



สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย

วารสาร



GI Thailand MAGAZINE

ฉบับที่ 4 เดือน กันยายน 2565



GASTRONOMY TOURISM IN THAILAND

ผลักดันการท่องเที่ยว
พร้อมร่วมสัมผัสประสบการณ์
รสชาติแห่งอาหารไทย



สารผู้บริหาร GI

ผลักดันการท่องเที่ยวพร้อมร่วมสัมผัส
ประสบการณ์รสชาติแห่งอาหาร
จากวัตถุดิบ GI ไทย

สินค้าใหม่ขึ้นทะเบียน GI

กล้วยหอมทองละแม
สินค้าส่งออกสร้างชื่อของชุมพร

เที่ยวตามรอยสินค้า GI

เที่ยวชิม อิ่มเพลิน
ตามรอยสินค้า GI ที่สุราษฎร์ธานี

เจ้าของ

กรมทรัพย์สินทางปัญญา

นางสาวกนิษฐา กังสวณิช

รองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา

นางประภาภรณ์ คัมภีรานนท์

ผู้อำนวยการกองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

นางสาวมนชนก ธนสันติ

นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ

นางสาววิวิสา วราศิลป์

นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

นางสาวกัญญาภรณ์ พิชพันธ์

นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ

นางสาวมนรัตน์ จุ้ยเรือง

เจ้าพนักงานการพาณิชย์ชำนาญงาน

นางบุษรี บุชเหลือบ

นักวิชาการพาณิชย์

นางสาวนันทกมล รัตนธวัช

นักวิชาการพาณิชย์

นางสาวสุณีย์ วิชัย

เจ้าหน้าที่กองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จัดทำโดย

บริษัท ไลฟ์สไตล์แอนด์กราฟิคา มีเดีย จำกัด

เลขที่ 20/3 ซอยประสานมิตร

ถนนสุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ

เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110

พิมพ์ที่

บริษัท กรีนไลฟ์ พรินติ้ง เฮ้าส์ จำกัด

68 ซอยเทียนทะเล 20

ถนนบางขุนเทียน-ชายทะเล

เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150



หนังสือเล่มนี้ พิมพ์ด้วยกระดาษรีไซเคิล ใช้หมึกพิมพ์กั่วเหลือง และกระบวนการผลิต ไร้สารสังเคราะห์ อดการปล่อย CO2 เกือบเท่ากับการปิดไฟ 10,890 ดวง ใน 1 วัน



ดูข้อมูลเพิ่มเติมที่ www.greenlifeprinting.com

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พร้อมร่วมสัมผัสประสบการณ์รสชาติแห่งอาหารจากวัตถุดิบ GI ไทย นายวุฒิไกร ลีวีระพันธุ์ อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือ Gastronomy Tourism เป็นอีกหนึ่งกระแสที่กำลังได้รับความนิยมและช่วยสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยตัวชูโรงสำคัญก็คือการใช้อาหารวัตถุดิบจากสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI ไทย ซึ่งเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีชื่อเสียง เป็นของดีของเด็ดในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศไทย มีความเชื่อมโยงกับสภาพพื้นที่ ดินฟ้าอากาศ ส่งผลให้สินค้า GI มีลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือนใคร อีกทั้งยังมีคุณภาพสูง จึงได้รับการผลักดันให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้นมีคุณค่ามากกว่าแค่การตักกินอาหารในร้านดังตามแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงการผลิต เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เยี่ยมชมแหล่งผลิตแบบพื้นถิ่น ไปจนถึงกระบวนการหลังใช้สินค้าอย่างการจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง ซึ่งล้วนมีความเกี่ยวเนื่องกันทั้งกระบวนการและส่งผลให้เกิดการสร้างโอกาสสร้างรายได้ให้กับชุมชนผู้ผลิตสินค้า GI ไทยอย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อพิจารณาสินค้า GI ไทยที่ได้รับการขึ้นทะเบียนในปัจจุบันมีทั้งหมด 164 สินค้า จำแนกเป็นสินค้าที่สามารถเกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวเชิงอาหารถึง 128 สินค้า โดยมีกลุ่มสินค้าอาหารโดยตรง เช่น หมูย่างเมืองตรัง ไข่เค็มไชยา ขนมหม้อแกงเมืองเพชร ข้าวแต่นลำปาง ปลาตุ๋นทะเลน้อยพัทลุง เป็นต้น และกลุ่มสินค้าที่เป็นวัตถุดิบคุณภาพสามารถนำไปสร้างสรรค์อาหารให้มีรสชาติที่น่าสนใจ เช่น พริกไทยจันท กระเทียมศรีสะเกษ ข้าวหอมมะลิดินภูเขาไฟบุรีรัมย์ ข้าวกำลังนา เป็นต้น และกลุ่มสินค้าที่ออกตามฤดูกาลที่สามารถให้นักท่องเที่ยวได้มาค้นหาตลอดทั้งปี เช่น มังคุดเขาศรีวังทุเรียนป่าละอู

ลับปะรดภูแลเขียงราย ลำไยพวงทองบ้านแพ้ว ส้มโอหอมควนลัง เป็นต้น

4 ขั้นตอนการผลักดันสินค้า GI ให้สามารถเข้าสู่กระบวนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Farming System (กระบวนการผลิตสินค้า GI)

เป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่กระบวนการผลิตสินค้า GI อันเป็นต้นทางสินค้า GI ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแนวทางแหล่งผลิตที่ผสมผสานระหว่างธรรมชาติและภูมิปัญญาของผู้ประกอบการ เพื่อก่อให้เกิดสินค้าที่มีคุณภาพ เปิดประสบการณ์ในการเยี่ยมชมไปจนถึงต้นทางการกำเนิดสินค้า GI ไทยที่สามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งของอาหาร

Story of Food (บอกเล่าเรื่องราวสินค้า GI)

นำเรื่องราวของสินค้า GI ไทย ประวัติความเป็นมาที่มีมาอย่างยาวนานจนทำให้สินค้า GI ไทยเหล่านั้นมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เล่าถึงเรื่องราวเอกลักษณ์อันโดดเด่นของแต่ละตัวสินค้าว่าแตกต่างจากสินค้าชนิดเดียวกันจากพื้นที่อื่นๆ อย่างไร สำหรับสินค้าที่สามารถนำไปเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารประเภทอื่นๆ ก็บอกเล่าเรื่องราวที่เชื่อมโยง ความสามารถที่โดดเด่นของสินค้า GI ที่เหมาะสมจะนำไปเป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารเมนูต่างๆ

Creative Industries (GI Plus)

เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์ในด้านต่างๆ มาต่อยอดสินค้า GI ไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าตามแนวทาง GI Plus เพราะการนำเสนออาหารเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่สะท้อนวิถีชีวิต รสนิยม ทั้งยังสามารถต่อยอดนำสินค้า GI ในกลุ่ม



การท่องเที่ยว
เชิงอาหารนั้นมีคุณค่า
มากกว่าแค่การดื่มกิน
อาหารในร้านดังตาม
แหล่งท่องเที่ยวทั่วไป
แต่ยังครอบคลุมไปถึง
การผลิต เช่น การท่องเที่ยว
เชิงเกษตร เยี่ยมชม
แหล่งผลิตแบบพื้นถิ่น
ไปจนถึงกระบวนการหลัง
ใช้สินค้า อย่างการจัดการ
เศษอาหารเหลือทิ้ง ซึ่งล้วน
มีความเกี่ยวเนื่องกัน
ทั้งกระบวนการและส่งผลให้
เกิดการสร้างโอกาส
สร้างรายได้ให้กับชุมชน
ผู้ผลิตสินค้า GI ไทย
อย่างมีนัยสำคัญ



สินค้าหัตถกรรมนำมาเป็นภาชนะที่ใส่อาหาร
พร้อมสร้างเสริมการตลาดเพิ่มเติมด้วยนวัตกรรม
ด้านอาหาร พอครัวที่มีชื่อเสียง ดนตรี การแสดง
วรรณกรรมที่สามารถต่อยอดให้มีอาหารจาก
วัตถุดิบสินค้า GI ตียิ่งขึ้นไปสู่อีกระดับในการสัมผัส
ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของผู้บริโภค

Sustainable Tourism (ผลักดัน GI ไปสู่ ความยั่งยืน)

ผลักดันศักยภาพของผู้ประกอบการ GI ไทย
การพัฒนาแหล่งผลิตสินค้า GI ไทยอย่างยั่งยืนบน
ฐานของการท่องเที่ยว อนุรักษ์ ส่งเสริมเรื่องราว
ท้องถิ่น ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบ GI ประกอบวัตถุดิบ
อื่นๆ ในท้องถิ่น การจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง
คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การปกป้องสินค้า GI
ของท้องถิ่นให้เป็นอาหารสัญลักษณ์ของพื้นที่
ตลอดไป ◆



IP Champion 2022 สาขา GI

นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฎ์ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เป็นประธานเปิดงานมหกรรมทรัพย์สินทางปัญญา (IP Fair 2022) ที่จัดขึ้นในวันที่ 8 - 10 กรกฎาคม 2565 ที่ผ่านมาน ณ บริเวณชั้น 1 และชั้น 9 สยามสเปซชูแนวคิด มั่นสติเวิร์ลส์ ทรัพย์สินทางปัญญา



ทางเลือกของคนรุ่นใหม่ โซวโอเดียการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาร่วมสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ในภาคอุตสาหกรรมทั้งกีฬา ศิลปะ ดนตรี เทคโนโลยี เกมส์ ฯลฯ เพื่อสร้างมุมมองใหม่ แรงบันดาลใจ และโอกาสทางธุรกิจ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย พร้อมมอบรางวัล IP Champion 2022 และในปีนี ผู้ที่ได้รับรางวัลดีเด่นในทรัพย์สินทางปัญญา สาขาสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรือ GI ได้แก่ คุณกนิดา เสนีย์ บริษัท ริชชี โรส โปรดัคส์ จำกัด ผู้ประกอบการข้าวสังข์หยดเมืองพัทลุง



“สินิตย์ เลิศไกร” กระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน ด้วยงาน “GI Fest” เดินงานเดี่ยว ซ้อปได้ทุกภาค

สินิตย์ เลิศไกร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา ชวน ซ้อป ชิล สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทย จากทั่วประเทศในงาน “GI Fest” เดินงานเดี่ยว ซ้อปได้ทุกภาค โดยนำสินค้า GI เกรตพรีเมียมจากแหล่งผลิตส่งตรงถึงมือผู้บริโภคใจกลางกรุง ตั้งแต่วันที่ 17 - 21 สิงหาคม 2565 ณ ศูนย์การค้าเอ็ม บี เค เซ็นเตอร์ และวันที่ 31 สิงหาคม - 4 กันยายน 2565 ที่ผ่านมาน ณ ศูนย์การค้าพาราไดซ์ พาร์ค



กรมทรัพย์สินทางปัญญา ผลักดัน ไวน์เขาใหญ่ ยื่นจดทะเบีย GI ไทย ในสหภาพยุโรป (EU)

นางสาวกนิษฐา กังสนิช รองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา กล่าวถึงการยื่นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ไทยในต่างประเทศเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าชุมชนว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีสินค้า GI ขึ้นทะเบียนต่างประเทศ 7 รายการ ใน 5 ประเทศ คือ EU, เวียดนาม, อินโดนีเซีย, กัมพูชา และอินเดีย ซึ่งโดยภาพรวมแล้วไทยได้รับประโยชน์จากการขยายฐานตลาดไปยังต่างประเทศ ทั้งการสร้างรายได้ที่มั่นคงและการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยปีนี้กรมทรัพย์สินทางปัญญา เตรียมผลักดันไวน์เขาใหญ่ ของอำเภอปากช่องและวังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา ยื่นจดทะเบียน GI ไทย ใน EU เพื่อให้เกิดการยอมรับ สร้างชื่อเสียง ต่อยอดสู่การเปิดและขยายตลาดมากขึ้นด้วยเช่นกัน



Hom Thong Lamae Banana กล้วยหอมทองละแม

สินค้าส่งออกสร้างชื่อของชุมชน



ผลิตผลทางการเกษตรคุณภาพสูงที่สร้างชื่อเสียงจากการส่งออกให้กับจังหวัดชุมพรมาช้านาน จนถูกนำมาตั้งเป็นคำขวัญของอำเภอละแม ที่ว่า “หาดทรายสวยทะเลใส ท้องไผ่ น้ำตกจำปูน ศูนย์ผลิตภัณฑกล้วยหอมทองลงอาบน้ำแร่แลถ้ำเขาพลู ดูแข่งเรือใบโบราณ แหล่งวิทยาการแม่โจ้”

กล้วยหอมทองละแม (Hom Thong Lamae Banana) ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ลำดับที่ 181 ในเดือนสิงหาคม 2565 เป็นกล้วยหอมทองที่มีผลขนาดกลางถึงใหญ่ยาว หนามัดเหลี่ยม ขั้วเหนียว จุกผลยาว เปลือกหนา ผิววกร้าน ผลดิบสีเขียวเข้ม ผลสุกสีเหลืองอ่อน เนื้อแน่น เมื่อสุกจะมีน้ำในผลน้อย รสชาติหวานหอม อมเปรี้ยวเล็กน้อย และปลูกในพื้นที่จังหวัดชุมพร



ด้วยเพราะจังหวัดชุมพรมีลักษณะภูมิประเทศที่แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ ทิศตะวันตก มีลักษณะเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาภูเก็ตและเทือกเขาตะนาวศรีเป็นแนวกั้นเขตแดนธรรมชาติ บริเวณตอนกลาง มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์ เป็นเขตเกษตรกรรมสำคัญของจังหวัด และทิศตะวันออก มีลักษณะเป็นที่ราบตามแนวชายฝั่งทะเลของอ่าวไทย ซึ่งโดยรวมดินจะเป็นดินเหนียว ดินร่วนหรือดินทรายแป้ง ละเอียดลิ่ง เป็นกรดจัด ระบายน้ำได้ดีถึงดีปานกลาง ความสมบูรณ์ของดินระดับปานกลาง เมื่อรวมกับลักษณะภูมิอากาศที่มีเพียงแค่ 2 ฤดู คือ ฤดูร้อนและฤดูฝนทำให้เกิดฝนตกชุก จึงทำให้จังหวัดชุมพรสามารถปลูกกล้วยหอมทองละแมได้ตลอดทั้งปี

การปลูกกล้วยหอมทองละแมนั้นมีประวัติยาวนานนับตั้งแต่ปี 2536 ที่ได้มีคณะจากประเทศญี่ปุ่น ให้ความสนใจและเสนอเรื่องทำการตลาดกล้วยหอมทองปลอดสารพิษส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น จึงทำให้เกิดกลุ่มเกษตรกรกล้วยหอมทองในอำเภอละแม (ปัจจุบันคือกลุ่มเกษตรกรทำสวนทุ่งควาวัด) ได้นำหน่อพันธุ์กล้วยหอมทองจากจังหวัดเพชรบุรีมาปลูกและทำการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นครั้งแรกเมื่อปี 2537 จนถึงปัจจุบัน ด้วยคุณภาพและเอกลักษณ์ความอร่อยเฉพาะตัว ทำให้กล้วยหอมทองละแมเป็นที่รู้จักและส่งผลให้มีความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น จึงมีเกษตรกร



นอกพื้นที่นำหน่อพันธุ์จากอำเภอละแมไปปลูกในพื้นที่ต่างๆ ของจังหวัดชุมพรเพื่อเพิ่มผลผลิตรองรับต่อความต้องการของตลาด นอกจากนี้กล้วยหอมทองสดยังเป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดชุมพร รวมทั้งยังมีการนำเอาไปแปรรูปจนได้รับความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย

สินค้า GI ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนในปี 2565



ผ้าไหมคิมบะอุบลวลาย



กล้วยหอมทองละแม



มันแกวรบือ



สับปะรดบึงกาฬ



ปลากระพงสามน้ำทะเลสาบสงขลา



เกลือภูเขาบ่อเกลือบ้าน



จำกัดสกลนครไวเนอรี่ ผลิตไวน์หมากเฒ่า แปรนด์ ซาโต เดอ ภูพาน เอาไปขายพร้อมกับน้ำหมากเฒ่า ที่กลุ่มฯ ผลิต แต่ที่นี้ปริมาณมีไม่เพียงพอ เราก็เลย ทำเรื่องขออนุญาตผลิตน้ำผลไม้ไปด้วย โดยแยก เป็นส่วนของ ภูพานเครื่องดื่ม (Phuphan Bev) ที่ผลิตน้ำผลไม้ชื่อแบรนด์ เฒ่าหลวงภูพาน”

หมากเฒ่า กองคำสีดำแห่ง เทือกเขาภูพาน

ผลหมากเฒ่าหลวงของเทือกเขาภูพานนั้นมี สรรพคุณมากมาย อาทิ มีสารแอนโทไซยานินและ ฟลาโวนอยด์ 2 สารในกลุ่มสารต้านอนุมูลอิสระ ที่ช่วยป้องกันมะเร็ง ขจัดสารพิษ ช่วยชะลอวัย ด้าน การอักเสบ เสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกัน รวมทั้งมี กรดอะมิโน แร่ธาตุ และวิตามินอีกหลายชนิด ซึ่ง หากดื่มในปริมาณที่เหมาะสมก็นับว่าเป็นอาหาร บำรุงสุขภาพที่ดีเยี่ยม จึงทำให้เป็นที่นิยมในหมู่ ผู้รักสุขภาพ

“ถามว่าทำไมผู้บริโภคชอบดื่มน้ำเฒ่าหลวง ภูพานของเรา นอกจากสารอาหารต่างๆ แล้ว อาจเป็นเพราะว่าเราผลิตจากผลไม้สด เวลาดื่มแล้ว ได้รับรู้ถึงความสดและกลิ่นของผลไม้ และเราก็ใช้ หมากเฒ่าหลวงที่ปลูกในพื้นที่เทือกเขาภูพาน จังหวัดสกลนคร หากได้ลองชิมดูแล้วจะสัมผัสได้ ถึงรสชาติที่เข้มข้น อร่อยต่างจากที่อื่น และสามารถ รับประทานได้ตลอดทั้งปี

โดยหลังจากน้ำหมากเฒ่าสกลนครได้รับการ ขึ้นทะเบียน GI ได้เป็นสินค้า OTOP 5 ดาว ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) กระทรวง อุตสาหกรรม ก็ทำให้เราสามารถขายในราคา ที่ค่อนข้างสูงกว่าน้ำหมากเฒ่าชนิดอื่น 20-25% อีกทั้งการที่เรายังควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน จึงทำให้มีลูกค้าประจำที่จะกลับมาซื้อเสมอ ด้วยเพราะเรามองในมุมมองของผู้บริโภค ว่าราคา ไม้จำเป็นต้องถูก แต่ขอให้ได้ของดีมีคุณภาพจริงๆ ดังนั้นเมื่อเป็นผู้ผลิตเราก็ต้องคำนึงถึงมาตรฐาน เป็นสิ่งสำคัญ และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ถึงจะเกิดเป็น ความยั่งยืน” ◆

เฟซบุ๊ก : ซาโต เดอ ภูพาน Chateau De Phuphan
โทร. : 083 407 8423
อีเมล : phuphan.bev@hotmail.com

เกรียงไกร นาคสวัสดิ์

น้ำหมากเฒ่าสกลนคร เข้มข้น เต็มคุณค่า

ตามมาตรฐานสินค้า GI

จากการคัดสรรผลสุกหมากเฒ่าหลวง สูตร ที่คัดกันอย่างพิถีพิถัน ผสานความใส่ใจในทุก ขั้นตอนการผลิต ก่อเกิดเป็นน้ำหมากเฒ่าสกลนคร แปรนด์เฒ่าหลวงภูพาน ที่ครองใจผู้บริโภค มายาวนานนับ 20 ปี

น้ำหมากเฒ่าสกลนครแปรนด์เฒ่าหลวงภูพานนี้ ก็คือ น้ำหมากเฒ่าสกลนคร (Sakon Nakhon Mak Mao Berry Juice) เครื่องดื่มน้ำผลไม้ที่มี รสชาติหวาน อมเปรี้ยว เจือฝาด ที่ได้รับการบีบอัด จากผลหมากเฒ่าหลวงสุก และผ่านกระบวนการ เพื่อให้ได้น้ำหมากเฒ่าที่ผลิตในพื้นที่จังหวัด สกลนครเท่านั้น โดยมีสินค้า 2 ประเภท นั่นก็คือ น้ำหมากเฒ่าแท้ 100% (Pure Mak Mao Berry Juice) เป็นเครื่องดื่มที่มีรสชาติดีฝาด ได้จากการ บีบอัดผลหมากเฒ่าสุกสีดำทำให้ได้ของเหลว ไม่มีการเติมวัตถุเจือปนใดๆ ทั้งสิ้น แล้วนำไปผ่านการ ฆ่าเชื้อ และน้ำหมากเฒ่าพร้อมดื่ม (Ready to Drink Mak Mao Berry Juice) ซึ่งเป็น เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำหมากเฒ่าในปริมาณ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 และมีส่วนผสมอื่น เช่น น้ำ น้ำตาล โดยไม่มีส่วนผสมของผลไม้ชนิด 2 สินค้าคุณภาพ มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่ได้รับการ ขึ้นทะเบียน GI มาตั้งแต่ปี 2557



จุดเริ่มต้นคือหนทางของการสร้าง รายได้

ย้อนไปเมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว ที่คุณเกรียงไกร นาคสวัสดิ์ ได้ย้ายถิ่นฐานจากจันทบุรีมาอยู่ที่ สกลนคร เพื่อเริ่มต้นเป็นเกษตรกรปลูกผลไม้ แต่ เมื่อรายได้ไม่ไต่เต้าไปตามที่หวัง จึงมองหาลู่ทางอื่น เพื่อสร้างรายได้ให้มากขึ้น

“ตอนนั้นเราเห็นรายได้จากการขายผลไม้สด มันน้อย ก็เลยหันมาขายน้ำหมากเฒ่าตามสูตรของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขต สกลนคร โดยในปี 2543 เราทำกับกลุ่มเกษตรกร ที่สูงไทรทอง แล้วเอาไปออกร้านขายตามงานต่างๆ อย่างเมืองทองธานี รวมทั้งขายตามริมทางเป็น ของฝากไปพร้อมๆ กัน ซึ่งขายดีขึ้นทุกปีๆ ในปี 2546 เราก็เลยแยกตัวออกมาทำเอง เป็นทั้งทุนส่วน

วันเพ็ญ นาทอง

สืบสานภูมิปัญญาบรรพบุรุษ

ยกระดับปลาแรดลุ่มน้ำสะแกกรังอุทัยธานี

สู่การท่องเที่ยววิถีชุมชน



ด้วยอัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร ทำให้ปลาแรดลุ่มน้ำสะแกกรังอุทัยธานีกลายเป็นสินค้าขายดีที่เมื่อใดได้ไปเยือนจังหวัดอุทัยธานีแล้วต้องห้ามพลาด

ปลาแรดลุ่มน้ำสะแกกรังอุทัยธานี (Uthai Thani Sakae Krang River Basin Gourami Fish) เป็นปลาทองคำแห่งลุ่มน้ำสะแกกรังนี้คือ ปลาแรดที่มีเกร็ดหนา หน้างุ้ม เนื้อนุ่มแน่นเป็นเส้นใย มีรสหวาน ไม่มีกลิ่นโคลนหรือกลิ่นสาบเลี้ยงในกระชัง บริเวณลุ่มน้ำสะแกกรังตั้งแต่บ้านจักษาจนไปบรรจบที่แม่น้ำเจ้าพระยาที่ตำบลท่าซุง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสะแกกรัง ตำบลอุทัยใหม่ ตำบลน้ำซึม และตำบลท่าซุง ของอำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

ซึ่งแม่น้ำสะแกกรังนี้เปรียบเสมือนเป็นเส้นเลือดใหญ่ที่คอยหล่อเลี้ยงชีวิตชาวอุทัยธานีมาตั้งแต่โบราณ ชุมชนชาวบ้านริมแม่น้ำจึงมีวิถีชีวิตผูกพันกับสายน้ำ มีอาชีพทำประมงน้ำจืดและเลี้ยงปลาในกระชังมาเนิ่นนาน โดยเฉพาะปลาแรดในกระชังที่มีชื่อเสียงมาก ด้วยเพราะน้ำในแม่น้ำสะแกกรังยังคงสะอาด มีการไหลเวียนดี และเป็นพื้นที่ปลอดจากโรงงานอุตสาหกรรม มีสายแร่ที่มีประโยชน์ต่อการเจริญเติบโต ปลาแรดที่นี้จึงเป็นที่นิยมมากจนถูกยกให้เป็นปลาประจำจังหวัด

อุทัยธานี บรรจุในคำขวัญจังหวัดที่ว่า “เมืองพระชนกจักรี ปลาแรดรสดี ประเพณีเทโว ส้มโอบ้านน้ำตก มรดกโลกห้วยขาแข้ง แหล่งต้นน้ำสะแกกรัง ตลาดนัดดังโคกระบือ” มีเทศกาล “กินปลาแรด อุทัยธานี รสดีที่สุดในโลก” และยังได้รับการขึ้นทะเบียน GI ในปี 2555

สืบสานภูมิปัญญาบรรพบุรุษ

หลังจากย้ายกลับมาจากกรุงเทพฯ เพื่อมาทำไร่นาสวนผสมตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำรัสของในหลวง ร.9 ที่บ้านเกิด ผู้ใหญ่บ้านวันเพ็ญ นาทอง หมู่บ้านโรงน้ำแข็ง หมู่ที่ 5 ตำบลท่าซุง อำเภอเมือง จ. อุทัยธานี ก็พบกับปัญหาใหญ่

“ในปี 2538 เราเจอวิกฤติน้ำท่วมทำให้พื้นที่ไร่นาสวนผสมเราเสียหายอย่างหนัก ตอนนั้นเราเลยเรียกประชุมใหญ่ ทั้งคนเก่าคนแก่ในหมู่บ้านมารวมตัวกัน เพื่อเล่าให้ฟังว่าสมัยก่อนเขาทำอาชีพอะไรกัน เขาก็เล่าด้วยความภูมิใจว่าเขาเลี้ยงปลาในกระชัง เราก็เลยจับจุดตรงนั้นว่าเมื่อเราเลี้ยงปลาในบ่อดินแล้วเจอวิกฤติน้ำท่วม ทำไมเราถึงไม่เลี้ยงปลาในกระชังเหมือนสมัยปู่ย่าตายายของเรา แรกเริ่มเลยรวมกลุ่มกันได้ 10 คน สันปีจับปลาขายแต่ละคนกลับได้กำไรไม่เท่ากัน สอบถามดูก็พบว่าบางคนให้อาหารเม็ดอย่างเดียว ให้เสร็จก็กลับบ้านโดยไม่สังเกตปลาเลยว่าถ้าฟ้าครึ้มหรือฝนตก ปลาจะกินอาหารน้อยลง ในขณะที่บางคนมีทุนน้อยก็ไปเก็บผักบุ้ง ผักตบชวา มาเลี้ยงตามที่ปู่ย่าตายายเคยทำกันมา เพื่อลดต้นทุนอาหารเม็ด ก็ทำให้ได้กำไรเยอะ บางคนเห็นพันธุ์ปลาที่อื่นขายถูกก็ไปซื้อเอง



ก็เจอปลาแกร็นเลี้ยงไม่โต เราก็ค่อยๆ แก้ปัญหากันไปเรื่อยๆ จนกระทั่งมีหมู่บ้านอื่นๆ สนใจอยากมาเข้าร่วม ก็เลยรวมกันเป็นกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์น้ำตำบลท่าซุง มีสมาชิกปัจจุบันทั้งหมด 149 ราย”

ยกระดับการท่องเที่ยววิถีชุมชน

เพราะตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้ผู้ใหญ่บ้านเพ็ญคิดว่าหากต้องการให้กลุ่มฯ ก้าวหน้าต่อไป จะต้องมีการเรียนรู้ พัฒนา และต่อยอดผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

“เราบอกลูกกลุ่มฯ เสมอว่าอย่าเป็นคนน้ำเต็มแก้วพยายามเติมอยู่เรื่อยๆ ให้ทันต่อโลก เรียนรู้ทุกวัน ทุกวินาทีที่เรามีโอกาส เพื่อจะได้นำมาพัฒนาต่อยอดกับผลิตภัณฑ์ที่เรา มีอยู่ อย่างตอนนี้ นอกจากปลาแรดสด เรายังทำปลาแรดแดดแห้งพร้อมปรุง คือซื้อไปแล้ว ปรุงเป็นต้มยำอะไรได้เลย นอกจากนี้ยังมีแหนมปลาแรด ข้าวเกรียบปลาแรด น้ำพริกปลาแรด ปลาแรดแดดเดียว ปลาต้ม แล้วก็มีปลาอื่นๆ ด้วย

นอกจากตลาดโมโนรมย์ที่เราย้ายปลาสด เราก็ยังมีตลาดท่องเที่ยวทางน้ำที่เป็นของเราเอง ก็ทำให้มีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว มีขายออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก “กลุ่มรวบด้วยปลาแรด” ซึ่งเป็นชื่อที่สมเด็จพะกระนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ท่านทรงพระราชทานชื่อนี้ให้ พร้อมทั้งยังทำศูนย์การเรียนรู้ที่เปิดมาเป็น 10 ปีแล้ว เป็นลักษณะกิน นอน สอนอาชีพ ให้คนที่สนใจมาเรียนรู้ในเรื่องการเลี้ยงปลา การแปรรูป การตลาด เพื่อแบ่งปันความรู้และสร้างอาชีพ เพราะตัวเราเองก็ไปเรียนรู้จากที่อื่นมาเหมือนกัน เราถึงได้พัฒนาต่อยอดสินค้าของเราจนมาถึงทุกวันนี้” ♦

เฟซบุ๊ก : กลุ่มรวบด้วยปลาแรด
โทร. : 081 953 9866

กทท. ร่วมผลักดันสินค้า GI ก้าวไกลสู่ตลาดโลก ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไทย รัฐบาลจึงมีนโยบายเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจให้มีความสามารถในการผลักดันสินค้า GI ไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ในฐานะแบรนด์ท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและที่มาของสินค้า สู่อำนาจ Soft Power ทั้งด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยว อาหาร และศิลปะ มาต่อยอดมูลค่าทางเศรษฐกิจ ให้เกิดการกระจายรายได้ รวมถึงกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นให้มีรากฐานที่มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ในโอกาสนี้ นายศิริปรภรณ์ เชี่ยวสมุทรรองผู้อำนวยการด้านสื่อสารการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะหน่วยงานส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว จึงได้มาบอกเล่าถึงการร่วมผลักดันสินค้า GI ในครั้งนี้ว่า

ททท. ร่วมส่งเสริมสินค้า GI ไทย

“ททท. ในฐานะหน่วยงานส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวพร้อมตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนและส่งเสริมสินค้า GI ไทย ผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เพื่อผลักดัน Soft Power ด้านอาหารและมุ่งสร้างประสบการณ์ใหม่แก่นักเดินทางทุกคน ตลอดจนร่วมมือกับพันธมิตรทางการท่องเที่ยวและชุมชนการท่องเที่ยวต่างๆ ในการพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวชุมชนรูปแบบใหม่ โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจใหม่ BCG Economy และ Happy Model มาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาและชูอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนเชื่อมโยงไปสู่การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ OTOP และ GI นำไปสู่การกระจายรายได้ภายในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง อีกทั้งเป็นการเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อทริปให้สูงขึ้นเป็นการสร้างตัวคูณทางรายได้ อย่างยั่งยืน”

ททท. รังสรรค์โครงการเพื่อต่อยอด GI ไทย

“ททท. ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐที่เป็นผู้สนับสนุน



ศิริปรภรณ์ เชี่ยวสมุทรรองผู้อำนวยการด้านสื่อสารการตลาด กทท.

โครงการ The Michelin Guide Thailand ประจำปี 2565 - 2569 ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนสินค้า GI ไทย โดยมอบพื้นที่สื่อโฆษณาในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์คลิปวิดีโอสินค้า GI ไทย ที่จัดทำขึ้นโดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา ผ่านช่องทางของ Michelin เป็นเวลา 2 ปี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์สินค้า GI ไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศไทยผ่านวัฒนธรรมอาหารที่มีความหลากหลายในแต่ละภูมิภาคโดยใช้วัตถุดิบจากสินค้า GI ไปสร้างสรรค์เมนูอาหารที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์สินค้า GI ไทยให้เป็นที่รู้จักและเกิดการนำไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพผ่านการท่องเที่ยว อันจะเห็นได้จากหลายๆ โครงการที่ผ่านมา อาทิ 1. กิจกรรม Online Event Marketing “Goodlife Journey วิถีเมืองรอง : กินดีอยู่ดี@ภาคกลาง” โดยไฮไลต์สำคัญเป็นการนำสินค้า GI ของเมืองรองในภูมิภาคภาคกลางมาเป็นวัตถุดิบในการรังสรรค์เมนูใหม่ โดยเชฟอิน-ณรงค์ฤทธิ์ แซ่ซ้อ เชฟหนุ่ม ผู้โด่งดังจากการสอนทำอาหารใน Social Media ภายใต้ชื่อ “อินกำลังอิน” 2. กิจกรรม 25 เส้นทางท่องเที่ยว BCG & Happy Model ต้นแบบ

เชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชน ผลิตภัณฑ์ OTOP และสินค้า GI ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่เพื่อความยั่งยืน เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วยชุมชนล้นป่าเปา ชุมชนนาพันสาม และชุมชนวังห้ว 3. โครงการ “Amphawa Food Experience” เปิดประสบการณ์ใหม่ลิ้มรสอาหารถิ่นที่มีอัตลักษณ์สร้างสรรค์เมนูอาหารจากสินค้า GI เป็นต้น”

ททท. ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมผ่านวัฒนธรรมด้านอาหาร

“ความร่วมมือระหว่าง ททท. และ กรมทรัพย์สินทางปัญญา ในโครงการ The Michelin Guide Thailand ครั้งนี้ เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมผ่านวัฒนธรรมด้านอาหาร อย่างเป็นรูปธรรม ผ่านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยการลงพื้นที่แหล่งผลิตสินค้า GI แล้วนำมาสร้างสรรค์เมนูอาหารจากเชฟระดับมิชลินสตาร์ เพื่อเผยแพร่อัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารไทย รวมถึงสร้างการรับรู้สินค้า GI ไทยว่ามีคุณภาพระดับพรีเมียมให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ โดยที่ผ่านมา สินค้าวัตถุดิบ GI ของไทยที่ได้มีการนำเสนอผ่านช่องทางประชาสัมพันธ์ของ Michelin ได้แก่ ส้มโอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ปลาช่อนแม่ลา จังหวัดสิงห์บุรี ปลาสลิดบางป่อ จังหวัดสมุทรปราการ รวมทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการด้านอาหารให้หันมาสนใจนำวัตถุดิบจาก GI ไปสร้างสรรค์เมนูอาหารที่มีคุณภาพ พร้อมเสริมประสบการณ์ใหม่ในการรับประทานอาหารผ่านวัตถุดิบชั้นเลิศให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่ต้องการประสบการณ์ที่มีคุณค่าเหนือราคา ผลักดันให้ประเทศไทยสู่จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลก (World Gastronomy Destination)”

ลิ้มรสอาหารไทย อิ่มอร่อยถูกใจทุกภาค

ขึ้นชื่อว่าเป็นอาหารไทยแล้ว ไม่มีจานไหนไม่อร่อย เพราะนอกจากวัตถุดิบจะถึงเครื่องครบรสแล้ว ความสดใหม่ มีคุณภาพได้มาตรฐาน GI ยังทำให้เราสามารถเชื่อมั่นได้ในทุกครั้งที่ลิ้มลอง

ถั่วลายเสือแม่ฮ่องสอน

คือถั่วลิสงพันธุ์กาฬสินธุ์ 2 ที่มีลักษณะฝักถั่วยาว เปลือกบาง ลายบนเปลือกเป็นร่องลึกชัดเจน เมล็ดถั่วมีขนาดใหญ่ เยื่อหุ้มเมล็ดมีสีขาว และมีลายขีดสีม่วงคล้ายลายเสือโคร่ง เมื่อแปรรูปด้วยวิธีคั่วเกลือจากภูมิปัญญา



ท้องถิ่นทำให้ได้ ถั่วลายเสือแม่ฮ่องสอน ที่มีเนื้อสัมผัสกรอบ รสชาติหวานมันปนเค็มอ่อนๆ ซึ่งผลิตและแปรรูปในเขตพื้นที่ อำเภอแม่ฮ่องสอน อำเภอปางมะผ้า อำเภอขุนยวม และอำเภอปาย ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน

เจ้าของสินค้า : นายเจริญรุ่งเรือง ป่าต๋ม
Ins. : 094 164 2639
 เจ้าของสินค้า : นายเอกชัย ตันเจริญ
Ins. : 087 564 3889



เนื้อโคขุนโพนยางคำ

เป็นเนื้อโคขุนคุณภาพสูง ที่มีเนื้อสีแดงสดใส มีไขมันแทรกในเนื้อ เนื้อนุ่ม ไม่มีกลิ่นสาบและมีรสชาติดี มีระดับคะแนนไขมันแทรกที่ 3.5 ขึ้นไป ผลิตจากโคเนื้อลูกผสมระหว่างโคสายพันธุ์ยุโรปกับสายพันธุ์พื้นเมือง ผ่านกระบวนการเลี้ยง แปรรสภาพ และตัดแต่งอย่างถูกสุขลักษณะตามมาตรฐานสากล และตามข้อกำหนด

ของสหกรณ์ฯ โพนยางคำ ตามมาตรฐานเนื้อโค ผลิตในพื้นที่จังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนมใน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอนาแก อำเภอวังยาง อำเภอปลาปาก อำเภอเรณูนคร อำเภอธาตุพนม อำเภอนาหว้า อำเภอโพนสวรรค์ อำเภอเมืองนครพนม จังหวัดมุกดาหารใน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองมุกดาหาร อำเภอดงหลวง อำเภอคำชะอี อำเภอหนองสูง และจังหวัดบึงกาฬ 1 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเซกา



เจ้าของสินค้า : นางสมร ภูผาศรี
Ins. : 089 942 5134



ข้าวแต๋นลำปาง

ข้าวเหนียวทอดกรอบราดด้วยน้ำตาลอ้อย ที่ผลิตในพื้นที่จังหวัดลำปาง ด้วยกรรมวิธีพิเศษตามภูมิปัญญาชาวบ้านจังหวัดลำปาง โดยทำจากข้าวเหนียวพันธุ์ ก.ช. 6 มีสีน้ำตาลอมเหลือง และข้าวก่ำ (ข้าวเหนียวดำ) มีสีแดง

ม่วง ทั้งสองพันธุ์มีความหอม เหนียวนุ่ม เมล็ดใหญ่ เมื่อทอดแล้วจะกรอบพองตัวได้ดี รสชาติหวาน หอม กรอบ มัน อร่อย โดยน้ำตาลอ้อยที่ใช้ทอดจะมีความหอมหวาน สดใหม่ จากต้นอ้อยที่ปลูกในจังหวัดลำปาง ส่วนน้ำตาลโม ก็ได้จากแตงโมพันธุ์กินรี ที่ปลูกในจังหวัดลำปาง เมื่อนำข้าวแต๋นมาผสมกับน้ำตาลโมจะเพิ่มความหวานและหอมอย่างมีเอกลักษณ์



เจ้าของสินค้า : นายอรรถวุฒิ เยาวพัฒน์
Ins. : 081 558 4983
 เจ้าของสินค้า : นายชาญยุทธ อินทร์พรหม
Ins. : 083 202 8892

หมูย่างเมืองตรัง

หมูย่างที่ผลิตในพื้นที่จังหวัดตรัง ด้วยกรรมวิธีพิเศษตามภูมิปัญญาของคนเมืองตรัง โดยทำจากหมูซี่พริ้วหรือหมูพันธุ์เล็ก และหมูพันธุ์ทั่วไป ซึ่งหนังจะกรอบ สีเหลืองทอง เนื้อนุ่ม รสชาติอร่อย กลมกล่อม แต่ถ้าทำจากหมูซี่พริ้วจะมีลักษณะพิเศษ



เพิ่มขึ้น คือ มีเนื้อมันน้อย กระบวนการผลิตจะต้องได้รับการควบคุมตรวจสอบ พร้อมบรรจุหีบห่อติดฉลากที่ประกอบด้วยคำว่า “หมูย่างเมืองตรัง”



เจ้าของสินค้า : นางสาววิณา สีสากลสิทธิ์
Ins. : 081 797 5462
 เจ้าของสินค้า : นายสัมพันธ์ ยิวเหียง
Ins. : 086 950 4771



เที่ยวชม อัมเพลิน ตามรอยสินค้า GI ที่สุราษฎร์ธานี

วิวเกาะสมุย

เกี่ยวกับ GI ทริปนี้ จะพาผู้อ่านไปยังจังหวัดที่มีคำขวัญว่า "เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรมะ" อย่างสุราษฎร์ธานี ที่นอกจากคำขวัญจะบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของเมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านอาหารแล้ว ทางด้านการท่องเที่ยว ที่นี่ก็เป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักเดินทางจากทั่วโลกไม่น้อยไปกว่ากัน

เกาะสมุย

เกาะที่ใหญ่ที่สุดและมีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพราะไม่เพียงจะมีธรรมชาติอันงดงาม ชายหาดขาวสะอาด ที่พัสดุทรูและคาเฟ่ดีไซน์เก๋มากมายให้ได้เช็คอินแล้ว ที่นี่ยังนับว่าเป็นศูนย์กลางของการเดินทางไปที่ยาวต่อยังเกาะใกล้เคียงที่ทั้งสวยงามและมีเสน่ห์ไม่น้อยไปกว่ากัน อย่างเช่น เกาะพะงัน ที่วัยรุ่นจากทั่วโลกต่างใฝ่ฝันอยากจะมาร่วมงาน Full Moon Party สักครั้งในชีวิต แต่นอกจากปาร์ตี้แสนสนุก แน่แน่นอนว่าที่นี่ยังมีหาดทรายสวยๆ ให้ได้เล่นน้ำ รวมทั้งยังมีมะพร้าวเกาะพะงัน สินค้าคุณภาพ GI ให้ได้ลองชิมกัน **มะพร้าวเกาะพะงัน** นี้มีผลทรงกลมรียาว



มะพร้าวเกาะพะงัน

เปลือกและเส้นใยมีความเหนียว กะลาสีน้ำตาลแก่ เนื้อมะพร้าวขาวใส เนื้อแน่น 2 ชั้น รสชาติหวานมันหอมกะทิสด มีปลูกในตำบลบ้านใต้และตำบลเกาะพะงัน อำเภอเกาะพะงันเท่านั้น

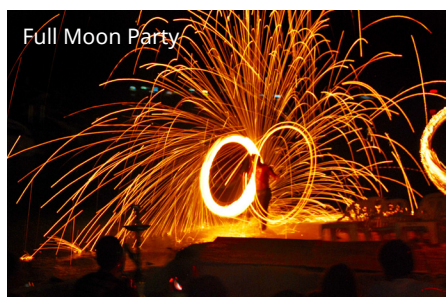
อุทยานแห่งชาติเขาสก

สำหรับสายแอดเวนเจอร์ อุทยานแห่งชาติเขาสก ขุนเขาแห่งป่าฝนแห่งนี้เหมาะอย่างยิ่ง เพราะที่นี่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูงและอุดมไปด้วยพืชพรรณหายากอย่าง บัวผุด ปาล์มเจ้าเมืองถลาง

และปาล์มพระราชทาน นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งที่อยู่ของสัตว์ป่าสงวน 4 ชนิด อย่าง เก้งหม้อ เสือผาสมเสร็จ และแมวลายหินอ่อน พร้อมจุดเที่ยวชมทั้งถ้ำหน้าผาและน้ำตกมากมาย ส่วนใครที่เป็นสายชิลไม่ควรพลาด เชื้อนเขียวหวาน หรือ เชื้อนรัชชประภา ซึ่งมีที่พักบนน้ำบรยากาศดีมากมายจนทำให้คุณอยากตื่นเช้ามาชมความงามของพระอาทิตย์ขึ้น ต้มดำไปกับแสงสีทองที่สะท้อนบนทะเลสาบอันนิ่งสงบและสายหมอกยามเช้า หรือจะล่องเรือไปชม กุ้ยหลินเมืองไทย อย่าง เขาสามเกลอ ก็สวยงามน่าประทับใจไม่แพ้กัน



เชื้อนรัชชประภา



Full Moon Party



เขาสามเกลอ

(เกี่ยวตามรอยสินค้า GI)



ป่าต้นน้ำ บ้านน้ำลาด

แหล่งท่องเที่ยวชุมชน Unseen ที่ตั้งอยู่ใน ตำบลบ้านท่าเทียบ อำเภอกีร์รัฐนิคมแห่งนี้ มีบ่อน้ำ สีสฟ้าใสอันเกิดจากการผุดขึ้นจากเชิงเขา แวดล้อม ด้วยธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ สามารถเล่นน้ำ หรือนั่งแช่เท้าเพลินๆ ได้ หากเดินต่อเข้าไปด้านใน ก็จะพบกับคลองมะละกาที่สามารถพายเรือเล่นชมวิว ป่าพุดได้ สามารถเที่ยวชมได้ทุกวันตั้งแต่เวลา 09.00 - 17.00 น. โดยมีค่าธรรมเนียมคนละ 10 บาท

ด้วยทำเลที่อยู่ในเขตจังหวัดภาคใต้ ทำให้ สุราษฎร์ธานีเป็นอีกจุดหมายปลายทางของอาหารใต้ ที่ขึ้นชื่อเรื่องความถึงเครื่องถึงรส อีกทั้งยังเป็น แหล่งวัตถุดิบสดใหม่จากท้องทะเล ดังนั้นไม่ว่าคุณ จะไปกมุดหมายไปเส้นทางใด ก็รับรองได้ว่า คุณ จะมีมื้ออาหารท้องถิ่นแสนอร่อยมาช่วยให้ทริป ท่องเที่ยวนี้มีความสุขครบรสอย่างแน่นอน

โดยเริ่มเปิดลิ้นรับรสกันด้วยมือเช้า ขนมจีน ป้าไมตรี บนเกาะสมุย ที่นี้ใช้ขนมจีนเส้นสด เมื่อกิน กับน้ำยาเข้มข้นหลากหลายชนิด แนมด้วยผักสดๆ ที่ยกมาให้ทั้งตะกร้า ก็เติมเต็มความสุขให้คุณได้ ตลอดทั้งวัน อีกทั้งบนเกาะสมุยยังมี ร้านเสียบียงเล ร้านอาหารทะเลชื่อดัง ที่มีเมนูห้ามพลาดอย่าง “ยาเสียบียงเล” และอาหารพื้นบ้านอีกหลากหลาย เมนู ส่วน จิตรโกชนา ก็เป็นร้านอาหารซีฟู้ดรส จัดจ้านที่เปิดมานานกว่า 40 ปีให้คุณได้ลิ้มลอง

ด้านบนฝั่งก็มีร้านอาหารทะเลอย่าง ในอ่าวซีฟู้ด ที่ยกทั้งทะเลสดๆ มาเสิร์ฟความอร่อย พร้อมวิว ริมทะเล หรือหากอยากเปลี่ยนบรรยากาศเป็นร้าน อาหารไทย-จีน ก็มี ชินฮั่วลิ่ง ที่อยู่ใกล้กับสถานี

หอยนางรมสุราษฎร์ธานี



ไข่เค็มไชยา



เงาะโรงเรียนนาสาร

รถไฟนาสาร ร้านอาหารประจำจังหวัดคอยต้อนรับ ด้วยจานเด็ดอย่าง ยำปลาเม็ง หรือหากเป็น ก๋วยเตี๋ยว อันดับหนึ่งของจังหวัดก็คือ บ้านก๋วยเตี๋ยว ซีฟู้ด By ป้าทิง ที่จัดเต็มทั้งรสชาติและเครื่องทะเล สดๆ แบบเต็มๆ ซาม ซึ่งถ้าไปร้านอาหารทะเลแล้ว ก็อย่าลืมถามหา **หอยนางรมสุราษฎร์ธานี** มาชิม ลักจาน รับรองจะติดใจกับความอร่อยเต็มๆ ค่า โดยหอยนางรมสุราษฎร์ธานีแท้จริงแล้วก็คือ หอยตะโกรมกรามขาว หอยพันธุ์ท้องถิ่นของ จังหวัดสุราษฎร์ธานีนั่นเอง เลี้ยงในทะเลและ บ่อเลี้ยงสัตว์น้ำตลอดแนวชายฝั่งอ่าวบ้านดอน ในเขตอำเภอไชยา ท่าฉาง พุนพิน เมืองและ กาญจนดิษฐ์ รวมถึงพื้นที่ชายฝั่งทะเลของอำเภอ ท่าชนะ มีลักษณะเป็นหอยสองฝา เปลือกบาง เปลือกด้านซ้ายมีขนาดใหญ่กว่าเปลือกด้านขวา ตัวหอยมีลักษณะเป็นรูปถ้วย เนื้อในขาวนวล อ้วน เนื้อนุ่ม สะอาด รับประทานสดรสชาติดีไม่มีกลิ่นคาว

เที่ยวชมอิมเพลนแล้วก่อนกลับอย่าลืมซื้อของดี ของฝาก อย่าง **ไข่เค็มไชยา** ไข่เค็มชื่อดังประจำ จังหวัดที่ผลิตจากไข่เบ็ดที่เลี้ยงในพื้นที่อำเภอไชยา แล้วนำมาผลิตเป็นไข่เค็มตามภูมิปัญญาของคน ไชยา จนได้ไข่เค็มที่รสไม่เค็มจัด กลิ่นหอม ไม่เหม็นคาว นอกจากนี้ยังมี **เงาะโรงเรียนนาสาร** ซึ่งเป็นเงาะพันธุ์โรงเรียน มีผลทรงกลม เปลือกบาง เนื้อหนา แน่หุ้มกรอบนอกนุ่มลิ้น รสชาติหวานหอม ที่ปลูกในเขตพื้นที่อำเภอนาสาร อำเภอบ้านนาเดิม ละอำเภอเวียงสระ ที่รับรองได้ว่าผู้รับทุกคนจะต้อง ติดใจ



เกร็ดความรู้ สำหรับ GI TIPS & TRICKS

Soft Power ด้วยสินค้า GI ไทย นางสาวกนิษฐา กังสนวิช รองอธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา

Soft Power คือการใช้วัฒนธรรม นำตลาดโดยการนำคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมนิยมประเพณี และมรดกทาง วัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ แทรกซึม การผลิตสินค้าและบริการให้เข้าไปอยู่ในใจ ของผู้บริโภค เมื่อเกิดความชอบ ความ ชื่นชม ความพึงพอใจแล้วก็จะรู้สึก ผูกพันกับประเทศต้นทาง ส่งผลให้เกิด ความสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวสัมผัส ผู้คน วัฒนธรรม มาลองกิน ลองใช้สินค้า และบริการต่างๆ นำไปสู่การสร้างรายได้ เป็นคอนเป็นค่าให้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์หรือ GI เป็นอีก กลไกหนึ่งที่ใช้ขับเคลื่อน Soft Power ของประเทศไทยได้ เพราะสินค้า GI เป็นสินค้า ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ผูกพันเชื่อมโยง กับพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิต ไม่ว่าจะเป็น สภาพดินฟ้าอากาศ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ยากจะลอกเลียนแบบหรือหาจากที่อื่น ได้อีก นอกจากนี้ สินค้า GI ไทยหลายชนิด ยังเชื่อมโยงกับฤดูกาลทำให้สามารถกระตุ้น ให้เกิดการท่องเที่ยวได้ทั้งปี รวมถึงสินค้า GI ยังครอบคลุมถึง 76 จังหวัด และ กรุงเทพมหานคร ช่วยให้เกิดการกระจาย รายได้ไปยังชุมชนผู้ผลิตสินค้า GI ไทย ทั่วประเทศ

“พลังดัน GI ไทยเป็น Soft Power ของประเทศเพื่อรายได้ที่ยั่งยืน”

ผลงานเด่น รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงพาณิชย์

(ก.ศ. 62 – มี.ศ. 65)

วูรินทร์ ลิขณวิศิษฐ์

หัวหน้าพรรคประชาธิปัตย์
อดีตนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

สินิตย์ เลิศไกร

รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์

ประกันรายได้เกษตรกร พืช 5 ชนิด

ข้าว	4,689 พันครัวเรือน
ยางพารา	1,880 พันครัวเรือน
ปาล์มน้ำมัน	0,524 พันครัวเรือน
ทุเรียน	0,380 พันครัวเรือน
มังคุด	0,452 พันครัวเรือน

7.925 ล้านครัวเรือน

ผลไม้ราคาดี

ช่วยชาวสวน
6.99 แสนครัวเรือน

ผลไม่ส่งออก **250,162.20** ล้านบาท เพิ่มขึ้น 39.26%

มาตรการส่งเสริม

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ตั้ง กรอ. พาณิชย์ รัฐหนุน เอกชนนำ

สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ และยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามระดับสากล

ผลการดำเนินงาน

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

เกษตรผลิต พาณิชย์ตลาด

ผลักดันเกษตรกรไทยสู่ตลาดโลก

มาตรการส่งเสริม

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ค่านีเตอร์เทรด

"ช้อปเกษตรกรตลาด"

สนับสนุนเกษตรกรไทยสู่ตลาดโลก

ผลการดำเนินงาน

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

อาหารไทย อาหารโลก

ไทยเป็นศูนย์กลางอาหารคุณภาพมาตรฐานโลก

มาตรการ

- ส่งเสริมการค้า
- ส่งเสริมการค้า
- ส่งเสริมการค้า
- ส่งเสริมการค้า

เป็นประธานประชุม มต.การค้า RCEP 15 ประเทศ สำเร็จ

สมาชิก RCEP 15 ประเทศ

ผลการดำเนินงาน

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ผลักดันส่งออกพริกทุก ภาค เอกชนขึ้น ขยายสินค้าทั่วโลก MOU

การเจรจาสัมมนาประเทศ

ผลการดำเนินงาน

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ส่งเสริมการค้าสู่ New Normal

มาตรการส่งเสริม

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

อสม สร้างนวัตกรรมยุคใหม่

มาตรการส่งเสริม

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

MOC Online One Stop Service

สนับสนุนการให้บริการ

บริการที่กระทรวง

124

บริการที่กระทรวง

www.moc.go.th

ต้นทุกจังหวัด มีสินค้า GI

ขึ้นทะเบียนแล้ว

154 รายการ

สร้างมูลค่าเพิ่ม

40,000 ล้านบาท

พัฒนาส่งเสริม ทรัพย์สินทางปัญญาของคนไทย

ประโยชน์จากสิทธิบัตร

มาตรการส่งเสริม

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

ส่งเสริมศิลปาชีพ ของคนไทย

มาตรการส่งเสริม

- สนับสนุนสินเชื่อ
- ลดภาษีนำเข้าผลไม้
- ลดภาษีส่งออกผลไม้
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- มาตรการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

#ทำได้ทำได้อัจฉริยะ