

ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหารของอิตาลีที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

ระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications หรือ GI) ภายใต้กฎระเบียบสหภาพยุโรปเลขที่ EU 1151/2012 ว่าด้วยระบบมาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรและอาหาร เป็นกลไกเชิงนโยบายที่สำคัญในการขึ้นทะเบียนและคุ้มครองสินค้าเกษตรที่มีคุณลักษณะเฉพาะโดดเด่น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อปกป้องคุณภาพและส่งเสริมระบบการผลิตแบบดั้งเดิม ตลอดจนสนับสนุนความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นท่ามกลางสภาวะการแข่งขันกับสินค้าอุตสาหกรรม การรับรองจากสหภาพยุโรปยังทำหน้าที่เป็นหลักประกันความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ทั้งในด้านความปลอดภัยของอาหาร การตรวจสอบย้อนกลับและข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่ผลิตอย่างแท้จริง

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสหภาพยุโรป แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 1) PDO (Protected Designation of Origin) ครอบคลุมสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะจากปัจจัยทางธรรมชาติและภูมิปัญญาของมนุษย์โดยต้องดำเนินการผลิตในพื้นที่ทั้งหมด และการรับรองลักษณะเฉพาะของสินค้าดั้งเดิม 2) PGI (Protected Geographical Indication) เน้นคุณภาพหรือชื่อเสียงที่เกี่ยวข้องกับแหล่งกำเนิดโดยมีการผลิตอย่างน้อยหนึ่งขั้นตอนในพื้นที่นั้น 3) TSG (Traditional Specialty Guaranteed) เป็นตราที่ระบุสินค้าอาหารและเกษตรที่เป็นไปตามวิธีการผลิตเฉพาะความชำนาญพิเศษ และสูตรดั้งเดิม โดยไม่คำนึงถึงพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ของแหล่งผลิต

สหภาพยุโรปมีสินค้าทางการเกษตรและอาหาร ไวน์ และสุรากลั่น ที่ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทั้ง 3 ประเภท รวมทั้งสิ้น 3,484 รายการ ซึ่งในจำนวนรวมดังกล่าวมีรายการเพิ่มขึ้น 39 รายการ (จากจำนวนทั้งสิ้นทั่วโลก 3,751 รายการ) แบ่งเป็น ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหาร 1,596 รายการ ไวน์ 1,638 รายการ และเครื่องดื่มสุรากลั่น (Spirits) 250 รายการ โดยเป็นสินค้าที่ได้รับตรา PGI 856 รายการ สินค้าที่ได้รับตรา PDO 673 รายการ และสินค้าที่ได้รับตรา TSG 67 รายการ ในขณะที่อิตาลีเป็นประเทศที่มีรายการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอาหารที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของสหภาพยุโรปจำนวนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 (897 รายการ) รองลงมา ได้แก่ ฝรั่งเศส (775 รายการ) สเปน (393 รายการ) กรีซ (283 รายการ) โปรตุเกส (210 รายการ) และเยอรมนี (179 รายการ) ส่วนประเทศที่มีสินค้า GI น้อยที่สุดในสหภาพยุโรปคือ เอสโตเนีย (2 รายการ) (ข้อมูลจาก ISMEA และ Qualivita ณ วันที่ 11 พฤศจิกายน 2568)

สินค้า GI มีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่อุปทานเกษตรและอาหารของอิตาลี จากผลการผลิตและการส่งออกที่เพิ่มขึ้นทุกปี ทั้งยังเป็นเครื่องยืนยันถึงความสำเร็จของยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มภายใต้ตราสินค้า "Made in Italy" ในระดับสากล ความเชื่อมโยงอันแนบแน่นระหว่างความเป็นเลิศของสินค้ากับแหล่งกำเนิดภูมิศาสตร์นี้ ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความโดดเด่นในตลาดโลก แต่ยังส่งผลให้สินค้า GI ถูกจัดสถานะเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีบทบาทเชิงกลยุทธ์

☐ นโยบายภาครัฐ☐ เศรษฐกิจการลงทุน☒ แนวโน้มการตลาด☐ รายงานสินค้าและบริการ☐ อื่นๆ

Call Center 1169

www.ditp.go.th

www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง

จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center Milan

Via A.Albricci, 8 Milano 20122

Phone : +39 02 89011467

E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com

FB: @ThaiTradeCenterMilan

IG: @ThaiTradeMilan

อย่างยิ่งในการเจรจาการค้าระหว่างสหภาพยุโรปและประเทศคู่ค้าอื่นๆ ทั่วโลก โดยปี 2567 อิตาลีมีมูลค่าการผลิต 20.70 พันล้านยูโร ขยายตัวเพิ่มขึ้น 3.50% เมื่อเทียบกับปี 2566 หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 19% ของผลประกอบการของอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรของอิตาลีทั้งหมด มีมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สูงถึง 12.30 พันล้านยูโร เพิ่มขึ้น 8.2% จากปี 2566 แม้จะมีแรงกดดันจากสถานการณ์เงินเฟ้อที่ผันผวนอยู่ตลอด แต่ก็แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของสินค้า IGP, DOP และ TSG ของอิตาลี

ความสำเร็จของประเทศอิตาลีในฐานะผู้นำด้านสินค้า GI อันดับ 1 ของสหภาพยุโรป ด้วยจำนวนสินค้าขึ้นทะเบียนกว่า 897 รายการ แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนต้นทุนทางวัฒนธรรมและสภาพภูมิศาสตร์ให้เป็นรายได้มหาศาล โดยสินค้าประเภทไวน์ อาหาร และสุราหลักของอิตาลี สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกและดึงดูดเม็ดเงินจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยุทธศาสตร์ดังกล่าวได้กลายเป็นต้นแบบให้หลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย ในการเร่งผลักดันสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพเข้าสู่ระบบการคุ้มครองในระดับสากล เพื่อยกระดับความเชื่อมั่นให้แก่ผู้นำเข้าและผู้บริโภคในตลาดระดับบนที่กำลังซื้อสูง

ในสถานการณ์เศรษฐกิจโลกปัจจุบันที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ มาตรฐาน และแหล่งกำเนิดของผลิตภัณฑ์ ระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI จึงมิได้เป็นเพียงเครื่องหมายการคุ้มครองสิทธิทางกฎหมายเท่านั้น หากแต่เป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม/แบรนด์ให้แก่สินค้าเกษตรและอาหาร ระบบ GI ตามมาตรฐานสากล โดยเฉพาะกฎระเบียบของสหภาพยุโรปได้กลายเป็นบรรทัดฐานสำคัญในการคัดกรองสินค้าเข้าสู่ตลาดพรีเมียม ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและคุ้มครองภูมิปัญญาของชุมชนในเวทีการค้าโลก



☐ นโยบายภาครัฐ

Call Center 1169

www.ditp.go.th

www.thaitrade.com

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง

จังหวัดนนทบุรี 11000

☒ แนวโน้มการตลาด

Thai Trade Center Milan

Via A.Albricci, 8 Milano 20122

☐ รายงานสินค้าและบริการ

Phone : +39 02 89011467

E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com

FB: @ThaiTradeCenterMilan

IG: @ThaiTradeMilan

☐ อื่นๆ

ปี 2568 สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของประเทศนอกสหภาพยุโรปที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสหภาพยุโรปมีทั้งหมด 271 รายการ โดยประเทศจีนมีสินค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสหภาพยุโรปมากที่สุดเป็นอันดับ 1 จำนวน 110 รายการ สำหรับประเทศไทยมีสินค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสหภาพยุโรปเป็นอันดับ 5 จำนวน 4 รายการ ซึ่งถือเป็นสินค้าเกษตรระดับพรีเมียมที่มีชื่อเสียงและผ่านการตรวจสอบมาตรฐานอย่างเข้มงวดของสหภาพยุโรป ได้แก่

❖ ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ จดทะเบียนเมื่อเดือนมีนาคม 2556 เป็นข้าวพันธุ์ขาวดอกมะลิ 105 และพันธุ์ กข15 ที่ปลูกในฤดูนาปีบนทุ่งกุลาร้องไห้ ในพื้นที่ 5 จังหวัดภาคอีสาน (ร้อยเอ็ด สุรินทร์ ศรีสะเกษ มหาสารคาม และยโสธร) มีเอกลักษณ์ที่เมล็ดข้าวขาว ยาวเรียวยาว กลิ่นหอมคล้ายใบเตย ข้าวสุกมีความหอมและนุ่ม เอกลักษณ์นี้เกิดจากการที่พื้นที่ทุ่งกุลาร้องไห้มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำและแล้งจัด ส่งผลให้ข้าวเกิดความเครียดจึงหลังสารหอม ทำให้มีความหอมมากกว่าข้าวหอมมะลิในพื้นที่อื่น



❖ กาแฟดอยช้าง ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากสหภาพยุโรปในเดือนกรกฎาคม 2558 กาแฟดอยช้างเป็นกาแฟอาราบิก้าสายพันธุ์หลัก คาทูรา คาติมอร์ และคาทูย ที่ปลูกบนหุบเขา ดอยช้าง ในตำบลวาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ที่ระดับความสูง 1,000 – 1,700 เมตรจากระดับน้ำทะเล ซึ่งเหมาะแก่การปลูกกาแฟอาราบิก้า ประกอบกับการคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวอย่างพิถีพิถัน และกรรมวิธีผลิตที่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้กาแฟดอยช้างมีกลิ่นหอมหวานคล้ายน้ำผึ้ง และมีรสชาติกลมกล่อม ชุ่มคอ



❖ กาแฟดอยตุง ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากสหภาพยุโรปในเดือนกรกฎาคม 2558 กาแฟดอยตุงเป็นกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้า ปลูกในพื้นที่โครงการพัฒนาดอยตุง บนเทือกเขานางนอน จังหวัดเชียงราย ระดับความสูง 800 – 1,200 เมตร จากระดับน้ำทะเล กาแฟดอยตุงจึงมีกลิ่นหอมและรสชาติกลมกล่อมมีเอกลักษณ์



☐ นโยบายภาครัฐ

Call Center 1169

www.ditp.go.th

www.thaitrade.com

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง

จังหวัดนนทบุรี 11000

☒ แนวโน้มการตลาด

Thai Trade Center Milan

Via A.Albricci, 8 Milano 20122

☐ รายงานสินค้าและบริการ

Phone : +39 02 89011467

E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com

FB: @ThaiTradeCenterMilan

IG: @ThaiTradeMilan

☐ อื่นๆ

❖ ข้าวสังข์หยดพัทลุง ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากสหภาพยุโรปในเดือนกุมภาพันธ์ 2559 ข้าวสังข์หยดพัทลุงเป็นพันธุ์ข้าวเบาพื้นเมืองในจังหวัดพัทลุง ปลูกกันมาเป็นร้อยปี และยังเก็บรักษาสายพันธุ์ปลูกสืบต่อกันมา ด้วยดินน้ำภูมิอากาศของเทือกเขาตะวันตก และมรสุมที่พัดผ่านทะเลสาบสงขลาได้หล่อเลี้ยงให้เป็นข้าวที่มีคุณสมบัติพิเศษ มีคุณค่าอาหารสูงจากสารสีแดงชนิดแอนโทไซยานินอยู่ที่เปลือกนอกของเมล็ดข้าว มีสารแอนติออกซิแดนต์ป้องกันมะเร็ง ช่วยชะลอความชรา มีคุณค่าทางอาหารสูง เมื่อหุงสุกจะมีความนุ่มและมัน



ล่าสุด ณ วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2569 สหภาพยุโรปได้ประกาศขึ้นทะเบียนมะพร้าวน้ำหอมราชบุรีเป็นสินค้า GI รายการล่าสุดอย่างเป็นทางการ ซึ่งถือเป็นสินค้าไทยรายการที่ 5 ที่ได้รับความคุ้มครองในสหภาพยุโรป ต่อจากสินค้าข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง กาแฟดอยตุง และกาแฟดอยช้าง



การได้รับการขึ้นทะเบียน GI ในยุโรปของมะพร้าวน้ำหอมราชบุรีในครั้งนี้ ไม่เพียงแต่เป็นการปกป้องชื่อเสียงของสินค้าไทยในต่างประเทศ แต่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดพรีเมียมของยุโรป โดยคาดการณ์ว่าจะช่วยยกระดับราคาจำหน่ายและสร้างมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 300 ล้านบาทต่อปี ทั้งนี้ ข้อมูลในปี 2568 ระบุว่ามะพร้าวน้ำหอมราชบุรีสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกทั่วโลกได้กว่า 5,244 ล้านบาท ซึ่งการได้รับตราสัญลักษณ์ GI ในระดับสากลจะเพิ่มความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์สินค้าเกษตรคุณภาพสูง และเป็นกุญแจสำคัญในการขยายส่วนแบ่งการตลาดไทยภายใต้นโยบาย Soft Power สู่วะทีการค้าโลกอย่างยั่งยืนของไทย

ความเห็นของ สดต. ณ เมืองมิลาน

1) ผู้บริโภคในสหภาพยุโรปและอิตาลีให้ความสำคัญและยอมจ่ายราคาสูงกว่าปกติให้กับสินค้าที่มีเครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพและแหล่งกำเนิด การขยายตลาดสินค้าเกษตรและอาหารไทยในสหภาพยุโรปควรให้ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าผ่านระบบ GI และพัฒนามาตรฐานที่สอดคล้องกับกฎระเบียบเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยควรเตรียมความพร้อมด้านกฎระเบียบและมาตรฐานความยั่งยืน ภายใต้กรอบ European Green Deal และ Farm to Fork โดยเฉพาะด้านความโปร่งใส การจัดการสิ่งแวดล้อม และข้อมูลบนฉลากสินค้า ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการเข้าสู่ตลาดสหภาพยุโรป

2) ประเทศไทยควรเร่งยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรและอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยสนับสนุนผู้ผลิตในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในสหภาพยุโรปเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มข้าวและผลไม้ (มะม่วง ทุเรียน สับปะรด) เพื่อสร้างความรู้จักและเชื่อมั่นในระดับสากล อาจนำรูปแบบความสำเร็จของอิตาลีมาประยุกต์ใช้ เช่น การจัดตั้งสมาคมผู้ผลิต (Consortium) เพื่อทำหน้าที่ตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพ และรับรอง การตรวจสอบ

☐ นโยบายภาครัฐ

Call Center 1169

www.ditp.go.th

www.thaitrade.com

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง

จังหวัดนนทบุรี 11000

☒ แนวโน้มการตลาด

Thai Trade Center Milan

Via A.Albricci, 8 Milano 20122

☐ รายงานสินค้าและบริการ

Phone : +39 02 89011467

E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com

FB: @ThaiTradeCenterMilan

IG: @ThaiTradeMilan

☐ อื่นๆ

ย้อนกลับอย่างเข้มงวด อันจะเป็นการสร้างการแข่งขันให้แก่ชุมชน รักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ และเพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นเพื่อขยายโอกาสในการส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศอย่างยั่งยืน

3) มาตรการภาษีใหม่ของสหรัฐอเมริกา (สิงหาคม 2568) ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการส่งออกสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของอิตาลี เนื่องจากสหรัฐฯ เป็นตลาดหลัก การนำเข้าที่ลดลงดังกล่าวจะทำให้ผู้ผลิตอิตาลีเร่งกระจายความเสี่ยงโดยการบุกตลาดเอเชียและประเทศไทยมากขึ้น เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงและธุรกิจ HoReCa (โรงแรม/ร้านอาหาร) สถานการณ์ดังกล่าวจะส่งผลให้มีการแข่งขันด้านราคาในกลุ่มสินค้าพรีเมียม ซึ่งเป็นโอกาสให้ธุรกิจไทยเข้าถึงวัตถุดิบคุณภาพสูงได้ง่ายขึ้น และเป็นกุญแจสำคัญที่ไทยจะเจรจาแลกเปลี่ยนทางการค้าเพื่อขอสิทธิประโยชน์ในการส่งออกสินค้าเกษตร GI พรีเมียมของไทยไปยังอิตาลี

ที่มา

- 1) *Official Journal of the European Union (EU 2026/363)* เรื่องการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มะพร้าวน้ำหอมราชบุรี ลงวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2569
 - 2) กรมประชาสัมพันธ์และกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
 - 3) รายงานวิเคราะห์ศักยภาพสินค้าเกษตรไทยปี 2568-2569 โดยรองโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี
 - 4) รายงานภาวะเศรษฐกิจ GI จากสถาบัน ISMEA (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) และ Qualivita Foundation: Ismea-Qualivita Report 2025-2026
 - 5) Istat (Italian National Institute of Statistics): Italy's Economic Outlook 2025-2026
 - 6) สำนักข่าว Thai PBS: วิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจฐานรากและราคาผลผลิตมะพร้าวน้ำหอม (กุมภาพันธ์ 2569) สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน
- 8 มกราคม 2569

☐ นโยบายภาครัฐ

Call Center 1169

www.ditp.go.th

www.thaitrade.com

☐ เศรษฐกิจการลงทุน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง

จังหวัดนนทบุรี 11000

☒ แนวโน้มการตลาด

Thai Trade Center Milan

Via A.Albricci, 8 Milano 20122

☐ รายงานสินค้าและบริการ

Phone : +39 02 89011467

E-mail: ttomilan@thaitradeitaly.com

FB: @ThaiTradeCenterMilan

IG: @ThaiTradeMilan

☐ อื่นๆ