

³ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2560). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน. สืบค้น 27 มิถุนายน 2560 จาก http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=1074&Itemid=859

บทความฉบับนี้จึงเกิดขึ้นจากผลสรุปของโครงการวิจัยเรื่อง มาตรการกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อปกป้องภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสินค้าอาหารในประเทศสมาชิกอาเซียน : บทเรียนสำหรับประเทศไทย ในฐานะที่สินค้าไทยเป็นอาหารและขนม และโครงการวิจัยจำกัดการศึกษาในสินค้าอาหารไทยสี่ตัวอย่างในการศึกษา คือ ต้มยำกุ้ง แกงมัสมั่น ขนมหม้อแกงเมืองเพชร ขนมสาลี่เมืองสุพรรณ เพื่อการแสวงหาแนวทางการใช้ประโยชน์จากพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ที่เหมาะสมต่อการปกป้องทั้งผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ การรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นสินค้าอาหารไทย และการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นไปตามพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2015 รวมถึงการปฏิบัติตามพันธกรณีความตกลง TRIPS ขององค์การการค้าโลก

2. บทบาทความตกลงกรอบอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านทรัพย์สินทางปัญญา (ASEAN Framework Agreement on Intellectual Property Cooperation) เพื่อการใช้ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ภายใต้ความตกลงด้านทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights – TRIPS)

โดยที่อาเซียนได้มีมติตามที่ประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนในการปฏิบัติตามพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2015 ซึ่งทุกประเทศสมาชิกอาเซียนต้องใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญารวมถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการค้าของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาเซียนจึงจัดตั้งคณะทำงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาอาเซียน (ASEAN Working Group of Intellectual Property Cooperation - AWGIPC) และคณะกรรมการชุดนี้ได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้านทรัพย์สินทางปัญญา ASEAN IPR Action Plan 2011 – 2015 ขึ้น แต่ด้วยแผนปฏิบัติการดังกล่าวกำลังจะสิ้นสุดลง คณะกรรมการชุดดังกล่าวจึงยกร่างแผนปฏิบัติการทรัพย์สินทางปัญญาอาเซียนฉบับใหม่ ASEAN IPR Action Plan 2016 – 2025 เพื่อความต่อเนื่องในการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา ด้วยอาเซียนความมุ่งหวังว่า ทรัพย์สินทางปัญญารวมทั้งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจอาเซียน ในการนี้ปี 2016 อาเซียนยังได้ใช้โครงการเร่งด่วนเพื่อการใช้ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยประเทศสมาชิกอาเซียนต้องปฏิบัติงานในกิจกรรมต่างๆ เช่น การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระดับอาเซียน การส่งเสริมให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อาเซียนได้รับการขึ้นทะเบียนมากขึ้นทั้งภายในอาเซียนและในประเทศนอกกลุ่มอาเซียน⁴

สำหรับประเทศไทย กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยราชการ ซึ่งรัฐบาลไทยได้มอบหมายให้ดำเนินกิจกรรมตามโครงการเร่งด่วนเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงพาณิชย์ อาทิ การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าทุกจังหวัดในประเทศไทย เป็นต้น และในฐานะที่

⁴ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2560). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน. สืบค้น 27 มิถุนายน 2560 จาก http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=1074&Itemid=859.

ประเทศไทยเป็นผู้นำกิจกรรมในประเทศสมาชิกอาเซียน กรมทรัพย์สินทางปัญญาจึงมุ่งให้ความรู้ ความเข้าใจ การเพิ่มโอกาสทางการค้าในสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งในระดับประเทศและภูมิภาค การส่งเสริมการจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยในต่างประเทศ การสร้างการรับรู้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในหมู่สาธารณชน การจับคู่สินค้าระหว่างสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยและต่างประเทศ รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแหล่งภูมิศาสตร์ที่ผลิตสินค้า⁵

แม้ประเทศสมาชิกอาเซียนรวมถึงประเทศไทยต้องการใช้ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงพาณิชย์ข้างต้น แต่ด้วยประเทศสมาชิกอาเซียนไม่ใช่ผู้สร้างระบบทรัพย์สินทางปัญญา ประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นเพียงสมาชิกความตกลง TRIPS ความตกลง TRIPS ต่างหากที่ก่อให้เกิดระบบทรัพย์สินทางปัญญาใน 164 ประเทศทั่วโลก คณะทำงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาอาเซียนจึงวางท่าทีต่อการปฏิบัติตามพันธกรณีความตกลง TRIPS ว่า ประเทศสมาชิกอาเซียนต้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญารวมถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และประเทศสมาชิกอาเซียนต้องคำนึงถึงความหลากหลายในสินค้าของตน ความแตกต่างของระดับการพัฒนาทางทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศสมาชิกอาเซียน การยกระดับมาตรฐานการครองชีพในประเทศสมาชิกอาเซียน⁶

ด้วยความตกลง TRIPS เป็นความตกลงระดับโลก ซึ่งประเทศสมาชิกอาเซียนทุกประเทศเป็นภาคี ดังนั้นประเทศสมาชิกอาเซียนจึงต้องเคารพต่อพันธกรณีที่กำหนดไว้ในความตกลงดังกล่าว ตราสารอาเซียนในเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงควรสอดคล้องกับบทบัญญัติตามข้อ 22 ถึง 24 แห่งความตกลง TRIPS แต่ด้วยอารัมภบทความตกลง TRIPS กำหนดหลักการว่า ประเทศสมาชิกสามารถบัญญัติกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สอดคล้องกับแนวนโยบายแห่งรัฐได้ ประกอบกับข้อ 22.2 ความตกลง TRIPS ไม่บัญญัติว่ากฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต้องเป็นกฎหมายเฉพาะ ประเทศสมาชิกอาเซียนจึงมีกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

ประการแรก ประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถใช้กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่ว่ากฎหมายเฉพาะ กฎหมายเครื่องหมายการค้า กฎหมายระบบผสมระหว่างกฎหมายเฉพาะและกฎหมายเครื่องหมายการค้า ซึ่งความแตกต่างนี้เป็นไปตามข้อ 22.2 ความตกลง TRIPS ซึ่งข้อดังกล่าวบัญญัติเพียงว่าประเทศสมาชิกใช้มาตรการที่จำเป็นเพื่อการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มาตรการดังกล่าวจึงเป็นกฎหมายรูปแบบใดก็ได้

ประการที่สอง กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศสมาชิกอาเซียนต้องมีคำนิยามศัพท์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่สอดคล้องกับข้อ 22.1 ความตกลง TRIPS สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงหมายถึงการบ่งชี้

⁵ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2560). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน. สืบค้น 27 มิถุนายน 2560 จาก http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=1074&Itemid=859.

⁶ เอกกรินทร์ วิริโย. (2559). พัฒนาการของทรัพย์สินทางปัญญาในอาเซียน. บทบัณฑิตย. เล่มที่ 72 ตอน 3 กรกฎาคม-กันยายน 2559. น.52.

แหล่งกำเนิดของสินค้า ซึ่งแหล่งกำเนิดของสินค้านี้เป็นแหล่งผลิตสินค้าภายในประเทศสมาชิก ภูมิภาค หรือท้องถิ่น โดยแหล่งกำเนิดของสินค้าแห่งนี้ได้ก่อให้เกิดคุณภาพ ชื่อเสียง เอกลักษณ์แก่สินค้า เมื่อสินค้านี้ได้ผลิตขึ้นภายในแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์แห่งนั้น และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่มีระยะเวลาสิ้นสุดความคุ้มครอง

ประการที่สาม กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศสมาชิกอาเซียนใช้กับสินค้า แต่ไม่ใช้กับบริการ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นผลจากข้อ 22.1 ความตกลง TRIPS ที่บัญญัติว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ใช้กับสินค้า และด้วยประเทศสมาชิกอาเซียนมีสินค้าที่หลากหลาย ประเทศสมาชิกอาเซียนจึงขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าหลายประเภท เช่น สุราไวน์ อาหาร ผลผลิตทางการเกษตร หัตถกรรม ผ้าไหม ข้าว เป็นต้น

นอกจากนี้ หากข้อ 22 ถึงข้อ 24 ความตกลง TRIPS ไม่บัญญัติเรื่องใดไว้ ประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถบัญญัติเรื่องดังกล่าวไว้ในกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศสมาชิกอาเซียนจึงมีเนื้อหาบางประการที่แตกต่างกันไป ตามที่รัฐบาลแต่ละประเทศได้กำหนดไว้ในแนวนโยบายแห่งรัฐ เช่น ระบบขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือระบบความคุ้มครองอย่างอัตโนมัติ บุคคลผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คำนิยามศัพท์สินค้า คำนิยามศัพท์แหล่งภูมิศาสตร์ เป็นต้น

3. มาตรการกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยและกลุ่มประเทศที่เลือกศึกษา เพื่อการปกป้องสินค้าอาหาร

ส่วนกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยและกลุ่มประเทศที่เลือกศึกษาสี่ประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศสิงคโปร์ ประเทศอินเดีย โดยสามประเทศแรกเป็นสมาชิกประเทศสมาชิกอาเซียน และประเทศอินเดียเป็นสมาชิกกรอบความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับประเทศคู่เจรจาหรือในชื่อเรียกว่า ASEAN Plus Six (ASEAN+6) หรือในชื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคของอาเซียน (Regional Comprehensive Economic Partnership – RCEP) ผลการศึกษาพบว่า กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเทศไทยและสี่ประเทศที่เลือกศึกษามีรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 มาตรการกฎหมายเฉพาะพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 เพื่อการปกป้องประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และการรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นในสินค้าอาหารไทย

สำหรับรัฐบาลไทยที่มีนโยบายส่งเสริมชุมชนเพื่อการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งตั้งแต่ พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการตามนโยบายดังกล่าว และเมื่อพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 เป็นกฎหมายสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้ประกอบเหล่านี้จึงต้องเรียนรู้และเข้าใจพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 และกฎกระทรวงว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการขอขึ้นทะเบียน การประกาศโฆษณา การคัดค้าน และการโต้แย้งคำคัดค้านการขึ้นทะเบียน การอุทธรณ์และการแก้ไข

หรือเพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2547 ที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย พ.ศ.2546 ซึ่งกฎหมายดังกล่าวมีสาระสำคัญ ดังนี้

ประการแรก พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 เป็นกฎหมายสำคัญที่กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข เพื่อการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าไม่ใช่งานบริการ และชุมชนได้ไปซึ่งสิทธิผูกขาดใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าของตน แต่ชุมชนไม่ได้สิทธิผูกขาดในภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งกรณีเช่นนี้เป็นไปตามข้อ 22.1 ความตกลง TRIPS ที่ใช้คำว่า “identify a good” ทำให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมายจึงเป็นชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ต้องบ่งบอกได้ว่า สินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ โดยสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวเป็นได้ทั้งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง (Direct Geographical Indication) ก็คือชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ต่างๆ เช่น แม่น้ำ ภูเขา จังหวัด เป็นต้น หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยอ้อม (Indirect Geographical Indication) ที่เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงแหล่งภูมิศาสตร์ที่ผลิตสินค้า เช่น ยาโม อันหมายถึงจังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น

ประการที่สอง การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีผลต่อสิทธิใช้ตราสัญลักษณ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย แต่ชุมชนไม่มีสิทธิใช้อย่างอัตโนมัติ และเฉพาะผู้ผลิตสินค้านั้นซึ่งอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้นกล่าว หรือผู้ประกอบการค้าเกี่ยวกับสินค้าตามมาตรา 25 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 เท่านั้นที่มีสิทธิใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย โดยบุคคลทั้งสองต้องปฏิบัติตามกฎกระทรวงว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการเกี่ยวกับการขอขึ้นทะเบียน การประกาศโฆษณา การคัดค้าน และการโต้แย้งคำคัดค้านการขึ้นทะเบียน การอุทธรณ์และการแก้ไขหรือเพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2547 เพื่อการได้รับหนังสืออนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย บุคคลนั้นจึงมีสิทธิใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยภายในระยะเวลาอันจำกัด และบุคคลดังกล่าวมีสิทธิขออนุญาตให้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยใหม่ได้เสมอ

ประการที่สาม ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หนึ่งสามารถใช้กับสินค้าอาหารไทยได้มากกว่าหนึ่งประเภทหรือใช้ร่วมกับสินค้าอื่นได้ แต่กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ต้องขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้านั้นแล้ว โดยสินค้านั้นอาจเป็นสินค้าใดๆ ก็ได้ ซึ่งปัจจุบันนายทะเบียน กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้จำแนกสินค้าในระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ออกเป็น 7 ประเภท⁷ เช่น ผลผลิตทางการเกษตร อาหาร หัตถกรรม เป็นต้น

อีกทั้ง การที่ประเทศไทยใช้ระบบขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ก็ตั้งอยู่บนสิทธิชุมชน ผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงไม่ได้ไปซึ่งสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ชุมชนต่างหากที่เป็นเจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยัง

⁷ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2560). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน. สืบค้น 27 มิถุนายน 2560 จาก http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=1074&Itemid=859.

ต้องเป็นบุคคลตามมาตรา 7 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 เท่านั้น ซึ่งมาตราดังกล่าวบัญญัติว่า ผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ รวมถึงองค์กรอื่นของรัฐที่เป็นนิติบุคคล หรือบุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล นิติบุคคล หรือกลุ่มผู้บริโภค องค์กรผู้บริโภคสินค้า

ด้านผลการปฏิบัติงานกรมทรัพย์สินทางปัญญา ปรากฏตามข้อมูลกรมทรัพย์สินทางปัญญาเพียงวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ.2558 ว่า ประเทศไทยขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสินค้าอาหารไทย 12 รายการ สินค้าอาหารไทยจำนวนดังกล่าวจำแนกออกเป็นกับข้าวจำนวน 5 รายการ ขนม 2 รายการ เครื่องดื่ม 4 รายการ และแฮมและโปรชชูดโต ดิ บาร์มาของต่างชาติ 1 รายการ ทั้งนี้ปรากฏว่า สินค้าอาหารในการศึกษาขนมหม้อแกงเมืองเพชรเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ขึ้นทะเบียนรายการเดียว แต่สินค้าอาหารไทยต้มยำกุ้ง แกงมัสมั่น ขนมสาลี่เมืองสุพรรณไม่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย

ส่วนสาเหตุที่สินค้าอาหารไทยต้มยำกุ้ง แกงมัสมั่น ขนมสาลี่เมืองสุพรรณไม่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย ก็เพราะสินค้าทั้งสามมีเอกลักษณ์ที่รสชาติ สีสัน เอกลักษณ์ดังกล่าวไม่ใช่คุณลักษณะเฉพาะตามคำนิยามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 และผู้ผลิตสินค้าทั้งสามประเภทใช้วัตถุดิบจากแหล่งใดก็ได้ สินค้าอาหารทั้งสามจึงขาดคุณสมบัติความเชื่อมโยงคุณลักษณะเฉพาะของตัวสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์ แม้ว่าสินค้าอาหารไทยเป็นสิ่งของที่สามารซื้อขาย แลกเปลี่ยน หรือโอนกันได้ตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ก็ตาม

ขณะที่ประเทศไทยยังมีสินค้าอาหารไทยอีกจำนวนมากที่ไม่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นแกงเขียวหวาน แกงส้ม ต้มข่าไก่ เป็นต้น ทั้งหมดนี้อธิบายได้ด้วยผลการศึกษาในรายงานการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ตามประเพณีที่ผลิตขึ้นในท้องถิ่น ค.ศ. 2010 ขององค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization หรือชื่อย่อ UNIDO) ซึ่งรายงานฉบับนี้สรุปว่าชุมชนได้ประโยชน์น้อยมากจากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากสินค้าชุมชนไม่มีคุณภาพเชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ พร้อมกันนี้องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติจำแนกสินค้าผลผลิตทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท ประเภทแรกผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากประเพณีวัฒนธรรมในท้องถิ่น (Traditional products of regional origin) ประเภทที่สองสินค้าที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่สินค้านี้ไม่มีคุณภาพชื่อเสียง คุณลักษณะเฉพาะที่เชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ที่ผลิตสินค้า และประเภทสุดท้ายสินค้าในระบบกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ Institutionalized Geographical Indications โดยสินค้าประเภทสุดท้ายนี้มีจำนวนน้อยกว่าสองประเภทแรก⁸

อนึ่ง ผู้วิจัยยังพบว่า นับตั้งแต่สมัยอยุธยาเป็นต้นมา ชาวไทยไม่มีธรรมเนียมใช้ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์แบบชาวตะวันตก แต่ชาวไทยนิยมใช้คำว่า “ย่าน” “ตลาด” เพื่อระบุสถานที่ที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า

⁸ United Nations Industrial Development Organization. (2010). Adding value to traditional products of regional origin. Vienna, AT: United Nations Industrial Development Organization Investment and Technology Services Branch.

(มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2558) บางครั้งชาวไทยก็ใช้สัญลักษณ์อื่นๆ ที่บ่งบอกถึงแหล่งภูมิศาสตร์ที่จำหน่ายสินค้า แต่สัญลักษณ์นี้กลับไม่ใช่ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ตามแบบชาวตะวันตก ซึ่งแหล่งภูมิศาสตร์แบบชาวตะวันตกต้องระบุพื้นที่ชัดเจน หรือกล่าวได้ว่าแหล่งภูมิศาสตร์ต้องอธิบายในรูปแผนที่ และแผนที่แหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าวยังต้องสามารถลากเส้นยาวต่อเนื่องกัน เช่น เขตจังหวัด เขตอำเภอ เป็นต้น รวมทั้งแง่การผลิตสินค้าอาหารไทย ชาวไทยก็นิยมใช้วัตถุดิบผลิตอาหารจากหลายแหล่งผลิต ทั้งหมดนี้ล้วนไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546

ผลลัพธ์คือประเทศไทยจึงไม่อาจขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าอาหารไทย ทั้งๆ ที่สินค้าอาหารไทยมีจำนวนมาก และสินค้าอาหารไทยบางรายการคือสัญลักษณ์ความเป็นคนไทย เช่น สินค้าอาหารต้มยำกุ้ง ซึ่งคนทั่วโลกรู้จักว่า สินค้าดังกล่าวคืออาหารไทย เป็นต้น

3.2 กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศสมาชิกอาเซียนและประเทศอินเดียที่เลือกศึกษาเพื่อ การปกป้องสินค้าอาหาร

สำหรับกลุ่มประเทศที่เลือกศึกษาสี่ประเทศ คือประเทศมาเลเซีย ประเทศอินโดนีเซีย ประเทศสิงคโปร์ และประเทศอินเดีย ทั้งสี่ประเทศได้ใช้มาตรการกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน 3 ประเภท คือ

ประเภทแรก มาตรการกฎหมายเฉพาะเพื่อการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ประเทศในกลุ่มนี้ประกอบด้วยประเทศมาเลเซียและประเทศอินเดีย ทั้งสองประเทศเป็นสมาชิกความตกลง TRIPS ขององค์การการค้าโลก กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้งสองประเทศจึงมีคำนิยามศัพท์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายคลึงกัน และสอดคล้องกับข้อ 22.1 ความตกลง TRIPS ตามหลักมาตรฐานขั้นต่ำ เช่น มาตรา 2 พระราชบัญญัติ Laws of Malaysia Act 602 Geographical Indications Act 2000 ของประเทศมาเลเซียที่บัญญัติว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึงการบ่งชี้ถึงเอกลักษณ์ของสินค้า เพราะสินค้านี้ผลิตขึ้นในประเทศหรือดินแดนหรือท้องถิ่นหรือภูมิภาค ซึ่งสถานที่ดังกล่าวได้ก่อเกิดคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ ของสินค้า เป็นต้น

สำหรับประเทศอินเดียในมาตรา 1 (3) (e) พระราชบัญญัติ The Geographical Indications of goods (Registration and Protection) Act 1999 ได้เพิ่มเติมข้อความตอนท้าย คำนิยามศัพท์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อการรองรับธรรมเนียมการผลิตสินค้าของชาวอินเดียว่า “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึงสินค้าที่ถูกผลิตเพียงขั้นตอนหนึ่งในพื้นที่ หรือสินค้าที่ถูกผลิตบางขั้นตอนในพื้นที่ หรือสินค้าที่ถูกเตรียมในพื้นที่ ซึ่งพื้นที่ดำเนินการดังกล่าว ซึ่งพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ในดินแดน ภูมิภาค หรือท้องถิ่น” (goods are manufactured goods one of the activities of either the production or of processing or preparation of the goods concerned takes place in such territory, region or locality) ข้อความที่

เพิ่มขึ้นดังกล่าวมีที่มาจากแนวนโยบายแห่งรัฐ ซึ่งอาร์มบทความตกลง TRIPS ได้อนุญาตไว้ ประเทศอินเดีย จึงบัญญัติค่านิยมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวได้และไม่ขัดต่อข้อ 22.1 ความตกลง TRIPS

ส่วนค่านิยมศัพท์สินค้าและการจำแนกประเภทสินค้า ประเทศมาเลเซียและประเทศอินเดียกลับมีความแตกต่างกัน โดยประเทศมาเลเซียได้บัญญัติค่านิยมศัพท์สินค้าไว้ในพระราชบัญญัติ Laws of Malaysia Act 602 Geographical Indications Act 2000 และกฎหมายดังกล่าวให้อำนาจแก่นายทะเบียน นายทะเบียนมีอำนาจใช้ดุลพินิจจำแนกประเภทสินค้า ซึ่งปัจจุบันนายทะเบียนได้ประกาศใช้ข้อ 5 กฎกระทรวง Geographical Indications Regulations 2001 ว่าด้วยการจำแนกประเภทสินค้า โดยข้อ 5 ดังกล่าวสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถูกใช้กับสินค้า 4 จำพวก คือไวน์และสุรา สินค้าอุตสาหกรรม เช่น หัตถกรรม อาหาร เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ทางธรรมชาติ เช่น น้ำแร่ ผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น และสินค้าอื่นๆ แต่ประเทศอินเดียกลับบัญญัติค่านิยมศัพท์สินค้าและจำแนกประเภทสินค้าไว้ในมาตรา 1 (3) (f) The Geographical Indications of goods (Registration and Protection) Act 1999 โดยนายทะเบียนไม่มีอำนาจใช้ดุลพินิจจำแนกประเภทสินค้า

ประเภทที่สอง กฎหมายเครื่องหมายการค้าตามกฎระเบียบ Government Regulation of The Republic of Indonesia Number 51 Year 2007 Regarding Geographical Indications หรือชื่อย่อกฎระเบียบ The GR No.51 ของประเทศอินโดนีเซีย เพื่อการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เหตุจากประเทศอินโดนีเซียคุ้นเคยต่อการใช้กฎหมายเครื่องหมายการค้า รัฐบาลอินโดนีเซียจึงใช้กฎหมายเครื่องหมายการค้า เพื่อปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยในมาตรา 1 กฎระเบียบ The GR No.51 ได้บัญญัติค่านิยมศัพท์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึงเครื่องหมาย (sign) ที่บ่งบอกถึงแหล่งภูมิศาสตร์ที่ผลิตสินค้า และเครื่องหมายดังกล่าวบ่งบอกว่า สินค้าที่ผลิตจากแหล่งภูมิศาสตร์แห่งใดแห่งหนึ่งในประเทศอินโดนีเซียมีคุณภาพ ชื่อเสียง คุณลักษณะเฉพาะ รวมทั้งในมาตรา 2 (2) กฎระเบียบ The GR No.51 ยังให้ค่านิยมศัพท์สินค้าพร้อมจำแนกประเภทสินค้าว่า สินค้าหมายถึงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร อาหาร หัตถกรรม และสินค้าอื่นๆ

ประเภทที่สาม กฎหมายระบบผสมระหว่างกฎหมายเฉพาะและกฎหมายเครื่องหมายการค้า คือพระราชบัญญัติ The Geographical Indications Bill 2014 หรือชื่อย่อกฎหมาย the GI Bill ของประเทศสิงคโปร์ เพื่อการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และรองรับนโยบายการค้าเสรี สืบเนื่องจากนโยบายของรัฐบาลสิงคโปร์ คือการเป็นศูนย์กลางการค้าของโลกและในภูมิภาคประเทศสมาชิกอาเซียน ประเทศสิงคโปร์จึงใช้กฎหมาย the GI Bill ผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงมีสิทธิเลือกว่า ตนต้องการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในรูปเครื่องหมายร่วมหรือเครื่องหมายรับรอง หรือการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าตามกฎหมายเฉพาะ

ส่วนค่านิยมศัพท์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามมาตรา 2 กฎหมาย the GI Bill ที่บัญญัติว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการบ่งชี้ที่ใช้ทางการค้าถึงเอกลักษณ์ของสินค้า เมื่อสินค้านั้นถูกผลิตขึ้นจากสถานที่แห่งหนึ่งในประเทศ หรือภูมิภาค หรือท้องถิ่นในประเทศ และสถานที่ดังกล่าวก่อให้เกิดคุณภาพ ชื่อเสียง หรือ

คุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ แก่สินค้า เนื่องจากสินค้าได้ถูกผลิตขึ้นในสถานที่แห่งนี้ คำนิยามดังกล่าวจึงมีเนื้อหาสอดคล้องกับข้อ 22.1 ความตกลง TRIPS และเป็นการปฏิบัติตามพันธกรณีความตกลง TRIPS ขององค์การการค้าโลก

ด้านคำนิยามศัพท์สินค้าและจำแนกประเภทสินค้า ประเทศสิงคโปร์เลือกนิยามศัพท์ในมาตรา 2 กฎหมาย the GI Bill และใช้ตารางแนบท้ายมาตราดังกล่าว เพื่อการจำแนกประเภทสินค้า ดังปรากฏในข้อ 90 ของตารางแนบท้ายมาตรา 2 กฎหมาย the GI Bill ที่จำแนกประเภทสินค้าในระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 10 ประเภท เช่น สินค้าไวน์สุรา สินค้าอาหารทะเล เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปี 2014 ประเทศสิงคโปร์ยังเป็นประเทศสุดท้ายที่ใช้ระบบขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เหตุผลจากประเทศสิงคโปร์ต้องปฏิบัติตามพันธกรณีความตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศ สิงคโปร์กับประชาคมยุโรป ประเทศสิงคโปร์จึงจำเป็นต้องใช้ระบบขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แทนระบบความคุ้มครองโดยอัตโนมัติ ผลคือประเทศสิงคโปร์ได้เริ่มปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประชาคมยุโรปแล้ว 195 รายการ และประเทศสิงคโปร์ยังยกเลิกการใช้พระราชบัญญัติ Geographical Indications Act (Act No. 44 of 1998) พร้อมกับการประกาศใช้กฎหมาย the GI Bill แทนที่ (An Official Publication of Law Society of Singapore, 2014, p. 37)

ส่วนผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทุกประเทศที่เลือกศึกษาล้วนยอมรับว่า ผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ประเภทหน่วยงานราชการ โดยหน่วยราชการไม่ต้องมีนิติฐานะเป็นนิติบุคคล และทุกประเทศที่เลือกศึกษายอมรับว่า ผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อาจเป็นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่รูปแบบผู้ผลิตและผู้จำหน่ายดังกล่าวอาจมีความแตกต่างกันไป เช่น ประเทศมาเลเซียผู้ผลิตและผู้จำหน่ายดังกล่าวเป็นองค์กรทางการค้า หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น แต่เฉพาะประเทศอินโดนีเซียเท่านั้นที่ยอมรับว่า กลุ่มผู้บริโภคมีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามมาตรา 5 (3) (c) ตามกฎระเบียบ The GR No.51

เช่นเดียวกับประเทศไทย กลุ่มประเทศที่เลือกศึกษาทุกประเทศถือว่า กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตั้งอยู่บนสิทธิชุมชนหรือสิทธิร่วมของชุมชน ชุมชนเป็นเจ้าของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ใช่ผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าทุกรายในชุมชนจึงมีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามหลักเกณฑ์ที่นายทะเบียนกำหนด และชุมชนสามารถใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างไม่มีระยะเวลาสิ้นสุด ยกเว้นประเทศมาเลเซียและประเทศสิงคโปร์ที่ระบุว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีอายุความคุ้มครอง 10 ปี และต่ออายุความคุ้มครองได้คราวละ 10 ปีตลอดไป แต่ถ้าชุมชนไม่ต่ออายุความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาเพิกถอนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ดังกล่าว⁹

⁹ Lee & Lee Advocates & Solicitors Trade Mark & Patent Agents Singapore. (2014). Singapore Legislation Update - Proposed Amendments to the Geographical Indications Protection Regime. Singapore: SG: Singapore Land Tower.

สำหรับการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสินค้าอาหาร ทุกประเทศที่เลือกศึกษาล้วนได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าอาหาร โดยกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทุกประเทศที่เลือกศึกษามีคำนิยามศัพท์สินค้าว่า สินค้าหมายถึงรวมถึงอาหาร และนายทะเบียนในประเทศมาเลเซียและประเทศสิงคโปร์มีอำนาจใช้ดุลพินิจ เพื่อการจำแนกประเภทสินค้าเพิ่มเติมในอนาคต รวมทั้งชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หนึ่งสามารถใช้กับสินค้ามากกว่าหนึ่งรายการ เช่น ประเทศมาเลเซีย หน่วยงาน Perbadanan Harta Intelek Malaysia (MyIPO) นำเสนอในรายงานประจำปี 2015 ว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ซาราวักใช้กับสินค้าพริกไทย ข้าว มะเขือ และสินค้าอาหารประเภทขนม Sarawak Layered Cake เป็นต้น¹⁰

4. วิเคราะห์การใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ที่มีผลต่อการปกป้องสินค้าอาหารไทยในเชิงพาณิชย์และรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นสินค้าอาหารไทย

จากผลการศึกษากฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีถึง 3 รูปแบบ ทั้งๆ ที่ประเทศสมาชิกอาเซียนเข้าสู่สถานะการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว หรืออีกนัยหนึ่งประเทศสมาชิกอาเซียนได้เป็นเขตเศรษฐกิจเดียวกันแล้ว ประกอบกับกฎหมาย สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทุกประเทศที่เลือกศึกษาก็ไม่ปกป้องภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทุกประเทศที่เลือกศึกษากลับมีผลทางอ้อมต่อการรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ภายใต้เงื่อนไขว่า トラบโดชุมชนยังผลิตและจำหน่ายสินค้าในระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ชุมชนยังคงใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อผลิตสินค้าดังกล่าวต่อไป ภูมิปัญญาท้องถิ่นดังกล่าวก็ย่อมไม่สูญหาย ทั้งหมดนี้ส่งผลการวิเคราะห์ใน 2 ประเด็นใหญ่ๆ คือ

ประเด็นแรก ประเทศไทยยังควรใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ต่อไป ในฐานะที่กฎหมายดังกล่าวเป็นกฎหมายเฉพาะ เพื่อชุมชนผูกขาดสิทธิใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเชิงพาณิชย์ และชุมชนยังคงรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นสินค้าอาหารไทย ซึ่งผู้วิจัยมีเหตุผลสนับสนุน ดังนี้

ประการแรก กฎหมายเฉพาะมีมาตรฐานความคุ้มครองสูงกว่ากฎหมายเครื่องหมายการค้า และกฎหมายระบบผสมเพื่อปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งความเห็นนี้สอดคล้องกับนักนิติศาสตร์ชาวอินโดนีเซีย Almusawir Nansa ซึ่ง Almusawir ที่มีความเห็นว่า ประเทศอินโดนีเซียควรเปลี่ยนการใช้กฎระเบียบ The GR No.51 ในกฎหมายเครื่องหมายการค้ามาสู่กฎหมายเฉพาะ เพื่อยกระดับการปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยประเทศอินโดนีเซียสามารถใช้ต้นแบบจากประเทศไทยและประเทศมาเลเซีย¹¹

ประการที่สอง กฎหมายระบบผสมระหว่างกฎหมายเครื่องหมายการค้าและกฎหมายเฉพาะเพื่อปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กฎหมายดังกล่าวสร้างความสับสนแก่ผู้บริโภค และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและประเทศสิงคโปร์เท่านั้นที่ใช้กฎหมายระบบผสม ประกอบกับผู้บริโภคมักพบความสับสนใน

¹⁰ Zainol, Z.A. (2013). Relevancy of Geographical Indications for SMES. Tech Monitor, 31-33.

¹¹ Bangun, J.A. (2011). Legal Protection of Geographical Indication in Indonesia. IP Theses IP Community, 14, 17.

การเลือกซื้อสินค้า เมื่อผู้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน แต่ผู้ผลิตนั้นกลับใช้ทั้งตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เครื่องหมายร่วม เครื่องหมายรับรอง จนผู้บริโภคยากตัดสินใจว่า ตนควรเลือกซื้อสินค้าภายใต้ตราหรือเครื่องหมายใด หลายประเทศทั่วโลกจึงไม่ใช้กฎหมายระบบสมระหว่างกฎหมายเครื่องหมายการค้าและกฎหมายเฉพาะเพื่อปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ข้อมูลนี้สอดคล้องกับรายงาน Guide to Geographical Indications ขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development - OECD) ที่ระบุว่า ปัจจุบันประเทศที่ใช้กฎหมายเฉพาะเพื่อปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีจำนวน 111 ประเทศ ประเทศที่ใช้กฎหมายเครื่องหมายการค้าเพื่อปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีจำนวน 56 ประเทศ และประเทศที่เลือกใช้กฎหมายระบบสมระหว่างกฎหมายเครื่องหมายการค้าและกฎหมายเฉพาะเพื่อปกป้องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีเพียง 2 ประเทศ คือประเทศสิงคโปร์ และประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน¹²

ประเด็นที่สอง แม้ประเทศไทยควรใช้กฎหมายเฉพาะ คือพระราชบัญญัติคุ้มครอง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ต่อไป แต่กฎหมายฉบับนี้ควรแก้ไขเนื้อหาบางประการ เพื่อรองรับกระบวนการผลิตสินค้าอาหารไทย และเป็นไปตามมติของคณะทำงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาอาเซียน รวมทั้งกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่จะเกิดขึ้นต้องสอดคล้องกับข้อ 22 ถึงข้อ 24 ความตกลง TRIPS เพื่อที่กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตั้งอยู่บนหลักความสอดคล้อง หลักการผูกขาดสิทธิใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และหลักความจำเป็นในการรักษาสมดุล ดังนี้

กรณีแรก การเพิ่มเติมคำนิยามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 เพื่อรองรับกระบวนการผลิตสินค้าอาหารไทย ซึ่งชุมชนใช้วัตถุดิบจากหลายพื้นที่ วัตถุดิบเหล่านี้ถูกนำมารวมกัน และชุมชนจึงผลิตสินค้าในแหล่งภูมิศาสตร์ของตนเท่านั้น แม้ว่าปัจจุบันคำนิยามศัพท์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมายเป็นไปตามหลักความสอดคล้องกับข้อ 22.1 ความตกลง TRIPS อยู่แล้ว และกรรมทรัพย์สินทางปัญญายอมรับกระบวนการผลิตสินค้าของชุมชนดังกล่าว เช่น ขนมหม้อแกงเมืองเพชร ทะเบียนเลขที่ 56100049 ข้อ 5 คุณภาพ ชื่อเสียง คุณสมบัติหรือคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าที่ระบุว่า ชุมชนชาวเพชรบุรีต้องใช้วัตถุดิบในจังหวัดตนเพียงน้ำตาลโตนด แต่วัตถุดิบอื่นสามารถนำเข้าจากพื้นที่อื่นได้ เช่น ไข่เป็ด เม็ดบัว หัวกระเทียมขึ้น เป็นต้น

ประเทศไทยจึงควรแก้ไขคำนิยามศัพท์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อรองรับกรรมวิธีการผลิตสินค้าอาหารไทยของชาวไทย และเป็นไปตามการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของกรรมทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งการแก้ไขดังกล่าวยังสนับสนุนนโยบายแห่งรัฐครัวไทยสู่ครัวโลกของรัฐบาลไทย ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้ต้นแบบตามมาตรา 1 (3) (e) พระราชบัญญัติ The Geographical Indications of goods (Registration and Protection) Act 1999 ของประเทศอินเดีย ประเทศไทยจึงควรเพิ่มข้อความตอนท้ายมาตรา 3

¹² Giovannucci, D., Josling, T., Kerr, W., Connor, B.O., & Yeung, M.T. (2009). Guide to Geographical Indications Linking Products and their origins. Geneva, CH: International Trade Centre, p. 50.

พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ว่า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสินค้าที่ถูกผลิตเพียงขั้นตอนหนึ่งในพื้นที่ หรือสินค้าที่ถูกผลิตบางขั้นตอนในพื้นที่ หรือสินค้าที่ถูกเตรียมในพื้นที่ซึ่งพื้นที่ดำเนินการดังกล่าว ซึ่งพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ในดินแดน ภูมิภาค หรือท้องถิ่น

กรณีที่สอง การแก้ไขคำนิยามสินค้าตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 เพื่อสินค้าอาหารไทยเป็นสินค้าตามมาตราดังกล่าว และในอนาคตนายทะเบียน กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์มีอำนาจใช้ดุลพินิจจำแนกประเภทสินค้าใหม่ๆ โดยการแก้ไขนี้เป็นตามหลักการย่อยของหลักนิติรัฐที่ว่า “ไม่มีกฎหมาย ไม่มีอำนาจ และไม่กระทำเกินกว่ากฎหมายให้อำนาจ” และสอดคล้องกับแนวปฏิบัติของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งปัจจุบันกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ได้จำแนกประเภทสินค้าเป็น 7 ประเภท รวมทั้งการแก้ไขยังเป็นแนวทางเดียวกับพระราชบัญญัติ Laws of Malaysia Act 602 Geographical Indications Act 2000 ของประเทศมาเลเซีย ประเทศไทยจึงควรเพิ่มเติมข้อความตอนท้ายคำนิยามสินค้ามาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ว่า “สินค้าอื่นๆ ตามที่นายทะเบียนกำหนด”

กรณีที่สาม การแก้ไขคำนิยามแหล่งภูมิศาสตร์มาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 เพื่อรองรับการใช้ชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของชาวไทย สาเหตุจากปัจจุบันคำนิยามแหล่งภูมิศาสตร์ตามมาตราดังกล่าวตั้งอยู่อิทธิพลชาวตะวันตก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดการทำแผนที่ ซึ่งผู้ขอขึ้นทะเบียนต้องเสนอแผนที่แนบท้าย โดยแผนที่เป็นการลากเส้นยาวต่อเนื่องผ่านภูมิประเทศต่างๆ ไม่ว่าภูเขา แม่น้ำ เพื่อการแสดงขอบเขต เนื้อที่ของชุมชน ดังปรากฏในทะเบียนเลขที่ สช 56100049 ขนมหม้อแกงเมืองเพชร ในข้อ 7 ขอบเขตที่ตั้งแหล่งภูมิศาสตร์ระบุว่า ขอบเขตพื้นที่การผลิตขนมหม้อแกงเมืองเพชรครอบคลุมพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ในเขตพื้นที่ 8 อำเภอได้แก่อำเภอเมือง อำเภอบ้านลาด...รายละเอียดตามแผนที่แนบ เป็นต้น

แท้จริงแล้ว ชุมชนชาวไทยกลับใช้สัญลักษณ์หรือชื่อสถานที่สำคัญเพื่อการบ่งบอกสถานที่จำหน่ายสินค้า สถานที่นี้อาจไม่ใช่แหล่งผลิตสินค้า และสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงสถานที่ก็อาจไม่อยู่ในรูปแบบที่แบบชาวตะวันตก แต่สัญลักษณ์ดังกล่าวเป็นที่ตั้งชุมชน เช่น ตลาด ย่าน ชื่อสถานที่ใกล้เคียง เป็นต้น ประเทศไทยจึงควรเพิ่มความต่อท้ายคำนิยามแหล่งภูมิศาสตร์ว่า “สัญลักษณ์หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนท้องถิ่น” เพื่อสอดคล้องกับธรรมเนียมการใช้แหล่งภูมิศาสตร์ของชาวไทย

กรณีสุดท้าย การแก้ไขผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามมาตรา 7 (1) พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ซึ่งผู้วิจัยเสนอว่า องค์กรอื่นของรัฐไม่ต้องเป็นนิติบุคคล องค์กรดังกล่าวย่อมขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ เพราะผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ได้สิทธิและไม่มีควมรับผิดชอบทางกฎหมาย นิติฐานะขององค์กรรัฐจึงเป็นองค์ประกอบที่ไม่จำเป็น ประกอบกับองค์กรรัฐที่ไม่เป็นนิติบุคคลมักเป็นองค์กรรัฐในท้องถิ่น ซึ่งองค์กรรัฐเหล่านี้มีหน้าที่จัดบริการสาธารณะกับชุมชน ไม่ว่าพาณิชย์จังหวัด หรือองค์กรรัฐอื่นๆ เพื่อการส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มขึ้น และเป็นไปแนวทางเดียวกับกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กลุ่มประเทศที่เลือกศึกษา องค์กรอื่นของรัฐจึงไม่ต้อง

เป็นนิติบุคคล ดังเช่นที่มาตรา 11 (b) พระราชบัญญัติ Laws of Malaysia Act 602 Geographical Indications Act 2000 ของประเทศมาเลเซียที่บัญญัติว่า ผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย เป็นต้น

ส่วนภูมิปัญญาท้องถิ่นสินค้าอาหารไทยยังคงสถานะเป็นงานสาธารณะต่อไป ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวเป็นไปตามหลักจำเป็นรักษาสมดุล (need to balance) ตามความตกลง TRIPS ซึ่งอาร์มภทความตกลง TRIPS ระบุว่า ความตกลง TRIPS มีเจตนารมณ์ปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของปัจเจกชนไม่ใช่ภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ประเทศไทยก็สามารถแก้ไขพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ได้เพื่อรองรับธรรมเนียมการผลิตสินค้าอาหารไทย ธรรมเนียมการใช้แหล่งภูมิศาสตร์ของชาวไทย ซึ่งการแก้ไขนี้ไม่ขัดต่อพันธกรณีความตกลง TRIPS เพราะการแก้ไขดังกล่าวเป็นนโยบายแห่งรัฐ ซึ่งอาร์มภทความตกลง TRIPS ได้ยอมรับ

5. บทสรุป

สุดท้ายนี้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 จึงเป็นกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญ และเมื่อพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 เกิดขึ้นจากข้อ 22 ถึงข้อ 24 ความตกลง TRIPS ร่วมกับมติใช้ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเชิงพาณิชย์ของคณะทำงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาอาเซียน เพื่อการใช้ประโยชน์จากกฎหมายฉบับนี้ต่อการยกระดับมาตรฐานสินค้า และพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตสินค้าชุมชน รวมทั้งรองรับรองรับธรรมเนียมการผลิตสินค้าอาหารไทย ธรรมเนียมการใช้แหล่งภูมิศาสตร์ของชาวไทย ประเทศไทยจึงควรแก้ไขคำนิยามศัพท์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้า และแหล่งภูมิศาสตร์ตามมาตรา 3 พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ซึ่งการแก้ไขนี้มีผลต่อการเพิ่มโอกาสขึ้นทะเบียนสินค้าอาหารไทยในระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จัดอุปสรรคด้านผู้ขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทำให้องค์กรของรัฐที่ไม่เป็นนิติบุคคลสามารถขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้

บรรณานุกรม

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2556). การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GIs) ในกรอบอาเซียน. วารสารทรัพย์สินทางปัญญา, 21, น.18-26.
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2560). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน. สืบค้น 27 มิถุนายน 2560 จาก http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=1074&Itemid=859.
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2560). อาเซียนรุกรานด้านทรัพย์สินทางปัญญา จับมือจัดทำแผนปี 2016 – 2025. สืบค้น 30 มิถุนายน 2560 จาก <http://www.ipthailand.go.th/>
- มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. (2558). ชาวจีนในสมัยกรุงศรีอยุธยา. สืบค้น 21 พฤศจิกายน 2558 จาก <http://www.ayutthayastudies.aru.ac.th/content/view/156/32/>
- เอกรินทร์ วิริโย. (2559). พัฒนาการของทรัพย์สินทางปัญญาในอาเซียน. บทบัณฑิต. เล่มที่ 72 ตอน 3 กรกฎาคม-กันยายน 2559. น.52.
- หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ (2555). อาหารไทย “แกงเขียวหวานไก่” ต่างชาติสนใจออกลิขสิทธิ์...?. สืบค้น 2 เมษายน 2558 จาก <http://m.dailynews.co.th/Article.do?contentId=119115>
- An Official Publication of Law Society of Singapore. (2014, July). An Enhanced Regime for the Protection of Geographical Indications in Singapore. Singapore Law Gazette, 30-37.
- Bangun, J.A. (2011). Legal Protection of Geographical Indication in Indonesia. IP Theses IP Community, 14, 17.
- Giovannucci, D., Josling, T., Kerr, W., Connor, B.O., & Yeung, M.T. (2009). Guide to Geographical Indications Linking Products and their origins. Geneva, CH: International Trade Centre.
- Lee & Lee Advocates & Solicitors Trade Mark & Patent Agents Singapore. (2014). Singapore Legislation Update - Proposed Amendments to the Geographical Indications Protection Regime. Singapore : SG: Singapore Land Tower.
- United Nations Industrial Development Organization. (2010). Adding value to traditional products of regional origin. Vienna, AT : United Nations Industrial Development Organization Investment and Technology Services

Branch.

The World Trade Organization (WTO), (2560). "Members and Observers"

https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm

Zainol, Z.A. (2013). Relevancy of Geographical Indications for SMES. Tech Monitor, 31-33.