

ข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์

<p style="text-align: center;">ภาพรวมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์</p> <p style="text-align: center;">(ภาพรวมตลาด/การส่งออก/มูลค่า/ประเภทสินค้าที่เป็นที่นิยมแหล่งที่มาของสินค้า/ผลิตเอง/นำเข้าจากประเทศไหน/ช่องทางการจัดจำหน่าย)</p>	<p style="text-align: center;">สถานะปัจจุบันของสินค้าไทยในตลาดประเทศ</p> <p style="text-align: center;">(มีผู้ประกอบการไทยเข้าลงทุนหรือไม่/สินค้าประเภทใด/ส่วนแบ่งตลาด)</p>	<p style="text-align: center;">ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ</p>
<p>- สปป.ลาว ริเริ่มดำเนินการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์เมื่อปี ๒๕๔๗ โดยพัฒนาจากการผลิตสินค้าเกษตรแบบธรรมชาติเข้าสู่ระบบการผลิตที่มีมาตรฐาน และมีระบบการรับรองตามมาตรฐานที่เชื่อมโยงกับภูมิภาคและสากล ปัจจุบันการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ผ่านระบบมาตรฐานอยู่ในพื้นที่ ๘ แขวง คือ (๑) นครหลวงเวียงจันทน์ (๒) แขวงเวียงจันทน์ (๓) แขวงไซยะบูลี (๔) แขวงหลวงพระบาง (๕) แขวงเชียงขวาง (๖) แขวงอุดมไซ (๗) แขวงสะหวันนะเขต และ (๘) แขวงจำปาสัก โดยมีกลุ่มการผลิตที่ได้รับการรับรองจากกรมปลูกฝัง กระทรวงกสิกรรมและป่าไม้ จำนวน ๔๔ องค์กร (ซึ่งรวมมี ๑๙ บริษัท ๑๗ กลุ่มการผลิต ๓ วิสาหกิจส่วนบุคคล และ ๓ ศูนย์การเกษตรของรัฐฯ) มีพื้นที่สำหรับการผลิต ๒๐,๐๐๐ ไร่ ได้ผลผลิตประมาณ ๙๐๐,๐๐๐-๑,๐๐๐,๐๐๐ ตันต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพืชผัก ผลไม้ และข้าว</p> <p>- ตลาดจำหน่ายภายในประเทศส่วนใหญ่อยู่ในนครหลวงเวียงจันทน์และแขวงหลวงพระบาง โดยมีการกำหนดวัน เวลา และสถานที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่นับวันมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ</p> <p>- สำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ สปป.ลาว ส่วนใหญ่จะส่งออกไปตลาดจีน ญี่ปุ่น และยุโรป</p>	<p>- ปัจจุบันส่วนแบ่งตลาดของสินค้าไทยใน สปป.ลาว อยู่ที่ร้อยละ ๕๕.๔๐ ของจำนวนสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศทั้งหมด สำหรับการนำเข้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยยังไม่ได้จำแนกอย่างชัดเจนทั้งปริมาณและมูลค่า</p> <p>- การลงทุนของไทยด้านการเกษตรส่วนใหญ่เป็นการปลูกกาแฟในเขตภูเขาเพียงบริเวณ ทางภาคใต้ของ สปป.ลาว ซึ่งอยู่ในพื้นที่แขวงจำปาสัก แขวงสาละวัน แขวงเซกอง และแขวงอัตตะปือ</p>	<p>- สินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยที่มีศักยภาพในการส่งออก ควรจะมีสัญลักษณ์ที่แตกต่าง พร้อมทั้งมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ เข้าใจอย่างถูกต้อง เพื่อความสะดวกในการตัดสินใจซื้อและบริโภค</p> <p>- การจัดกิจกรรมเข้าร่วมกับร้านอาหารที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง</p>