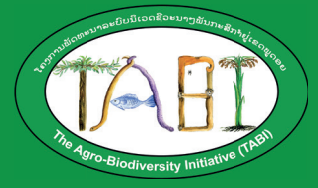




ທ່າແຮງດ້ານການຕະຫລາດນໍ້າເຜິ້ງປ່າຂອງ ລາວ: ແນວໂນ້ມ ສໍາລັບ “ສຸກຂະພາບ” ໃນອະນາຄົດ



ຜູ້ຂຽນ:

Emmanuelle Andaya, ສຸດສະດາ ຈັນທາສິຣິ, ມະນີວັນ ອາລິຍະວົງ

ຂໍ້ຄວາມຫລັກ

- ການຮັບຮູ້ກ່ຽວກັບຄຸນປະໂຫຍດດ້ານສຸກຂະພາບ ແລະ ຄຸນນະພາບທໍາມະຊາດຈາກນໍ້າເຜິ້ງປ່າຂອງລາວຢູ່ໃນບ່ອນທີ່ໄດ້ມີການນໍາໃຊ້ນໍ້າເຜິ້ງເພື່ອສຸກຂະພາບເປັນສ່ວນໃຫຍ່ນັ້ນແມ່ນເຮັດໃຫ້ມີປະໂຫຍດສູງດ້ານການຕະຫລາດຫລາຍກ່ວາບັນດາຜູ້ແຂ່ງຂັນອື່ນຢູ່ພາຍໃນປະເທດ ແລະ ພາກພື້ນ. ເຮັດການເສີມສ້າງຮູບພາບ ແລະ ຍີ່ຫໍ້ ນໍ້າເຜິ້ງປ່າບໍລິສຸດ ສໍາລັບ ຂາຍຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ສົ່ງອອກຕ່າງປະເທດ ໂດຍຜ່ານ (1) ມາດຕະຖານລະດັບຊາດ, (2) ຄຸນນະພາບ ແລະ ລະບົບກວດສອບ, (3) ກາຍຢັ້ງຢືນດ້ານສຸກຂະພາບອະນາໄມ ແລະ ຄວາມປອດໄພ, (4) ຍົກລະດັບການຫຸ້ມຫໍ່ ແລະ ຍີ່ຫໍ້, ແລະ (5) ການສື່ສານ.
- ເຫັນໃສ່ການຕະຫລາດຊ່ອງຫວ່າງ, ການແຂ່ງຂັນດ້ານຄຸນນະພາບ ແລະ ຄຸນຄ່າ ແທນການເຫັນແຕ່ ຈໍານວນ ແລະ ລາຄາ. ແທນທີ່ຈະເຮັດການຕະຫລາດຂາຍຍົກເພື່ອສົ່ງອອກ ແລະ ການຂາຍແບບດັ້ງເດີມນັ້ນ, ຂະແໜງການນໍ້າເຜິ້ງຂອງ ລາວຄວາມຕ້ອງໄດ້ເຫັນໃສ່ໃນການສ້າງຕະຫລາດຊ່ອງຫວ່າງຂອງຕົນເອງ ແລະ ໄດ້ຮັບສ່ວນແບ່ງຂອງຕະຫລາດ ນໍ້າເຜິ້ງສຸດທ້າຍໃນລະດັບກາງ ແລະ ສູງຢູ່ພາຍໃນປະເທດ ແລະ ບັນດາປະເທດໃກ້ຄຽງ, ຫລັງຈາກນັ້ນ ກໍ່ເຮັດການຂະຫຍາຍຂາຍອອກໄປສູ່ ບັນດາປະເທດທີ່ຊື່ເຂົ້າໃນມູນຄ່າລາຄາສູງ.
- ຍົກລະດັບການບໍລິໂພກນໍ້າເຜິ້ງລາວ ຢູ່ພາຍໃນປະເທດ ໂດຍຜ່ານ ການເຂົ້າເຖິງໄດ້ ແລະ ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານ. ບັບປຸງລະບົບການຈໍລະຈອນແຈກຢາຍ ແລະ ຍົກລະດັບເພີ່ມຄວາມຮັບຮູ້ຂອງ ຜູ້ບໍລິໂພກກ່ຽວກັບຜົນປະໂຫຍດລວມດ້ານສຸກຂະພາບ, ການມີໄວ້ ແລະ ຄຸນນະພາບ ຂອງ ນໍ້າເຜິ້ງ ລາວ ເພື່ອເສີມສ້າງການຕະຫລາດພາຍໃນໃຫ້ແຂງແຮງ.
- ສໍາລັບການແຂ່ງຂັນຂອງ ຂະແໜງການນໍ້າເຜິ້ງ ຂອງ ລາວ, ແມ່ນຍົກລະດັບຄວາມສາມາດໃນການຜະລິດ ແລະ ການຕະຫລາດ ຂອງ ຜູ້ດໍາເນີນການຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ, ລົງທຶນເຂົ້າໃນການຄົ້ນຄວ້າສຶກສາ ແລະ ພັດທະນາ ແລະ ເຮັດການສົ່ງເສີມນະວັດຕະກຳການປ່ຽນແປງໃໝ່. ລວບລວມເອົາຄວາມຮູ້ພື້ນບ້ານ, ເຕັກນິກວິຊາການ ແລະ ເຕັກໂນໂລຢີໃໝ່ ເພື່ອສະໜອງໂອກາດໃຫ້ແກ່ການຍົກລະດັບການຜະລິດ ແລະ ສ້າງໃຫ້ເກີດມີຜະລິດຕະພັນທີ່ເປັນເອກະລັກ ສໍາລັບ ການສຸກຂະພາບ ແລະ ການຕະຫລາດຊ່ອງຫວ່າງ.
- ເຊື່ອມພັນກັບ ຜູ້ປະກອບການ ແລະ ຂະແໜງການອື່ນ. ເຮັດການນໍາໃຊ້ ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວ ໃຫ້ກາຍ ເປັນເວທີການສົ່ງເສີມ ແລະ ດຶງເອົາສັງຄົມຜູ້ປະກອບການ ເພື່ອເຂົ້າມາເຮັດການສົ່ງເສີມ ຂະແໜງການນໍ້າເຜິ້ງ ຂອງ ລາວ.
- ຮູບພາບແຫລ່ງກຳເນີດທີ່ແຂງແກ່ນຂອງປະເທດຈະເປັນປະໂຫຍດໃຫ້ແກ່ນໍ້າເຜິ້ງຂອງລາວ ແລະ ຜະລິດຕະພັນທໍາມະ ຊາດອື່ນໆ. ປະເທດລາວ ສາມາດເຮັດການພັດທະນາຮູບພາບຂອງນໍ້າເຜິ້ງໃຫ້ເປັນລະດັບປະເທດ ສໍາລັບບ່ອນທີ່ໄດ້ເຮັດການຜະລິດເປັນຜະລິດຕະພັນທີ່ສະອາດ ແລະ ປອດໄພ. ອັນນີ້ມີຄວາມຕ້ອງການໃຫ້ມີການຮ່ວມມືກັບລະຫວ່າງແຕ່ລະກະຊວງ ແລະ ຂະແໜງການຕ່າງໆ ແລະ ກໍ່ຕ້ອງໄດ້ມີຍຸດທະສາດລະດັບຊາດທີ່ເປັນການສົ່ງເສີມ ແລະ ປ້ອງກັນຮູບພາບ (ພາບລັກ) ຂອງ ຜະລິດຕະພັນຂອງ ລາວ.

ພາກແນະນຳ

ປວງຊົນລາວໄດ້ເຮັດການລ້ຽງເຜິ້ງພື້ນເມືອງ ແລະ ເຮັດ ເກັບກູ້ເອົານໍ້າເຜິ້ງແບບດັ້ງເດີມຢູ່ພາຍໃນຂອບເຂດທົ່ວປະເທດ, ຊຶ່ງແຫລ່ງຕົ້ນຕໍແມ່ນລວມມີຢູ່ໃນບັນດາ ແຂວງ ພາກ ເໜືອ ເຊັ່ນ: ຜົ້ງສາລີ, ອຸດົມໄຊ, ຫົວພັນ, ຊຽງຂວາງ, ຫລວງພະບາງ ແລະ ຫລວງນໍ້າທາ, ສ່ວນ ຈາກບັນ ດາແຂວງພາກໃຕ້ແມ່ນ

ແຂວງຈຳປາສັກ ເປັນຕົ້ນຕໍ. ນອກນັ້ນ ກໍ່ມີການເກັບນໍ້າເຜິ້ງຈາກປ່າໂດຍກົງອີກເປັນການສຳຮອງອີກ (Sengnam and Vandome 2007; Vandome2006). ປະຊາຊົນເປັນຈຳນວນຫລາຍແມ່ນໄດ້ມີ ຄວາມຮູ້ ແລະ ປະສົບການໃນການລ້ຽງເຜິ້ງປ່າ. ພວກເຂົາ ເຈົ້າມີວິທີ ການລ້ຽງເຜິ້ງແບບດັ້ງເດີມໂດຍການ

ລ້ຽງເຜິ້ງໃສ່ໃນໂກນໄມ້. ນ້ຳເຜິ້ງໄດ້ສະໜອງລາຍຮັບເພີ່ມໃຫ້ແກ່ຊາວ ກະສິກອນ, ໄດ້ມີການນຳໃຊ້ເປັນຢາ ແລະ ອາຫານ. ນ້ຳເຜິ້ງຍັງເປັນປະເພດຕົວຊີ້ບອກທີ່ສຳຄັນສຳລັບສຸກຂະພາບ ຂອງຊີວະນາໆພັນກະສິກຳ ອີກດ້ວຍ.

ເຜິ້ງປ່າແມ່ນມີສອງສາຍພັນຫລັກໃນປະເທດລາວຄືເຜິ້ງໃຫຍ່ *Apis dorsata*, ທີ່ເຮັດເປັນຮັງດຽວຫ້ອຍຢູ່ຕາມງ່າຕົ້ນໄມ້ ແລະ ເຜິ້ງ *Apis Cerena* ທີ່ພົບເຫັນຢູ່ໃນຖ້ຳທຳມະຊາດ ຫລື ເກັບເອົາມາລ້ຽງໄວ້ຢູ່ໃນໂກນແບບດັ້ງເດີມຢູ່ຕາມແຖວໄກ້ກັບປ່າໄມ້. ເຜິ້ງທັງສອງສາຍພັນທີ່ຢູ່ທັງໃນປ່າຫລືໃນໂກນລ້ຽງຂອງຊາວກະສິກອນນັ້ນ ທັງພົດແມ່ນພາກັນຫາກິນເອງໂດຍກົງຈາກທຳມະຊາດ, ບໍ່ຄືກັນກັບບ່ອນທີ່ມີ ການລ້ຽງເຜິ້ງແບບເປັນຟາມຂະ ໜາດໃຫຍ່ທີ່ປົກກະຕິແລ້ວແມ່ນໄດ້ມີການລ້ຽງເກືອໂດຍນ້ຳຕານ ເປັນບາງຄັ້ງ. ນ້ຳເຜິ້ງຈາກເຜິ້ງສາຍພັນ *Apis cerana* ນັ້ນບັນ ດາຜູ້ບໍລິໂພກໃນອາຊຽນໄດ້ພິຈາລະນາເຫັນວ່າເປັນການດີຫລາຍຕໍ່ສຸກຂະພາບ ແລະ ລົດຊາດແມ່ນດີຫລາຍກ່ວາ.

ສຸກຂະພາບຂອງຄົນ ແລະ ສະພາບແວດລ້ອມ

ຢູ່ໃນທະວີບອາຊີ, ໂດຍປະເພນີແລ້ວການບໍລິໂພກນ້ຳເຜິ້ງແມ່ນເພື່ອສຸກຂະພາບເປັນຫລັກ. ເຖິງແມ່ນວ່າ ນ້ຳເຜິ້ງຈະເປັນສີເຂັ້ມ

ຫລື ໃສ່ກຳຕາມແຕ່ລ້ວນແລ້ວແມ່ນເປັນ ແຫລ່ງພະລັງງານທີ່ດີ. ມັນເປັນຮູບແບບນ້ຳຕານທີ່ດີ ໃຫ້ແກ່ຄົນຜູ້ທີ່ຢາກຫລຸດຜ່ອນນ້ຳໜັກຕົນເອງ. ໝາຍຄວາມວ່ານ້ຳເຜິ້ງປ່າແມ່ນດີເປັນອັນສະເພາະສຳລັບ ວິທີທາງການຄວບຄຸມອາຫານ (Lixandru, 2017) ຢູ່ໃນສະຖານທີ່ບ່ອນໃດທີ່ມີເຜິ້ງປ່າກໍຈະມີຊີວະນາໆພັນປ່າໄມ້ ແລະ ການກະສິກຳທີ່ຫລາກຫລາຍ ແລະ ອຸດົມສົມບູນດີ. ເຜິ້ງປ່າ ແລະ ນ້ຳເຜິ້ງປ່າແມ່ນໄດ້ຖືກພິຈາລະນາໃຫ້ເປັນຕົວ ຊີ້ບອກ ຕໍ່ກັບຄວາມອຸດົມສົມບູນຂອງສະພາບແວດລ້ອມ. ໂຕເຜິ້ງໄດ້ຊ່ວຍເຂົ້າໃນການປະສົມເກສອນໃຫ້ແກ່ພືດປູກ ແລະ ພືດປ່າທຳມະຊາດ. ການປະສົມເກສອນແມ່ນໄດ້ຖືກຖືເອົາໃຫ້ເປັນໜຶ່ງໃນບັນດາ 17 ການບໍລິການດ້ານລະບົບນິເວດ. ການຜະລິດທີ່ຫລາຍກ່ວາ 75% ຂອງພືດ ທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດຂອງໂລກ ແລະ 35% ຂອງການຜະລິດອາຫານແມ່ນລ້ວນແຕ່ຂຶ້ນກັບການປະສົມເກສອນດ້ວຍສັດ. ຢາປາບສັດຕູພືດ ແລະ ຢາເຄມີ ແມ່ນເປັນທີ່ຮັບຮູ້ກັນວ່າເປັນສາຍເຫດເຮັດໃຫ້ເຜິ້ງຕາຍເປັນຈຳນວນຫລວງຫລາຍຢູ່ໃນຫລາຍປະເທດໃນໂລກ. ຍ້ອນມີການເພີ່ມການນຳໃຊ້ຢາປາບສັດຕູພືດຫລາຍຂຶ້ນຢູ່ໃນທົ່ວປະເທດລາວ, ດັ່ງນັ້ນມັນຈຶ່ງເປັນຄວາມສຳຄັນທີ່ຕ້ອງໄດ້ເຮັດການກວດກາຕິດຕາມເຖິງຜົນກະທົບ ກ່ຽວກັບ ການປະສົມເກສອນດ້ວຍໂຕເຜິ້ງ (Wood-cook, et al 2017)



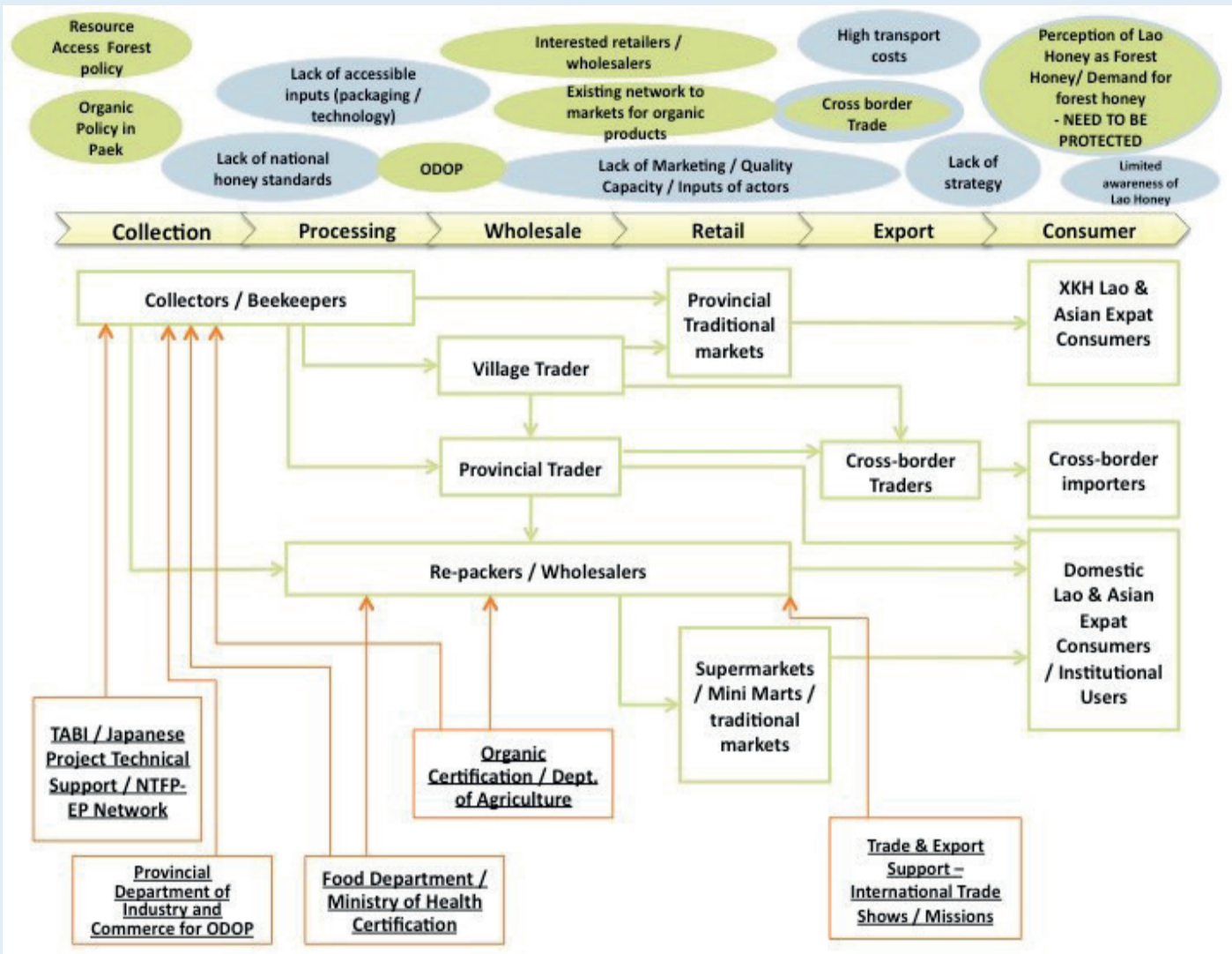


Figure1: Value chain of Forest Honey

ພາບລວມ ຂອງ ການສຶກສາ ແລະ ວິທີການ

ເປັນບາດກ້າວຕໍ່ໄປເພື່ອໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນທີ່ເໝາະ ສົມ, ໂຄງການພັດທະນາລະບົບນິເວດຊີວະນາໆ ພັນກະສິກຳ(ຕາບີ) ໄດ້ອານຸມັດໃຫ້ເຮັດການສຶກສາດ້ານການຕະຫລາດເພື່ອກວດສອບຫາທ່າແຮງຂອງຕະຫລາດ ແລະ ຈຳແນກໃຫ້ເຫັນ ເຖິງຜູ້ປະກອບການທີ່ຈະສາມາດເຮັດການສືບຕໍ່ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນດ້ານການຕະຫລາດໃຫ້ແກ່ຊາວກະສິກອນຜູ້ລ້ຽງເຜິ້ງຕໍ່ໄປພາຍຫລັງທີ່ໂຄງການໄດ້ສິ້ນສຸດໄປແລ້ວ. ມາຮອດປະຈຸບັນນີ້, ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ຮູ້ຈັກເທື່ອກ່ຽວກັບການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າດ້ານການຕະຫລາດນ້ຳເຜິ້ງໃນລາວວ່າໄດ້ເຮັດແລ້ວຫລືບໍ່, ນອກຈາກການສຳຫລວດກ່ຽວກັບຈຳນວນຜູ້ບໍລິໂພກເທົ່ານັ້ນ ໃນປີ 2003. ບົດສະຫລຸບຫຍໍ້ຈາກການຮຽນຮູ້ສະບັບນີ້ ແມ່ນໄດ້ອີງໃສ່ຜົນຂອງການສຶກສາຢ່າງເຕັມສ່ວນທີ່ໄດ້ເຮັດແລ້ວໃນປີ 2017.

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ແມ່ນໄດ້ເຫັນໃສ່ ກ່ຽວກັບທ່າແຮງດ້ານການຕະຫລາດນ້ຳເຜິ້ງປ່າ ທີ່ມາຈາກປ່າທຳມະຊາດ ແລະ ຈາກການລ້ຽງຢູ່ໃນແກ້ດຂອງຊາວບ້ານທີ່ໄປວາງໄວ້ຢູ່ໃກ້ປ່າໄມ້. ນັກສຶກ

ສາຄົ້ນຄວ້າ ໄດ້ເຮັດວຽກຢູ່ ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ແລະ ແຂວງຊຽງຂວາງ ເປັນຈຸດຫລັກຂຶ້ນເປັນສະຖານທີ່ຊຸມຊົນເພື່ອນຮ່ວມງານອາໄສຢູ່. ການສຶກສາ ແມ່ນໄດ້ສະໜອງໃຫ້ເຫັນເຖິງພາບລວມ ແລະ ແນວໂນ້ມ, ປະເດັນບັນຫາ ແລະ ກາລະໂອກາດສຳລັບການຕະຫລາດນ້ຳເຜິ້ງຂອງລາວ. ມັນຍັງມີຂໍ້ຈຳກັດຫຼາຍຢ່າງສຳລັບເຮັດການສຶກສານີ້ເພາະມັນເປັນຄັ້ງທຳອິດທີ່ເຮັດວຽກນີ້ລວມທັງການຂາດຂໍ້ມູນມືສອງ, ການຂາດຂໍ້ມູນແຫ່ງຊາດ ກ່ຽວກັບ ນ້ຳເຜິ້ງປ່າ ແລະ ຍັງຂາດ ນັກວິຊາ ການຄົ້ນຄວ້າທີ່ເຮັດວຽກກ່ຽວກັບ ນ້ຳເຜິ້ງ. ການເກັບກຳຂໍ້ມູນແມ່ນລວມມີການສຳພາດແບບເຄິ່ງໂຄງສ້າງກັບຜູ້ປະກອບການຕ່າງໂສ້ມູນຄ່າຕ່າງໆ, ການຈັດຕັ້ງຕ່າງໆ, ຜູ້ສະໜັບສະໜູນຊ່ວຍບໍລິການຕ່າງໆ (ສຳພາດ 49 ຄົນ) ແລະ ພະນັກງານຄົ້ນຄວ້າຢູ່ຫ້ອງການ (ການຄົ້ນຄວ້າແບບອອນໄລ ແລະ ການທົບທວນຂໍ້ມູນມືສອງ ແລະ ຈາກບົດລາຍງານ). ສຳລັບການວິເຄາະວິໃຈຜູ້ບໍລິໂພກ, ໄດ້ມີນັກສຶກສາມະຫາວິທະຍາໄລ ທີ່ເປັນອາສາສະໝັກ 4 ຄົນ, ໂດຍມີອາຈານເປັນຜູ້ກຳກັບດູແລ, ແມ່ນໄດ້ເຮັດ 130 ການສຳຫລວດ. ການສຳພາດຕົວຈິງແມ່ນໄດ້ເຮັດຢູ່ບ່ອນທີ່ມີການຂາຍນ້ຳເຜິ້ງ. ການຄັດເລືອກຕົວຢ່າງແມ່ນໄດ້ເຮັດໂດຍວິທີການສຸ່ມເອົາຕົວຢ່າງທີ່ມີຄວາມສະດວກ.

ການຜະລິດ

ໄດ້ມີການຄາດຄະເນວ່າຜົນຜະລິດນໍ້າເຜິ້ງປ່າ ຢູ່ໃນປ່າໄມ້ ຂອງ ປະເທດລາວມີຢ່າງໜ້ອຍ 1,200 ໂຕນ, ມີມູນຄ່າເຖິງ 5.19 ລ້ານ ໂດລາ ສະຫະລັດ (Hephburn 2014). ຍ້ອນວ່າຍັງຂາດຂໍ້ມູນ, ຈຶ່ງໄດ້ລົງໄປພື້ນທີ່ ບ່ອນທີ່ມີພື້ນທີ່ປ່າໄມ້ທຳມະຊາດ ແລະ ບ່ອນ ທີ່ປະຊາຊົນໄດ້ມີສິດໃນການເກັບກູ້ເອົານໍ້າເຜິ້ງ, ຊຶ່ງໃນກໍລະນີ ເປັນພື້ນທີ່ປ່າປ້ອງກັນ1, ແລະ ການຜະລິດແບບສະເລ່ຍ ແລະ ຈຳນວນຮັ່ງເຜິ້ງ Apis cerana ໃນໜຶ່ງກິໂລແມດມົນທົນ (Km²). ສາມາດເວົ້າໄດ້ວ່າທ່າແຮງການຜະລິດນໍ້າເຜິ້ງແມ່ນມີຈຳນວນ ຫຼາຍກ່ວາຕາມທີ່ໄດ້ບອກມານີ້ ຖ້າຫາກໄດ້ພິຈາລະນາເຖິງທ່າ ແຮງປະເພດປ່າໄມ້ອື່ນ, ສາຍພັນເຜິ້ງຊະນິດອື່ນ ແລະ ຄວາມສາ ມາດໃນການຮອງຮັບຕົວຈິງ ຂອງ ພື້ນທີ່ດັ່ງກ່າວ.

ແຜນທີ່ຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າ

ກິດຈະກຳຫລັກ ຢູ່ໃນ ຂະແໜງການນໍ້າເຜິ້ງປ່າຂອງລາວແມ່ນ ການເກັບກູ້, ການປຸງແຕ່ງ, ການທ້ອນໂຮມ ຫລື ການຂາຍຍົກ, ການຂາຍຍ່ອຍ, ແລະ ການຂາຍສົ່ງອອກຈຳນວນໜຶ່ງ. ບັນດາ ຜູ້ລ້ຽງເຜິ້ງສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນເຮັດການລ້ຽງເຜິ້ງແບບສະບາຍໆ ຊຶ່ງ ມີພຽງແຕ່ນໍ້າເອົາແກ້ດເຜິ້ງໄປວາງໄວ້ຢູ່ໃນປ່າຫລືຢູ່ໃກ້ໆເຮືອນ ແລະ ແລ້ວ ກໍມີແຕ່ການໄປໄຂແກ້ດເພື່ອເກັບກູ້ເອົານໍ້າເຜິ້ງເທົ່າ ນັ້ນ.ການປຸງແຕ່ງແມ່ນໄດ້ເຮັດແບບງ່າຍດາຍ ແລະ ແບບພື້ນ ບ້ານເທົ່ານັ້ນ, ຊຶ່ງໂດຍປົກກະຕິແລ້ວກໍແມ່ນຜູ້ເກັບກູ້ ແລະ ຜູ້ລ້ຽງ ເຜິ້ງ ເປັນຜູ້ເຮັດເອົາເອງ. ການຂາຍຍົກແມ່ນເຮັດໂດຍພໍ່ຄ້າພາຍ ໃນບ້ານ ຫລື ມາແຕ່ແຂວງ.ການທຸ້ມທໍ່ ແລະ ຈໍລະຈອນ ແຈກຢາຍ ແມ່ນເຮັດໂດຍວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ. ດຽວນີ້ມີ ປະມານ 10 ຍີ່ຫໍ້ນໍ້າເຜິ້ງຂອງລາວທີ່ພົບເຫັນຢູ່ພາຍໃນຕະຫລາດ. ການຂາຍຍ່ອຍນໍ້າເຜິ້ງໂດຍຫລັກແລ້ວແມ່ນການວາງຂາຍຢູ່ຕະ ຫລາດທ້ອງຖິ່ນ, ຮ້ານຄ້ານ້ອຍ ແລະ ຮ້ານຄ້າໃຫຍ່. ໃນບົດຫລາຍ ງານຫລາຍສະບັບໄດ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່ານໍ້າເຜິ້ງຂອງລາວ

Domestic and Export Markets

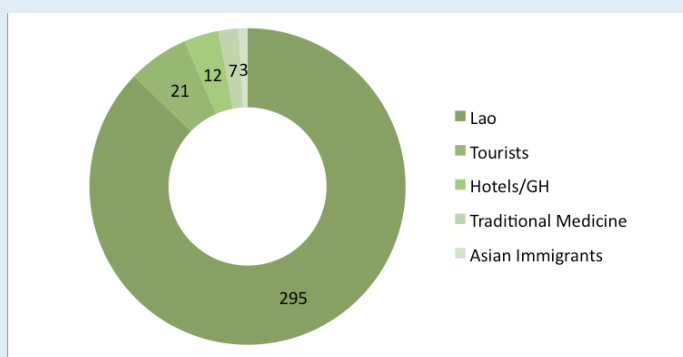


Figure 1 Estimated potential domestic market in tons. Total of 338 Tons Vietnam and China. Other main tourists are from Korea, Japan and the USA.

ແມ່ນໄດ້ຖືກສົ່ງຂາຍອອກໄປຍັງ ປະເທດໄທ, ຈີນ, ຫວຽດນາມ ແລະ ສະຫະລັດອາເມລິກາ. ການຄ້າສົ່ງອອກຂ້າມຊາຍແດນ ສ່ວນໃຫຍ່ແມ່ນເຮັດໂດຍຜູ້ປະກອບການຂະໜາດນ້ອຍທີ່ເປັນ ຄົນ ຕ່າງປະເທດ.

ຮັບຮູ້ໄດ້ເຖິງຄວາມແຕກຕ່າງກັນ ຕາມການກຳໜົດລາຄາລະ ຫວ່າງ ນໍ້າເຜິ້ງປ່າທຳມະຊາດທີ່ອາດເປັນນໍ້າເຜິ້ງ Apis dorsa- ta, ແລະ ນໍ້າເຜິ້ງລ້ຽງຈາກແກ້ດທີ່ສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ເປັນນໍ້າເຜິ້ງ Apis cerana. ລາຄາຂາຍນໍ້າເຜິ້ງຢູ່ໜ້າບ້ານ ຈາກເຜິ້ງລ້ຽງຢູ່ໃນແກ້ດ ແມ່ນປະມານ 35,000 ຫາ 50,000 ກີບຕໍ່ໜຶ່ງກິໂລ, ສ່ວນນໍ້າ ເຜິ້ງປ່າທຳມະຊາດ ແມ່ນມີລາຄາ 70,000 ຫາ 80,000 ກີບ ຕໍ່ໜຶ່ງກິໂລ.

2016 Statistical Report on Tourism

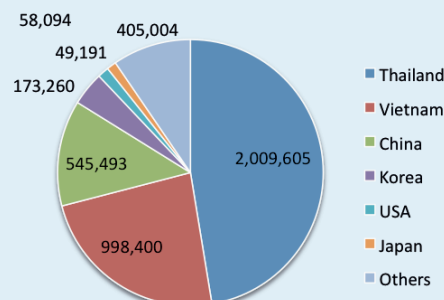


Figure 2 Tourists in Lao PDR are potential target market for Lao Honey

ບົດໃຈສາມາດເປັນໄປໄດ້:

- ຄວາມສົນໃຈ ຂອງ ບັນດາການຈັດຕັ້ງຂອງລັດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອ ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນຊ່ວຍເຫລືອເຂົ້າໃນການພັດທະນາ ແລະ ສົ່ງເສີມ ຂອງ ຂະແໜງການນໍ້າເຜິ້ງ.
- ລັດຖະບານ ໃຫ້ການສະໜັບສະໜູນເວທີການສົ່ງເສີມການຄ້າ (ເຊັ່ນ: ແຜນງານກິດຈະກຳການຄ້າ ແລະ ໜຶ່ງຜະລິດຕະພັນໜຶ່ງ ເມືອງ)
- ຜະລິດຕະພັນຂອງລາວ, ລວມທັງ ນໍ້າເຜິ້ງ,ແມ່ນເປັນ ທີ່ຮັບ ຮູ້ຂອງປະເທດເພື່ອນບ້ານວ່າເປັນຜະລິດຕະພັນທຳມະຊາດ³
- ສ້າງຕັ້ງເຄືອຂ່າຍອິນຊີທີ່ດີ ແລະ ການຕະຫລາດອາຫານເພື່ອສຸ



Figure 3 Potential niche markets for honey and bee products

ຂະພາບຢູ່ທີ່ ນະຄອນຫລວງວຽງຈັນ ແລະ ຊຽງຂວາງ.

- ສຳລັບການສົ່ງອອກໄປ ປະເທດຈີນ ແລະ ໄທ ແມ່ນໄດ້ມີ ເພື່ອນຮ່ວມງານການຄ້າກັບ ສປປ ລາວ ແລ້ວ.

ຂໍ້ຈຳກັດຫລັກ:

- ຄ່າຂົນສົ່ງທີ່ມີລາຄາແພງ, ຄວາມສາມາດຍັງອ່ອນສຳລັບການ ປະຕິບັດຕາມລະບຽບການທີ່ຕ້ອງການເພື່ອສົ່ງອອກ ແລະ ການ ຄ້າ ແມ່ນຍັງເປັນສິ່ງກົດຂວາງບາງຢ່າງແກ່ການສົ່ງອອກ.
- ຍັງມີຂໍ້ຈຳກັດດ້ານຄວາມສາມາດ ແລະ ມາດຕະຖານ ສຳລັບ ການຜະລິດ ແລະ ການປຸງແຕ່ງນ້ຳເຜິ້ງປ່າ. ການສະໜັບສະໜູນ ດ້ານຄວາມຮູ້ວິຊາການ, ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຢີ ແລະ ການຕິດ ພັນກັບຕະຫລາດ ແມ່ນຍັງຂຶ້ນກັບໂຄງການເປັນພື້ນຖານ.
- ໂດຍລວມແລ້ວຍັງບໍ່ໄດ້ກຳໜົດມາດຕະຖານຄຸນນະພາບສຳ ລັບນ້ຳເຜິ້ງປ່າຂອງລາວ ຫລື ນ້ຳເຜິ້ງຂອງລາວເທື່ອ.
- ບັນດາຜູ້ປະກອບການຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າຍັງອ່ອນດ້ານຄວາມຮູ້ ທາງດ້ານວິຊາການກ່ຽວກັບຄຸນນະພາບຂອງນ້ຳເຜິ້ງ.
- ຍັງມີຂໍ້ຈຳກັດດ້ານການມີບັດໃຈນຳເຂົ້າ ແລະ ການສາມາດເຂົ້າ ເຖິງໄດ້ (ເຊັ່ນ: ການຫຸ້ມຫໍ່ ແລະ ອຸປະກອນຕ່າງໆ).
- ຍັງບໍ່ທັນມີຍຸດທະສາດລະດັບຊາດສຳລັບການພັດທະນາ, ການ ຕະຫລາດ ແລະ ການສົ່ງເສີມນ້ຳເຜິ້ງຂອງລາວ.

ການຕະຫລາດພາຍໃນ ແລະ ການສົ່ງອອກ

ໄດ້ມີການພິສູດຈຳແນກໃຫ້ຮູ້ວ່າບັນດາຜູ້ບໍລິໂພກນ້ຳເຜິ້ງແມ່ນ ເປັນຄົນລາວ, ຄົນອາຊີ ແລະ ສະຖາບັນຜູ້ນຳໃຊ້ອື່ນໆຊຶ່ງໄດ້ຄາດ ຄະເນວ່າໄດ້ມີການບໍລິໂພກຢູ່ຢ່າງໜ້ອຍ 300 ໂຕນຕໍ່ແຕ່ລະປີ⁴ ສຳລັບຄອບຄົວຄົນລາວ ແມ່ນນິຍົມມັກເກັບຂວດນ້ຳເຜິ້ງໄວ້ຢູ່ໃນ ເຮືອນ ແລະ ນຳໃຊ້ສຳລັບຈຸດປະສົງໃນການຢາເທົ່ານັ້ນ. ຄົນອາ ຊີຕ່າງປະເທດ, ຊຶ່ງສ່ວນໃຫຍ່ເປັນຄົນຈີນ ແລະ ຄົນຫວຽດນາມ ທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການນ້ຳເຜິ້ງປ່າ ແລະ ເປັນຜູ້ທີ່ບໍລິໂພກນ້ຳເຜິ້ງ ຫລາຍໃນລະດັບສູງ (Ediriweera and Premartha 2012). ສະຖາບັນຜູ້ນຳໃຊ້ອື່ນນັ້ນ ລວມມີ ບັນດາບໍລິສັດການຢາ ພື້ນເມືອງ ແລະ ໂຮງແຮມຕ່າງໆ.

ສຳລັບການຂາຍສົ່ງອອກ, ປະເທດທີ່ນຳໜ້າໃນການນຳເຂົ້າ ຫລາຍທີ່ສຸດ ອາດສະໜອງໂອກາດດ້ານການຕະຫລາດຂອງ ຂະແໜງການນ້ຳເຜິ້ງຂອງ ລາວ ໄດ້ຫລາຍຂຶ້ນ. ບັນດາປະເທດ/ ພາກພື້ນທີ່ເປັນຍອດນຳເຂົ້າສິນຄ້ານ້ຳເຜິ້ງຫລາຍຕາມຈຳນ ວນແລ້ວແມ່ນ EU, USA ແລະ ຍີ່ປຸ່ນ. ເຖິງແນວໃດກໍຕາມ, ຍ້ອນວ່າການຜະລິດນ້ຳເຜິ້ງຂອງ ລາວ ຍັງຈຳກັດ, ຍັງມີລາຄາສູງ (3-4 USD ຕໍ່ກິໂລ ຢູ່ ໜ້າບ້ານ) ແລະ ມີຄ່າຂົນສົ່ງທີ່ສູງ ສຳລັບ ຜະລິດຕະພັນທີ່ມີບໍລິມາດໜ້ອຍ ນັ້ນ ມັນຈຶ່ງອາດຈະບໍ່ເປັນຕະຫ ລາດທີ່ເໝາະສົມໄດ້.

ທາງເລືອກໜຶ່ງຂອງ ໂອກາດທີ່ອາດພົບເຫັນຍອດຜູ້ນຳເຂົ້ານ້ຳ

ເຜິ້ງໂດຍອີງຕາມຄຸນຄ່າ ແລ້ວແມ່ນມີຫລາຍປະເທດຢູ່ພາຍໃນ ພາກພື້ນ ເຊັ່ນ: ປະເທດຈີນ, ຮົງກົງ, ສິງກະໂປ, ເກົາຫລີໃຕ້, ການລະບຸຊື່ນີ້ ເປັນພຽງແຕ່ຈຳນວນໜ້ອຍໜຶ່ງເທົ່ານັ້ນ, ໄດ້ເຮັດ ການນຳເຂົ້ານ້ຳເຜິ້ງໃນຄຸນຄ່າລາຄາຕໍ່ໜຶ່ງກິໂລ ແມ່ນ 6 ໂດລາ ຫາ 12 ໂດລາ. ບັນດາປະເທດອ້ອມຂ້າງ ໄດ້ນຳເຂົ້ານ້ຳເຜິ້ງ ລວມທັງໝົດ 8,000 ໂຕນໃນປີ 2016: ປະເທດຈີນ-6,000 ໂຕນ (ລາຄາສະເລ່ຍ 12 ໂດລາ/ກິໂລ), ປະເທດໄທ - 1,600 ໂຕນ 180 ໂຕນ ມີລາຄາສູງກ່ວາ 4 ໂດລາ/ກິໂລ) ແລະ ປະເທດຫວຽດ ນາມ 500 ໂຕນ (ລາຄາ 4 ໂດລາ/ກິໂລ). ໄດ້ມີການລາຍງານວ່າ ໃນປີ 2016, ປະເທດໄທໄດ້ນຳເຂົ້ານ້ຳເຜິ້ງຂອງ ລາວມີຈຳນວນ 40 ໂຕນ ໃນລາຄາ 2.20 ໂດລາ/ກິໂລ. ໂດຍອີງຕາມພື້ນຖານ ຜູ້ໃຫ້ການສຳພາດ ໄດ້ບອກວ່າ ນ້ຳເຜິ້ງຂອງ ລາວ ແມ່ນໄດ້ຖືກ ຂາຍສົ່ງອອກໄປສູ່ ປະເທດຈີນ ແລະ ປະເທດຫວຽດນາມ.

ແຫລ່ງທີ່ມາຂອງອາຫານທີ່ປອດໄພ ແລະ ປະເທດແຫລ່ງກຳເນີດ ເປັນບັດໃຈສຳຄັນເຂົ້າໃນການຈັດຊື້ນ້ຳເຜິ້ງຢູ່ໃນບັນດາຕະຫຼາດ ເປົ້າໝາຍທີ່ເປັນທ່າແຮງ. ບັນດາຜູ້ບໍລິໂພກທີ່ເປັນຄົນອາຊຽນ ແມ່ນມີຄວາມຕ້ອງການນ້ຳເຜິ້ງປ່າຍ້ອນເຫັນວ່າມັນມີສັກກາຍະ ພາບ ແລະ ເປັນທຳມະຊາດດີ⁵. ຍ້ອນວ່າມີການຊຳລື ກ່ຽວກັບ ອາຫານ ແລະ ນ້ຳເຜິ້ງ ໄປໃນທາງເສື່ອມເສຍຢູ່ພາຍໃນບາງປະ ເທດ, ສະນັ້ນບັນດາຜູ້ບໍລິໂພກຈຶ່ງເກີດມີສະຕິເອົາໃຈໃສ່ເຖິງ ແຫຼ່ງທີ່ມາ, ຄວາມປອດໄພ ແລະ ປະເທດແຫລ່ງກຳເນີດຂອງຈຸດ ເລີ່ມຕົ້ນອາຫານລວມທັງນ້ຳເຜິ້ງອີກດ້ວຍ.

ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວເປັນສ່ວນໜຶ່ງດ້ານທ່າແຮງເປົ້າໝາຍ ການຕະຫຼາດທີ່ມີສັກກາຍະພາບເພື່ອເຮັດການສົ່ງເສີມນ້ຳເຜິ້ງ ຂອງລາວຢູ່ໃນກຸ່ມເປົ້າໝາຍການຕະຫຼາດສົ່ງອອກ. ຖ້າຫາກ ເຮັດໄດ້ການສົ່ງເສີມທີ່ດີ, ຂະແໜງການທ່ອງທ່ຽວຈະສາມາດ ເກັບຊື້ນ້ຳເຜິ້ງຢູ່ພາຍໃນປະເທດໄດ້ຢ່າງໜ້ອຍ 21 ຫາ 32 ໂຕນ ໃນແຕ່ລະປີ⁶ ບັນດານັກທ່ອງທ່ຽວຍັງເປັນຜູ້ເຮັດໃຫ້ມີການຕິດ



ພັນກັບທ່າແຮງເປົ້າໝາຍການຕະຫລາດສົ່ງອອກ. 92.47% ຂອງ ຈຳນວນນັກທ່ອງທ່ຽວ ຢູ່ໃນ ປະເທດລາວ ແມ່ນມາຈາກ ພາກພື້ນອາຊີປາຊີຟິກ. ບັນດານັກທ່ອງທ່ຽວຈຳນວນຫລາຍສູງ ສຸດແມ່ນມາຈາກບັນດາປະເທດອ້ອມຂ້າງ ເຊັ່ນ: ປະເທດໄທ, ຫວຽດນາມ ແລະ ຈີນ. ນັກທ່ອງທ່ຽວຫລັກຈຳນວນໜຶ່ງແມ່ນມາ ຈາກປະເທດເກົາຫລີ, ຍີ່ປຸ່ນ ແລະ ສະຫະລັດອາເມລິກາ.

ຕະຫລາດຊ່ອງຫວ່າງ - ໂອກາດ ສຳລັບ ການພັດທະນາຜະລິດຕະພັນ.

ຄວາມຕ້ອງການນໍ້າເຜິ້ງແມ່ນຂະຫຍາຍຕົວອອກໄປຫລາຍກ່ວາ ການບໍລິໂພກຄືຂະຫຍາຍອອກໄປສູ່ການນໍາໃຊ້ທີ່ບໍ່ແມ່ນການອາ ຫານ ເຊັ່ນວ່າ: ເຄື່ອງສຳອາງ, ຂອງຂັ້ວນ, ຢາພື້ນເມືອງຈີນ ແລະ ອື່ນໆທີ່ເປັນການເປີດໂອກາດໃຫ້ແກ່ການສ້າງມູນຄ່າເພີ່ມໃຫ້ແກ່ ຜະລິດຕະພັນຈາກນໍ້າເຜິ້ງ ແລະ ເປັນການສະໜອງທາງເລືອກ ດ້ານການຕະຫລາດອີກດ້ວຍ.

- **ນໍ້າເຜິ້ງປ່າເປັນນໍ້າເຜິ້ງຂະໜິດພິເສດສະເພາະ.** ນໍ້າເຜິ້ງປ່າເປັນ ທາງເລືອກທີ່ເປັນທຳມະຊາດຫລາຍກ່ວາ ແລະ ມີສຸກຂະພາບ ທີ່ດີກ່ວາ ໃຫ້ແກ່ ບັນດາຜູ້ບໍລິໂພກນໍ້າເຜິ້ງ. ໃນບັນດາປະເທດ ເພື່ອນບ້ານແມ່ນມີຄວາມນິຍົມຊົມຊອບຕ້ອງການນໍ້າເຜິ້ງປ່າທີ່ ເຫັນວ່າມັນມີສັກກາຍະພາບຫລາຍກ່ວາ ແລະ ເປັນທຳມະຊາດ ຫລາຍກ່ວາ.

- **ນໍ້າເຜິ້ງ ຖືກນໍາໃຊ້ເພື່ອເຮັດຄື່ອງສຳອາງ,** ເຊັ່ນ: ຢາລ້າງໜ້າ, ຢາຂັດຜິວ, ຢານວດຜົມ ແລະ ຢາປົວສິວ. ຄວາມສົນໃຈດ້ານນໍ້າ ເຜິ້ງເພື່ອເຮັດຄື່ອງສຳອາງແມ່ນເກີດຂຶ້ນມາຈາກຄວາມຕ້ອງ ການສ່ວນປະກອບທີ່ເປັນທຳມະຊາດ ແລະ ແນວໂນ້ມຂອງສ່ວນ ປະກອບພື້ນຖານເປັນອາຫານ.

- **ນໍ້າເຜິ້ງ, ລວມທັງສ່ວນປະສົມນໍ້າເຜິ້ງ, ແມ່ນໄດ້ຖືກພິຈາລະນາ ໃຫ້ເປັນ “ອາຫານຊັ້ນຍອດ,”** ເພາະໄດ້ຖືກພິຈາລະນາວ່າເປັນ ການສະໜອງຜົນປະໂຫຍດໃຫ້ແກ່ສຸກຂະພາບ ແລະ ການຢູ່ດີ ມີແຮງ ຫລາຍກ່ວາໂພຊະນາການພື້ນຖານອື່ນ. ຂະແໜງການນີ້ ສາມາດເວົ້າໄດ້ວ່າເປັນສ່ວນທີ່ເຕີບໃຫຍ່ຂະຫຍາຍຕົວໄວທີ່ສຸດ ຢູ່ໃນການຕະຫລາດອາຫານອິນຊີໃນທະວີບອາຊີ. ຕົວຢ່າງ: ຜັກ ທຽມໂທນດອງນໍ້າເຜິ້ງ ອາດເປັນຜະລິດຕະພັນທ່າແຮງຈາກ ແຂວງຊຽງຂວາງ ເພາະເປັນທີ່ຮູ້ດີ ກ່ຽວກັບຄຸນະພາບຂອງຜັກ ທຽມໂທນ ແລະ ນໍ້າເຜິ້ງ.

- **ອາຫານທີ່ເປັນຂອງຂັ້ວນ (ຂອງຕ້ອນຂອງຝາກ) ແມ່ນເປັນທ່າ ແຮງຊ່ອງຫວ່າງສຳລັບນໍ້າເຜິ້ງ.** ຂອງຂັ້ວນເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງ ສັງຄົມ ແລະ ການດຳລົງທຸລະກິດ, ມັນຍັງເປັນແຮງຜັກດັນໃນ ການຈັດຊື້ທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດສຳລັບຄົນອາຊີ (Barris-Hill 2017). ຄວາມພາກພູມໃຈຕໍ່ກັບ ທ່ອງຂັ້ວນ ເປັນບັດໃຈສຳຄັນໃນເວລາ ຈັດຊື້ອາຫານເພື່ອເປັນຂອງຂັ້ວນ (Menayang, A. 2016).

- **ຂີ້ເຜິ້ງ ແລະ ຜະລິດຕະພັນຈາກເຜິ້ງອື່ນໆ ແມ່ນຍັງບໍ່ທັນມີໂອ ກາດ.** ຂີ້ເຜິ້ງອິນຊີ ຫລື ທຳມະຊາດ ແມ່ນມີຄວາມຕ້ອງການສູງ ໃນອຸດສະຫະກຳອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງສຳອາງ. ມັນຍັງເປັນຜະລິດ ຕະພັນທີ່ສຳຄັນເຂົ້າໃນພິທີການທາງສາດສະໜາຂອງປະເທດ

ຊຶ່ງ ເປັນບ່ອນທີ່ເຮັດໃຫ້ຂີ້ເຜິ້ງໄດ້ມີຄຸນຄ່າຫຼາຍຂຶ້ນ.

- **ຢາພື້ນເມືອງ ເປັນຕະຫລາດຊ່ອງຫວ່າງ ທີ່ເຮັດໃຫ້ນໍ້າເຜິ້ງປ່າມີ ຄຸນຄ່າສູງ.**

ສິ່ງສຳຄັນທີ່ຄົ້ນພົບເຫັນ

ຕາມການທີ່ໄດ້ເຂົ້າເປັນສະມາຊິກໃໝ່ໃນການຕະຫຼາດນໍ້າເຜິ້ງ, ປະເທດລາວຕ້ອງໄດ້ເຮັດໃຫ້ຕົນເອງມີຄວາມແຕກຕ່າງຈາກບັນ ດາຜູ້ສະໜອງນໍ້າເຜິ້ງລາຍອື່ນ ແລະ ເຮັດການແຂ່ງຂັນດ້ານຄຸນ ຄ່າໃຫ້ຫລາຍກ່ວາດ້ານຈຳນວນ ແລະ ລາຄາ. ປະເທດລາວ ແມ່ນຕັ້ງຢູ່ພາຍໃນການອ້ອມຮອບ ຂອງ ບັນດາຍອດປະເທດຜູ້ ນຳເຂົ້ານໍ້າເຜິ້ງຢູ່ໃນພາກພື້ນ ແລະ ມີການແຂ່ງຂັນທີ່ສູງຫຼາຍ ຈາກ ບັນດາຜູ້ສົ່ງອອກນໍ້າເຜິ້ງຢູ່ໃນໂລກ ທີ່ເຮັດການສະໜອງໃຫ້ ແກ່ຕະຫລາດນໍ້າເຜິ້ງສາກົນເປັນຈຳນວນຫລາຍ. ສະນັ້ນໃນປະຈຸ ບັນນີ້ ປະເທດລາວ ຈຶ່ງບໍ່ຄວນຢູ່ໃນຕຳແໜ່ງ ທີ່ເຮັດການແຂ່ງ ຂັນໃນພາກສ່ວນການຕະຫລາດອັນດຽວກັນນີ້. ທາງເລືອກອື່ນ ແມ່ນຄວນເຮັດການສັງລວມສຸມໃສ່ຄວາມ ເພິ່ງພິໃຈນໍ້າເຜິ້ງຂອງ ລາວ ຢູ່ໃນການຕະຫລາດພາຍໃນປະເທດ ແລະ ການຕະຫຼາດ ຂ້າມຊາຍແດນ ແລະ ຈັດຕຳແໜ່ງຕົນເອງ ໃຫ້ກາຍເປັນແຫຼ່ງ ນໍ້າເຜິ້ງປ່າທີ່ບໍລິສຸດ, ປອດໄພ ແລະ ມີຄຸນະພາບສູງຢູ່ໃນພາກ ພື້ນນີ້.

ການບໍລິໂພກພາຍໃນປະເທດ ປະຈຸບັນນີ້ແມ່ນຍັງມີໜ້ອຍແຕ່ ມັນກໍເປັນໂອກາດທີ່ຈະຂະຫຍາຍການຕະຫຼາດອອກດ້ວຍການ ຍົກລະດັບຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານ ກ່ຽວກັບ ນໍ້າເຜິ້ງທີ່ເປັນອາຫານເພື່ອ ສຸກຂະພາບ ແລະ ເຮັດການບັບປຸງຄວາມສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ ລວມທັງເຮັດການສົ່ງເສີມ ນໍ້າເຜິ້ງ ຂອງ ລາວ. ການບໍລິໂພກ ນໍ້າເຜິ້ງຕາມແບບຮີດຄອງປະເພນີແລະດັ້ງເດີມຂອງບັນດາຄົນ ລາວ/ຄົນອາຊີຕ່າງປະເທດແມ່ນແນໃສ່ເປົ້າໝາຍເພື່ອສຸຂະພາບ ແລະ ເປັນຢາ. ເພາະສະນັ້ນ, ມັນຈຶ່ງໄດ້ມີການນຳໃຊ້ເປັນບາງ ຄັ້ງຄາວເທົ່ານັ້ນຈຶ່ງເປັນເຫດນຳພາໄປສູ່ການບໍລິໂພກໃນອັດຕາ ຕ່ຳ. ຄົນລາວທີ່ເປັນຜູ້ບໍລິໂພກ ໄດ້ມີການບໍລິໂພກອາຫານເພື່ອ ສຸກຂະພາບເພີ່ມຂຶ້ນ ຈຶ່ງສາມາດນຳໃຊ້ເປັນເວທີສົ່ງເສີມການນຳ ໃຊ້ນໍ້າເຜິ້ງໃຫ້ເພີ່ມຂຶ້ນໄດ້.





ການທີ່ຍັງຂາດມາດຕະຖານຄຸນນະພາບ ແລະ ຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານ ຜູ້ບໍລິໂພກນຳເຜິ້ງຂອງລາວເປັນສອງປັດໃຈທີ່ຂັດຂວາງການ ເຕີບໂຕຂອງຂະແໜງການ. ຜູ້ຊົມໃຊ້ພາຍໃນປະເທດ ແລະ ຢູ່ບັນດາປະເທດຊາຍແດນອ້ອມຂ້າງແມ່ນມີຄວາມເພິ່ງພໍໃຈນຳເຜິ້ງຂອງລາວ. ຄົນລາວທີ່ເປັນຜູ້ບໍລິໂພກ, ຄົນອາຊີຕ່າງປະເທດ ແລະ ບັນດາປະເທດເພື່ອບ້ານສຳຄັນທີ່ເປັນຜູ້ບໍລິໂພກຮັບຮູ້ວ່ານຳເຜິ້ງຂອງລາວ ແມ່ນມາຈາກປ່າໄມ້, ເປັນທຳມະຊາດ, ເປັນຜະລິດຕະພັນອິນຊີ ແລະ ດິດສຸກຂະພາບ. ເຖິງແນວໃດກໍຕາມ, ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ, ຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານ ແລະ ການເຂົ້າເຖິງນຳເຜິ້ງຂອງລາວ ຍັງຂາດເຂີນຈຳກັດຢູ່. ມັນຍັງມີຄວາມບໍ່ເຂົ້າໃຈອີກວ່າອັນໃດເປັນນຳເຜິ້ງ “ແທ້/ບໍລິສຸດ”. ຂະແໜງການນຳເຜິ້ງຂອງລາວ ແມ່ນຕ້ອງໄດ້ເຮັດວຽກຮ່ວມກັນເພື່ອຮັບປະກັນ ແລະ ເຮັດການສື່ສານດ້ານຄຸນນະພາບ ແລະ ຊື່ສຽງ.

ສຸກຂະພາບ, ອາຫານທີ່ປອດໄພ ແລະ ຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງນຳເຜິ້ງ ເປັນສິ່ງກັງວົນຕົ້ນຕໍ ຂອງ ຜູ້ບໍລິໂພກຢູ່ພາຍໃນຕະຫລາດເປົ້າໝາຍ. ປະເທດລາວມີເງື່ອນໄຂໃນການສະໜອງນຳເຜິ້ງປ່າທີ່ບໍລິສຸດ ແລະ ເປັນຂອງແທ້. ແຕ່ເຖິງແນວໃດກໍຕາມ, ຜູ້ດຳເນີນການຕ່ອງໂສ້ມູນຄ່າຈາກກຸ່ມຜະລິດໄປສູ່ ພໍ່ຄ້າຍ່ອຍ ແມ່ນຕ້ອງໄດ້ເຮັດການປັບປຸງຄວາມສາມາດໃນການຜະລິດ, ການຄວບຄຸມຄຸນນະພາບ ແລະ ການຕະຫລາດນຳເຜິ້ງປ່າຂອງ ພວກເຂົາເຈົ້າ.

ລະຫັດປະຈຳຕົວ (ຍີ່ຫໍ້), ລັກສະນະທີ່ເປັນເອກະລັກ, ປະເທດແຫຼ່ງກຳເນີດ, ຊື່ສຽງ ແລະ ຍຸດທະສາດການຕະຫລາດແມ່ນເປັນປັດໃຈທີ່ສຳຄັນເພື່ອປະສົບຜົນສຳເລັດ. ນຳເຜິ້ງຂອງລາວແມ່ນຕ້ອງໄດ້ເຮັດການກຳໜົດປັດໃຈທີ່ແຕກຕ່າງກັນທີ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກເຫັນໄດ້ຄຸນຄ່າ ແລະ ມີຄວາມໝູນໃຈທີ່ຈະຈ່າຍຊື້. ຍິ່ງກ່ວານັ້ນ, ຍ້ອນວ່າການສົ່ງອອກມີມູນຄ່າສູງ ແຕ່ຄວາມສາມາດໃນການຜະລິດພັດມີໜ້ອຍສະນັ້ນປະເທດລາວຕ້ອງໄດ້ມີຍຸດທະສາດທີ່ເປັນການສ້າງຊື່ສຽງໃຫ້ແກ່ການເປັນປະເທດແຫລ່ງກຳເນີດ. ບັນດາປະເທດເພື່ອບ້ານພາກັນໄດ້ມີການຮັບຮູ້ເປັນຢ່າງດີແລ້ວວ່າຜະລິດຕະພັນຈາກປະເທດລາວແມ່ນເປັນທຳມະຊາດ ແລະ ມີການນຳໃຊ້ຂ່າຍເຄມີໜ້ອຍທີ່ສຸດ. ສິ່ງສຳຄັນໃນປະຈຸບັນນີ້ແມ່ນການປ້ອງກັນ ແລະ ສົ່ງເສີມຄວາມຮັບຮູ້ນີ້ໃຫ້ແຂງແຮງຂຶ້ນ. ຂະແໜງການຕ້ອງໄດ້ເຮັດວຽກກັບພາກລັດເພື່ອສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ພາບພົດຂອງປະເທດແຫລ່ງກຳເນີດນຳເຜິ້ງ ແລະ ຜະລິດຕະພັນອື່ນໆ. ການຕະຫລາດທີ່ມີການຍິ່ງຍືນພູມິປະເທດ (geographical indication) ແມ່ນຕ້ອງໄດ້ສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນມາ.

ຂະແໜງການນຳເຜິ້ງຂອງລາວຕ້ອງໄດ້ສຳຫລວດຊອກຫາກ້ອກທີ່ຊ່ອງທາງໃໝ່, ການສົ່ງອອກ ແລະ ການກະຈາຍຜະລິດຕະພັນເຜິ້ງ ແລະ ນຳເຜິ້ງຂອງຕົນເອງເພື່ອຂະຫຍາຍຕະຫລາດນຳເຜິ້ງຂອງລາວ ທັງຢູ່ພາຍໃນປະເທດ ແລະ ຢູ່ສາກົນ. ປະເທດລາວແມ່ນຕັ້ງຢູ່ເຄິ່ງກາງຂອງການຕະຫລາດນຳເຜິ້ງທີ່ເຕີບໂຕໄວ ຊຶ່ງເປັນການຕະຫລາດທີ່ເຮັດໃຫ້ນຳເຜິ້ງມີຄຸນຄ່າຜົນ

ປະໂຫຍດເພື່ອສຸກຂະພາບ ແລະ ທັງມີໜ້າທີ່ຕໍ່ກັບການອາຫານ ແລະ ເຄື່ອງສຳອາງ. ຕະຫລາດນັກທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຂອງຂ້ວນບໍ່ໄດ້ເປັນຫົວກ້ອກຊ່ອງທາງໃໝ່. ການນລົງທຶນເຂົ້າໃນການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ການພັດທະນາ (R&D) ຄວນຕ້ອງໄດ້ເຮັດໃຫ້ໂອກາດເຫລົ່ານີ້ມີຄວາມກ້າວໜ້າເປັນປະໂຫຍດ.

ທີມງານນັກຄົ້ນຄວ້າ:

ທີມງານນັກຄົ້ນຄວ້າ: Emmanuelle Andaya, ສຸດສະດາຈັນທາສີຣີ, ມະນີວັນ ອາລິຍະວົງ, ປອ. ປະກາຍພອນ ສີໂພໄຊ, ອຳພອນ ວັນນະມະຫາໄຊ, ສົມພັນ ສຸກວົງສັກ, ສຸກກິຊຳ, ຫລັກກີ ວັນສີ, ສັກໄຊ ບຸນພະໄກສອນ, ສົມພູທອງ ອຸ່ນພະຈັນ, ດວງນະພາ. ນັກສຶກສາ ອາສາສະໝັກ: ທະນົງສິນ ໄຊຍະວົງ, ລັດດາພອນ ຈະລຸນພູນ, ສຸລິຍັນ ສົມພາວົງ, Yuri Yayongkai. ສະແດງຄວາມຂອບໃຈ ການສຶກສານີ້ ແມ່ນການເຮັດວຽກຄົ້ນຄວ້າຮ່ວມກັນຂອງ ທີມງານທ້ອງຖິ່ນ, ພະນັກງານຕາບິ, ການຈັດຕັ້ງທີ່ເປັນເພື່ອນຮ່ວມງານ, ນັກສຶກສາທີ່ເປັນອາສາສະໝັກ ແລະ ຜູ້ຊ່ວຍຊານທີ່ປຶກສາສາກົນ. ບັນດາສະມາຊິກທີມງານທ້ອງຖິ່ນເຮັດວຽກລວມດ້ານການຕະຫລາດພາຍໃນສ່ວນ ຜູ້ຊ່ວຍຊານທີ່ປຶກສາສາກົນ ແມ່ນເຮັດວຽກລວມດ້ານການຕະຫລາດສົ່ງອອກ. ພວກເຮົາຂໍສະແດງຄວາມຂອບໃຈມາຍັງບັນດາເພື່ອນຮ່ວມງານທີ່ໄດ້ສົ່ງຕົວແທນໃຫ້ເຂົ້າຮ່ວມໃນການຄົ້ນຄວ້ານີ້ ຊຶ່ງລວມມີ: ສະມາຄົມພັດທະນາຊຸມຊົນສີຂຽວ (GCDA), ສະມາຄົມພັດທະນາຊຸມຊົນ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ (DECA), ສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້, ກົມປ່າໄມ້, ກົມປູກຝັງ, ມະຫາວິທະຍາໄລແຫ່ງຊາດ, ພະນັກງານເມືອງ ແລະ ແຂວງຊຽງຂວາງ. ພວກເຮົາ ຍັງຂໍສະແດງຄວາມຂອບໃຈຕໍ່ກັບການສະໜັບສະໜູນຢ່າງແຂງແຮງ ຂອງ Ms. Crissy Guererro, ຈາກ Non-Timber Forest Products - Exchange Programme Asia.



ໝາຍເຫດສຸດທ້າຍ:

1. ຍ້ອນວ່າ ຍັງຂາດຂໍ້ມູນ ກ່ຽວກັບ ຄວາມໜາແໜ້ນຂອງຈຳນວນຮັງເຜິ້ງທີ່ມີຢູ່ໃນປ່າໄມ້ ຂອງ ລາວ, ນັກຄົ້ນຄວ້າ ຈຶ່ງໄດ້ອີງໃສ່ຜົນຂອງການສຶກສາ ກ່ຽວກັບ ຄວາມໜາແໜ້ນຂອງຮັງເຜິ້ງ Apis cerana ທີ່ມີຢູ່ໃນ ສູນມາດຕະຖານ, ອິນໂດເນເຊຊຶ່ງມີຈຳນວນເຖິງ 22 ຮັງ ໃນເນື້ອທີ່ ໜຶ່ງກິໂລແມັດມົນທົນ. ເຄິ່ງໜຶ່ງຂອງພື້ນທີ່ປ່າປ້ອງກັນ, ເທົ່າກັບປະມານ 41,000 Km², ແລະ ຢູ່ໃນປ່າສະຫງວນ ມີຄວາມໜາແໜ້ນພຽງແຕ່ເຄິ່ງໜຶ່ງເທົ່ານັ້ນ ຄື 10 ຮັງ ຕໍ່ 1 Km², ພວກເຮົາສາມາດຄາດຄະເນໄດ້ວ່າມີທັງໝົດປະມານ 410,000 ຮັງ ໃນພື້ນທີ່ທັງສອງດັ່ງກ່າວ. ຖ້າຫາກແຕ່ລະ ຮັງຂອງ ເຜິ້ງ Apis cerana ຜະລິດນ້ຳເຜິ້ງໄດ້ ລະຫວ່າງ 2 – 5 Kg, ຄິດໄລ່ສະເລ່ຍ 3 Kg, ຄາດວ່າຈະມີ ນ້ຳເຜິ້ງປ່າ ທັງໝົດປະມານ 1,230,000 Kg ຫລື 1,230 ໂຕນ. ຕ້ອງໄດ້ເຂົ້າໃຈວ່າຄວາມໜາແໜ້ນຂອງຮັງເຜິ້ງ ແລະ ການຜະລິດຂອງແຕ່ລະຮັງແມ່ນອາດມີຜົນກະທົບຈາກຄວາມແຕກຕ່າງດ້ານສະພາບພູມິປະເທດ ແລະ ການມີພືດພັນທັນຍາຫານຕ່າງໆ. ຕາມລາຄາຂາຍ 35,000 Kip ຕໍ່ Kg, ກໍຈະໄດ້ຮັບມູນຄ່າຕໍ່າສຸດ 43 ຕື້ກີບ ຫລື ແຕ່ລະຄອບຄົວທີ່ຢູ່ທ້ອງຖິ່ນກໍຈະໄດ້ຮັບ 5.19 ລ້ານກີບ.
2. ດຳລັດ ກ່ຽວກັບ ປ່າປ້ອງກັນ.
3. ສຳພາດຢູ່ກົມປູກຝັງ ເດືອນພະຈິກ 2017, ສຳພາດພໍ່ຄ້າຊາຍແດນ ເດືອນພະຈິກ 2017, ສຳພາດ Helvetas ເດືອນພະຈິກ 2017, ສຳພາດຊາວຫວຽດນາມ 2017
4. ຖ້າຫາກພວກເຮົາອີງໃສ່ການຄາດຄະເນ ກ່ຽວກັບການປະຕິບັດຕາມແບບດັ້ງເດີມ ທີ່ຄອບຄົວຊາວ ລາວ ໂດຍບົກກະຕິໄດ້ ເກັບຮັກສານ້ຳເຜິ້ງໄວ້ (500g – 1000g) ເພື່ອເປົ້າໝາຍການຢາ, ສະນັ້ນ ຖ້າຄິດໄລ່ເອົາພຽງແຕ່ເຄິ່ງດຽວຂອງຈຳນວນຄອບຄົວທັງໝົດແລ້ວ ການບໍລິໂພກຕໍ່າສຸດແມ່ນປະມານ 300 ໂຕນ ຕໍ່ປີ ແລະ ສູງສຸດ 1,183 ໂຕນ ຕໍ່ປີ.
5. ສຳພາດພໍ່ຄ້າຍ່ອຍໃນຕະຫລາດ ເດືອນພະຈິກ 2017
6. ໃນປີ 2016 ໄດ້ມີນັກທ່ອງທ່ຽວຈຳນວນ 4.2 ຄົນທີ່ເຂົ້າມາຍ້ຽມຢາມ ປະເທດລາວ, ຫລຸດຈາກຈຳນວນໃນປີກ່ອນໆ 10%. ຖ້າຫາກຢ່າງໜ້ອຍມຮ ຈຳນວນ 5% ຂອງນັກທ່ອງທ່ຽວທີ່ເຂົ້າມານັ້ນທັງໝົດໄດ້ຊື້ນ້ຳເຜິ້ງ 1 ຂວດ ທີ່ມີບໍລິມາດບັນຈຸ 100g-150g, ກໍຈະເທົ່າກັບ 21 – 32 ໂຕນຕໍ່ໜຶ່ງປີພໍ່ຄ້າຍ່ອຍໄດ້ຂາຍໃນລາຄາ 15,000 to 20,000 ກີບຕໍ່ໜຶ່ງຂວດ ກໍຈະໄດ້ເງິນ 3.2 ຕື້ກີບ (383,000 USD) ປະກອບເຂົ້າໃນເສດຖະກິດທ້ອງຖິ່ນ.

ກ່ຽວກັບ ໂຄງການຕາບີ

ໂຄງການພັດທະນາລະບົບນິເວດຊີວະນາໆພັນກະສິກຳ (ຕາບີ) ໄດ້ເຮັດການພັດທະນາ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກໂອກາດໃຫ້ແກ່ການປ້ອງກັນ ແລະ ພື້ນຟູຊີວະນາໆພັນກະສິກຳ (ABD) ຢູ່ໃນ ປະເທດລາວ. ເປົ້າໝາຍລວມຂອງໂຄງການ ແມ່ນເພື່ອປັບປຸງຍົກລະດັບການດຳລົງຊີວິດ ແລະ ລາຍຮັບຂອງປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າໃນເຂດພູດອຍ ຂອງ ລາວ. ການລິເລີ່ມປະຕິບັດວຽກງານຂອງໂຄງການ ແມ່ນດຳເນີນໄປຕາມເປົ້າໝາຍນີ້ ໂດຍການເຮັດ ໃຫ້ທ້ອງຖິ່ນໄດ້ເຂົ້າມາຮ່ວມກັນເຮັດການອານຸລັກ, ພື້ນຟູ, ຄຸ້ມຄອງ ແລະ ນຳໃຊ້ຊີວະນາໆພັນກະສິກຳຢູ່ໃນພື້ນທີ່ພູມສັນຖານເຂດພູດອຍໃຫ້ມີຄວາມຍືນຍົງ, ໄປພ້ອມກັນນັ້ນ ກໍຍັງໄດ້ເຮັດການອຸປະຖຳຄຳຊູໃຫ້ມີການນຳໃຊ້ສະພາບສິ່ງ ແວດລ້ອມເພື່ອເສີມສ້າງຍົກລະດັບຄຸນຄ່າເຫລົ່ານີ້ໃນທົ່ວປະເທດ ໂດຍຜ່ານການເຮັດໃຫ້ ຊີວະນາໆພັນກະສິກຳ ຖືກເຊື່ອມສານເຂົ້າໃນຂະບວນການວາງແຜນການ ແລະ ນະໂຍບາຍແຫ່ງຊາດ.

ໂຄງການຕາບີ ເປັນໂຄງການຮ່ວມມື ລະຫວ່າງ ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ (MAF) ຊຶ່ງເປັນຜູ້ຕາງໜ້າໃຫ້ແກ່ ລັດຖະບານລາວ ກັບ ອົງການສະຫວິດເພື່ອພັດທະນາ ແລະ ການຮ່ວມມື (SDC) ຊຶ່ງເປັນຜູ້ຕາງໜ້າໃຫ້ແກ່ ລັດຖະບານປະເທດສະຫວິດເຊີແລນ, ໂຄງການຍັງໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນຊ່ວຍເຫລືອອີກຈາກ ບໍລິສັດຊ່ຽວຊານທີ່ປຶກສາ NIRAS ແລະ ສູນພັດທະນາ ແລະ ສິ່ງແວດລ້ອມ (CDE) ຂອງ ມະຫາວິທະຍາໄລກຸງເບີນ. ໂຄງການຕາບີ ໄດ້ເລີ່ມລົງມືຈັດຕັ້ງປະຕິບັດມາແຕ່ປີ 2009 ແລະ ມາຮອດປະຈຸບັນນີ້ ແມ່ນເປັນໄລຍະທີ່ສາມ (2017 ຫາ 2022) ຊຶ່ງເປັນໄລຍະສຸດທ້າຍຂອງໂຄງການແລ້ວ.

ສາມາດຕິດຕໍ່ຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມໄດ້

ດຣ. ຈັນສະໝອນ ພົງອຸດົມ
ຮອງຫົວໜ້າສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ແຫ່ງຊາດ, ຫົວໜ້າ
ໂຄງການຕາບີ.
ສະຖາບັນຄົ້ນຄວ້າກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ແຫ່ງຊາດ (NAFRI)
ກະຊວງກະສິກຳ ແລະ ປ່າໄມ້ (MAF)
Email: chanhsamone_phong@tabi.la

