

การยกระดับสินค้าชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ :
กรณีศึกษาการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เกลือสินเธาว์บ้านดุง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี
MEASURES FOR PROMOTING COMMUNITY PRODUCTS AND IMPROVING ITS ECONOMIC
VALUE : THE CASE STUDY OF GEOGRAPHICAL INDICATION REGISTRATION FOR ROCK
SALT IN BAN DUNG DISTRICT, UDON THANI PROVINCE

ณัฐฐานุช เมฆรา¹

บทคัดย่อ

ภูมิปัญญาชาวบ้านที่เชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติในถิ่นที่อยู่ของตนเอง สามารถสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนมาอย่างต่อเนื่องรุ่นต่อรุ่น แต่เมื่อสภาพสังคม เศรษฐกิจ และระบบการค้าขายที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบัน ทำให้การขายสินค้าท้องถิ่นในรูปแบบเดิม ๆ ไม่อาจสร้างรายได้ที่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพอีกต่อไป การแอบอ้างชื่อเสียงทางการค้าโดยการผลิตสินค้าเลียนแบบแต่ไม่ใช่สินค้าที่ได้มาตรฐานตามแบบฉบับของสินค้าที่ผลิตโดยชุมชนอย่างแท้จริง ก่อให้เกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงทางการค้า และส่งผลกระทบต่อการขายสินค้าตามมา อีกทั้ง ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรูปแบบใกล้เคียงกันกับของชุมชนอื่นยังทำให้เกิดอุปสรรคต่อการขายสินค้ามากยิ่งขึ้น ดังนั้น การยกระดับสินค้าให้มีมาตรฐานในการผลิต และการปกป้องชื่อเสียงทางการค้าด้วยการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะสามารถช่วยสร้างอัตลักษณ์ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และป้องกันการเลียนแบบสินค้าจากผู้ผลิตอื่นที่อยู่นอกชุมชนได้ ภายใต้เจตนารมณ์เดียวกันกับการคุ้มครองเครื่องหมายการค้า บทความวิชาการเพื่อท้องถิ่นนี้เป็นการถอดบทเรียนจากที่ได้ดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบล (มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ) (U2T) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ในพื้นที่ตำบลบ้านดุง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เพื่อกระตุ้นให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น คือ เกลือสินเธาว์ ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อันจะเป็นการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นรูปธรรม และยกระดับเศรษฐกิจให้กับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์, สินค้าชุมชน, เกลือสินเธาว์บ้านดุง

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี และรองผู้อำนวยการสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Abstract

Local wisdom always relates to local resources where people reside. It can generate careers and economic opportunities to the community. Yet, since social, economic, and trading system have changed, selling community products in traditional ways may no longer make sufficient income for their livelihood. Unlawful competition by producing and selling counterfeit products can significantly affect selling of original community products and its goodwill. Also, a similar style of community products to those of other communities also create more barriers to the distinguishing characteristics across products produced by different communities. Therefore, promoting community products to reach its production standards through registration of geographical indications can help protect community products' goodwill under the same rationale behind the protection of trademarks. Furthermore, the economic opportunities offered by geographical indication have potentially positive implications towards the protection of indigenous knowledge and as a means for generating livelihood and income, and thus safeguarding products' authenticity and the indications' reputation. This article was a lesson learned from activities carried out under the project University to Tambol (Sub District) (U2T) Udon Thani Rajabhat University at Ban Dung Sub District, Ban Dung District, Udon Thani Province. This is to encourage local products – Ban Dung rock salt, to be registered as a geographical indication product. As a result, local products will be efficiently, tangibly, and sustainably developed and improved.

Keywords: Geographical Indication, Community products, Ban Dung rock salt

บทนำ

ปัจจุบัน การให้ความคุ้มครองแก่ทรัพย์สินทางปัญญานับเป็นเรื่องที่บุคคลทั่วไปกำลังให้ความสนใจเป็นอย่างมากไม่จำกัดแค่ในเฉพาะแวดวงนักกฎหมายหรือนักประดิษฐ์เท่านั้น และเมื่อกล่าวถึงกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา บุคคลทั่วไปมักจะนึกถึงกฎหมายลิขสิทธิ์ สำหรับกฎหมายคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น ถือเป็นกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาที่น้อยคนมากจะรู้จักหรือเข้าใจ

เมื่อกล่าวถึงการคุ้มครองถึงชื่อเสียงที่ดีในทางการค้า หรือการคุ้มครองเครื่องหมายที่แสดงถึงคุณภาพของสินค้า บุคคลทั่วไปมักจะนึกถึงความคุ้มครองภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า (พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ.2534) แต่กฎหมายเครื่องหมายการค้าเป็นเพียงการคุ้มครองชื่อเสียงทางการค้า และการแสดงที่มาและคุณภาพของสินค้าของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งเพียงรายเดียวเท่านั้น ไม่ได้เป็นการรับรองชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ชุมชนอันเป็นสิทธิของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ในชุมชนทุกคน

กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546) เป็นกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาเดียวที่รับรองและคุ้มครองสิทธิในภูมิปัญญาของชุมชน การส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน เพราะการใช้และจัดการทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นเพื่อแบ่งปันและรักษาผลประโยชน์ของชุมชนนั้น ถือเป็นความร่วมมือของคนในชุมชน ร่วมเรียนรู้ ร่วมเข้าใจ รักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นตราสินค้าชุมชน (Community Brand) ที่สร้างความรู้สึกผูกพัน ความภาคภูมิใจในท้องถิ่น และรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย การใช้การจัดการสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จึงเป็นเครื่องมือที่สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม

อย่างไรก็ตาม ประชาชนในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศไทยยังมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อยู่ในระดับน้อยมาก รวมถึงไม่ทราบถึงสิทธิประโยชน์ และกระบวนการขั้นตอนต่าง ๆ ในการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และเมื่อศึกษาจากฐานข้อมูลระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พบว่ายังมีสินค้า อาหาร ผลไม้จำนวนมากที่ยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และยังมีสินค้าบางอย่าง แม้จะได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เอาไว้แล้ว แต่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการกลับไม่ได้ให้ความสำคัญหรือสนใจจะใช้ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไม่มีการขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ดังนั้น การผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นได้รับความคุ้มครองในฐานะที่เป็นสิทธิชุมชน อีกทั้งกฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังจะเป็นเครื่องมือในการควบคุมมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ชุมชนอีกด้วย เนื่องจากการจะใช้สัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่กำหนดโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้นั้น จะต้องปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการได้รับการประเมินคุณภาพแล้ว โดยจะมีการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตทุก ๆ สองปี ซึ่งภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้าเป็นไม่ได้มีการกำหนดหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพนี้เอาไว้

จากการดำเนินกิจกรรมภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบล (มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ) (U2T) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ในพื้นที่ตำบลบ้านดุง อำเภอบ้านดุง จังหวัด

อุดรธานี พบว่า เกลือสินเฮา อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ทั้งผู้ประกอบการและหลากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความพยายามในการยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามาอย่างต่อเนื่อง ด้วยวิธี เช่น การพัฒนาเกลือสินเฮาธรรมดาให้เป็นเกลือสปา หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าซื้อมากขึ้น เป็นต้น แต่ก็ยังไม่สามารถที่จะยกระดับเศรษฐกิจในชุมชนได้อย่างยั่งยืน บทความวิชาการเพื่อท้องถิ่นนี้ จึงได้เสนอให้เห็นถึงความสำคัญของการขึ้นทะเบียนให้เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อกระตุ้นให้มีการขึ้นทะเบียนเกลือสินเฮา อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ให้เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI)

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์² เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ที่กฎหมายมีเงื่อนไขในการให้ความคุ้มครองเมื่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จะขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นมีความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยสำคัญสองประการ คือ ธรรมชาติและมนุษย์³ กล่าวคือ ชุมชนได้อาศัยลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ หรือวัตถุดิบเฉพาะในพื้นที่ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นของตนขึ้นมา ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ดังกล่าว คุณลักษณะพิเศษนี้อาจหมายถึงคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ๆ

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ⁴ คือ

1) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง (Direct Geographical Indication) เป็นการใช้อย่างหมายภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น ๆ โดยตรง เช่น ไข่เค็มไชยา มะขามหวานเพชรบูรณ์ ส้มโอนครไชยศรี ทุเรียนเมืองนนท์ ไวน์ภูเรือ เนื้อโคขุนโพนยางคำ เป็นต้น

2) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยอ้อม (Indirect Geographical Indication) เป็นการใช้อย่างหมายสัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ไม่ใช้อย่างหมายภูมิศาสตร์โดยตรง โดยใช้เพื่อบ่งบอกแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งกำเนิดหรือแหล่งผลิตของสินค้า เช่น สัญลักษณ์ประจำอำเภอหรือจังหวัด รูปย่าโม รูปรถม้า รูปแหลมพรหมเทพ เป็นต้น

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นสิทธิในการมีส่วนร่วม (Collective right) กล่าวคือ คนในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งกำเนิดหรือแหล่งผลิตสินค้านั้นมีสิทธิใช้ชื่อหรือเครื่องหมายเพื่อบ่งบอกแหล่งที่มาของสินค้าได้ร่วมกัน โดยเครื่องหมายนี้จะไม่ตกเป็นชื่อสามัญ และไม่อาจนำมาจดทะเบียนเพื่อขอรับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้าให้เป็นสิทธิของใครคนใดคนหนึ่งได้

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีเจตนารมณ์ในการคุ้มครองผู้บริโภคไม่ให้สับสนหลงผิดเกี่ยวกับสินค้าที่ไม่ได้มีที่มาจากแหล่งกำเนิดที่แท้จริง หรืออาจได้รับความเสียหายจากการอุปโภคบริโภคสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ ในขณะที่เดียวกันก็คุ้มครองสิทธิของผู้ผลิตและผู้ประกอบการในแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ๆ ไม่ให้ชื่อเสียงที่ดีเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เสื่อมค่าหรือถูกทำให้ลดลงอันเนื่องมาจากการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดย

² พยยศ เหมะรัชตะ, ลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา, พิมพ์ครั้งที่ 12, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2562).

³ พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546, มาตรา 3 คำว่า “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”.

⁴ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, คู่มือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์, (นนทบุรี: 2563).

ผู้ไม่มีสิทธิใช้ นอกจากนี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังเป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สืบทอดต่อจากรุ่นสู่รุ่นอีกด้วย

1.1 การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระดับสากล⁵

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไม่ได้เป็นแนวคิดในการให้ความคุ้มครองแค่เฉพาะกับสินค้าท้องถิ่นของประเทศไทย หากแต่เป็นแนวความคิดในการให้ความคุ้มครองสินค้าท้องถิ่นของประเทศต่าง ๆ ทุกประเทศทั่วโลก โดยในอดีตนั้น แต่ละประเทศไม่มีกฎหมาย กฎระเบียบ หรือกระบวนการจัดการที่ตีพื่อต่อการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการคุ้มครองชื่อเสียงสินค้าจากแหล่งผลิตในท้องถิ่นของตน จนเกิดการลอกเลียนแบบ นำชื่อแหล่งภูมิศาสตร์ไปใช้อย่างไม่เป็นธรรม หรือการไม่รักษาคุณภาพของสินค้าให้คงระดับมาตรฐานที่ดีไว้ทำให้ชื่อเสียงเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้านั้นเสื่อมถอยลงกลายเป็นสินค้าไม่มีราคา ไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างที่ควรจะเป็น จึงมีการตระหนักถึงความสำคัญและจำเป็นในการให้ความคุ้มครองการอ้างชื่อหรือเครื่องหมายที่แสดงถึงแหล่งผลิตสินค้า

ช่วงเริ่มต้นของการให้ความคุ้มครองการอ้างชื่อหรือเครื่องหมายที่แสดงถึงแหล่งผลิตสินค้า แต่ละประเทศก็ได้มีการพัฒนาระบบการให้ความคุ้มครองที่แตกต่างกันออกไป บางประเทศให้ความคุ้มครองผู้ซื้อภายใต้กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค ด้วยเหตุผลที่ว่า การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในลักษณะที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหลงผิดในแหล่งที่มาหรือแหล่งกำเนิดของสินค้านั้นย่อมไม่เป็นธรรมแก่ผู้บริโภค บางประเทศให้ความคุ้มครองผู้ผลิตภายใต้กฎหมายการป้องกันการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ซึ่งมีแนวคิดพื้นฐานในเรื่องความชอบธรรมในการแข่งขันทางการค้า การใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มีแหล่งที่มาหรือแหล่งกำเนิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ย่อมเป็นการกระทำที่ไม่เป็นธรรม ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าจะต้องมีการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเป็นธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้ประกอบการรายอื่นอันจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการค้าและเศรษฐกิจ และบางประเทศก็ให้ความคุ้มครองภายใต้กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการเฉพาะ⁶

แนวคิดและการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีจุดเริ่มต้นที่ประเทศฝรั่งเศส เพื่อคุ้มครองชื่อเสียงทางการค้าของไวน์ขาวอัดก๊าซจากแคว้นชอมปาญ (Champagne) อันถือเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงสำคัญ⁷ หากไวน์ขาวอัดก๊าซเช่นเดียวกัน แต่ไม่ได้ผลิตโดยแคว้นแชมเปญ ก็ไม่สามารถใช้ชื่อเรียกว่า แชมเปญ ได้ โดยให้เรียกว่า สปาร์คกิ้งไวน์ (Sparkling Wine) เท่านั้น จึงมีการพัฒนาระบบเครื่องหมายรับรองคุณภาพของ

⁵ World Intellectual Property Organization (WIPO), *Geographical Indications: Historical Background, Nature of Rights, Existing Systems for Protection and Obtaining Effective Protection in Other*, (Geneva: 2001).

⁶ Raffi Melkonian, *The History and Future of Geographical Indications in Europe and the United States* (London: Harvard Library, 2005).

⁷ Dev S. Gangjee, *Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications* (Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2016).

สินค้าของแคว้นหรือท้องถิ่นขึ้นเพื่อป้องกันการแอบอ้างชื่อเสียงของสินค้า หรือดัดแปลง ปรับเปลี่ยนวัตถุดิบ หรือส่วนผสมของสินค้าให้มีลักษณะด้อยลง อันอาจทำให้ผู้บริโภคหลงผิดเข้าใจว่าสินค้าของแคว้นหรือท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นสินค้าที่ไม่มีคุณภาพ⁸ ซึ่งการรับรองคุณภาพของสินค้าของท้องถิ่นนี้ ต่อมาได้มีการพัฒนาจนเป็นระบบการขอรับความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระหว่างประเทศ ภายใต้ความตกลงกรุงลิสบอนว่าด้วยการคุ้มครองเครื่องหมายแหล่งกำเนิดและการจดทะเบียนระหว่างประเทศ ค.ศ.1958 (The Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration)⁹ ที่ได้ให้คำจำกัดความเกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองแหล่งที่มาของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Appellation of Origin) ว่าหมายถึงชื่อทางภูมิศาสตร์ของประเทศ ภูมิภาค หรือท้องถิ่น ซึ่งได้ใช้เป็นสิ่งที่ระบุว่าเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งกำเนิดมาจากที่นั้น ๆ และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและลักษณะเฉพาะเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ของแหล่งที่มา โดยให้หมายความรวมถึงปัจจัยทางธรรมชาติและมนุษย์ด้วย

ต่อมา ประเทศสมาชิกของประชาคมยุโรปก็มีการเรียกร้องและผลักดันให้มีความตกลงคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ร่วมกัน เนื่องจากประเทศสมาชิกของประชาคมยุโรปแต่ละประเทศนั้นมีสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมากมาย เช่น แสม และชีส จากเมืองพาร์มา ประเทศอิตาลี ซึ่งความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับสากลไม่ได้มีเพียงแค่ข้อตกลงกรุงลิสบอนเท่านั้น หากแต่มีความตกลงระหว่างประเทศที่สำคัญ ๆ หลายฉบับ ได้แก่ อนุสัญญากรุงปารีสว่าด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม ค.ศ.1883 (The Paris Convention for the Protection of Industrial Property 1883) ที่มีการกล่าวถึงการคุ้มครองแหล่งที่มาของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Indication of Source และ Appellation of Origin) ความตกลงกรุงมาดริดเพื่อยับยั้งการใช้เครื่องหมายแหล่งกำเนิดโดยไม่ถูกต้องหรือที่เป็นการหลอกลวงกับสินค้า ค.ศ.1891 (The Madrid Agreement for the Repressing of False or Deceptive Indication of Source on Goods 1891) ที่มีการคุ้มครองแหล่งที่มาของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เช่นกัน และความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Agreement on Trade-related Aspects of Intellectual Property Rights: TRIPs) อันเป็นความตกลงภายใต้องค์การการค้าโลก (World Trade Organisation: WTO) ที่ได้มีการกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับการมีไว้ ขอบเขต และการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไว้ในข้อ 22-24 ซึ่งหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย ในฐานะประเทศสมาชิกขององค์การการค้าโลกก็ได้ให้สัตยาบันตกลงผูกพันตนในการที่จะอนุวัติกฎหมายภายในให้สอดคล้องกับความตกลง TRIPs จนก่อให้เกิดการตราพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 ในประเทศไทย

⁸ Time Jay and Madeline Taylor, *A Case of Champagne: A Study of Geographical Indications* (2018). Corporate Governance eJournal, Vol. 29, 1-31, 2013, Sydney Law School Research Paper No. 18/19, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3161860>.

⁹ The Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration of October 31, 1958, as revised at Stockholm on July 14, 1967, and as amended on September 28, 1979.

1.2 การคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเทศไทย

ก่อนที่พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 จะบังคับใช้ ประเทศไทยมีการควบคุมการอ้างชื่อหรือเครื่องหมายที่แสดงแหล่งที่มาหรือแหล่งผลิตสินค้าหลายฉบับ เช่น ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 271 ให้ความคุ้มครองเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีผู้ทำให้ผู้ซื้อหลงเชื่อในแหล่งกำเนิด หรือพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2541 มาตรา 22 ให้ความคุ้มครองผู้บริโภคในกรณีที่มีข้อความที่อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนหรือหลงผิดเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดหรือที่มาของสินค้า

สำหรับพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ที่ประเทศไทยได้อนุมัติกฎหมายภายในให้สอดคล้องกับความตกลง TRIPs นั้น ประเทศไทยมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นให้ดียิ่งขึ้น อันจะส่งเสริมเศรษฐกิจในชุมชนและเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบการค้าของประเทศต่อไป

ภายใต้พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 มาตรา 3 คำนิยาม “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”¹⁰ สามารถตีความได้ว่าประเทศไทยกำหนดเงื่อนไขในการให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เอาไว้ 2 ประการ คือ

1) ให้ความคุ้มครองแก่ ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่เรียกแทนภูมิศาสตร์ หมายความว่า สิ่งที่จะสามารถขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ต้องเป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ หรือสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายใด ๆ ที่ใช้แสดงถึงแหล่งภูมิศาสตร์

2) มีความเชื่อมโยงระหว่างแหล่งภูมิศาสตร์กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ แหล่งที่ผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หรือแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นสภาพภูมิประเทศ หรือสภาพภูมิอากาศ มีความเชื่อมโยงกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จนทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะเฉพาะ หรือมีความโดดเด่น เช่น คุณภาพของวัตถุดิบที่มีเฉพาะในแหล่งใดแห่งหนึ่ง ขั้นตอนหรือวิธีการผลิตที่เป็นภูมิปัญญาเฉพาะของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง จนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะพิเศษที่ชัดเจน มีชื่อเสียงที่ดีเกี่ยวกับคุณภาพ จนผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือและยอมรับว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าวเท่านั้นที่มีคุณลักษณะหรือคุณภาพเช่นนี้

อย่างไรก็ตาม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขอขึ้นทะเบียน จะต้องอยู่ภายใต้บังคับพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 มาตรา 5 ด้วย¹¹ กล่าวคือ จะต้องไม่เป็นชื่อสามัญ หมายความว่า ชื่อที่จะนำมาขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะต้องไม่มีลักษณะเป็นชื่อสามัญของสินค้า ไม่เป็นชื่อที่รู้จักกัน

¹⁰ พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 มาตรา 3 “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” หมายความว่า ชื่อ สัญลักษณ์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เรียกหรือใช้แทนแหล่งภูมิศาสตร์ และที่สามารถบ่งบอกว่าสินค้าที่เกิดจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะของแหล่งภูมิศาสตร์ดังกล่าว

¹¹ พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 มาตรา 5 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขอขึ้นทะเบียนสำหรับสินค้าใด ต้องไม่มีลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

- (1) เป็นชื่อสามัญของสินค้าที่จะใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น
- (2) เป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชนหรือนโยบายแห่งรัฐ.

โดยทั่วไปว่าเป็นชื่อที่ใช้เรียกขานสินค้า เช่น บรันดี หมายถึง สุราหมักจากเมืองบรันดี ประเทศฝรั่งเศส ซึ่งมีการเรียกขานกันจนประชาชนโดยทั่วไปเข้าใจว่า บรันดี หมายถึงสุรา แต่ไม่ได้เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า หมายถึงสุราจากเมืองบรันดี และจะต้องไม่เป็นชื่อที่ขัดกับความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดี

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นสิทธิร่วม (Collective right) หรือสิทธิชุมชน (Community right) ที่มีสิทธิในชื่อหรือสัญลักษณ์ร่วมกัน ดังนั้น การขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในท้องถิ่นต้องรวมกลุ่มกันและหารือกัน เพื่อกำหนดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้รับความคุ้มครอง การกำหนดมาตรฐานการผลิต ตลอดจนวิธีการควบคุมตรวจสอบการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2. สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สร้างโอกาส เพิ่มมูลค่า และการแข่งขัน

ในบรรดาสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาประเภทต่าง ๆ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีมูลค่ามาก เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทเดียวที่มีสิทธิในการใช้เป็นของชุมชน¹² การให้ความคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะช่วยกระตุ้นให้ผู้ผลิตในท้องถิ่นมีความต้องการที่จะเสริมสร้างและรักษาชื่อเสียงที่ดีของสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น

จากการรวบรวมสถิติและข้อมูลของกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กรมทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่ที่พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546 มีผลบังคับใช้ จนถึงปี พ.ศ.2564 การขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศไทยยังมีไม่มากนัก หากเทียบกับประเทศอื่นในเอเชีย¹³ กล่าวคือ ในขณะที่ประเทศไทยมีการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จำนวน 152 รายการ ประเทศจีน มีการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จำนวน 7,247 รายการ ประเทศเวียดนาม มีการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จำนวน 1,130 รายการ และประเทศอินเดีย มีการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จำนวน 330 รายการ ดังนั้น ทุกภาคส่วนจึงควรเร่งสนับสนุนให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของประเทศไทยได้รับการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มากขึ้น

ทั้งนี้ เนื่องจากประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการที่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นได้รับการยกระดับให้มีคุณภาพ มีมาตรฐานการผลิตนั้น จะช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ รักษาฐานรายได้เดิม และสร้างฐานอนาคตใหม่ให้เกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ กระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ส่งผลทำให้ท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง มีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นก็จะดีขึ้นไปด้วยตามลำดับ การมีโอกาสรสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จะสร้างความแตกต่างทางด้านคุณภาพ เมื่อเทียบสินค้าแบบเดียวกันที่ผลิตจากแหล่งอื่น รวมถึงการมีเรื่องราว ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จะทำให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อยู่ในสถานะที่ดีกว่า

¹² บัณฑูร เศรษฐศิโรตม์ และ จักรกฤษณ์ ศุภพจน์, สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทรัพย์สินทางปัญญา และสิทธิชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2556).

¹³ World Intellectual Property Organisation (WIPO), WIPO Statistics Database (2019).

และยังส่งผลให้ผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้ที่กำลังซื้อสูง พร้อมทั้งจะยอมรับราคาสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่อาจสูงกว่าสินค้าแบบเดียวกันจากแหล่งอื่น

นอกจากนี้ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนอีกด้วย กล่าวคือ พื้นฐานของหลักการพัฒนายั่งยืนมีที่มาจากการแก้ไขปัญหาความไม่สมดุลต่าง ๆ ของสังคม โดยคำนึงถึงความยุติธรรม เมื่อมาพิจารณาควบคู่กับการคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จะเห็นได้ว่า ในแง่เศรษฐกิจนั้น ชื่อเสียงของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ย่อมทำให้ท้องถิ่นได้ประโยชน์จากการที่สามารถผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่ายในราคาสูงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันในขณะที่ได้ประหยัดต้นทุนในการประชาสัมพันธ์คุณภาพหรือลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพราะสินค้าที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ย่อมมีความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพและชื่อเสียงที่ดีในตัวเอง และสำหรับในแง่ความยุติธรรมในสังคม สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทำให้คนในท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของทรัพยากรธรรมชาติหรือเจ้าของภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในท้องถิ่น

3. เกลือสินเฮอร์บ้านดุง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี¹⁴

การผลิตเกลือในเขตอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2505¹⁵ โดยเป็นการเริ่มต้นจากการเก็บสำเกลือ¹⁶หน้าดินมาละลายเอาน้ำเกลือและต้มเป็นเกลือใช้สอยในครัวเรือน บริเวณที่เริ่มต้นผลิตเกลือในครั้งนั้นเป็นพื้นที่นาสองข้างทางหลวง ซึ่งมีคราบเกลือปรากฏบนผิวดินประมาณ 10% ของพื้นที่ประมาณ 140 ไร่¹⁷ ต่อมาในปี พ.ศ.2515-2523¹⁸ ชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณดังกล่าว ได้ขุดเจาะน้ำบาดาลขนาดเล็กและพบว่าน้ำที่สูบขึ้นมาเป็นน้ำเค็ม จึงนำไปทดลองต้ม ผลปรากฏว่าได้เกลือที่สามารถนำไปใช้บริโภคได้ดี จึงเริ่มมีการทำการต้มเกลือกันเพิ่มขึ้น และในปี พ.ศ.2524¹⁹ เมื่อชาวบ้านเห็นว่าการต้มเกลือพอที่จะจำหน่ายเป็นสินค้า สร้างกำไรได้ จึงมีการต้มเกลือเพื่อการค้าเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับช่วงปลายปี พ.ศ.2524 เกลือมีราคาสูงขึ้น จึงทำให้ชาวบ้านและนายทุนจากจังหวัดอื่น ๆ ลงทุนต้มเกลือเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยในการ

¹⁴ ข้อมูลบางส่วนจากการสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ประกอบการเกลือ ในเขตพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบล (มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2564.

¹⁵ นงเยาว์ ดีแท้, การแปรรูปถั่วเหลืองเพื่อศึกษาผลกระทบจากการทำนาเกลือสินเฮอร์และบริเวณที่จะใช้เป็นแหล่งผลิตเกลือสินเฮอร์ โดยวิธีทำนาเกลือตามแผนการแก้ไขปัญหาการผลิตเกลือสินเฮอร์ จังหวัดอุดรธานี (มปป.).

¹⁶ สำเกลือ หมายถึง ดินเค็มที่มีละออง โดยตามท้องนาจะมีดินเฝือกหรือที่ชาวอีสานเรียกว่าซี้ทา (หรือสำเกลือ) ขึ้นมาบนผิวดินให้เห็นเป็นสีขาวหรือสีเทา ชาวบ้านจะลงมือขุดดินเฝือกเพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบในการต้มเกลือ โดยนำดินเฝือกผสมกับข้าวหรือเศษฟาง ใส่ในรางกระโถนน้ำเกลือมีลักษณะคล้ายเรือความยาวประมาณ 2-4 เมตร หรือบางท้องที่อาจใช้อ่างปูนซีเมนต์แทน เมื่อเทน้ำสะอาดใส่ในรางกระโถนน้ำเกลือที่ผ่านการกรองแบบธรรมชาติจะไหลออกจากรูลงในภาชนะที่รองไว้ด้านล่างของรางกระโถน ขั้นตอนต่อไปคือนำน้ำเฝือกมาเคี่ยวหุง โดยใช้กระทะที่ทำจากแผ่นสังกะสี สุมไฟไปตลอดจนน้ำระเหยกลายเป็นผลึกเกลือสีขาวขุ่น จากนั้นตักเกลือใส่ตระกร้าไม้ไผ่ผึ่งเกลือไว้ให้แห้ง เสร็จแล้วก็นำเกลือมาบรรจุในภาชนะ (จักรมนตรี ชนะพันธ์, เกลือสินเฮอร์อีสาน : หมายเหตุของอุตสาหกรรมครัวเรือน, (2564)).

¹⁷ อ้างแล้ว.

¹⁸ เรื่องเดียวกัน.

¹⁹ เรื่องเดียวกัน.

ทำนาเกลือ ณ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธาณึ้น ได้เริ่มเมื่อประมาณปลายปี พ.ศ. 2525 โดยมีนายทุนจาก จังหวัดมหาสารคามเข้ามาทำนาเกลือที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี



รูปที่ 1 การสูบน้ำใต้ดินขึ้นมาเพื่อใช้ในการผลิตเกลือสินเธาว์ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี
(ที่มา: ธรรมนูญ เมฆรา, 2564)

จากการศึกษาวิจัยด้านผลกระทบจากการทำนาเกลือสินเธาว์ โดยกรมพัฒนาที่ดิน ตัวเลขที่ได้จากหลุมเจาะสำหรับดูน้ำเค็มขึ้นมาต้มหรือตาก เป็นน้ำใต้ดินที่ละลายขึ้นหินเกลือ มีความเค็มมาก หากใช้เวลาในการต้ม จะใช้เวลาประมาณ 12-15 ชั่วโมง และหากใช้เวลาในการตาก จะใช้เวลาประมาณ 15 วัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านสภาพภูมิอากาศ (แดดและลม) ในขณะที่นาเกลือทะเล จะใช้เวลาตากประมาณ 45 วัน โดยทั่วไปเกลือสินเธาว์ที่ผลิตด้วยวิธีการต้ม จะเป็นเกลือที่ใช้บริโภค และเกลือสินเธาว์ที่ผลิตด้วยวิธีตาก จะเป็นเกลือที่นำไปใช้ประโยชน์ทางอุตสาหกรรม เช่น การฟอกสี ฟอกหนัง

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายเกลือสินเธาว์นั้น มีการจัดจำหน่ายทั้งแบบค้าปลีกและค้าส่ง โดยแบบค้าปลีก มีการจัดจำหน่ายในรูปแบบร้านค้าริมถนนในราคา 10-20 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม และแบบค้าส่ง จัดจำหน่ายในรูปแบบบรรจุเกลือสินเธาว์ใส่กระสอบ จำหน่ายในปริมาณ 1 ตันขึ้นไป ราคา 400-1,200 บาทต่อตัน มีการจัดส่งโดยรถบรรทุกให้แก่ผู้ซื้อสินค้าส่ง ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป และโรงงานอุตสาหกรรมทั่วประเทศไทย

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาและการสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ประกอบการเกลือ ในเขตพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ภายใต้โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบล (มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ทำให้พบความเชื่อมโยงระหว่างภูมิปัญญาของชาวบ้านในเขตพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีในการผลิตเกลือทั้งแบบต้มและแบบตาก กับสภาพภูมิประเทศแหล่งน้ำใต้ดิน ตลอดจนสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตเกลือสินเธาว์บริเวณอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ทำให้การผลิตเกลือสินเธาว์นั้นมีคุณภาพและคุณลักษณะที่โดดเด่น เด่นชัด แตกต่างจากเกลือสินเธาว์ที่ผลิต ณ พื้นที่อื่น หรือจังหวัดอื่น กล่าวคือ ระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตเกลือสินเธาว์ที่อำเภอบ้านดุง

จังหวัดอุดรธานี มีระยะเวลาที่สั้นกว่าการผลิตเกลือสินเธาว์ ณ พื้นที่จังหวัดอื่น และสีของเกลือสินเธาว์ที่ผลิตที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี มีสีขาวสะอาดบริสุทธิ์ ไม่มีสีอื่นเจือปน (ไม่เป็นสีเหลือง หรือสีหม่น) โดยไม่ได้ผ่านกระบวนการขัดสี ฟอกสีใด ๆ อีก ซึ่งแตกต่างจากเกลือสินเธาว์ที่ผลิต ณ พื้นที่จังหวัดอื่น ดังจะเห็นได้จากรูปภาพที่ 4-8



รูปที่ 2 ช่องสำหรับใส่เชื้อเพลิงในการต้มเกลือ
(ที่มา: ญัฎฐานุช เมฆรา, 2564)



รูปที่ 3 การตักเกลือที่ได้จากกระบวนการต้มเกลือ
(ที่มา: ญัฎฐานุช เมฆรา, 2564)



รูปที่ 4 การตากเกลือที่ได้จากกระบวนการต้มเกลือ
(ที่มา: ญัฎฐานุช เมฆรา, 2564)



รูปที่ 5-8 เกลีสินเฮอร์มีสีขาวบริสุทธิ์
(ที่มา: ญัฐฐานุช เมฆรา, 2564)

อย่างไรก็ตาม แม้เกลีสินเฮอร์ที่ผลิตในเขตพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี จะมีอัตลักษณ์โดดเด่น แตกต่างไปจากเกลีสินเฮอร์ที่ผลิต ณ พื้นที่จังหวัดอื่น แต่ก็ยังไม่สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต เกลือให้มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจได้ รายได้เฉลี่ยต่อปีจากการจำหน่ายเกลีสินเฮอร์ในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี กรณีผลิตเกลือได้น้อยกว่า 500 ตันต่อปี หากเป็นเกลือตาก ผู้จำหน่ายมีรายได้ 240,000 บาทต่อปี หากเป็นเกลือต้ม ผู้จำหน่ายมีรายได้ 675,000 บาทต่อปี²⁰ ความพยายามในการยกระดับสินค้าเกลีสินเฮอร์ ด้วยวิธีแปรรูปให้เป็นเกลือสปา หรือปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าดึงดูดใจในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคนั้น อาจยังไม่เพียงพอต่อการยกระดับคุณภาพของเกลือสินเฮอร์ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ให้สามารถสร้างรายได้ สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ได้อย่างยั่งยืน

การพัฒนารูปแบบการแปรรูปสินค้าและบรรจุภัณฑ์ อาจเป็นไปได้เฉพาะกับผู้ผลิตที่มีต้นทุน และ ศักยภาพในการผลิตเป็นบางรายเท่านั้น แต่ไม่สามารถครอบคลุมแก่ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายทั้งชุมชนได้ สิทธิชุมชนในการสร้างมาตรฐานการผลิต และปกป้องชื่อเสียงด้านคุณภาพของเกลือสินเฮอร์ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีเครื่องมือหรือมาตรการทางกฎหมายเข้ามาสนับสนุนอย่างเป็นระบบ

²⁰ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี, เกลือสินเฮอร์ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.), 2556).

ซึ่งนั่นก็คือ การนำผลิตภัณฑ์ไปขอขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ภายใต้พระราชบัญญัติสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546

4. บทสรุป

กฎหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นกฎหมายที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนมีการนำองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมในการคงคุณภาพคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ สิ่งที่จะบ่งชี้แหล่งที่มาของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ แสดงถึงความมีชื่อเสียงที่ดีเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในแหล่งภูมิศาสตร์ต้นกำเนิดสินค้านั้น ๆ และชื่อเสียงที่ดีดังกล่าวย่อมนำมาซึ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อชุมชนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจก็ย่อมมีความสำนึกรักภักดีอยากจะร่วมกันรักษาผลประโยชน์นั้น จึงถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

นอกจากนี้ การคุ้มครองเครื่องหมายที่ระบุแหล่งกำเนิดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ถือเป็นการยกระดับคุณภาพสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชนที่เป็นการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน เนื่องจากปัจเจกชนไม่สามารถแสวงหาผลประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติไปในทางที่จะเกิดผลเสียต่อประโยชน์ส่วนรวมของท้องถิ่น จึงอาจกล่าวได้ว่า สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นแนวทางที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชน อีกทั้งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สร้างความยั่งยืนให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น อันนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวหน้าอย่างมั่นคง และจากประโยชน์ที่ได้ศึกษาและกล่าวสรุปข้างต้น เพื่อประโยชน์แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งผลักดันให้เกือบ้านดุงได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

อ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, คู่มือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์, (นนทบุรี: 2563).

จักรมนตรี ชนะพันธ์, เกลีสินเฮาอีसान : ลมหายใจของอุตสาหกรรมครัวเรือน, (2564)

ไชยยศ เหมะรัชตะ, ลักษณะของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา, พิมพ์ครั้งที่ 12, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2562).

นงเยาว์ ดีแท้, การแปลภาพถ่ายทางอากาศเพื่อศึกษาผลกระทบจากการทำนาเกลือสินเธาว์และบริเวณที่จะใช้เป็นแหล่งผลิตเกลือสินเธาว์โดยวิธีทำนาเกลือตามแผนการแก้ไขปัญหการผลิตเกลือสินเธาว์ จังหวัดอุดรธานี (มปป.).

บัณฑิต เศรษฐศิริโรฒ และ จักรกฤษณ์ ควรพจน์, สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทรัพย์สินทางปัญญา และสิทธิชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์นิติธรรม, 2556).

พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546, มาตรา 3 คำว่า “สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์”.

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดอุดรธานี, **เกลือสินเธาว์ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี** (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.), 2556).

Dev S. Gangjee, **Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications** (Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2016).

Raffi Melkonian, **The History and Future of Geographical Indications in Europe and the United States** (London: Harvard Library, 2005).

The Lisbon Agreement for the Protection of Appellations of Origin and their International Registration of October 31, 1958, as revised at Stockholm on July 14, 1967, and as amended on September 28, 1979.

Time Jay and Madeline Taylor, **A Case of Champagne: A Study of Geographical Indications** (2018). Corporate Governance eJournal, Vol. 29, 1-31, 2013, Sydney Law School Research Paper No. 18/19, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3161860>.

World Intellectual Property Organisation (WIPO), WIPO Statistics Database (2019).

World Intellectual Property Organization (WIPO), **Geographical Indications: Historical Background, Nature of Rights, Existing Systems for Protection and Obtaining Effective Protection in Other**, (Geneva: 2001).