

## ความรู้เบื้องต้น เรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications หรือ GI) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความเชื่อมโยง (Links) ระหว่างปัจจัยสำคัญสองประการ คือ ธรรมชาติและมนุษย์ กล่าวคือ ชุมชนได้อาศัยลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ หรือวัตถุพิเศษเฉพาะในพื้นที่ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นของตนขึ้นมา ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ดังกล่าว คุณลักษณะพิเศษนี้อาจหมายถึง คุณภาพ ชื่อเสียงหรือคุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คืออะไร?

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นี้ อาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง (Direct Geographical Indication) กล่าวคือ เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น ๆ โดยตรง เช่น ไชยา เพชรบูรณ์ เป็นต้น
2. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยอ้อม (Indirect Geographical Indication) กล่าวคือ เป็นสัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ไม่ใช่ชื่อทางภูมิศาสตร์ ซึ่งใช้เพื่อบ่งบอกแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งกำเนิดหรือแหล่งผลิตของสินค้า เช่น สัญลักษณ์ประจำอำเภอ หรือจังหวัด รูปยาโม รูปห่อไอเฟล เป็นต้น

เงื่อนไขการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คืออะไร?

สินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มักจะเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยม เนื่องจากมีคุณสมบัติพิเศษหรือมีลักษณะเฉพาะที่เกิดจากอิทธิพลสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ เช่น สภาพแวดล้อม ดิน ฟ้า อากาศ ของแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ตลอดจนทัศนทัศนะความชำนาญและภูมิปัญญาของกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ประกอบด้วย

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความแตกต่างจากทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่น กล่าวคือ ผู้เป็นเจ้าของไม่ใช่บุคคลหนึ่งบุคคลใดแต่เป็นกลุ่มชุมชนที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ผลิตที่อาศัยอยู่ในสถานที่หรือแหล่งภูมิศาสตร์ และผู้ประกอบการเกี่ยวกับสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเท่านั้น ที่มีสิทธิผลิตสินค้านั้นๆ โดยใช้ชื่อทางภูมิศาสตร์นั้น

ได้ ผู้ผลิตคนอื่นที่อยู่นอกแหล่งภูมิศาสตร์จะไม่สามารถผลิต สินค้าโดยใช้ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ เดียวกันมาแข่งขันได้ สิทธิในลักษณะดังกล่าวนี้ นักวิชาการบางท่านเรียกว่า “สิทธิชุมชน” ซึ่งไม่สามารถนำสิทธิที่ได้รับไปอนุญาตให้บุคคลอื่นใช้ต่อได้ ผู้ที่อยู่ในพื้นที่แหล่งภูมิศาสตร์เท่านั้นที่มี สิทธิใช้

การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยทั่วไป อาจแบ่งได้เป็น 2 ระดับ คือ

ระดับปกติ ใช้กับสินค้าทั่วไปโดยมุ่งป้องกันมิให้มีการนำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปใช้ในลักษณะที่ จะทำให้คนสับสนหลงผิดในแหล่งที่มาของสินค้านั้น เช่น ผู้ผลิตไข่เค็มที่เชียงใหม่ ไม่สามารถใช้คำว่า “ไข่เค็มไชยา” กับสินค้าของตนได้ หากทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด คิดว่าไข่เค็มของตนมาจาก อำเภอไชยา

ระดับพิเศษ ใช้กับสินค้าเฉพาะอย่าง (ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง) เป็นการห้ามการใช้สิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์นั้นทุกกรณี แม้จะไม่ได้ทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดก็ตาม เพื่อคุ้มครองมิให้มีการ แสดงให้ทราบถึงแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าโดยใช้คำว่า “ชนิด” หรือ “แบบ” หรือคำทำนอง เดียวกัน อย่างไรก็ตาม ภายใต้ความตกลงระหว่างประเทศ TRIPS ได้กำหนดมาตรฐานขั้นต่ำที่ทุก ประเทศสมาชิก WTO จะต้องให้ความคุ้มครองสินค้าประเภท ไวน์ และสุรา ในระดับพิเศษ ตัวอย่างการคุ้มครอง GI ในระดับพิเศษนี้ เช่น ผู้ผลิตไวน์ในประเทศไทยไม่สามารถใช้คำว่า “Borbeaux” ได้เลย ไม่ว่าจะเป็นการอ้างโดยอ้อม เช่น ผลิตแบบ Borbeaux หรือชนิดเหมือน Borbeaux หรือแม้จะได้ระบุไว้ชัดเจนแล้วว่าเป็นไวน์ที่ผลิตในไทยก็ตาม เป็นต้น

ประโยชน์ของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คืออะไร?

1) เพื่อคุ้มครองผู้บริโภค

ประโยชน์ข้อนี้อยู่บนแนวคิดที่ว่าผู้บริโภคควรจะได้บริโภคสินค้าหรือบริการที่มี มาตรฐานและ ปลอดภัยตามที่ต้องการ การทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อว่าสินค้านั้นมาจากที่อื่นย่อมเป็นการกระทำที่ ไม่ชอบด้วยกฎหมาย เพราะนอกจากจะทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับสินค้าตามที่ตนต้องการจากฉลาก หรือชื่อที่ใช้แล้ว ยังอาจจะส่งผลกระทบไปยังสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยของประชาชนโดยรวม ในแง่ที่ว่าสินค้านั้นอาจจะไม่มีมาตรฐานอย่างที่ควรจะเป็น

2) เพื่อคุ้มครองผู้ผลิตและป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

ในระบบเศรษฐกิจเสรีทุนนิยมนี้ ถือเป็นภาระกิจสำคัญของรัฐที่จะต้องส่งเสริมการแข่งขันทางการค้าอย่างเป็นธรรม เพื่อให้กลไกตลาดดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการค้าจะต้องไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ค้ารายอื่นอย่างไม่เป็นธรรม กล่าวคือ ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องไม่ฉกฉวยหรือนำเอาชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าไปแอบอ้างโดยทุจริต การอ้างแหล่งผลิตสินค้าโดยมิชอบ เพื่อแสวงประโยชน์จากชื่อเสียงของชุมชนอื่นๆที่ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน ย่อมถือเป็นการกระทำที่ไม่เป็นธรรม

3) เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้ผู้ผลิต และเป็นเครื่องมือทางการตลาด

วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ เพื่อสื่อให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ผลิตขึ้นในประเทศใดประเภทหนึ่ง หรือท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง โดยที่การระบุชื่อประเทศหรือท้องถิ่นดังกล่าวจะต้องทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นมีลักษณะพิเศษต่างไปจากสินค้าจำพวกเดียวกันที่ผลิตขึ้นจากแหล่งอื่น การระบุเช่นนี้จะมีผลทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นมีราคาสูงขึ้นหรือจำหน่ายได้มากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นว่าจะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพตามที่ต้องการจากแหล่งผลิตที่ได้มีการอ้างชื่อ ตัวอย่างชื่อของสินค้าที่อาจจะเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ เช่น ไวน์เคิมไชยา มีดอรัญญิก ส้มอินทรีศรี มะขามหวานเพชรบูรณ์ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ Bordeaux Wine หรือ Irish Whisky เป็นต้น

นอกจากนี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์สินค้านั้นให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในนามของกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งจะช่วยลดภาระในการประชาสัมพันธ์สินค้าของผู้ผลิตแต่ละรายลงได้ ทั้งนี้เพราะการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในทางการตลาดเป็นที่แพร่หลายอยู่แล้วในหลายประเทศ การเพิ่มเครื่องมือทางการตลาดตัวนี้ให้แก่คนไทยย่อมเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในระดับโลกไปในตัว

4) เพื่อให้มีการดูแลรักษามาตรฐานของสินค้า

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีลักษณะเหมือนเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า เนื่องจาก เงื่อนไขของการขอรับความคุ้มครองในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้ขอจะต้องแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่และตัวสินค้า ไม่ว่าจะในแง่ คุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะใดๆ เช่น วิธีการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ ฯลฯ ซึ่งส่งผลถึงคุณภาพเฉพาะของสินค้าจากแหล่งนั้น กลุ่มผู้ผลิตจึงต้องมีส่วนอย่างมากในการช่วยกันรักษาคุณภาพ หรือชื่อเสียงนั้นๆไว้ มิฉะนั้น อาจเข้าเหตุระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้

5) เพื่อช่วยกระจายรายได้สู่ชนบท และส่งเสริมอุตสาหกรรม

เนื่องจากสินค้าที่อาจขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้นั้น โดยมากจะเป็นสินค้าเกษตร เพราะปัจจัยในแง่สภาพดินฟ้าอากาศ หรือสภาพพื้นที่จะส่งผลอย่างมากต่อคุณภาพของสินค้า ซึ่งนำไปสู่ชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นโดยตรง โดยเป็นการดึงเอาชื่อเสียงที่มีการสั่งสมมานานดังกล่าว มาใช้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า และความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับประเทศและในระดับสากล ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายของรัฐบาล

6) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น  
ประโยชน์ในทางอ้อมของการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่มชนในท้องถิ่น ที่ต้องร่วมมือกันพัฒนาคุณภาพของสินค้าของตน สร้างความรู้สึกร่วมกัน ความภาคภูมิใจในถิ่นกำเนิด อันเป็นการสร้างคุณค่าให้กับท้องถิ่นซึ่งจะช่วยลดปัญหาแรงงานชนบทอพยพเข้าสู่เมือง ช่วยรักษามรดกตกทอด ชนบทธรรมเนียม และศิลปะพื้นบ้านของไทยได้อีกด้วย

หลักการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับสากล

คำว่า "สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์" หรือ Geographical Indications: GI เป็นคำกลางๆ ที่ใช้เมื่อมีการกล่าวถึงการให้ความคุ้มครองชื่อหรือเครื่องหมายต่างๆ ที่เป็นชื่อเมือง หรือท้องถิ่น ที่ใช้บนฉลากของสินค้าต่างๆ แท้ที่จริงแล้วคำว่า "สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์" ได้ถูกปรับเปลี่ยนไปเป็นคำอื่นเมื่อถูกอ้างถึงในกฎหมายระหว่างประเทศแต่ละฉบับ เช่น สนธิสัญญากรุงปารีส อาจใช้คำว่า สิ่งบ่งชี้แหล่งที่มา (indication of source) หรือ ในความตกลงกรุงลิสบอน อาจใช้คำว่า สิ่งที่ใช้ระบุแหล่งกำเนิด (appellation of origin) คำที่ใช้ในกฎหมายแต่ละฉบับก็จะมีขอบเขตแตกต่างกันไปดังจะได้กล่าวถึงดังต่อไปนี้

### 3.1 Indication of source

คำว่า "indication of source" ได้ถูกระบุไว้ในสนธิสัญญากรุงปารีส (the Paris Convention) มาตรา 1(2) และ 10 และได้ถูกอ้างถึงในความตกลงกรุงมาดริด (the Madrid Agreement for the Repression of False or Deceptive Indications of Source on Goods of 1891) ทั้งฉบับ แต่เป็นที่สังเกตได้ว่ากฎหมายระหว่างประเทศทั้งสองฉบับนี้ไม่ได้ให้คำนิยามของคำว่า "indication of source" ไว้แต่อย่างใด แต่การกล่าวถึง "indication of source" ในความตกลงกรุงมาดริด มาตรา 1(1) อาจทำให้สามารถกำหนดคำนิยามได้ว่าหมายถึง สิ่งที่ใช้อ้างอิงถึงประเทศ หรือสถานที่ในประเทศ ในฐานะที่เป็นประเทศ หรือสถานที่ที่เป็นแหล่งที่มาของสินค้าหรือ

## ผลิตภัณฑ์นั้น

เป็นที่สังเกตได้ว่าคำว่า indication of source นั้นไม่ได้มีเงื่อนไขกำหนดว่าผลิตภัณฑ์ที่มี indication of source ปรากฏอยู่จะต้องมีคุณภาพ หรือลักษณะเฉพาะที่มาจากแหล่งที่มา นั้น เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวได้ถูกผลิตในประเทศ หรือสถานที่ในประเทศที่ระบุใน indication of source ก็เป็นการเพียงพอ ตัวอย่าง indication of source ได้แก่ made in ..... , product of ..... เป็นต้น แม้ว่าประเทศไทยจะไม่ได้เป็นประเทศภาคีสมาชิกของสนธิสัญญากรุงปารีสและความตกลงกรุงมาดริดก็ตาม แต่การใช้ indication of source ก็ได้ปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไป

### 3.2 Appellation of Origin

Appellation of origin เป็นคำที่ใช้ในความตกลงกรุงลิสบอน (the Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration of 1958) ซึ่งได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าหมายถึง ชื่อทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ภูมิภาค หรือ ท้องถิ่น ซึ่งได้ใช้เป็นที่ระบุว่าเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งกำเนิดจากที่นั้นๆ และผลิตภัณฑ์นั้นได้มีคุณภาพและลักษณะเฉพาะเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ของแหล่งที่มา นั้น ซึ่งให้หมายรวมถึงปัจจัยทางธรรมชาติและมนุษย์ด้วย

ข้อแตกต่างระหว่าง indication of source และ appellation of origin คือ ผลิตภัณฑ์ที่มี appellation of origin ปรากฏอยู่ จะต้องมีความเชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดนั้นๆ คือ จะต้องมีความคุณภาพและลักษณะเฉพาะที่มาจากสภาพแวดล้อม ณ แหล่งกำเนิดนั้นๆ แต่ indication of source ไม่ได้กำหนดให้มีความคุณภาพหรือลักษณะดังกล่าว ตัวอย่าง appellation of origin ที่ได้มีการยอมรับและได้ใช้แก่ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ "Bordeaux" สำหรับไวน์ "Noix de Grenoble" สำหรับถั่ว "Tequila" สำหรับสุรบางชนิด หรือ "Jaffa" สำหรับส้ม

### 3.3 Geographical Indication

ความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการค้า หรือที่เรียกว่า TRIPS ได้กำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับการมีไว้ ขอบเขต และการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในเรื่องสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไว้ในข้อ 22 – 24 โดยกำหนดให้ประเทศสมาชิกต้องปฏิบัติตามข้อตกลงการเจรจาการค้าในส่วนที่เกี่ยวข้องกับทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

(1) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือการใช้ชื่อของสถานที่ในท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งของประเทศสมาชิก ประกอบกับสินค้าเพื่อแสดงให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้ทราบถึงแหล่งที่มาของสินค้าว่า คุณภาพ ชื่อเสียง หรือลักษณะอื่นของสินค้านั้นมีส่วนสำคัญมาจากแหล่งกำเนิดทาง

ภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น

(2) ประเทศสมาชิกจะต้องกำหนดให้มีกฎหมายเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อป้องกันมิให้มีการนำสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์อื่นนอกเหนือจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่แท้จริงไปใช้ในลักษณะที่ทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้า หรือก่อให้เกิดการกระทำที่เป็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม

(3) เมื่อมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในเครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าในประเทศสมาชิกในลักษณะที่ทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดเกี่ยวกับสถานที่อันแท้จริงของแหล่งกำเนิด ประเทศสมาชิกจะต้องปฏิเสธหรือเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าซึ่งมีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวกับสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดในดินแดนตามที่ระบุไว้นั้น

(4) ประเทศสมาชิกจะต้องกำหนดให้มีการคุ้มครองเพิ่มเติมสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับไวน์และสุรา กล่าวคือถ้าไวน์หรือสุราที่ขึ้นทะเบียนนั้นไม่ได้มีแหล่งกำเนิดแท้จริงตามที่แสดงไว้ ประเทศสมาชิกจะต้องปฏิเสธหรือเพิกถอนการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าสำหรับไวน์หรือสุราดังกล่าว กรณีที่เป็นแหล่งกำเนิดที่แท้จริงของสินค้า แม้จะได้มีการกระทำที่พยายามไม่ให้สาธารณชนสับสนหลงผิดด้วยการแสดงข้อความบางอย่างประกอบโดยใช้คำว่า “ชนิด” “ประเภท” “แบบ” “การเลียนแบบ” เช่น การระบุว่า “ผลิตแบบแชมเปญ” หรือ “ผลิตเลียนแบบแชมเปญ” ซึ่งต้องกรบอกลให้สาธารณชนทราบว่ามิใช่แชมเปญแท้ แต่ผลิตแบบเดียวกับแชมเปญ ก็ล้วนแต่เป็นการกระทำที่ต้องห้ามทั้งสิ้น

อาจสรุปได้ว่าการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าตามพันธกรณีของความตกลง TRIPS ประเทศสมาชิกจะต้องให้ความคุ้มครองแก่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า โดยมีเงื่อนไขในการคุ้มครองคือ ชื่อหรือ สิ่งบ่งชี้ดังกล่าวจะต้องมีความสัมพันธ์กับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง (ตามข้อ 22.1

“.....a given quality, reputation, or other characteristics of the goods is essentially attributable to its geographical origin.”) โดยอาจแบ่งระดับการคุ้มครองได้เป็น 2 ระดับ คือ

1. ระดับพิเศษ (Article 23) ใช้กับสินค้าประเภทไวน์และสุรา เป็นการห้ามการใช้สิ่งบ่งชี้ที่ขึ้นทุกกรณีแม้จะไม่ได้ทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดก็ตาม เพื่อคุ้มครองมิให้มีการแสดงให้ทราบถึงแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้าโดยใช้คำว่า “ชนิด” หรือ “แบบ” หรือคำทำนองเดียวกัน
2. ระดับปกติ (Article 22) ใช้กับสินค้าทั่วไปโดยมุ่งป้องกันมิให้มีการนำชื่อไปใช้ในลักษณะที่จะทำให้คนสับสนหลงผิด

## การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทย

### 1. กฎหมายอาญา

กฎหมายอาญาได้ถูกใช้เป็นส่วนหนึ่งในการให้ความคุ้มครองแก่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กล่าวคือ มาตรา 271 ได้บัญญัติว่า "ผู้ใดขายของโดยหลอกลวงด้วยประการใดๆ ให้ผู้ซื้อหลงเชื่อในแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพหรือปริมาณแห่งของนั้นอันเป็นเท็จ ถ้าการกระทำนั้นไม่เป็นความผิดฐานฉ้อโกง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกพันบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ" ดังนั้นจะเห็นได้ว่าหากมีการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ไม่ถูกต้องตามความเป็นจริงซึ่งทำให้ผู้ซื้อหลงเชื่อในแหล่งกำเนิดก็จะเป็นความผิดตามมาตรา 271 นี้ แต่มีข้อสังเกตว่าหากผู้ขายมิได้หลอกลวงผู้ซื้อ ก็ไม่เป็นความผิดตามมาตรา 271 เช่นผู้ขายระบุไว้ชัดเจนว่าเป็นมะขามหวานเพชรบูรณ์ ซึ่งปลูกในยะลา เป็นต้น แต่การกระทำนี้อาจเป็นการทำให้ชื่อเสียงหรือกู้ดวิลล์ของผู้ค้าอีกรายหนึ่งหรือของสินค้านั้นเสียหายได้ ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากฎหมายอาญามาตรา 271 มิได้มุ่งที่จะให้ความคุ้มครองแก่ผู้มีสิทธิในการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่แท้จริง นอกจากนี้อาจจะมีปัญหาการตีความคำว่า "ผู้ซื้อ" ในมาตรา 271 ควรจะครอบคลุมถึงผู้บริโภคทุกคนแม้ว่าจะไม่ได้เป็นผู้ที่ซื้อสินค้านั้นหรือไม่ จึงอาจกล่าวได้ว่ากฎหมายอาญายังไม่เพียงพอที่จะให้ความคุ้มครองแก่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

### 2. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 แก้ไขเพิ่มเติมในพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 ได้บัญญัติไว้ในมาตรา 22 ว่า "การโฆษณาจะต้องไม่ใช่ข้อความที่เป็นการไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภคหรือใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมเป็นส่วนรวม ทั้งนี้ ไม่ว่าข้อความดังกล่าวนั้นจะเป็นข้อความที่เกี่ยวกับแหล่งกำเนิด สภาพ คุณภาพ หรือลักษณะของสินค้าหรือบริการ ตลอดจนการส่งมอบ การจัดหา หรือการใช้สินค้าหรือบริการ ..." ดังนั้นถือได้ว่าเป็นการให้ความคุ้มครองแก่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทางหนึ่งเช่นกัน แต่จุดมุ่งหมายที่แท้จริงของพระราชบัญญัติฉบับนี้นั้น คือการให้ความคุ้มครองแก่ผู้บริโภคเป็นหลัก ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าหากข้อความที่ใช้ ไม่ได้เป็นข้อความที่จะทำให้ผู้บริโภคสับสนหรือหลงผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิด เช่นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ควบคู่กับการระบุที่มาที่แท้จริงดังที่ได้ยกตัวอย่างไว้ในกรณีของกฎหมายอาญาข้างต้น ซึ่งอาจจะทำให้ผู้ค้ารายอื่นเสียหายแต่ก็ไม่อาจถือได้ว่าเกิดผลเสียต่อสังคมโดยส่วนรวม ดังนั้นอาจถือได้ว่าการกระทำดังกล่าวไม่เป็นความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค แต่เมื่อพิจารณาในแง่ของการค้าแล้วจะเห็นได้ว่าเป็นการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งผู้ประกอบการที่มีสิทธิที่แท้จริงในการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

นั้นควรมีสิทธิที่จะได้รับการปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์อันเกิดจากชื่อเสียงและกียรติยศของ  
สินค้าของตน

### 3. กฎหมายเครื่องหมายการค้า

ในบางประเทศ กฎหมายเครื่องหมายการค้าอาจเข้ามามีบทบาทสำคัญใน  
การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แต่เนื่องจากทฤษฎีของกฎหมายเครื่องหมายการค้า  
อาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ซึ่งในบางประเทศรวมถึงประเทศไทย หลักการและ  
วัตถุประสงค์ของกฎหมายเครื่องหมายการค้า มีความแตกต่างกับการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทาง  
ภูมิศาสตร์อย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ ในขณะที่เครื่องหมายการค้าจะบ่งบอกความแตกต่างระหว่าง  
เจ้าของหรือตัวผู้ผลิตสินค้า แต่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะบ่งบอกถึงพื้นที่ที่ผลิต

นอกจากนี้ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม  
โดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543 เมื่อพิจารณาตามคำนิยามของ  
เครื่องหมายรับรองและเครื่องหมายร่วมของไทยแล้วจะเห็นได้ว่าไม่สามารถให้ความคุ้มครองแก่สิ่ง  
บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ กล่าวคือ เครื่องหมายรับรองสามารถออกให้ได้แก่บุคคลเพียงคนเดียว และ  
ไม่สามารถใช้รับรองตนเองได้ ส่วนการที่จะนำบัญญัติเกี่ยวกับเครื่องหมายร่วมมาขยายความ  
ปรับใช้เพื่อให้ความคุ้มครองแก่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นก็ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากคำจำกัด  
ความของเครื่องหมายร่วม ไม่ได้คลุมไปถึงเครื่องหมายรับรอง ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าทฤษฎีกฎหมาย  
เครื่องหมายการค้าของไทยนั้นไม่ครอบคลุมไปถึงการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ยิ่งไป  
กว่านั้นกฎหมายยังได้บัญญัติไว้ชัดเจนว่าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่สามารถนำมาจดทะเบียนได้  
ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้านี้

### 4. กฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546

เนื่องจากประเทศไทยมีนโยบายที่จะให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์  
เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อ  
การพัฒนาทางด้านการค้าของประเทศต่อไป ทั้งนี้ โดยการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะช่วย  
กระตุ้นให้ผู้ผลิตในท้องถิ่นมีความต้องการที่จะเสริมสร้างและรักษาภาพพจน์ในสินค้าที่ผลิตจาก  
ท้องถิ่นของตน และยังเป็นการป้องกันไม่ให้ประชาชนสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของ  
สินค้า โดยกำหนดให้มีการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สำหรับสินค้าที่มาจากแหล่ง  
ภูมิศาสตร์และห้ามการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อันจะทำให้เกิดความสับสนหรือหลงผิดในแหล่ง  
ภูมิศาสตร์อันแท้จริงของสินค้าที่ระบุในทะเบียน ในขณะที่เดียวกัน นโยบายนี้ก็เป็นไปตาม  
พันธกรณีที่ประเทศไทยมีตามข้อ 22 ถึงข้อ 24 ของความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา

ที่เกี่ยวกับการค้าในภาคผนวกท้ายความตกลงมาร์ราเกชจัดตั้งองค์การการค้าโลก แต่กฎหมายของประเทศไทยที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอที่จะรองรับนโยบายการให้ความคุ้มครองและรองรับพันธกรณีดังกล่าวข้างต้นได้ จึงจำเป็นต้องยกร่างกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ขึ้นมา ปัจจุบันพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ได้ถูกประกาศใช้เป็นกฎหมายแล้ว โดยจะมีผลใช้บังคับในวันที่ 28 เมษายน 2546 เป็นต้นไป

ความเป็นมาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546

กระทรวงพาณิชย์ได้เสนอร่างพระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. .... ต่อคณะรัฐมนตรี โดยมีหลักการและเหตุผลที่จะให้มีกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อป้องกันมิให้ประชาชนสับสนหลงผิดในแหล่งกำหนดทางภูมิศาสตร์ของสินค้า โดยกำหนดให้มีการขอขึ้นทะเบียน และเพื่อเป็นการอนุวัติการตามพันธกรณีที่ประเทศไทยมีตามข้อ 22 ถึงข้อ 24 แห่งความตกลงมาร์ราเกชจัดตั้งองค์การการค้าโลก ซึ่งประเทศไทยจะต้องดำเนินการภายใน 5 ปี นับแต่วันที่ 1 มกราคม 2538 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2542 เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2544

คณะรัฐมนตรีได้ให้ความเห็นชอบในร่างพระราชบัญญัตินี้ตามที่กระทรวงพาณิชย์ เสนอและได้นำเสนอต่อรัฐสภาเพื่อพิจารณา โดยได้ผ่านการพิจารณาของสภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา คณะกรรมาธิการร่วมของทั้งสองสภา และได้นำทูลเกล้าฯ ถวายพระพรมาธิปไตยในร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้

พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับกฤษฎีกา เล่ม 120 ตอนที่ 108 ก วันที่ 31 ตุลาคม 2546 และจะมีผลบังคับใช้ในวันที่ 28 เมษายน 2546

สาระสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546

พระราชบัญญัตินี้ได้กำหนดคำนิยามของ “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” ไว้ว่าหมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และสามารถบ่ง

บอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งทางภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว

เงื่อนไขของการขอรับความคุ้มครอง

เงื่อนไขสำคัญในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้แก่ คุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ของสินค้าที่จะใช้กับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น จะต้องมี ความสัมพันธ์กับท้องถิ่นหรือสถานที่ภูมิศาสตร์นั้น ตัวอย่างเช่น กรณีของไข่เค็มไชยาที่มีลักษณะเฉพาะที่นักชิมทั้งหลายติดใจ คือ ไข่แดงที่ใหญ่และแดงสดนั้น เป็นผลมาจากอาหารตามธรรมชาติ ที่เปิดกินและมีอยู่เฉพาะในท้องถิ่นนั้นเท่านั้น ดังนั้น แม้จะนำเปิดพันธุ์เดียวกันไปเลี้ยงที่จังหวัดอื่น ก็จะได้ไข่ที่มีลักษณะเดียวกันกับที่ได้จากการเลี้ยงในอำเภอไชยา เช่นนี้ถือได้ว่าคุณภาพของไข่เค็มไชยานั้นมีความสัมพันธ์กับท้องถิ่นนั้นแล้ว

ผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียน

ผู้มีสิทธิขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีดังนี้

- (1) ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรอื่นของ รัฐที่เป็นนิติบุคคลซึ่งมีเขตรับผิดชอบครอบคลุมบริเวณแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น
- (2) บุคคลธรรมดา กลุ่มบุคคล หรือนิติบุคคลซึ่งประกอบกิจการเกี่ยวข้องกับสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และมีถิ่นที่อยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า
- (3) กลุ่มผู้บริโภคหรือองค์กรผู้บริโภคสินค้าที่ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ผู้มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน

ผู้มีสิทธิใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนได้แก่ ผู้ผลิตสินค้าที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นและผู้ประกอบการค้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น

ผลของการขึ้นทะเบียน

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไว้แล้ว เช่น ไข่เค็มไชยา ย่อมส่งผลให้เฉพาะคนในท้องถิ่นของอำเภอไชยาที่ทำการผลิตไข่เค็มเท่านั้นที่มีสิทธิใช้คำว่า “ไข่เค็มไชยา” กับไข่เค็มที่ผลิตขึ้นได้ คนในท้องถิ่นอื่นแม้จะผลิตไข่เค็มออกขายเช่นเดียวกันก็ไม่มีสิทธิใช้คำว่า “ไข่เค็มไชยา” ทั้งนี้ หากมีการละเมิดโดยมีบุคคลอื่นใช้คำดังกล่าวเพื่อแสดงหรือทำให้ผู้บริโภค

หลงเชื่อว่า ไข่เค็มของตนเป็นไข่เค็มที่มาจากอำเภอไชยาแล้ว เช่นนี้ย่อมถือได้ว่าเป็นการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยมิชอบ ซึ่งเป็นความผิดและต้องรับโทษตามที่กฎหมายกำหนดไว้

การสั่งระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

หากปรากฏว่ามีผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา นายทะเบียนอาจมีคำสั่งให้ระงับการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเป็นระยะเวลาไม่เกินสองปีนับจากวันที่ได้รับแจ้งคำสั่ง

การเพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ตามปกติการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น เมื่อได้ขึ้นทะเบียนแล้วก็จะได้รับความคุ้มครองตลอดไปโดยไม่มีกำหนดระยะเวลา เว้นแต่ถ้าปรากฏเหตุใดเหตุหนึ่งดังต่อไปนี้ในภายหลัง ผู้มีส่วนได้เสียหรือพนักงานเจ้าหน้าที่อาจร้องขอให้เพิกถอนทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้

(1) การขอขึ้นทะเบียนหรือการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้กระทำไปโดยไม่ชอบด้วยกฎหมาย หรืออำพราง หรือมีรายการข้อความผิดจากความเป็นจริงในขณะที่รับขึ้นทะเบียน

(2) สถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปและการเปลี่ยนแปลงนั้น ทำให้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีลักษณะต้องห้ามตามที่กฎหมายกำหนด หรือทำให้รายการเกี่ยวกับแหล่งภูมิศาสตร์หรือรายการอื่นเปลี่ยนแปลงไปจากที่ลงไว้ในทะเบียน

ขั้นตอนการได้มาซึ่งความคุ้มครองในสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

- รวมกลุ่มผู้ประกอบการทั้งสายการผลิต เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของการขอขึ้นทะเบียน GI และกำหนด specification ของสินค้า รวมทั้งในแง่มุมมองการตลาดว่า การขึ้นทะเบียนดังกล่าวจะให้ผลที่คุ้มค่าต่อกลุ่มหรือไม่ เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายในระบบรับรองมาตรฐาน? และจะมีแผนทำการตลาดในการประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ อย่างไรให้ติดตลาด

- นำ ร่าง Specification มาขอรับรองกับหน่วยงานรับรอง (Certification Body: CB) ว่าได้มาตรฐานหรือไม่? พร้อมทั้งยกร่าง มาตรการควบคุมการผลิตสินค้า GI นั้นๆ (Control Plan) และเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการขอยื่นขึ้นทะเบียน

- กระบวนการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามกฎหมาย

- จัดตั้งกลไกควบคุมการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือมาตรการควบคุมการผลิตสินค้าตามที่นายทะเบียนได้กำหนดไว้เป็นเงื่อนไขของการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความมีเอก

ลักษณะของสินค้านั้นๆ

· ประชาสัมพันธ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยใช้คุณลักษณะพิเศษของสินค้าจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆเป็นตัวนำ เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดภาพลักษณ์เชื่อมโยงระหว่างคุณลักษณะพิเศษนั้นกับพื้นที่แหล่งผลิต

ภารกิจของกรมทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

- เตรียมการวางระบบการบริหารงานคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น ร่างกฎกระทรวงประกาศ ระเบียบ เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปได้อย่างเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ
- ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ประกอบการผลิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั่วประเทศ เกี่ยวกับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อให้เห็นถึงประโยชน์ของการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า
- ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มผู้ประกอบการผลิตทั้งสายการผลิตเพื่อทำการศึกษาความเป็นไปได้ทั้งทางเทคนิคและการตลาด รวมทั้งกำหนด specification ของสินค้าด้วย
- ศึกษาและกำหนดแนวยุทธศาสตร์การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของไทย เพื่อใช้ประโยชน์จากระบบความคุ้มครองได้อย่างเต็มที่ทั้งในและต่างประเทศ และเพื่อให้เกิดความชัดเจนในบทบาทของแต่ละฝ่ายในระบบการบริหารงานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการเจรจาเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อส่งเสริมให้มีการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยในต่างประเทศ

กลุ่มสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

๙ กันยายน ๒๕๔๗