

# การศึกษาการก่อดำเนินนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์<sup>1</sup>

นางสาวฉัตรมาภรณ์ หนูขจร<sup>2</sup>

**คำสำคัญ :** การก่อดำเนินนโยบาย, ตลาดสินค้า, สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI), กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication : GI) เป็นเครื่องหมายชุมชนที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจง โดยมีคุณภาพ มีชื่อเสียง ที่เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว GI จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า GI เพื่อนำรายได้มาสู่ชุมชนอย่างยั่งยืนแต่แหล่งผลิตสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักและชุมชนต่างๆ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้วกลับไม่นำสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาใช้ประโยชน์ต่อยอดสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชน

จากนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยทุกระดับให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้มีรายได้น้อย โดยการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economy) มุ่งเน้นการสร้างความเข้มแข็งจากภายในประเทศ ส่งเสริมการค้าการลงทุนภายในท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าชุมชนอย่างยั่งยืน ประกอบกับการขึ้นทะเบียน GI และการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยจะช่วยยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และส่งเสริมเกษตรกรให้เป็น Smart Farmer ตามเป้าหมายของ Thailand 4.0 กรมทรัพย์สินทางปัญญาจึงเห็นถึงความสำคัญในการกระตุ้นให้ชุมชนต่างๆ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และการติดเครื่องหมายรับรองตราสัญลักษณ์ GI ไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าชุมชน และจะเป็นต้นแบบให้แก่สินค้าชุมชนอื่นๆ ที่จะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคต โดยการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการสร้างความรับรู้ความเข้าใจในเรื่อง GI แก่ผู้ผลิต ชุมชน และผู้บริโภค เพื่อให้ตระหนักถึงประโยชน์ของการขึ้นทะเบียน GI การส่งเสริมการตลาดสินค้า GI ของไทยในระดับชาติและนานาชาติ การส่งเสริมให้ผู้ผลิตมี

<sup>1</sup>บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระ เรื่องการศึกษาการก่อดำเนินนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์โดยมีรองศาสตราจารย์ ดร.วรรษยา ศิริวัฒน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

<sup>2</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต โครงการสำหรับนักบริหาร คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ระบบการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานในการผลิตสินค้า GI การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า GI ระดับ ชาติและนานาชาติ

นับตั้งแต่มีพระราชบัญญัติพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีการสนับสนุนให้เกิดการคุ้มครองสินค้าชุมชนของไทยด้วยการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างต่อเนื่องโดยมุ่งเน้นผลักดันโครงการ 1 จังหวัด 1 สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ส่งผลให้ในปัจจุบันมีสินค้า GI ไทยขึ้นทะเบียนแล้วถึง 103 สินค้า โดยแบ่งเป็นสินค้าข้าว 11 รายการ อาหาร 19 รายการ ผักและผลไม้ 49 รายการ ผ้า 9 รายการ หัตถกรรมและอุตสาหกรรม 13 รายการ ไวน์และสุรา 2 รายการ สินค้าที่ได้การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า 100 ได้แก่ ทูเรียน สาลิกาพังงา ซึ่งการขึ้นทะเบียนคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนไทยถึง 4,000 ล้านบาทต่อปีในปัจจุบัน

กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้วางแนวทางการพัฒนาสินค้า GI ของไทยเป็น 3 ส่วนใน 2 ระดับ ซึ่งจะต้องพัฒนาไปพร้อมๆ กัน คือ

ส่วนที่ 1 ส่งเสริมการขึ้นทะเบียน GI ส่งเสริมให้เกิดการขึ้นทะเบียนในประเทศไทย และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการขึ้นทะเบียน พร้อมเข้าไปช่วยเหลือการขึ้นทะเบียนอย่างครบวงจร ให้คำแนะนำในการจัดทำคำขอ GI และส่งเสริมให้จังหวัดต่างๆ ทั่วทั้งประเทศไทย ยื่นคำขอจดทะเบียน GI ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้แต่ละจังหวัดให้ความสนใจนำสินค้ามาจดทะเบียนเป็น GI มากขึ้น กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะเน้นการขึ้นทะเบียนสินค้าที่มีศักยภาพเพื่อคุ้มครองสินค้าชุมชนที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจให้ชื่อของสินค้าเป็นของชุมชนไทยเท่านั้น

ส่วนที่ 2 พัฒนาระบบควบคุมคุณภาพสินค้า เข้าไปช่วยเหลือและพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพสินค้า GI รวมถึงการสนับสนุนตรวจสอบรับรองที่เป็นไปตามมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ ซึ่งการเข้าไปส่งเสริมสนับสนุนระบบควบคุมนั้นจะส่งผลให้ชุมชนมีกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน มีกระบวนการทำงานอย่างมีระบบซึ่งส่งผลให้ได้คุณภาพของสินค้าที่มีคุณภาพสม่ำเสมอและรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมา ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการจะสามารถนำตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทยไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าของตนได้

ส่วนที่ 3 สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า GI พัฒนาระดับภาพลักษณ์สินค้า Premium ให้กับสินค้าและบรรจุภัณฑ์ GI พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ GI พัฒนาความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บริษัท ห้างร้าน สร้างโอกาสและจัดพื้นที่เป็นช่องทางจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการสินค้า GI เพื่อให้มีโอกาสเข้ามาทำตลาดในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรด รวมทั้งทำการส่งเสริมเผยแพร่ข้อมูลสินค้า GI ผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้ GI เป็นที่รู้จักทั่วไปและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้มีเกษตรกรเข้าร่วมในระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพิ่มมากขึ้น พร้อมทั้งช่วยเหลือผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้า GI เพื่อให้เหมาะสมกับตลาดยุคใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพราะ GI เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งยังมีแผนที่จะขยายงานด้านการพัฒนาแหล่งผลิตสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

2 ระดับคือ ระดับประเทศและระดับต่างประเทศ ดังนี้

1) ระดับประเทศ ดำเนินการร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งระดับกระทรวง กรม และหน่วยงานในท้องถิ่นผู้ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบในสินค้าแต่ละชนิด เพื่อร่วมกันกำหนดนโยบาย บริหารจัดการ ตลอดจนพัฒนาสินค้าและระบบ GI ไทยให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับระดับสากล

2) ระดับต่างประเทศ ส่งเสริมการจดทะเบียนสินค้า GI ไทยในต่างประเทศ สร้างความรู้เรื่องสินค้า GI ไทยในต่างประเทศ และตรวจสอบคำขอรับจดทะเบียนสินค้า GI ของต่างประเทศในประเทศไทย ตามที่มีการยื่นคำขอมา รวมถึงคำขอที่จะรับเข้ามาหากมีการทำความตกลงระหว่างประเทศต่างๆ

จากความเป็นมาและความสำคัญดังกล่าว นำมาซึ่งการก่อตัวของนโยบาย การสร้างประเด็นปัญหาในเชิงนโยบายสาธารณะหรือการทำให้ปัญหาสาธารณะถูกบรรจุเข้าสู่วาระ และได้รับความสนใจจากผู้กำหนดนโยบาย (Agenda Setting) (2539, หน้า 124) ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวจัดเป็นขั้นตอนแรกของกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะ เริ่มด้วยการระบุสภาพปัญหาสาธารณะ (Public Problem) ให้ชัดเจนเสียก่อนว่า ปัญหานี้เป็นปัญหาของใคร ใครได้รับความเดือดร้อนบ้าง ถ้ารัฐบาลไม่เข้าไปแก้ไข จะเกิดผลกระทบอะไรตามมา ถ้ารัฐบาลเข้าไปแก้ไข ใครจะได้ประโยชน์และใครจะเสียประโยชน์ และใครควรจะเป็นผู้รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จ การก่อตัวของนโยบายจึงมิใช่เพียงแต่ระบุปัญหาสาธารณะเท่านั้น แต่จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการนำนโยบายไปปฏิบัติอีกด้วย ทั้งนี้ เพราะปัญหาสาธารณะจะได้รับการแก้ไขให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นสำคัญ ในส่วนนี้จะได้นำเสนอเกี่ยวกับกิจกรรมย่อยที่สำคัญของขั้นตอนการก่อตัวของนโยบาย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นมาของนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
2. เพื่อศึกษาการก่อตัวของนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการก่อตัวของนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
4. เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

### ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจาก เอกสาร

ตำรา ผลการดำเนินงานโครงการที่เกี่ยวกับนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

## บทสรุปของการวิจัยและการอภิปรายผล

ในส่วนของการศึกษาการก่อตัวนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ มีวัตถุประสงค์

(1) เพื่อศึกษาความเป็นมาของนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) โครงการส่งเสริมและพัฒนาตลาดกลางในภูมิภาค และศูนย์กระจายสินค้าประเทศเพื่อนบ้าน ที่มุ่งเน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็ง จากภายในประเทศ และเชื่อมโยงการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านและเศรษฐกิจโลก โดยผลักดันและส่งเสริมให้มีการจัดตั้งตลาดชุมชนเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมและกระจายผลผลิตของชุมชนที่มีการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนควบคู่ไปกับเอกลักษณ์พาณิชย์ ตลอดจนความรู้ ความเข้าใจด้านการตลาด โดยพัฒนาระบบตลาดกลางและโลจิสติกส์ในภาคการค้าสินค้าเกษตรเป็นกลไกเชื่อมโยงระบบตลาด

(2) เพื่อศึกษาการก่อตัวของนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จากข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีที่ให้กรมทรัพย์สินทางปัญญาส่งเสริมให้มีการพัฒนาคุณภาพของสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทยทุกระดับ โดยมีแผนการส่งเสริมการตลาดทั้งภายในประเทศแบบเต็มรูปแบบ และแผนส่งเสริมการตลาด GI ในตลาดต่างประเทศ (ในอนาคต) โดยให้เพิ่มมูลค่าการค้าตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (สินค้า GI) จาก 3,000 ล้านบาท เป็น 30,000 ล้านบาท และร่วมกันผลักดันให้ถึงเป้าหมายการพัฒนาองค์ความรู้ให้แก่บุคลากร ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ทุกภาคส่วนสามารถดำเนินการไปได้ในทิศทางเดียวกัน

(3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการก่อตัวของนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในด้านของผู้ประกอบการ เกษตรกร ผู้ค้า ผู้รวบรวม ผู้แปรรูป ผู้ส่งออก และผู้เกี่ยวข้องในภาคการค้าสินค้ายังขาดการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการตลาด ตลอดจนการรับข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดที่คลาดเคลื่อน และไม่ถูกต้อง ด้านระบบตลาดสินค้าที่ยังไม่ได้รับการยกระดับการพัฒนาให้เป็นมาตรฐานสู่สากล เพื่อสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นเท่าที่ควร

(4) เพื่อเสนอแนวทางในการปรับปรุงนโยบายส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ด้วยการสร้างการบูรณาการแหล่งผลิตและตลาดสินค้า GI เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สร้างการประชาสัมพันธ์เผยแพร่วิถีชุมชนแหล่งผลิตสินค้า GI พร้อมทั้งส่งเสริมความเข้าใจเรื่องสินค้าและความผูกพันกับวิถีชีวิตของชุมชนในแหล่งผลิตสินค้าครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศไทย โดยประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะ

- 1) เพิ่มการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สินค้า GI เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ผ่านรูปแบบสื่อต่างๆ เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ สื่อสกรู๊ป เป็นต้น
- 2) ควรเพิ่มการจัดงานส่งเสริมตลาดและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว โดยขยายช่องทางการตลาดภายในประเทศ ขยายช่องทางการตลาดไปยังต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์ GI ให้เป็นที่รู้จัก พัฒนาแหล่งผลิตสินค้า GI เป็นแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาสินค้า GI ให้มีมูลค่าเพิ่ม ในอนาคตและบูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตสินค้า GI
- 3) ควรมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริมให้สินค้า GI เป็นที่รู้จักแพร่หลาย เช่น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- 4) ควรสร้างความเข้าใจ การรับรู้ ให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงเอกลักษณ์สินค้า GI เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า GI ไทย เห็นควรส่งเสริมให้ทุกจังหวัดมีสินค้าประจำจังหวัดอย่างน้อย 1 สินค้า(หนึ่งจังหวัดหนึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์)

## บรรณานุกรม

- เครือข่ายบริหารการศึกษา มสธ.54. (2558). *แนวคิด หลักการเกี่ยวกับนโยบาย*. [ออนไลน์]. จาก <https://mystou.wordpress.com/2011/12/24/policiesedu/> [18 มี.ค. 2558].
- จุมพล นิมพานิช. (2548). *“การกำหนดนโยบายสาธารณะ”*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา นโยบายสาธารณะและการวางแผน*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จุมพล นิมพานิช. (2547). *การวิเคราะห์นโยบาย: ขอบข่าย แนวคิดทฤษฎี และกรณีตัวอย่าง*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2523). *การเมืองกับการบริหาร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- เดโช สวานานนท์. (2544). *คำอธิบายศัพท์รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2541*. กรุงเทพมหานคร: หจก. วีทซี คอมมิวนิเคชั่น จำกัด.
- ถวัลย์รัฐ วรเทพพุฒิพงษ์. (2541). *การกำหนดและการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2539). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2542). *การวิจัยประเมินผล : หลักการและกระบวนการ*. กรุงเทพมหานคร: หจก.ที.พี.เอ็น.เพลส, 2542.
- ไพศาล สุริยะมงคล. (2535). *“นโยบายสาธารณะของไทย”*. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา นโยบายสาธารณะและการวางแผน*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2551). *นโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทบพิศการพิมพ์.
- วิกิพีเดีย. (2558). *ทฤษฎีเกม*. [ออนไลน์]. จาก: <http://th.wikipedia.org/wiki/> [18 มี.ค. 2558].

- วิกิพีเดีย. (2558). “นโยบายปฏิรูป” ของมีฮาอิล กอร์บาชอฟ, [ออนไลน์].จาก [http://th.wikipedia.org/wiki/\[18 มี.ค. 2558\]](http://th.wikipedia.org/wiki/[18 มี.ค. 2558]).
- ศศิชา สืบแสง. (2558). *นโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ..* [ออนไลน์].จาก [https://www.google.co.th/url?sa\[18 มี.ค. 2558\]](https://www.google.co.th/url?sa[18 มี.ค. 2558]).
- สมบัติ อารงธัญวงศ์. (2549). *นโยบายสาธารณะ : แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เสมาธรรม.
- สมพร เพ็ญจันทร์. (2539). *นโยบายสาธารณะ : ทฤษฎีและการปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- สลิด ชูชื่น. (2558). *นโยบาย 4 ทศวรรษของจีน*. [ออนไลน์].จาก [https://sites.google.com/site/salidandtom/\[18 มี.ค. 2558\]](https://sites.google.com/site/salidandtom/[18 มี.ค. 2558]).
- วรรษยา ศิริวัฒน์. (2559). *แนวความคิดเชิงทฤษฎีในการบริหารรัฐกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รายงานประจำปี 2560. (2560). *น้อมนำศาสตร์พระราชารักษาเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน*. กระทรวงพาณิชย์.
- (วารสาร). (2560). *ทิศทางสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย 2560*. กระทรวงพาณิชย์.
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2560). *สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI THAILAND)*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ออนป้า จำกัด.