

“สินิตย์ เลิศไกร” รมช.พาณิชย์ฯ เปิดตัว 2 GI ไทย

“ครกหินแกรนิตตาก - เผือกหอมบ้านหมอ”

ผลักดันการใช้ประโยชน์จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพิ่มมูลค่าสินค้าท้องถิ่นต่อเนื่อง

“พาณิชย์” ประกาศขึ้นทะเบียน GI อีก 2 สินค้า “ครกหินแกรนิตตาก-เผือกหอมบ้านหมอ” มั่นใจช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างรายได้ให้ชุมชน เผยล่าสุดมีสินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียน GI แล้วรวม 154 รายการ พร้อมควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้า GI เพิ่มช่องทางจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ

นายสินิตย์ เลิศไกร รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า “ภายหลังจากที่กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา เดินหน้าทำงานเชิงรุกขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ครบ 77 จังหวัดทั่วประเทศ เมื่อปีที่ผ่านมา ล่าสุด กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้ประกาศขึ้นทะเบียน GI เพิ่มอีก 2 รายการ คือ “ครกหินแกรนิตตาก” ของจังหวัดตาก และ “เผือกหอมบ้านหมอ” ของจังหวัดสระบุรี ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชนด้วยความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถผลิตในท้องถิ่น พร้อมส่งเสริมให้มีการรักษาคุณภาพผ่านระบบคุณภาพมาตรฐานสินค้า GI” ทำให้สร้างมูลค่าทางการตลาดให้กับสินค้า GI เป็นมูลค่า 40,000 ล้านบาท

สำหรับ “ครกหินแกรนิตตาก” เป็นผลิตภัณฑ์จากหินแกรนิตในจังหวัดตาก ครอบคลุมพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองตาก อำเภอบ้านตาก อำเภอสามเงา และอำเภอวังเจ้า โดยครกจะมีรูปทรงเป็นทรงกลม มีขอบด้านข้างใช้สำหรับจับหรือยก ผลิตด้วยเครื่องมือที่ทำให้ได้รูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและได้มาตรฐาน แข็งแรงทนทาน ไม่เปราะ ไม่กะเทาะหลุดง่าย

ส่วน “เผือกหอมบ้านหมอ” ปลูกในจังหวัดสระบุรีครอบคลุมพื้นที่ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอบ้านหมอ อำเภอดอนพุด และอำเภอหนองไผ่ เป็นเผือกหอมมีหัวขนาดใหญ่ สายพันธุ์เผือกหอมเชียงใหม่หรือเผือกหอมพิจิตร เนื้อเผือกมีสีขาวอมม่วงอ่อน มีเส้นใยสีม่วงกระจายทั่วหัว เมื่อนำมาหนึ่งหรือต้มเนื้อเผือกจะร่วนซุย และมีกลิ่นหอมเป็นพิเศษกว่าเผือกหอมทั่วไป

“ในปี 2565 กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาตั้งเป้าหมายในการขึ้นทะเบียน GI อีกจำนวน 18 รายการ อาทิ ผ้าไหมสาเกต จังหวัดร้อยเอ็ด สับปะรดศรีเชียงใหม่ ผ้าตีนจกโหล่งลี้ลำพูน และมะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ เป็นต้น ส่วนสินค้าที่ขึ้นทะเบียน GI เป็นที่เรียบร้อยแล้ว กรมฯ จะเดินหน้าผลักดันให้มีการจัดทำระบบควบคุมคุณภาพสินค้า GI เพื่อรักษามาตรฐานสินค้า GI ตลอดจนส่งเสริมด้านการตลาด ช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้สินค้า GI ไทยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น สร้างรายได้กลับสู่ชุมชน สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน” นายสินิตย์ กล่าวทิ้งท้าย