

ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดสินค้าอินทรีย์ พ.ศ. ๒๕๕๗-๒๕๕๙

วิสัยทัศน์ ไทยเป็นผู้นำทางการค้า และการบริโภคสินค้าอินทรีย์อินทรีย์ภูมิภาคอาเซียน ภายในปี ค.ศ. ๒๐๒๐

เป้าหมาย ๑. มูลค่าสินค้าอินทรีย์ เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐ ต่อปี ๒. พัฒนาศักยภาพอินทรีย์ให้หลากหลาย มีสินค้าใหม่ ไม่น้อยกว่า ๓ ชนิด/ปี

๓. ผู้ผลิตผู้ประกอบการ และผู้บริโภคมีความตระหนัก ความเข้าใจ เกี่ยวกับสินค้าอินทรีย์มากขึ้น กระตุ้นการผลิตสินค้าอินทรีย์ให้ได้ปริมาณมาก เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ ๑	ยุทธศาสตร์ ๒	ยุทธศาสตร์ ๓	ยุทธศาสตร์ ๔
<p>กลยุทธ์/กิจกรรม</p> <p>พัฒนาศักยภาพผู้ผลิตอินทรีย์</p> <p>การตลาดสินค้าอินทรีย์</p> <p>ต่อห่วงโซ่อุปทาน (Awareness Exhibition)</p> <p>แนวทาง/กิจกรรม</p> <p>๑. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบกรค้าสินค้าอินทรีย์ (Expo/ Bldg)</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดอบรม/ศึกษาดูงาน - Organic Symposium (In.) - กิจกรรมส่งเสริมผู้ประกอบการ - การสร้างและพัฒนา Organic Trader <p>๒. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตระหนัก (Awareness Building) แก่ผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าอินทรีย์ - ประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ และกระตุ้น ความตระหนักให้แก่ผู้บริโภค 	<p>ยุทธศาสตร์ ๒</p> <p>การพัฒนาฐานข้อมูลที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดเชิงรุก</p> <p>แนวทาง/กิจกรรม</p> <p>๑. การพัฒนาฐานข้อมูล (Database Development)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Organic Directory - พัฒนาฐานข้อมูลทางการผลิตและการตลาด - จัดตั้งศึกษวิจัยตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์เชิงลึก 	<p>ยุทธศาสตร์ ๓</p> <p>การขยายตลาดสินค้าอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>แนวทาง/กิจกรรม</p> <p>การขยายตลาดในประเทศ</p> <p>การขยายตลาดต่างประเทศ</p> <p>๑. การร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศ : Thairifex (พ.ศ.)</p> <p>๒. การจัดงานแสดงสินค้าต่างประเทศ: Organic and Natural Expo (In.)</p> <p>๓. จัดกิจกรรมการตลาด</p> <ul style="list-style-type: none"> - In-Store Promotion : ให้ละอองอินทรีย์ - ร้านค้าสินค้าอินทรีย์ - กิจกรรมส่งเสริมการขายโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (โรงเรียน/ Fitness ฯลฯ) - ทำกิจกรรมร่วมกับเครือข่าย อาทิ มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม/ ไร่อินทรีย์ ฯลฯ - ทำกิจกรรมร่วมกับเครือข่าย อาทิ มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม/ ไร่อินทรีย์ ฯลฯ - จัดตลาดสีเขียว/งานเสริมสร้างอินทรีย์ - ภูมิภาค/ Organic Business Community - ทำกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (Ex-survey/ advocacy) เป็นต้น - สนับสนุนการตั้งศูนย์ข้อมูลอินทรีย์ - E-commerce เป็นเครื่องมือการตลาด โดยบูรณาการร่วมกับ ๓๙/๓๓ - สนับสนุนให้มีเครือข่ายร้านค้าสินค้าอินทรีย์ที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 	<p>ยุทธศาสตร์ ๔</p> <p>การสร้างความหลากหลายของสินค้าอินทรีย์ตรงกับความต้องการของตลาด</p> <p>แนวทาง/กิจกรรม</p> <p>๑. บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเชื่อมโยงนวัตกรรมใหม่ๆของสินค้าอินทรีย์</p> <p>๒. สร้างมูลค่าสินค้าอินทรีย์และผลิตภัณฑ์เพื่อลดต้นทุน</p> <p>ยุทธศาสตร์ ๕</p> <p>- การสนับสนุนเชิงนโยบาย</p> <p>แนวทาง/กิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> - เสนอแนะแนวทาง / สนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอินทรีย์เชิงนโยบาย อาทิ นโยบายด้านภาษี/ นโยบายด้านการเงิน เป็นต้น