



การส่งเสริมสิทธิใน ทรัพย์สินทางปัญญา ในภูมิภาคอาเซียน

การสัมมนาเรื่องสิ่งชี้นำทางภูมิศาสตร์

Denis SAUTIER, PhD

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโสด้านอาหารเกษตร,
CIRAD – FRANCE

เชียงใหม่, ประเทศไทย | 27 กันยายน 2562



โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนเงินทุนโดยสหภาพยุโรปและดำเนินการโดยสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งสหภาพยุโรป (EUIPO)

กลยุทธ์การพัฒนาตราสัญลักษณ์ GI: เรื่องราวแห่งความสำเร็จ

1. ห้วหอมหวาน Cévennes, ฝรั่งเศส

แหล่งที่มา: Fesquet, Richard, ADOC. Cévennes sweet onion PDO. Presentation at 2018 InterGI Training Course, Redd-Cirad.











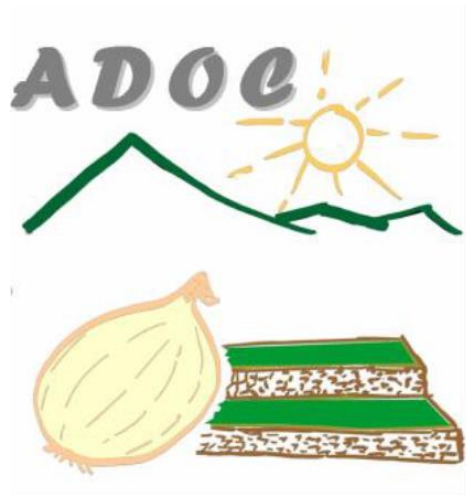
หัวหอมหวาน Cévennes, ฝรั่งเศส



ที่มา: Fesqnet, Richard, ADOC. Cevennes sweet onion PDO การนำเสนอที่การฝึกอบรม InteGI Training 2018, Redd-Cirad

แรงจูงใจของกลุ่มผู้ผลิต:

- 1987: การสร้างสมาคมเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่หัวหอมหวาน: เพื่อที่จะรักษาและส่งเสริมพันธุ์ท้องถิ่น เพื่อผลิตด้วยกันและแตกต่างกัน
- 1991: สร้างสหกรณ์สำหรับการตลาด: “Origin Cevennes” (สมาชิก 30 ราย)
- 1996: สร้างสมาคม ADOC Association โดยมีเป้าหมายที่จะขึ้นทะเบียน GI





- จากปี 2003 – 2010 :
 - “Sweet onion Cévennes “ ได้รับการขึ้นทะเบียน GI โดยหน่วยงานซึ่งรับผิดชอบ GI ของ ฝรั่งเศส (2003)
 - ยื่นคำขอและขึ้นทะเบียน GI ในระดับ EU (2008)
 - การตรวจสอบความถูกต้องของแผนการควบคุม + การเลือกองค์กรควบคุม
- ตั้งแต่ปี 2010:
 - การบรรจุภัณฑ์แบบใหม่
 - สถานที่บรรจุภัณฑ์แห่งใหม่
 - เว็บไซต์ ระบบขายออนไลน์
 - ร้านอาหารในท้องถิ่นเพื่อขายตรงให้แก่ผู้บริโภค

«สมาคมปกป้องและจัดการสินค้า GI»



- รวบรวมสมาชิกของห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain):
 - ผู้ผลิต 109 ราย
 - ผู้แปรรูป (บรรจุภัณฑ์ + การตลาด) 2 ราย
 - ผู้ผลิต-ผู้บรรจุ 19 ราย
- การจัดการและการส่งเสริม
- 2018: ควบคุม 2750 ตัน
- การประชุมใหญ่ : 1 ครั้งต่อปี
 คณะกรรมการจัดการ (Administrative Board): สมาชิก 13 ราย
 คณะกรรมการบริหาร (Executive Board): สมาชิก 4 ราย

งบประมาณสำหรับองค์กร GI

- รายรับภายใน
 - ค่าธรรมเนียม 0.03 ยูโร/กก. ที่ขายด้วยตราสัญลักษณ์ GI (2 750 T)
- รายรับภายนอก จากหน่วยงานที่รับผิดชอบในระดับจังหวัด + EU
 - การสนับสนุนบางส่วนสำหรับการส่งเสริม GI และการสื่อสาร
- ค่าใช้จ่ายต่างๆ:
 - 60% สำหรับสมาคม GI Association (การควบคุมภายในบางอย่าง)
 - 30% สำหรับการควบคุมภายนอก
 - 10% สำหรับองค์กร GI ระดับชาติ

การควบคุมคุณภาพ: 100% ของการผลิต GI



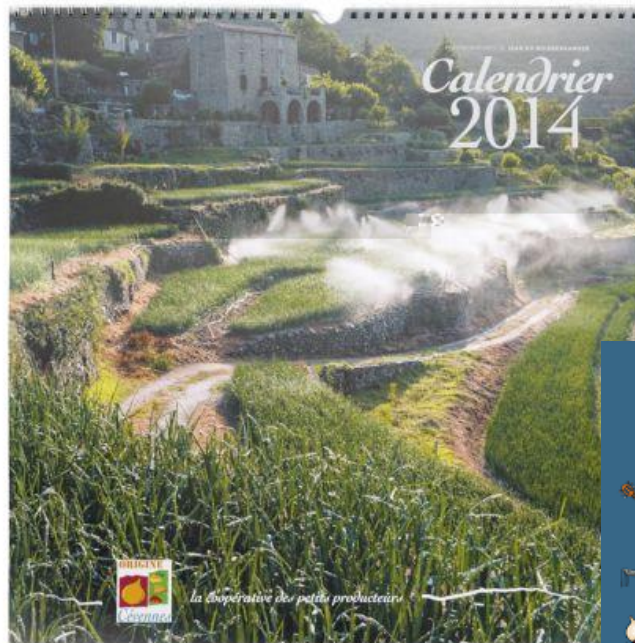
การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า (Branding): การบรรจุภัณฑ์



การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า: การส่งเสริมและการเล่าเรื่อง

งานแสดงสินค้า
แผ่นปลิว
โปสเตอร์
การแข่งขันถ่ายภาพ
การทำงานกับหัวหน้า
ห้องครัว (Chef)
การไปเยี่ยมเยือน
เทศกาลเก็บเกี่ยว
เว็บไซต์
การขายตรง
...

งบประมาณในการส่งเสริมการขาย = 19,000 ยูโร (2017)



การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า: ผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาลด้วยราคาพรีเมียม

เก็บเกี่ยวตั้งแต่เดือนสิงหาคม ถึงเดือนมีนาคม: วางตำแหน่งทางการตลาดระดับพรีเมียม

OIGNON jaune France cat.I 60-80mm

Marseille marché du 17/09/19 (cours Gros) unité : € HT le kg*

OIGNON blanc sec Espagne cat.I 60-80mm	1.00	=	0.90	1.10	
OIGNON doux des Cévennes sec Sud-Est cat.I plateau	2.50	=	2.30	2.70	
OIGNON jaune Espagne cat.I 60-80mm	0.65	=	0.60	0.70	
OIGNON jaune sec France cat.I 60-80mm sac 10kg	0.60	=	0.55	0.65	
OIGNON rouge sec Espagne cat.I 60-80mm	1.00	=	0.90	1.10	

MIN Avignon-Cavaillon marché du 17/09/19 (cours Gros) unité : € HT le kg*

OIGNON blanc frais France coupé cat.I plateau	2.25	=	1.50	3.48	
OIGNON Cebette France cat.I botte (la botte)	0.90	=	0.80	1.21	
OIGNON doux des Cévennes France cat.I 60-80mm	3.00	=	2.60	3.30	
OIGNON France cat.I 50-80mm sac 10kg	0.70	-0.05	0.55	1.00	



2. พริกไทยกำปอด กัมพูชา

พริกไทยกำปอต (Kampot Pepper), กัมพูชา



Green pepper



Red pepper



Black pepper



White pepper



12/2009



4/2010

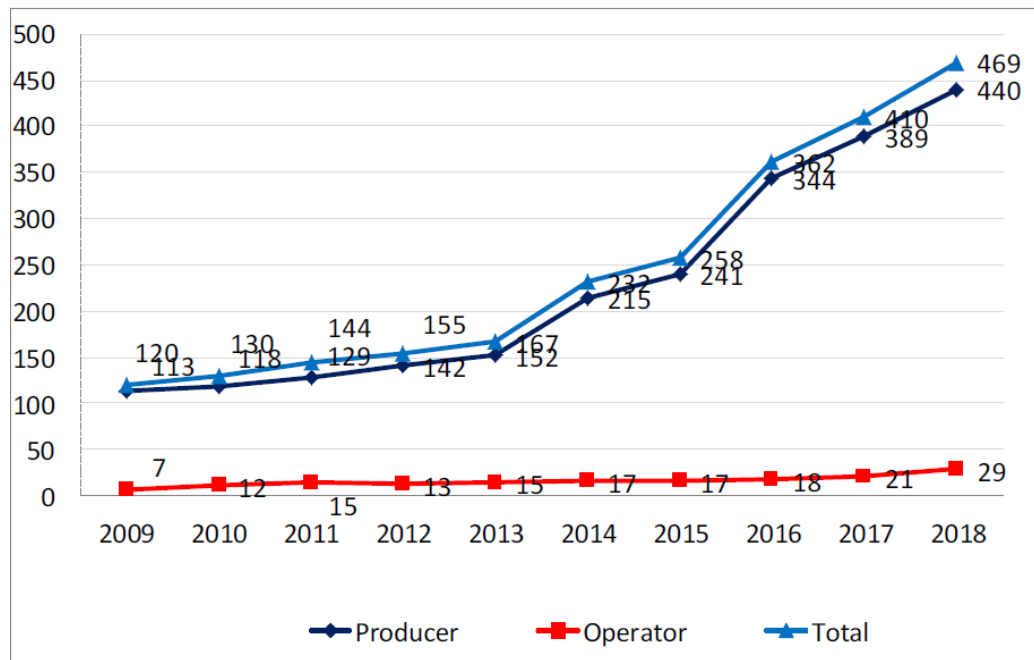


2016



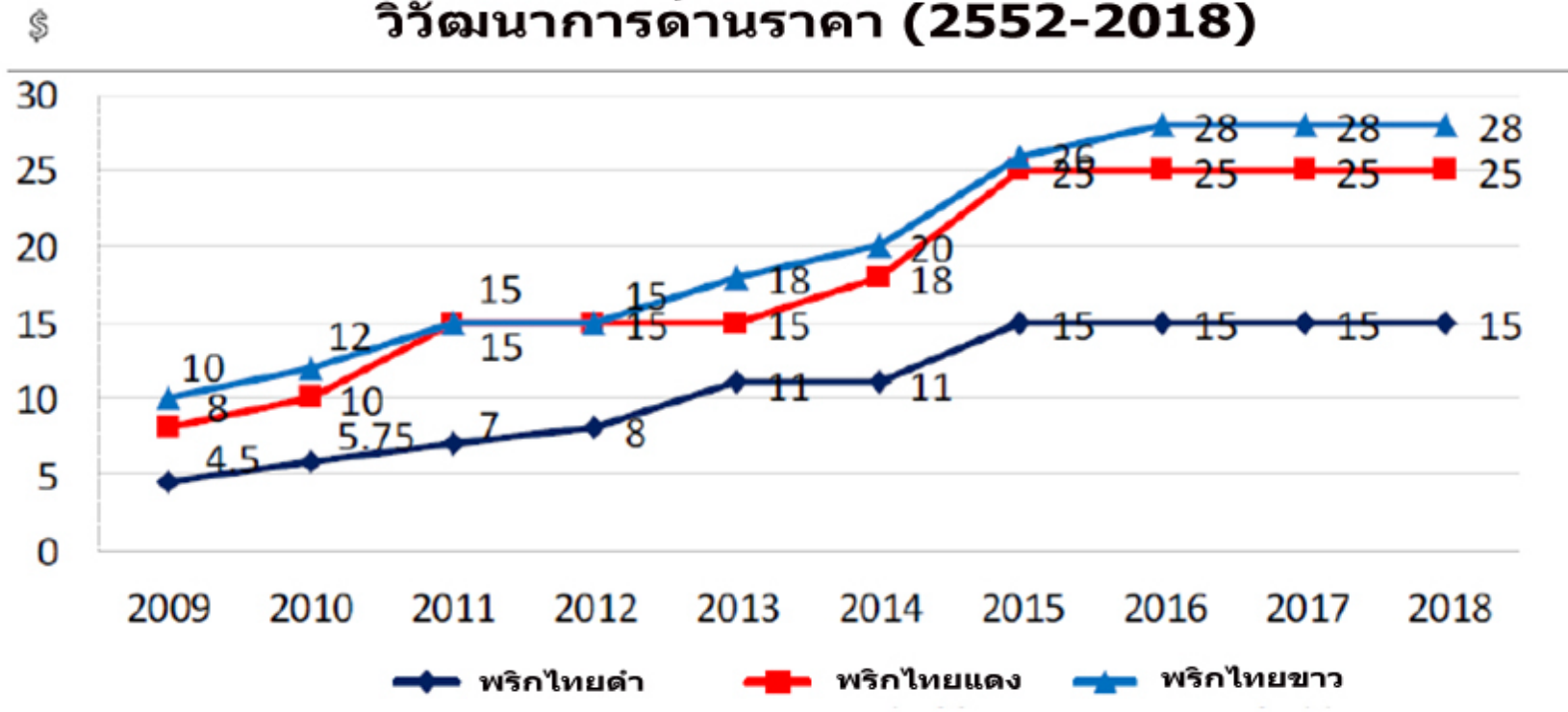
- ขึ้นทะเบียนโดยกระทรวงมหาดไทยเลขที่ 293 เมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2009
- ที่อยู่: AnkorCheyI, DamnakKantoutKhangTbong, Kampong Trach, Kampot
- โทรศัพท์: 092 752 572 / 092 618 011
- อี-เมลล์: kppa2008@yahoo.com/ kppa2008@gmail.com

จำนวนสมาชิกของสมาคม



สมาคมส่งเสริมการค้าผลิตภัณฑ์ "ส.บ.บ.ค"
Kampot Pepper Promotion Association (KPPA)

วิวัฒนาการด้านราคา (2552-2018)



การพัฒนาเครื่องมือในการส่งเสริม

- แผ่นพับ
- ภาพโฆษณาที่แสดงผ่านหน้าเว็บไซต์ (Banner)
- วิดีทัศน์
- ...ฯลฯ

กิจกรรมส่งเสริมการขายโดยทาง:

- เว็บไซต์ (www.kampotpepper.biz) วิทยู โทรทัศน์

นิตยสารและสื่ออื่นๆ

- การเข้าร่วมในงานนิทรรศการในประเทศกัมพูชาและในต่างประเทศ



2.5 เครื่องมือส่งเสริมการขาย ชาวยุโรปไทยทำปอด

เขมร คัด KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"

Ingredients (serves 2)

- 300g Lean Beef Sirloin (skirt)
- 4g Fine Salt
- 20g Kampot Black Peppercorn
- 10ml Lime Juice
- 10g Red Curry Paste
- 5g Freshok - Fish Paste
- 1 Red Bell Pepper
- 1 Green Bell Pepper
- 10g Shallot
- 100g Beef Stock
- 20g Kampong Speu Palm Sugar
- 10ml Fish Sauce
- 10g Unsalted Butter
- 10ml Sunflower Oil
- 200g Green Papaya Pickle

RECIPE
Beef Skewers with Kampot black peppercorn



Visit our website: www.kampotpepper.biz

Method

1. Cut the beef in thick slices
2. Let the beef marinate with the Kampot black peppercorns and the red curry paste for 10 minutes
3. Slice the shallots, green and red bell peppers, and fry in a pan with salt and crushed pepper
4. Add the marinated beef to the hot pan and fry until the beef turns a golden colour
5. Serve on a plate with pickled green papaya on the side and a Kampot pepper and lime sauce

KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"

KAMPOT PEPPER
เขมร คัด



RECIPE
Beef Skewers with Kampot black peppercorn



Ingredients (serves 2)

- 300g Lean Beef Sirloin (skirt)
- 4g Fine Salt
- 20g Kampot Black Peppercorn
- 10ml Lime Juice
- 10g Red Curry Paste
- 5g Freshok - Fish Paste
- 1 Red Bell Pepper
- 1 Green Bell Pepper
- 10g Shallot
- 100g Beef Stock
- 20g Kampong Speu Palm Sugar
- 10ml Fish Sauce
- 10g Unsalted Butter
- 10ml Sunflower Oil
- 200g Green Papaya Pickle

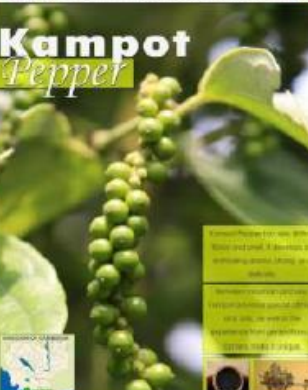
Method

1. Cut the beef in thick slices
2. Let the beef marinate with the Kampot black peppercorns and the red curry paste for 10 minutes
3. Slice the shallots, green and red bell peppers, and fry in a pan with salt and crushed pepper
4. Add the marinated beef to the hot pan and fry until the beef turns a golden colour
5. Serve on a plate with pickled green papaya on the side and a Kampot pepper and lime sauce

Visit our website: www.kampotpepper.biz

GEOGRAPHICAL INDICATIONS
Protecting traditional brands for the benefit of rural producers

Kampot Pepper



Kampot Pepper is a unique blend of black, white and pink, it is grown in the Kampot region of Cambodia, where the climate and soil are ideal for growing this special pepper.

Kampot Pepper is a unique blend of black, white and pink, it is grown in the Kampot region of Cambodia, where the climate and soil are ideal for growing this special pepper.

Visit our website: www.kampotpepper.biz

เขมร คัด KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"



เขมร คัด KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"

Visit our website: www.kampotpepper.biz

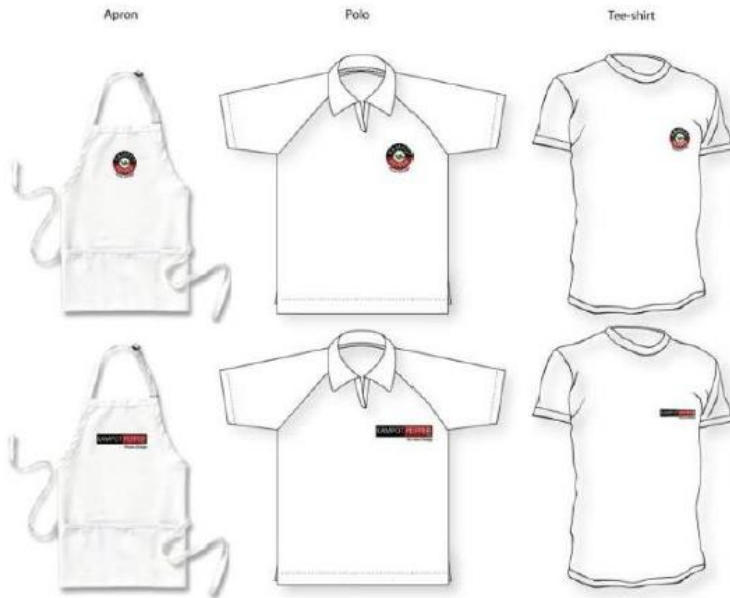
เขมร คัด KAMPOT PEPPER
"The taste of heritage"

Kampot pepper's specificity comes from the mildness of its spice, the freshness and complexity of its aroma, and its exceptional lingering taste.



Kampot pepper unique flavour and taste make it one of the best peppers in the world – unchallenged king of spice in the kitchens of the most renowned chefs.

Visit our website: www.kampotpepper.biz



3. นโยบาย Comté (ฝรั่งเศส)

กรณีศึกษา : เนยแข็ง Comté ในประเทศฝรั่งเศส



เครื่องหมายการค้าของแต่ละราย

ฉลาก GI ของยุโรป (DOP)

ชื่อ GI (ขึ้นทะเบียนแล้ว)
+ โลโก้ GI (Co.TM)

เนยแข็ง Comté เมื่อเปรียบเทียบกับ Emmental

Comté เมื่อเปรียบเทียบกับ Emmental: มีแหล่งกำเนิดใกล้เคียงกันแต่กลยุทธ์ในการพัฒนาที่ตรงกันข้าม

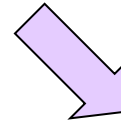
แหล่งกำเนิด

- พื้นที่ทางภูมิศาสตร์
- ข้อจำกัดทางเทคนิคในการเก็บรักษานมไว้ไม่ให้เสีย

COMTE

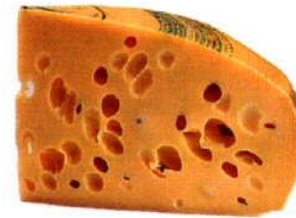
กลยุทธ์ P.D.O.

การรักษามรดกตกทอดและการพัฒนาท้องถิ่น

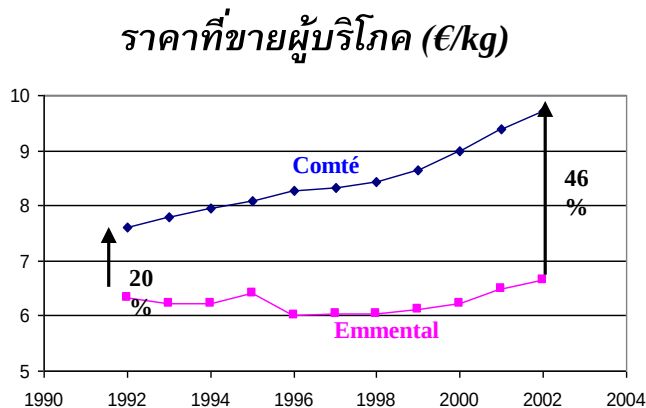
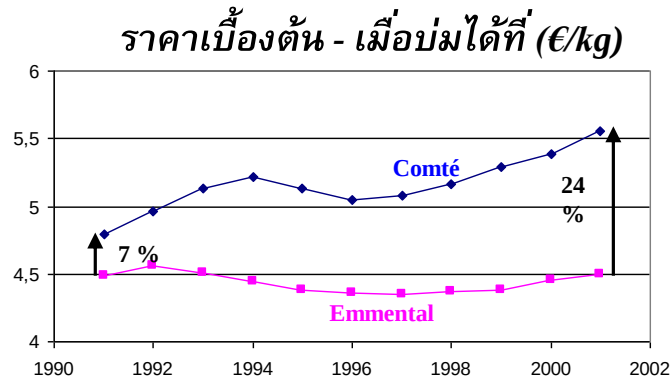
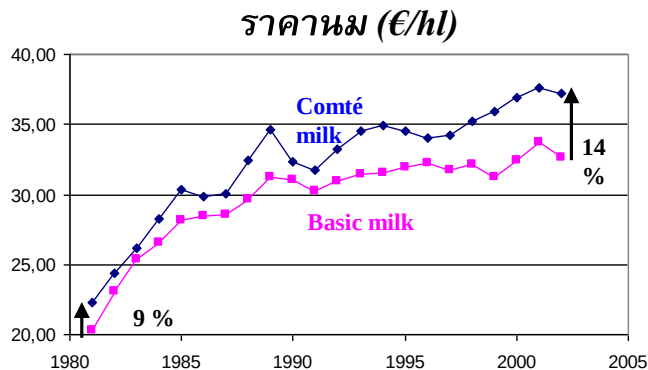


EMMENTAL

กลยุทธ์แบบอุตสาหกรรม
ผลิตภัณฑ์ชื่อสามัญ (Generic product) และมีการปรับการผลิตให้เข้ากับท้องถิ่น



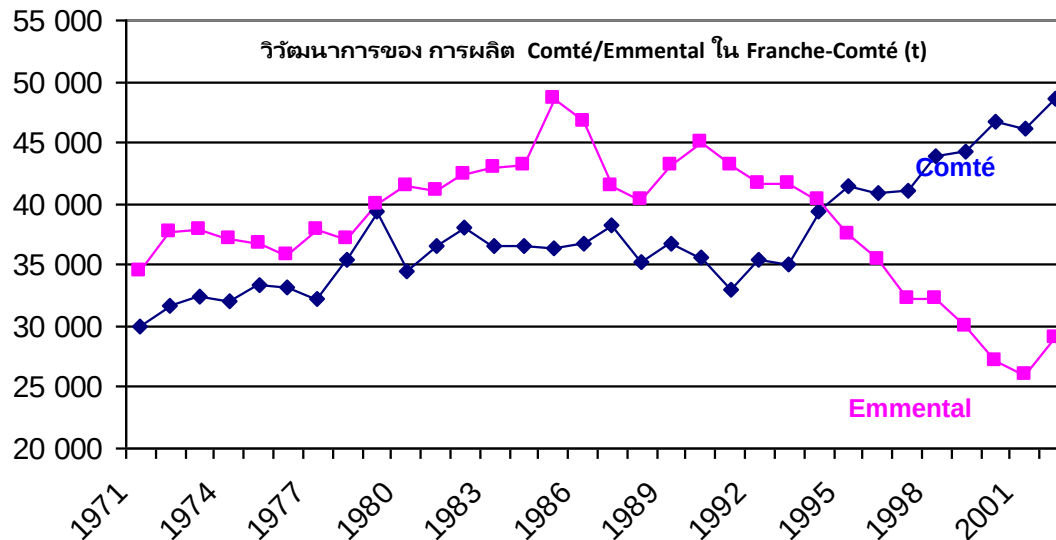
เนยแข็ง Comté ในฝรั่งเศส



- มีผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยตรงในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่มูลค่า
- เพิ่มช่องว่างด้านราคาไปตามห่วงโซ่มูลค่า

เนยแข็ง Comté ในฝรั่งเศส

- ผลกระทบเชิงบวกต่อปริมาณการผลิต :
 - การผลิตเนยแข็ง Comté : + 3%/ปีในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา
 - การผลิตเนยแข็ง Emmental ในท้องถิ่นลดลง



Source: F.Dupont MAAF

ผลิตภัณฑ์ GI: การเข้าไปในช่องทางการตลาดต่างๆ

ตัวอย่างการแบ่งส่วนตลาด (segmentation) ของผลิตภัณฑ์

ร้านขายเนยแข็ง



เครื่องหมายร้านขายสินค้าปลีก
หลากหลาย (Carrefour)



เครื่องหมายของเอกชน
ชั้นนำระดับชาติ



เครื่องหมายผู้ค้าปลีกสินค้าอินทรีย์



4. การรวมเครื่องหมายการค้า และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เข้าด้วยกัน ในกลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า







How to COOKING

กับข้าว*กัลยา*
ให้อร่อย







Rice Cooking Method
 Fill measuring cup with rice exactly to the rim.
 Wash rice by cover it with water and drain.
 Fill water to the water-rice ratio according to the type of rice.
 Smooth the surface of rice in the electric rice cooker.
 Once the rice cooker finishes, leave for 15 minutes longer for a 1-litre cooker or 30 minutes for a 7- to 10 litre cooker.
 Be careful not to let the water drip on the rice when open the lid of the cooker. Use the rice paddle to stir the rice and the fluffy and soft rice is ready to serve.



GI Certified by Bioagricert srl



ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

KANLAYA

กัลยา

Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai




NET WT 1000 g.

น้ำหนักสุทธิ 1 กิโลกรัม

ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

ข้อมูลโภชนาการ Nutrition Facts

Nutrition Facts

Serving Size 2 (100g (3.5oz))
Amount per Serving
Calories 100 *Calories from Fat 70

	% Daily Value*
Total Fat 7g	11%
Saturated Fat 1.5g	6%
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 120mg	9%
Total Carbohydrate 20g	7%
Dietary Fiber 4g	16%
Sugars 0g	
Protein 1g	
Vitamin A 0% • Vitamin C 0%	
Calcium 0% • Iron 2%	

*Percent Daily Values are based on a 

Produced by J.F. Rice International (1998) Co., Ltd.
14/9 Moo 4, Tambon Tammak, Muang, Samut, 32000 THAILAND
Tel: 6644-558444
Fax: 6644-558445
Mobile: 9827-9141545, 9890-5240494
Email: charlie@jp-rice.com

"GI Operator Code: TK06/14"



GI Certified by Bioagricert srl



ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

KANLAYA

กัลยา

Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai




NET WT 1000 g.

น้ำหนักสุทธิ 1 กิโลกรัม

ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

ค่าความหอม

Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai is a registered GI in Thailand and is recognized in the European Union's system of Protected Geographical Indication (PGI). This Thai jasmine rice is produced using historic and traditional methods by farmers in the northeast of Thailand where the environment, traditional rice variety and cultivation practices produce a unique jasmine rice. In Thailand, as well as by rice connoisseurs around the world, this highly aromatic rice is known for its rice aroma of pandanings, lotus and its superior flavor and quality. The Geographical Indication status has been granted due to these exclusive characteristics, its link to the natural environment and the wisdom of the local farmers of Thung Kula Rong-Hai. The Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai continues to enhance rural communities development, promotes biodiversity and protects the local environment, native tradition and spirit.



0 123456 789012

"GI Operator Code: TK06/14"

The Synthesis of aromatic substance (G-average: 1 pyrazine = 2MI)

Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai is a registered GI in Thailand and is recognized in the European Union's system of Protected Geographical Indication (PGI). This Thai jasmine rice is produced using historic and traditional methods by farmers in the northeast of Thailand where the environment, traditional rice variety and cultivation practices produce a unique jasmine rice. In Thailand, as well as by rice connoisseurs around the world, this highly aromatic rice is known for its rice aroma of pandanings, lotus and its superior flavor and quality. The Geographical Indication status has been granted due to these exclusive characteristics, its link to the natural environment and the wisdom of the local farmers of Thung Kula Rong-Hai. The Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai continues to enhance rural communities development, promotes biodiversity and protects the local environment, native tradition and spirit.

As a medium-sized company, the owners and staff work with great passion to ensure that every time you open a package of Thai Khao Hom Mali Thung Kula Rong-Hai (PGI) Rice from our mill, you can expect to find the best selected and highest-quality rice.

ข้อสรุป

ทรัพย์สินทางปัญญาและการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า

- โดยตัวของมันเอง การให้**การคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญา**แก่ผลิตภัณฑ์จากแหล่งกำเนิด ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้ตำแหน่งในเชิงการแข่งขันในตลาดและในการส่งเสริมรายได้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดีขึ้น
- **การสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า** จึงจำเป็นในการที่จะพัฒนามุมมองของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าจากแหล่งกำเนิด และความสำคัญของแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของสินค้านั้น
- **ทรัพย์สินทางปัญญาและการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า** ต้องไปด้วยกัน ภายในกลยุทธ์ทางธุรกิจ



กลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์สำหรับสินค้า GIs

- การสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า GI / ผลิตภัณฑ์จากแหล่งกำเนิด เน้นที่**คุณสมบัติจำเพาะ**ของ**ผลิตภัณฑ์**ที่เชื่อมโยงกับแหล่งกำเนิดอย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว:
 - * **ปัจจัยทางธรรมชาติ**
 - * **ปัจจัยมนุษย์**
- การสร้างเอกลักษณ์ทำให้เกิดกรณี**ของเหตุผลและอารมณ์** สำหรับการที่ผู้บริโภคจะเลือกผลิตภัณฑ์จากแหล่งกำเนิด/ผลิตภัณฑ์ GI แทนที่จะเลือกทางเลือกอื่นๆ
- การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า(Branding)หมายถึง: ชื่อ โลโก้ แนวทางปฏิบัติ สื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการขายและกลยุทธ์... ส่วนผสมในการทำตลาด: 4P – ผลิตภัณฑ์ (Product) จุดขาย (Point of sale) ราคา (Price) การส่งเสริมการขาย (Promotion)
- แต่ที่รวมอยู่ด้วยและมีความสำคัญที่สุดก็คือการพัฒนาโมเดลทางธุรกิจที่เหมาะสม

กลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จ



ผลิตภัณฑ์ชั้นนำ

- ชื่อเสียงผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่มั่งคั่งของดินแดนนั้นๆ
- ผลิตภัณฑ์หลักของภูมิภาค



ตะกร้าสินค้า

- ส่งเสริมอาหารและผลิตภัณฑ์งานฝีมือ บริการต่างๆ ของภูมิภาค
- การส่งเสริมการขายร่วมกันโดยทาง web-portals ร้านค้า และงานแสดงสินค้า



การท่องเที่ยว

- เทศกาลต่างๆ
- ไปเยี่ยมเยือนผู้ผลิต
- การแสดงประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่น
- ความเชี่ยวชาญพิเศษในการทำอาหาร



การสร้างเอกลักษณ์สินค้าของภูมิภาคหรือของชาติ

- ผลิตภัณฑ์ของสวนอุทยานแห่งชาติ
- บทบาทในภูมิทัศน์
- ชุมชนที่ยั่งยืน





ขอบคุณสำหรับการรับฟัง

denis.sautier@cirad.fr





การส่งเสริมสิทธิใน
ทรัพย์สินทางปัญญา
ในภูมิภาคอาเซียน

ขอบคุณ



โครงการนี้ได้รับการสนับสนุนเงินทุนโดยสหภาพยุโรปและสำนักงานทรัพย์สินทางปัญญาแห่งสหภาพยุโรป.....เป็นผู้ดำเนินการ