

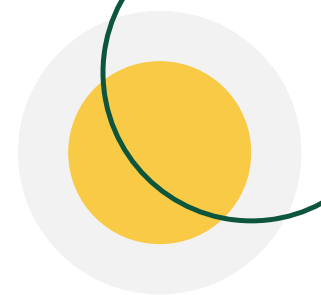


THAI HIGHLAND ECO BRAND



**BY ERAWAN GROUP
ACE#4**

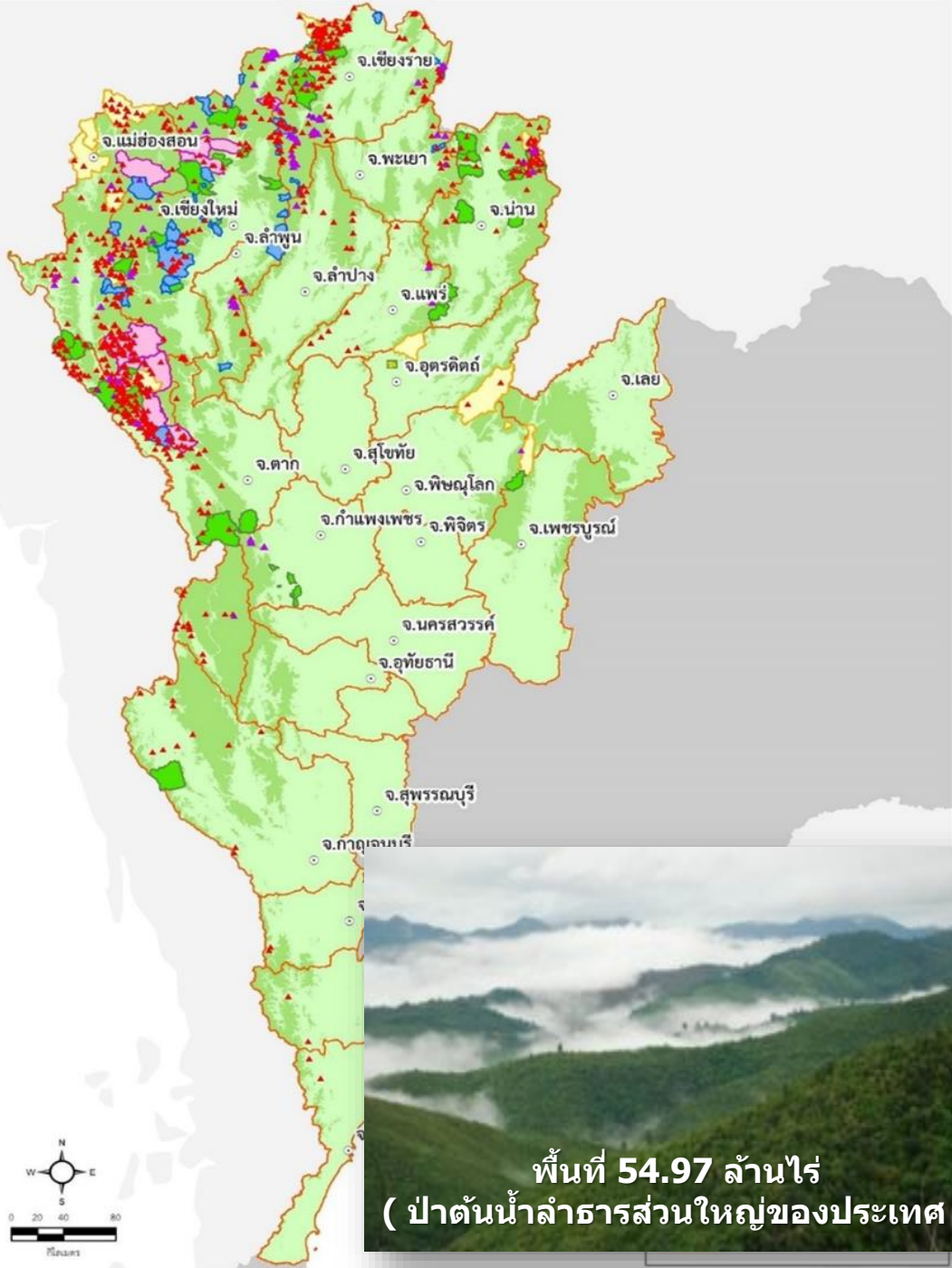




พื้นที่สูง คือ...?

พื้นที่ที่เป็นภูเขา
หรือพื้นที่ที่มีความสูงกว่าระดับน้ำทะเล
ห้าร้อยเมตรขึ้นไป หรือพื้นที่
ที่อยู่ระหว่างพื้นที่สูงตามที่คณะกรรมการกำหนด
ที่มา: พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2548

พื้นที่สูง (Highland)
ของประเทศไทย ครอบคลุม 20 จังหวัด 4,205 กลุ่มบ้าน



พื้นที่ 54.97 ล้านไร่
(ป่าต้นน้ำลำธารส่วนใหญ่ของประเทศ)



ห่างไกลและทุรกันดาร



ประชากร 1,070,354 คน (2%)
270,886 ครัวเรือน

ความท้าทายในการพัฒนาพื้นที่สูง



สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม
จากการทำเกษตร
ที่ไม่ถูกต้อง



การปลูกพืชเสพติด/
ความมั่นคงตามแนวชายแดน



ชีวิตและความเป็นอยู่



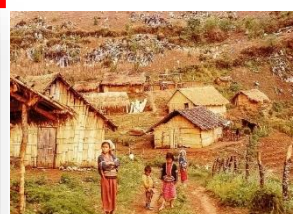
ความยากจน



ขาดสิทธิในพื้นที่
อยู่อาศัย



เข้าไม่ถึงบริการภาครัฐ



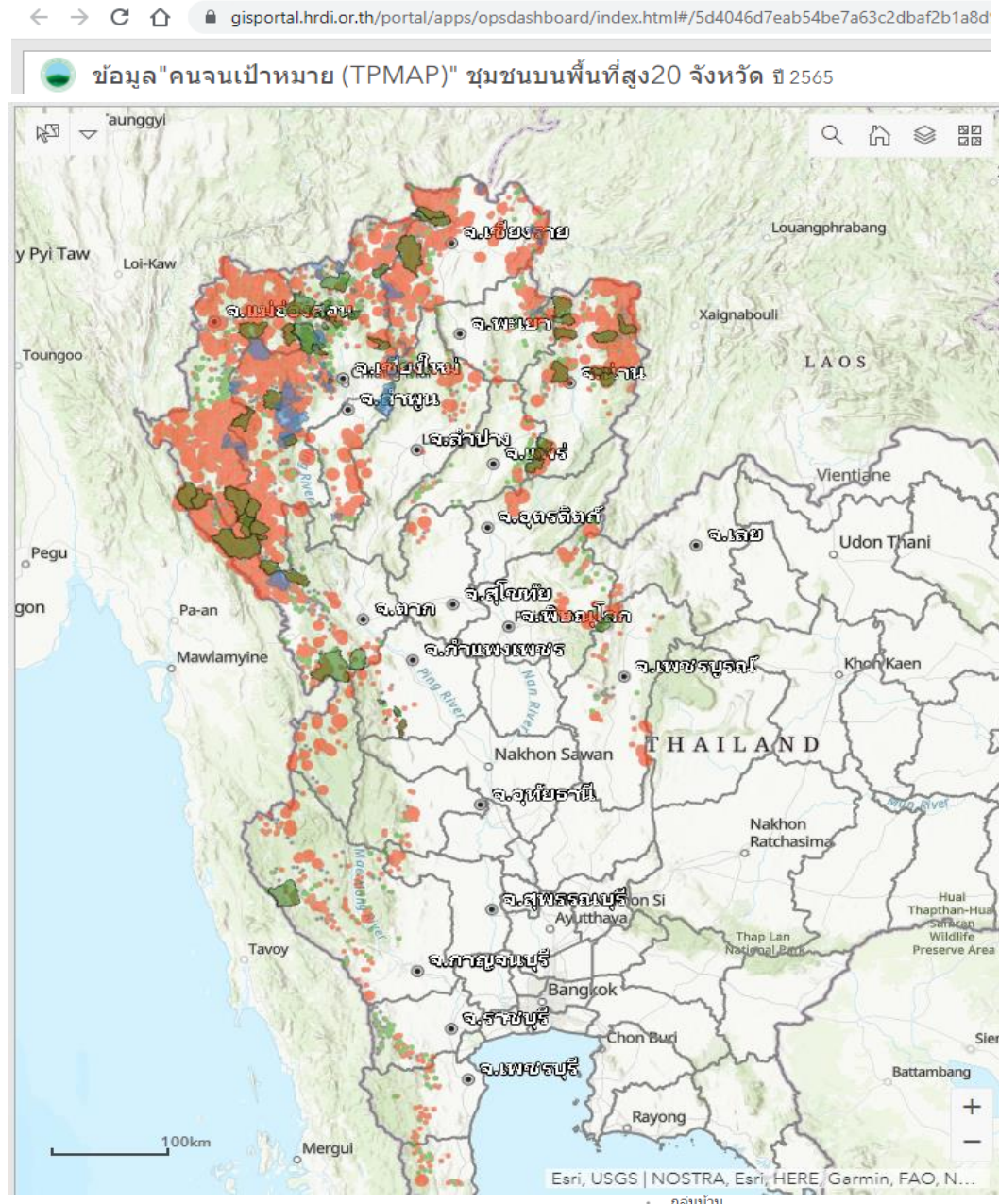
ขาดการศึกษาและ
องค์ความรู้



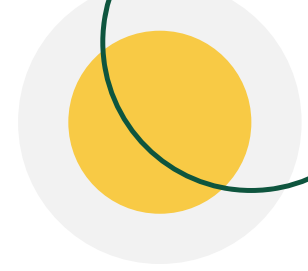
ขาดอาชีพและรายได้

ขาดโอกาสและความเสมอภาค

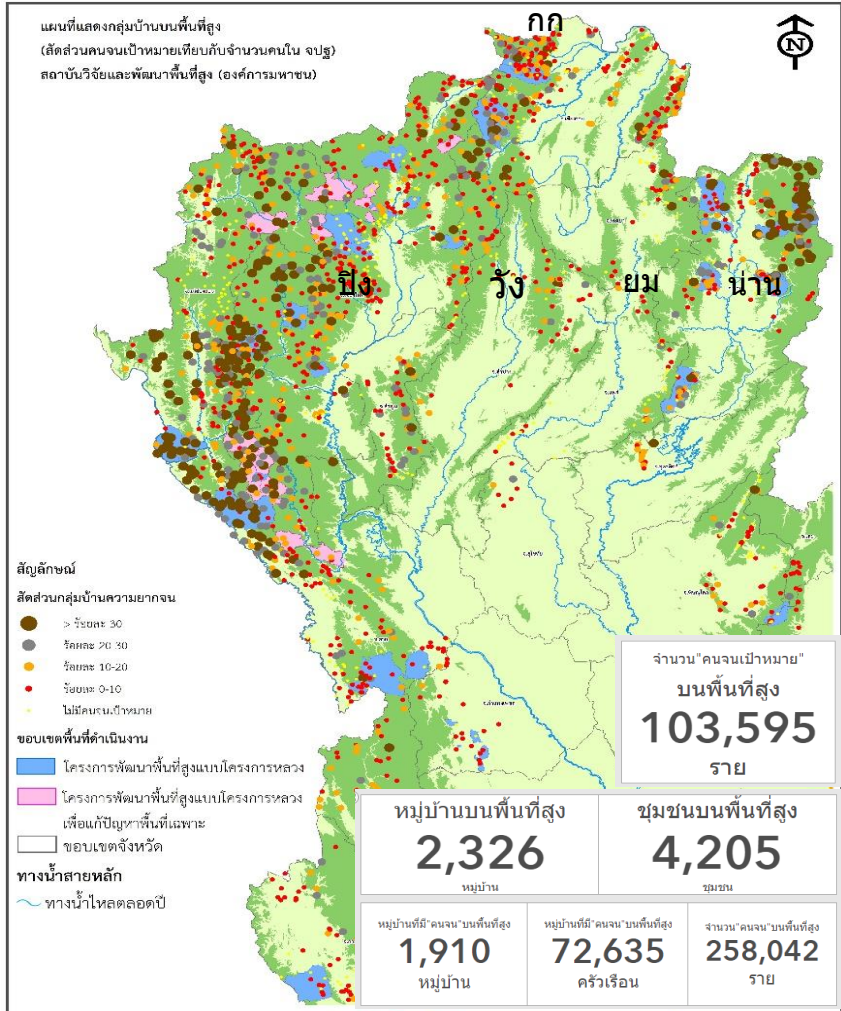
แผนที่แสดงกลุ่มบ้านยากจนบนพื้นที่สูง (TPMAP ปี 2565)



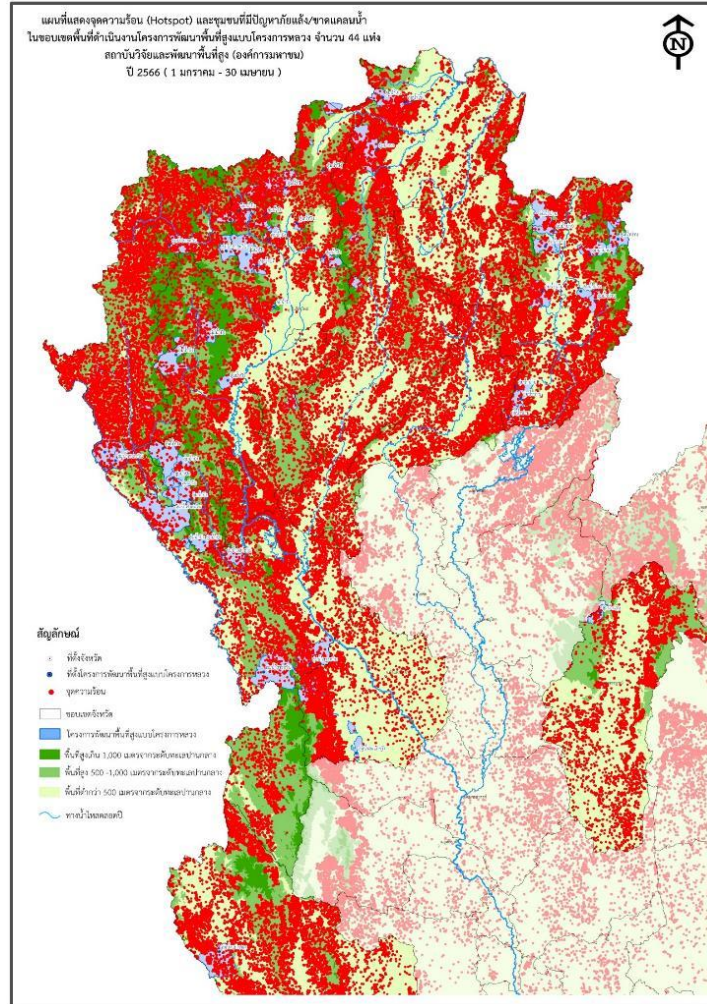
ปัญหาสำคัญบนพื้นที่สูงของประเทศไทยในปัจจุบัน



แผนที่แสดงความยากจนของกลุ่มบ้านบนพื้นที่สูง

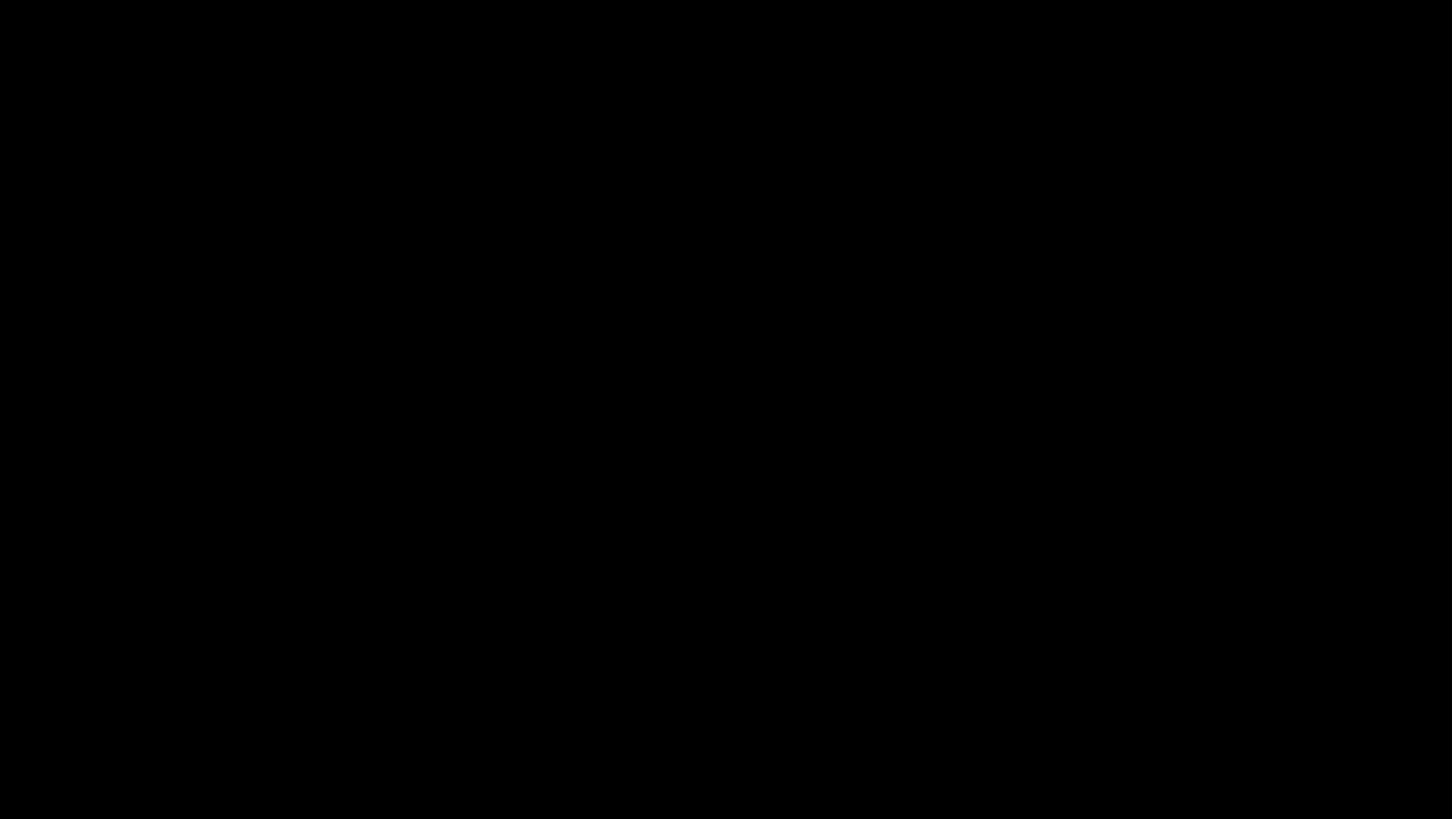


Hotspots บนพื้นที่สูงของประเทศไทย 1 ม.ค. - 31 พ.ค. 2566



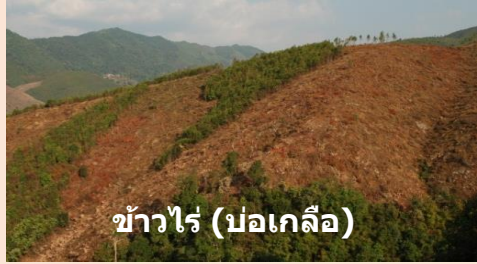
การสูญเสียพื้นที่ป่าเพื่อทำเกษตร





แก้ไขปัญหาคความยากจน และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ด้วยการเพาะปลูกที่ถูกต้อง โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงในจังหวัดน่าน 11 แห่ง 91 ชุมชน

ปัญหา



ข้าวไร่ (บ่อเกลือ)



ข้าวโพด (แม่จริม)



ข้าวโพด (โป่งค่า)



กะหล่ำปลี (ขุนสถาน)

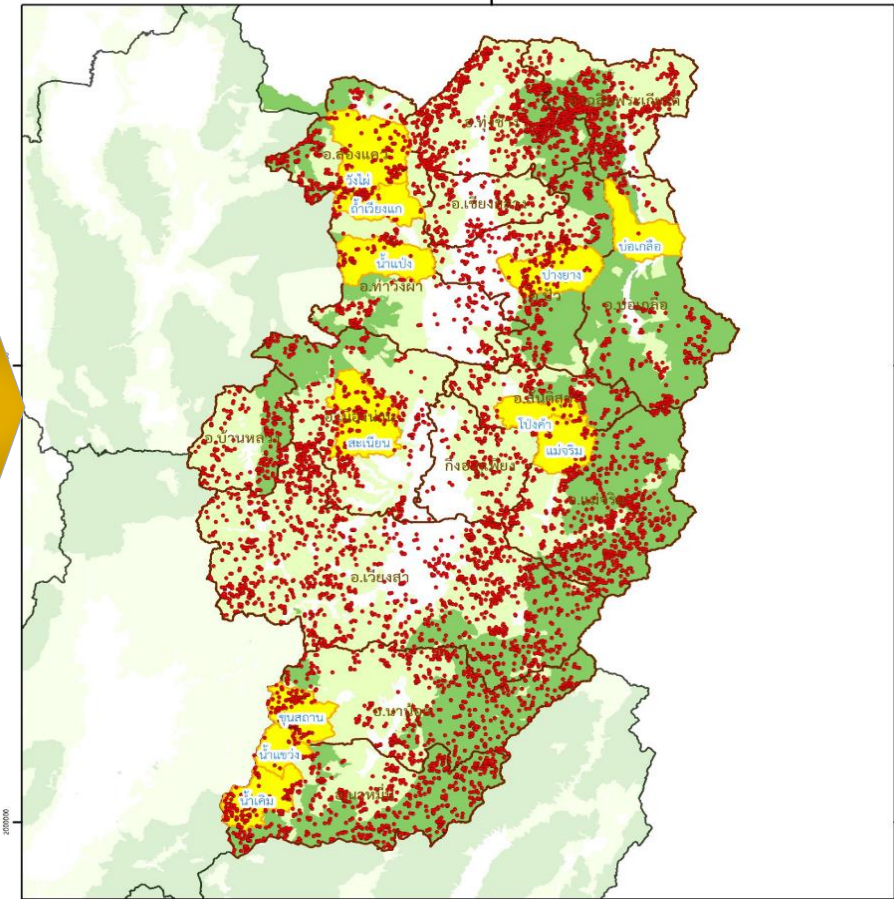
การปรับระบบการประกอบอาชีพ ให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



แก้ปัญหาเขาหัวโล้น ลดการเผาฝุ่นควัน

แผนที่แสดงตำแหน่งจุดความร้อน (hotspot)
จากดาวเทียม Suomi NPP ระบบ VIIRS ความละเอียด 375 เมตร ปี 2563 ในพื้นที่จังหวัดน่าน

อ้างอิงข้อมูลตำแหน่งจุดความร้อน (hotspot) จาก ระบบติดตามจุดความร้อนกรมป่าไม้



สัญลักษณ์

● จุดความร้อน (hot spot)

● ขอบเขตโครงการฯ

● ป่าตามกฎหมาย

● ขอบเขตอำเภอ

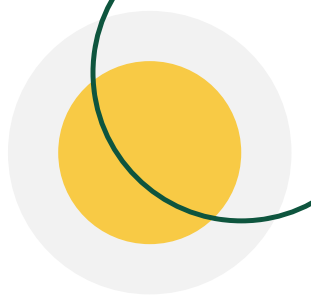
● ป่าอนุรักษ์

● ขอบเขตจังหวัด

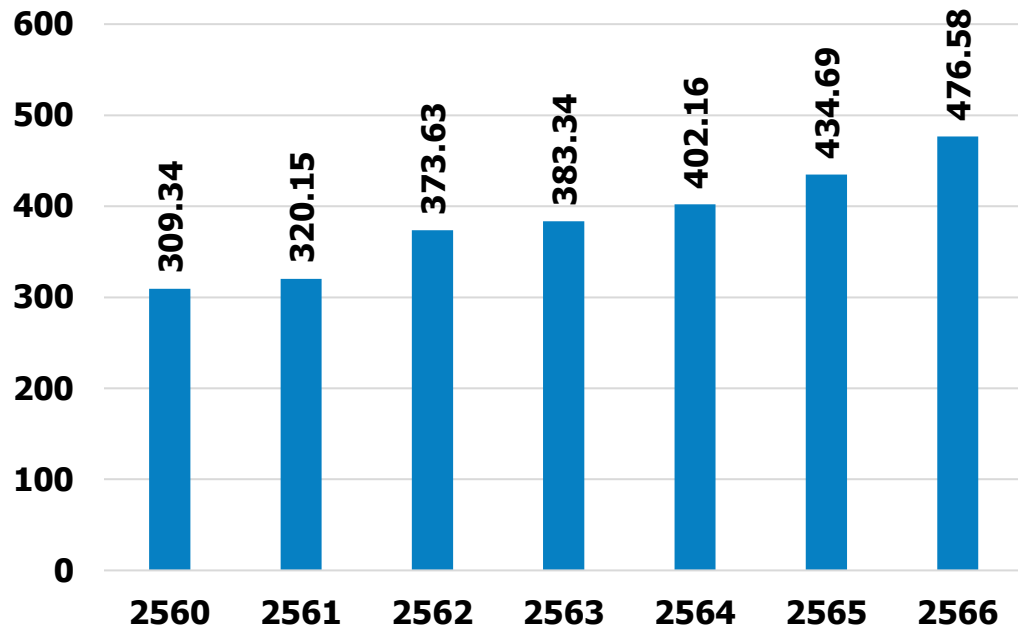
● ป่าสงวนแห่งชาติ



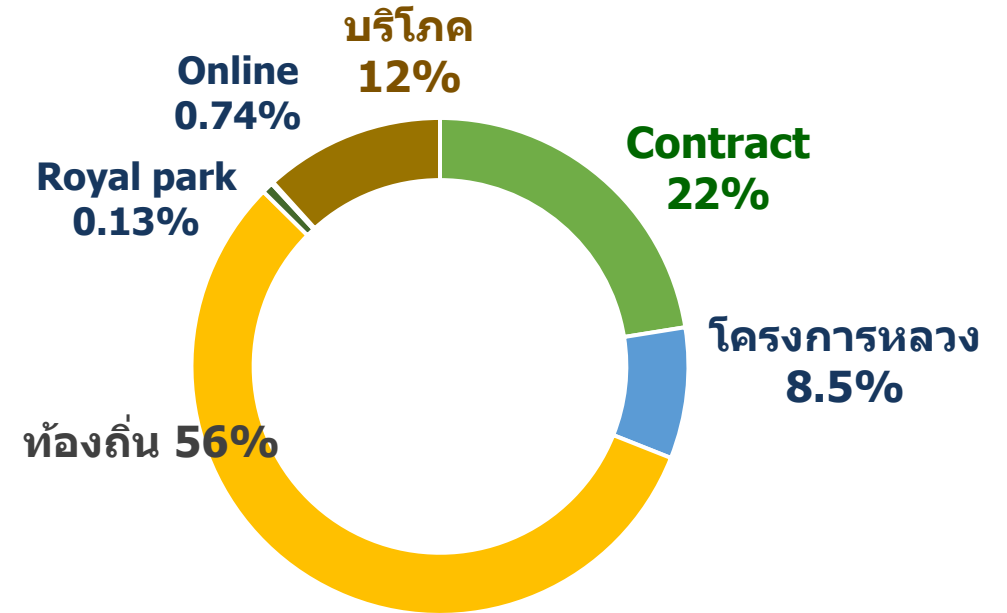
การพัฒนาและส่งเสริมอาชีพบนฐานความรู้



รายได้ของเกษตรกร (ล้านบาท)



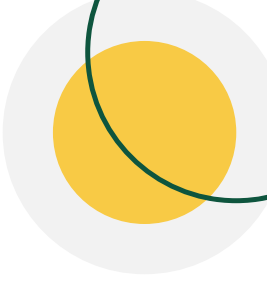
ช่องทางการตลาด



รับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย เกษตรกร 3,211 ราย

❖ GAP เกษตรกร 2,844 คน ใน 84 ชนิดพืช 44 แห่ง 22,742.35 ไร่

❖ Organic Thailand เกษตรกร 367 คน ใน 50 ชนิดพืช 18 แห่ง 2,649.37 ไร่



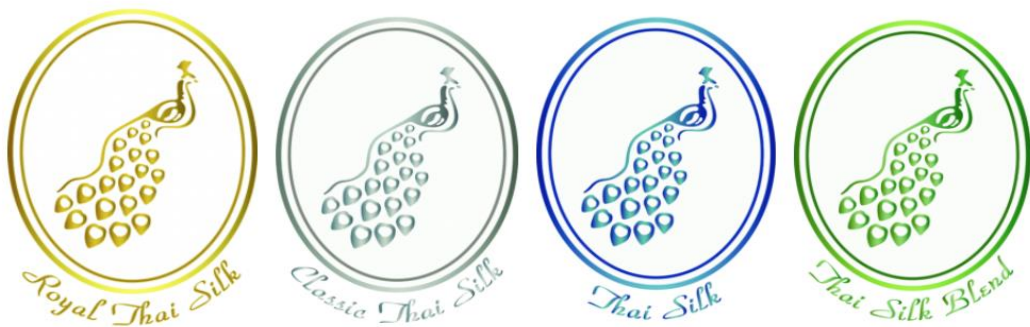
จะยกระดับ
เพิ่มมูลค่าสินค้า
ให้กับเกษตรกร
ที่ตั้งใจทำเกษตรเป็นมิตร
กับสิ่งแวดล้อม

ได้อย่างไร



เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

ตรานกยูง พระราชทาน



ผลิตภัณฑ์จากฐานทรัพยากรชีวภาพ



เครื่องหมายรับรองข้าวพันธุ์แท้

เป็นเครื่องหมายที่กรมการข้าวจะอนุญาตให้ผู้ประกอบการใช้เพื่อรับรองข้าวในบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่าย ซึ่งมีแหล่งกำเนิดในประเทศไทย ตรงตามพันธุ์ มีคุณภาพและมาตรฐาน



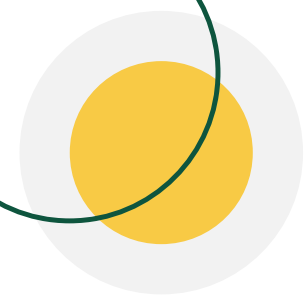
เงื่อนไข : ผู้ได้รับอนุญาตจะต้องใช้เครื่องหมายรับรองพันธุ์แท้กับสินค้าที่ผลิตจากพืชผลที่ได้รับรับการรับรองพันธุ์แท้จากกรมการข้าว ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ โดยต้องแสดงเครื่องหมายรับรองข้าวพันธุ์แท้กับเครื่องหมาย Q หรือ เครื่องหมาย Organic Thailand ให้ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ข้าว ซึ่งจะมีการสุ่มเก็บตัวอย่างสินค้า เพื่อตรวจสอบตามตลอดอายุการได้รับอนุญาต



ดาวน์โหลดแบบคำขอใช้ "เครื่องหมายรับรองข้าวพันธุ์แท้" ได้ที่ drc.ricethailand.go.th
ยื่นแบบพร้อมเอกสารและหลักฐานตามที่กำหนดไว้ ได้ที่ กองตรวจสอบรับรองมาตรฐานข้าวและผลิตภัณฑ์ กรมการข้าว โทร. 0-2561 2174 หรือ สายด่วนหม้อข้าว 1170 กด 4

Thai Select





การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรด้วย

“ECO BRAND” เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมบนพื้นที่สูงของไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างเครื่องหมายรับรองที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ECO BRAND) สำหรับสร้างคุณค่าให้กับสินค้าเกษตรและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรบนพื้นที่สูง

2. เพื่อลดปัญหาการบุกรุกป่า การเผาและฝุ่นควันบนพื้นที่สูง ภายใต้การบูรณาการของภาครัฐและเอกชน

Process

สร้าง ECO BRAND + คู่มือ*

ยื่นจดทะเบียน

ชี้แจง/รับสมัครเกษตรกร

ตรวจประเมิน + รับรอง

ประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้

เชื่อมโยงตลาด/แหล่งทุน

ประเมิน/สรุปผล

Stakeholders / Timeline

วทส.4#เอราวัณ/ผู้ทรงคุณวุฒิ ต.ค.- พ.ย.66

สวพส. + กรมทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ธ.ค.-ม.ค.66

สวพส. + เกษตรกร ม.ค.-> 2567

สวพส. + เกษตรกร ม.ค.-> 2567

ภาคเอกชน ม.ค.-> 2567

ภาคเอกชน + ธ.ก.ส. ม.ค.-> 2567

สวพส. ธ.ค.67

การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร “**ECO BRAND**”

เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมบนพื้นที่สูง

ตราสัญลักษณ์

- สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ทำการเกษตรแบบไม่เผา
- ไม่บุกรุกป่า และเป็นผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกรบนพื้นที่สูงที่ได้รับการส่งเสริมโดย สวพส.
- เป็นสินค้าที่มีคุณภาพที่ดี ปลอดภัยต่อผู้บริโภค



✓ คู่มือ

ความเป็นมาของตรารับรอง

ขั้นตอนการรับรอง และหลักเกณฑ์การประเมิน

ประโยชน์ที่เกษตรกร / สถาบันเกษตรกรจะได้รับ

ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับตรารับรอง

ภาคผนวก

บพ - 1 ใบสมัคร

บพ - 2 ทะเบียนรายชื่อ

บพ - 3 แบบตรวจประเมิน

บพ - 4 ตรวจรับรองผลการประเมิน

บพ - 5 ประกาศนียบัตร

หลักเกณฑ์การประเมิน



เกษตรกร
สถาบันเกษตรกร
ที่ได้รับการส่งเสริมโดย สวพส.



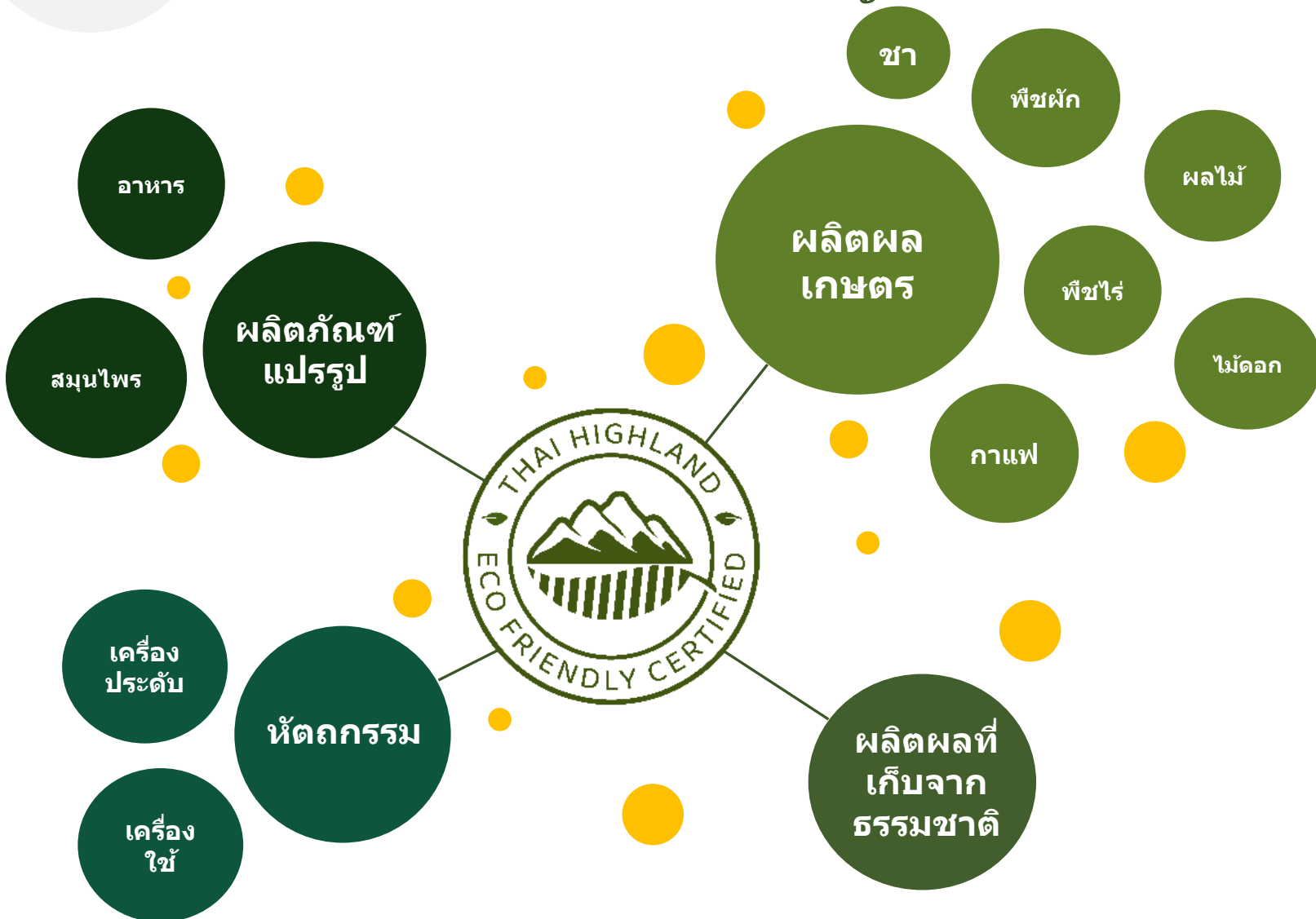
ระบบเกษตรกรที่ไม่เผา
ไม่บุกรุกป่า และเป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม

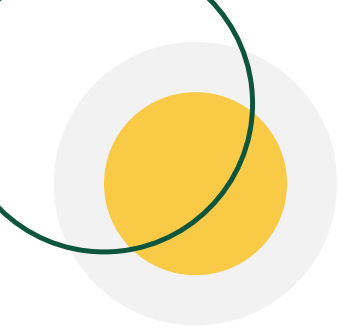


มาตรฐานอาหารปลอดภัย
มาตรฐานสิ่งแวดล้อม
มาตรฐานต่างๆ

การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรด้วย

'ECO BRAND' เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมบนพื้นที่สูงของไทย





การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรด้วย 'ECO BRAND'

เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมบนพื้นที่สูงของไทย

ไม่เผาป่า



Outputs/Outcome

ไม่บุกรุกป่า



ลดการใช้สารเคมี



สินค้าได้รับการยอมรับ/
มีช่องทางการตลาด



Carbon Credit ภาคการเกษตร



กลุ่มเข้มแข็งสามารถดูแลตนเองได้



Environmental - friendly

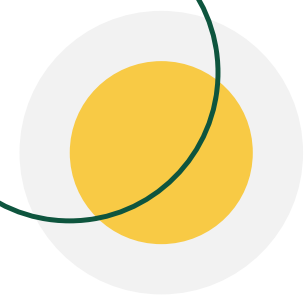


No burning



No deforestation

*เกิดการบูรณาการ ระหว่าง
ชุมชน + รัฐ + เอกชน



การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรด้วย 'ECO BRAND'

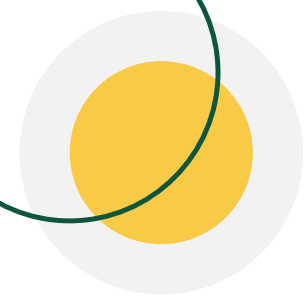
เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อมบนพื้นที่สูงของไทย

การขับเคลื่อน

1. การสร้างกระบวนการในการรับรอง **ECO BRAND** ร่วมกันระหว่าง ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน
2. การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของสินค้า
3. การเชื่อมโยงช่องทางการตลาด โดยความร่วมมือกับภาคเอกชน
4. การสนับสนุนเข้าถึงแหล่งทุนให้กับกลุ่มเกษตรกร โดยความร่วมมือของ ธกส.
5. การระดมทุน (CROWD FUNDING) จากภาคเอกชน เพื่อช่วยสนับสนุนกิจกรรมการทำเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
 - ❖ วัสดุอุปกรณ์ให้กลุ่มเกษตรกรเพื่อเพาะปลูกพืช
 - ❖ กิจกรรมการดูแลรักษาป่า: การทำแนวกันไฟ การทำฝายชะลอความชุ่มชื้น ฯลฯ
 - ❖ การกักเก็บคาร์บอน (Carbon credit)

VS กลไก กำกับ ติดตาม

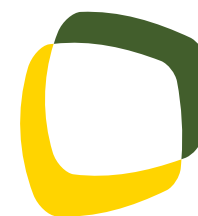
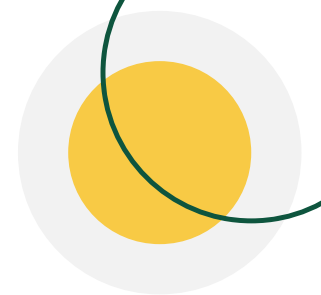
- ❖ หน่วยงานภาคีภายใต้แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาพื้นที่สูงอย่างยั่งยืน ระยะ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570
- ❖ คณะทำงานโครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวง
 - ระดับอำเภอ
 - ระดับจังหวัด



ECO BRAND

สร้างคุณค่า ...
ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม





THANK YOU

ERAWAN GROUP

ACE # 4

