



สำนักเลข วิชาการคณะรัฐมนตรี
รับที่ 953 รวต
วันที่ 26 ก.พ. 2557
วันที่ 14/10

ที่ กษ ๑๐๑๒/๓๖๘

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
ถนนราชดำเนินนอก กทม. ๑๐๒๐๐

๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗

เรื่อง การรายงานผลการดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรี เรื่อง ยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๙ ปีงบประมาณ ๒๕๕๖

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุด ที่ นร ๐๕๐๖/๑๐๑๔๒ ลงวันที่ ๒๑ มิถุนายน ๒๕๕๓
สิ่งที่ส่งมาด้วย ผลการดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรี ปีงบประมาณ ๒๕๕๖ จำนวน ๗ แผ่น

๑. ความเป็นมา

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ ๑๕ มิถุนายน ๒๕๕๓ มอบหมายให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รับไปดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๙ โดยในส่วนของงบประมาณเพื่อดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ฯ ให้สำนักงบประมาณพิจารณาจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีให้ตามความจำเป็นและเหมาะสมต่อไป รายละเอียดตามหนังสือที่อ้างถึง

๒. ผลการดำเนินงาน

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้ดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าวข้างต้น และขอรายงานผลการดำเนินงานปีงบประมาณ ๒๕๕๖ ดังนี้

๒.๑ แผนงานเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านการตลาดส่งออก

๒.๑.๑ โครงการสร้างตลาดเชิงรุก

๑) ขยายช่องทางการตลาด

๑.๑) จัดตั้งศูนย์กล้วยไม้เพื่อการส่งออก ณ จังหวัดสมุทรสาคร

จำนวน ๑ ศูนย์

๑.๒) จัดตั้งนิคมการผลิตกล้วยไม้เพื่อการส่งออกสมุทรสาคร

จำนวน ๑ นิคม

๑.๓) จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมการผลิตกล้วยไม้ภาคกลางตอนล่าง

จังหวัดราชบุรี จำนวน ๑ ศูนย์

๒) รมรงค์ประชาสัมพันธ์กล้วยไม้ไทย

๒.๑) จัดงานส่งเสริมการตลาดกล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับ ๒ ครั้ง
ณ อาคารกล้วยไม้และไม้ดอกไม้ประดับ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร และศูนย์การค้าสยามพารากอน

๒.๒) เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจในตลาดต่างประเทศ ๓ ครั้ง
ณ สาธารณรัฐอิตาลี สหราชอาณาจักร และประเทศมาเลเซีย

๒.๓) เข้าร่วมงานเพื่อจัดแสดงศักยภาพกล้วยไม้ไทย ในการแสดงกล้วยไม้ระดับนานาชาติ ๒ ครั้ง ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และเซตบริหารพิเศษฮ่องกง

๒.๔) นำคณะผู้แทน...

๒.๔) นำคณะผู้แทนการค้าสินค้าดอกกล้วยไม้ไทย ไปเจรจาการค้า
ณ สาธารณรัฐสหภาพเมียนมาร์ จำนวน ๑ ครั้ง

๒.๕) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สินค้ากล้วยไม้ภาษาอังกฤษ จำนวน
๔,๐๐๐ ฉบับ

๒.๖) จัดทำหมู่บ้านกล้วยไม้ไทยเพื่อการอนุรักษ์และการท่องเที่ยว
๑๔ หมู่บ้าน ๑๔ จังหวัด ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี สระแก้ว กาญจนบุรี สมุทรสาคร สกลนคร อุบลราชธานี
นครราชสีมา บึงกาฬ ลำปาง เชียงราย แม่ฮ่องสอน กระบี่ ตรัง และจังหวัดสตูล

๒.๒ แผนงานส่งเสริมการผลิตกล้วยไม้คุณภาพ

๒.๒.๑ โครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยไม้ที่มีความหลากหลาย

ดำเนินการดูแลรักษา ขยาย และให้บริการเกษตรกรจากต้นพ่อแม่พันธุ์เพื่อใช้
ในการปรับปรุงพันธุ์ใหม่ ใน ๑ ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดสมุทรสาคร
(พืชสวน) และจัดอบรมการพัฒนาพันธุ์กล้วยไม้ ๑ หลักสูตร จำนวน ๓ ครั้ง

๒.๒.๒ โครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยไม้ที่มีคุณภาพตามมาตรฐานการส่งออก

๑) จัดกระบวนการเรียนรู้การผลิตกล้วยไม้คุณภาพแก่เกษตรกรผู้ปลูก
กล้วยไม้ ๓๐๐ ราย

๒) จัดงานวันรณรงค์เขตนำร่องการผลิตกล้วยไม้คุณภาพ ๒ จุด ใน
๒ จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐมและจังหวัดสมุทรสาคร

๓) การศึกษาเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตกล้วยไม้ของสวนที่ได้รับ GAP
(Good Agricultural practice: เกษตรดีที่เหมาะสม) กับสวนที่ไม่ได้รับ GAP ๑ เรื่อง

๔) อบรมเกษตรกรเรื่อง การผลิตและการใช้สารชีวภัณฑ์ เพื่อลดการใช้
สารเคมีในการผลิตกล้วยไม้ สาธิตและฝึกปฏิบัติการขยายเชื้อไตรโคเดอร์มา ๑ ครั้ง จำนวน ๑๐๐ คน

๒.๓ แผนงานพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรม

๒.๓.๑ จัดทำโครงการส่งเสริมงานวิจัยเชิงบูรณาการระหว่างเกษตรกร
ผู้ประกอบการและนักวิจัย ๖๐ เรื่อง

๒.๔ แผนงานพัฒนาองค์กร

๒.๔.๑ โครงการส่งเสริมการสร้างคลัสเตอร์กล้วยไม้ที่เข้มแข็ง

๑) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผู้ประกอบการคลัสเตอร์กล้วยไม้
(เจ้าหน้าที่และเกษตรกรผู้นำ) จำนวน ๔๕ คน

๒) จัดสัมมนาเชื่อมโยงเครือข่ายพันธมิตรคลัสเตอร์กล้วยไม้ เรื่อง
ทางออกของกล้วยไม้ไทยในสภาวะค่าเงินบาทแข็ง ๑ ครั้ง ๑๔๑ ราย

๓) ประชุมชี้แจงผู้นำกลุ่ม เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม
และเครือข่ายผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ ๑ ครั้ง จำนวน ๒๕ คน

๔) สนับสนุน...

๔) สนับสนุนปัจจัยการผลิตในการพัฒนากลุ่มกล้วยไม้ จังหวัดนครปฐม

๑๐ กลุ่ม

๕) จัดทำฐานข้อมูลการผลิตและการตลาดกล้วยไม้ จังหวัดนครปฐม

จำนวน ๕๐๐ ราย

๒.๔.๒ โครงการสร้างศูนย์กลางการให้บริการกล้วยไม้แบบเบ็ดเสร็จ

๑) ปรับปรุงระบบเครือข่ายข้อมูลกล้วยไม้ (Orchid Net) ๑ ระบบ

๒) จัดตั้งศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีและฝึกอาชีพกล้วยไม้ (ปรับปรุงดูแลรักษาโรงเรือนสาธิตการผลิตกล้วยไม้ เพื่อเป็นจุดศึกษาดูงานของเกษตรกร) ๑ ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตรจังหวัดสมุทรสาคร (พืชสวน) เน้นกล้วยไม้ตัดดอก

๓) จัดตั้งศูนย์บริการด้านการตลาดกล้วยไม้ ณ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร (อตก.) เพื่อเป็นแหล่งซื้อขายและเผยแพร่ข้อมูลด้านการตลาดกล้วยไม้ ๑ ศูนย์

๔) จัดกระบวนการเรียนรู้การฟื้นฟูสวนกล้วยไม้และปลูกสร้างสวนใหม่ให้แก่เกษตรกร ๕๐๐ ราย โดยศูนย์ ๕ ศูนย์ ได้แก่ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดสมุทรสาคร (พืชสวน) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดกระบี่ (พืชสวน) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดนครราชสีมา (พืชสวน) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดชลบุรี (พันธุ์พืชเพาะเลี้ยง) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดลำพูน (พันธุ์พืชเพาะเลี้ยง)

๒.๕ แผนงานส่งเสริมการใช้และสนับสนุนการส่งออก

๒.๕.๑ จัดประดับตกแต่งสวนหย่อมกล้วยไม้และไม้ประดับ ภายในอาคารผู้โดยสารและห้องสุขา ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สนามบินสุวรรณภูมิ ที่ถือว่าเป็นประตูทางเข้าประเทศไทยด้วยกล้วยไม้

๒.๕.๒ จัดประดับตกแต่งสวนหย่อมกล้วยไม้และไม้ประดับ ภายในอาคารผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดอนเมือง เชียงใหม่ ภูเก็ต และท่าอากาศยานหาดใหญ่

๒.๕.๓ จัดประดับตกแต่งสถานที่สำคัญ เพื่อต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง/รัฐพิธีสำคัญ ณ กรุงเทพมหานคร

๒.๖ การบริหารจัดการโครงการ เพื่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๙ โดยจัดประชุม จำนวน ๑๖ ครั้ง ดังนี้

๒.๖.๑ จัดประชุมเกษตรกรระดับจังหวัด เพื่อคัดเลือกพื้นที่ดำเนินการโครงการและวิเคราะห์ผลการดำเนินการ ๕ จังหวัด ๆ ละ ๒ ครั้ง ได้แก่ จังหวัดสมุทรสาคร นนทบุรี ราชบุรี นครปฐม และกรุงเทพมหานคร

๒.๖.๒ จัดประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๙ จำนวน ๒ ครั้ง ประชุมที่ ้อม
และการประสานงาน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ จำนวน ๔ ครั้ง

๒.๖.๓ จัดประชุมเวทีเกษตรกรพบคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๙ จำนวน ๓ ครั้ง ณ จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดนครปฐม และจังหวัดนนทบุรี

๒.๗ ในการดำเนินการตาม ข้อ ๒.๑ - ๒.๖ ได้ใช้งบประมาณจากการบูรณาการของหน่วยงานต่าง ๆ จำนวน ๒๑,๑๐๑,๐๕๑.๒๐ บาท

๒.๘ ผลกระทบจากการดำเนินการ

๒.๘.๑ ปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ของไทยในช่วงเดือนมกราคม - กันยายน ๒๕๕๖ เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๑.๕๖ (ปี ๒๕๕๕ และปี ๒๕๕๖ ปริมาณการส่งออก ๑๔,๔๑๕ และ ๑๖,๐๘๕ ต้น ตามลำดับ) แต่คิดเป็นมูลค่าลดลง ร้อยละ ๓.๒๔ (ปี ๒๕๕๕ และปี ๒๕๕๖ มูลค่าการส่งออก ๑,๕๒๕ และ ๑,๔๗๖ ล้านบาท ตามลำดับ) ส่วนปริมาณการส่งออกต้นกล้วยไม้ของไทย เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๓.๑๕ (ปี ๒๕๕๕ และปี ๒๕๕๖ ปริมาณการส่งออก ๒๒,๓๘๙ และ ๒๕,๓๓๔ พันต้น ตามลำดับ) เมื่อคิดเป็นมูลค่าแล้วส่งออก เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๓.๒๘ (ปี ๒๕๕๕ และปี ๒๕๕๖ มูลค่าการส่งออก ๔๓๗ และ ๔๕๒ ล้านบาท ตามลำดับ)

๒.๘.๒ เกษตรกรมีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคม สหกรณ์ และคลัสเตอร์กล้วยไม้ ทำให้เกิดความเข้มแข็งในองค์กรเกษตรกร

๒.๘.๓ มีแผนยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยกล้วยไม้ ปี ๒๕๕๕-๒๕๕๙ โดยแบ่งเป็น แผนระยะสั้น ระยะ ปานกลาง และระยะยาว

๒.๘.๔ เกิดการขับเคลื่อนในเรื่องเครื่องจักรกลการเกษตร เพื่อทดแทนปัญหาแรงงานในสวนกล้วยไม้ รวมทั้งการใช้ปุ๋ย และสารเคมีให้มีประสิทธิภาพ

๒.๘.๕ เกิดการขับเคลื่อนในเรื่องการแก้ไขปัญหาแรงงานในสวนกล้วยไม้

๓. ปัญหาและอุปสรรค

๓.๑ งบประมาณในการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ได้รับการจัดสรรตามกรอบงบประมาณที่คณะรัฐมนตรีอนุมัติ รวมทั้งบางหน่วยงานไม่ได้ของบประมาณตามกรอบยุทธศาสตร์ฯ

๓.๒ ยังขาดการบูรณาการหน่วยงานในคณะกรรมการกล้วยไม้แห่งชาติ และคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๙ ทำให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

๓.๓ เกษตรกรและผู้ประกอบการยังไม่ให้ความสำคัญของการผลิตกล้วยไม้แบบ GAP เนื่องจากเห็นว่าราคาผลผลิตที่ได้รับไม่แตกต่างกับสินค้าที่ไม่ได้รับ GAP จึงทำให้คุณภาพกล้วยไม้ยังไม่สม่ำเสมอ

๓.๔ พันธุ์กล้วยไม้การค้าในปัจจุบันเป็นพันธุ์เดิม ๆ ที่จำหน่ายมาเป็นเวลานานแล้วต่อไปตลาดอาจถึงจุดอิ่มตัวและมีความต้องการกล้วยไม้ไทยลดลง หากไม่พัฒนาพันธุ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดให้เป็นทางเลือกแก่ผู้บริโภค

๓.๕ พื้นที่ซึ่งเป็นแหล่งผลิตกล้วยไม้ในหลายจังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร พระนครศรีอยุธยา นนทบุรี ปทุมธานี และสุพรรณบุรี ประสบปัญหาอุทกภัย ปี ๒๕๕๔ โดยเกษตรกรผู้ผลิตดอกกล้วยไม้ ได้รับความเสียหาย ๑,๐๐๑ ราย คิดเป็นพื้นที่ ๙,๕๘๑.๘๘ ไร่ และเกษตรกรผู้ผลิตต้นกล้วยไม้ ได้รับความเสียหาย ๒๔๙ ราย คิดเป็นพื้นที่ ๑,๘๓๑.๙๕ ไร่ เกษตรกรต้องฟื้นฟูสวนและปลูกกล้วยไม้ใหม่ ทำให้มีผลผลิตออกมาช้ากว่าปกติ ตั้งแต่ต้นปี ๒๕๕๖ ทำให้ราคากล้วยไม้ตกต่ำ

๓.๖ เกษตรกรและผู้ประกอบการบางส่วน ยังไม่ให้ความสำคัญในการทำกล้วยไม้เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ไม่คำนึงถึงคุณภาพที่ส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งเป็นสาเหตุทำให้กล้วยไม้จากประเทศสิงคโปร์มีภาพลักษณ์และได้รับการยอมรับที่ดีกว่ากล้วยไม้จากประเทศไทย

๓.๗ Orchid Net ยังไม่สามารถใช้เป็นช่องทางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์กล้วยไม้ไทย และการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดทั้งในและต่างประเทศได้

๓.๘ ด้านการตลาด ยังเป็นการส่งออกไปยังตลาดคู่ค้าเดิม มีการขยายไปสู่ตลาดใหม่น้อย และมีมาตรการกีดกันทางการค้า ที่ประเทศคู่ค้านำมาบังคับใช้ในการนำเข้าเข้าไปในประเทศของตน ปัญหาอุปสรรคดังกล่าวข้างต้น อาจทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่กำหนดในยุทธศาสตร์ฯ

๓.๙ เกษตรกรและผู้ประกอบการขาดข้อมูล เพื่อใช้ในการวางแผนการผลิตและการส่งออก ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งทำให้ส่งออกไปแข่งขันในตลาดเดียวกันในช่วงเวลาเดียวกัน จึงทำให้ขายได้ราคาต่ำลง

๓.๑๐ กล้วยไม้ที่ใช้ในการจัดตกแต่งสนามบิณสุวรรณภูมิไม่ค่อยได้มาตรฐาน เนื่องจากต้องใช้ในปริมาณมาก และมีความถี่ในการปรับเปลี่ยน ทำให้ได้ดอกกล้วยไม้ที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่สวยงามเท่าที่ควร และมีความเสียหายจากการขนส่ง รวมทั้งผู้รับจ้างคือ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด ไม่สามารถระบุชนิดพันธุ์กล้วยไม้และสีที่จะใช้ได้ เนื่องจากขาดผู้ชี้แนะและเป็นการจ้างเหมาบริการ

๔. แนวทางแก้ไข

๔.๑ หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องใช้ศักยภาพตามภารกิจ เพื่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อย่างเต็มที่ และของบประมาณตามกรอบยุทธศาสตร์ฯ ที่คณะรัฐมนตรีอนุมัติ

๔.๒ ควรมีโครงการนำร่องที่หน่วยงานต่าง ๆ ในคณะกรรมการกล้วยไม้แห่งชาติ และคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ไทยในตลาดโลก พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๙ ตั้งเป้าหมายร่วมกันและดำเนินการเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การแข่งขันกล้วยไม้ฯ อย่างจริงจังและเห็นผลเป็นรูปธรรม

๔.๓ ควรต้องมีมาตรการดำเนินการทำให้สินค้า GAP เป็นสินค้าที่มีคุณค่าและมูลค่าสูงกว่าสินค้าที่ไม่ได้รับการรับรอง GAP

๔.๔ ส่งเสริมการปรับปรุงพันธุ์ใหม่ ๆ และจัดให้มีการประกวดและให้รางวัลผู้ผลิตพันธุ์ใหม่ ๆ และภาครัฐสนับสนุนการนำสินค้ากล้วยไม้ไทยไปจัดแสดงในงานต่าง ๆ ทั้งในประเทศที่เป็นตลาดเดิม เพื่อเป็นการรักษาสถานะไว้ และประเทศที่เป็นตลาดใหม่ เพื่อขยายช่องทางการตลาดออกไปให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

๔.๕ ต้องปลูกจิตสำนึกให้เกษตรกรและผู้ประกอบการ รวมตัวกันสร้างแบรนด์กล้วยไม้ไทย ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

๔.๖ พัฒนาปรับปรุงให้ Orchid Net ใช้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์ และเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิต และการตลาดกล้วยไม้ทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าและเอกลักษณ์กล้วยไม้ไทยอีกช่องทางหนึ่ง

๔.๗ หน่วยงานภาครัฐ ต้องเร่งประชาสัมพันธ์กล้วยไม้ไทย ทั้งเพื่อรักษาสถานะเดิม และขยายช่องทางการค้าไปสู่ตลาดใหม่ ๆ ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

๔.๘ หน่วยงานภาครัฐต้องมีแนวทางการบริหารจัดการ ให้ปริมาณการผลิตสอดคล้อง กับความต้องการของตลาด เพื่อไม่ให้ผลผลิตล้นตลาด และเป็นการรักษาระดับราคาสินค้าไม่ให้ตกต่ำ รวมทั้ง สนับสนุนข้อมูล และการวิเคราะห์พยากรณ์แนวโน้มความต้องการกล้วยไม้ในตลาดโลก ในแต่ละฤดูกาลและ เทศกาล เพื่อให้เกษตรกรและผู้ประกอบการ นำไปใช้ประโยชน์ในการพิจารณาวางแผนการผลิตและจำหน่าย ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

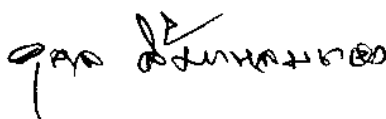
๔.๙ การจัดตกแต่งกล้วยไม้ที่สวนามบินสุวรรณภูมิ ควรต้องใช้ดอกกล้วยไม้และต้น กล้วยไม้ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในการเป็น Land of Orchids อย่างแท้จริง โดยบริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด อาจหารือกับสมาคมต่าง ๆ ของกล้วยไม้ เกี่ยวกับ ชนิดพันธุ์กล้วยไม้ที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการจัดตกแต่งในช่วงเวลาต่าง ๆ รวมทั้งแหล่งจัดหากกล้วยไม้คุณภาพ

๕. ข้อเสนอ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จึงขอให้นำผลการดำเนินการตามมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าว ข้างต้น เสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบต่อไปด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดดำเนินการต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายยุคล ลิ้มแหลมทอง)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กรมส่งเสริมการเกษตร

โทร/โทรสาร ๐ ๒๕๗๙ ๑๕๐๑

E-mail agriman52@doae.go.th