

ด่วนที่สุด

ที่ พณ ๐๔๐๓/ ๕๖๒



๒๗
กวด. ๐๒๓๖๖
วันที่ ๑๒.๖๖
เวลา ๑๕.๖๖
สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี
รหัสเรื่อง : ศ 26852 ส. ม.จ.
รับที่ : ศ 1694/61 ก.ก.
วันที่ : ๐2 ก.พ. 61 เวลา : 14:43

กระทรวงพาณิชย์
๕๖๓ ถนนนนทบุรี อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี ๑๑๐๐๐

๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๑

เรื่อง ยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี

อ้างถึง หนังสือสำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ด่วนที่สุดที่ นร ๐๕๐๕/๔๗๙๐๖ ลงวันที่ ๓๐ ธันวาคม ๒๕๕๘

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. หนังสือรองนายกรัฐมนตรีเห็นชอบให้เสนอคณะรัฐมนตรี
๒. สรุปยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร จำนวน ๒ แผ่น

ด้วย กระทรวงพาณิชย์ ขอเสนอเรื่อง ยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร มาเพื่อ
คณะรัฐมนตรีทราบ โดยรองนายกรัฐมนตรี (นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์) กำกับการบริหารราชการกระทรวง
พาณิชย์ ได้เห็นชอบให้นำเรื่องดังกล่าวเสนอคณะรัฐมนตรีด้วยแล้ว ตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๑

ทั้งนี้ เรื่องดังกล่าวมีรายละเอียด ดังนี้

๑. เรื่องเดิม

๑.๑ ความเป็นมาของเรื่องที่จะเสนอ

มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ ๒๙ ธันวาคม ๒๕๕๘ อนุมัติหลักการยุทธศาสตร์พัฒนา
ผลไม้ไทย พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒ ตามที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการ
พัฒนาและบริหารจัดการผลไม้เสนอ โดยในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ฯ ดังกล่าว ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ ๕ ด้าน
ได้แก่ ๑) การบริหารจัดการผลผลิต ๒) การบริหารจัดการการตลาด ๓) การวิจัยและพัฒนา ๔) การพัฒนา
องค์กรและเกษตรกร ๕) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ (ตามหนังสือที่อ้างถึง)

๑.๒ การดำเนินการที่ผ่านมา

ตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฯ กระทรวงพาณิชย์เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ด้าน
การบริหารจัดการการตลาด ซึ่งการดำเนินการได้ร่วมกับสภาหอการค้าแห่งประเทศไทยจัดทำยุทธศาสตร์
การค้าผลไม้ครบวงจร เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันขับเคลื่อนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อ
เกษตรกรและการค้าผลไม้ของไทย รวมทั้งบรรลุผลตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฯ ดังกล่าว

๒. สำระสำคัญ

๒.๑ ยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจรได้จัดทำขึ้นโดยพิจารณาจากฐานความคิด
ที่ประเทศไทยเป็นมหาอำนาจด้านผลไม้เมืองร้อนของโลก ประเทศไทยต้องเป็นผู้นำด้าน ๑) การผลิตผลไม้
เมืองร้อนสดและแปรรูป ๒) การกำหนดราคาส่งออกสินค้าผลไม้เมืองร้อนของโลก ๓) การถือครองส่วนแบ่งการตลาด
ในตลาดสินค้าผลไม้เมืองร้อนของโลกมากที่สุด และ ๔) สินค้าผลไม้เมืองร้อนของไทยเป็นที่รู้จักในประเทศ
เป้าหมาย

๒.๒ ยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร มีสาระสำคัญ ดังนี้

๒.๒.๑ วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นชาตินิคมหาอำนาจด้านการค้าผลไม้เมืองร้อนของโลก”

๒.๒.๒ พันธกิจ ประกอบด้วย (๑) พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้เมืองร้อนสด และแปรรูปให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (๒) สร้างและพัฒนาช่องทางการจำหน่าย และกระจายผลไม้ไทยให้มีการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ (๓) สนับสนุนการพัฒนาสมรรถนะด้านการค้าและการลงทุนของผู้ประกอบการผลไม้ไทย และ (๔) ประชาสัมพันธ์สินค้าผลไม้เมืองร้อนของไทย ให้เป็นที่ต้องการของตลาด

๒.๒.๓ วัตถุประสงค์ ประกอบด้วย (๑) เพื่อผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ ด้านการผลิตผลไม้เมืองร้อนสดและแปรรูป (๒) เพื่อผลักดันให้ผลไม้เมืองร้อนของไทยถือครองส่วนแบ่งการตลาด ในตลาดสินค้าผลไม้เมืองร้อนของโลกมากที่สุด (๓) เพื่อให้ผู้ประกอบการผลไม้ไทยมีความสามารถรองรับพัฒนาการ ของอุตสาหกรรมผลไม้เมืองร้อนของประเทศ และ (๔) เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าผลไม้ไทยทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

๒.๒.๔ ประเด็นยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

๑) **ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑** พัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตผลไม้เมืองร้อนสด และแปรรูปให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ ๑.๑ กำหนดและส่งเสริม มาตรฐานการผลิตและการค้าผลไม้เกรดพรีเมียม (Q-GAP, Thai GAP, Thailand Trust Mark) กลยุทธ์ที่ ๑.๒ ส่งเสริมการทำการตลาดผลไม้เกรดรอง (Undersized) อาทิ ทูเรียน มังคุด สำหรับตลาดส่งออก เช่น ตลาดจีน อินเดีย และนักท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ ๑.๓ ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) และกลยุทธ์ที่ ๑.๔ ส่งเสริมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้ไทย

๒) **ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๒** สร้างและพัฒนาช่องทางการจำหน่าย และกระจายผลไม้ไทยให้มีการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ ๒.๑ ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและคัดคุณภาพ (Farm Outlet/ จตุรรวบรวม/ ตลาดกลางผลไม้) กลยุทธ์ที่ ๒.๒ ส่งเสริมให้มีตลาดกลางที่มีระบบอำนวยความสะดวกครบวงจรและพัฒนาไปสู่ระบบประมูล (Inter Auction) กลยุทธ์ที่ ๒.๓ จัดหาสถานที่จำหน่ายและเชื่อมโยงเครือข่าย (ตลาดสด/ ตลาดต้องชม/ ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ/ หน่วยงานรัฐและเอกชน) กลยุทธ์ที่ ๒.๔ ส่งเสริมการขายช่องทางต่างๆ (ออนไลน์/ ข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้า/ ตลาดชายแดน) กลยุทธ์ที่ ๒.๕ ขยายช่องทางการตลาดต่างประเทศ/ แสวงหาตลาดใหม่ (Outgoing และ Incoming Mission) และกลยุทธ์ที่ ๒.๖ การสร้างเครือข่ายผู้ผลิต ผู้รวบรวม และตลาด

๓) **ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๓** สนับสนุนการพัฒนาสมรรถนะด้านการค้า และการลงทุนของผู้ประกอบการผลไม้ไทย ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ ๓.๑ จัดหาสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยพิเศษ เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนให้กับผู้ประกอบการรับซื้อ และสหกรณ์การเกษตร และกลยุทธ์ที่ ๓.๒ ประสานเชื่อมโยง สิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน และแหล่งเงินทุนให้กับผู้ประกอบการ เพื่อผลักดันการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรม การผลิตผลไม้คุณภาพ

๔) **ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๔** ประชาสัมพันธ์สินค้าผลไม้เมืองร้อนของไทย ให้เป็นที่ต้องการของตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ ๔.๑ ผนึกและส่งเสริมให้เกิดการบริโภคผลไม้เพิ่มขึ้นเป็นการทั่วไป โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมตลาดเฉพาะสินค้าในพื้นที่จังหวัดที่มีกำลังซื้อสูงหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้จักผลไม้ไทยมากยิ่งขึ้นด้วย กลยุทธ์ที่ ๔.๒ จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สร้างค่านิยม การบริโภคผลไม้ภายในสถานศึกษาเพื่อให้เยาวชนรุ่นใหม่บริโภคผลไม้มากยิ่งขึ้น กลยุทธ์ที่ ๔.๓ ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อกระตุ้นอุปสงค์การบริโภคผลไม้หลากหลายชนิดตามช่วงเทศกาลและฤดูกาลของผลไม้ และกลยุทธ์ที่ ๔.๔ การส่งเสริมการขายผลไม้ในต่างประเทศ (In-store Promotion) และ Branding

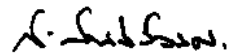
(รายละเอียดตามสิ่งที่ส่งมาด้วย ๒)

๓. ข้อเสนอเพื่อให้คณะรัฐมนตรีทราบ

รับทราบยุทธศาสตร์การค้าผลไม้ครบวงจร และกระทรวงพาณิชย์จะประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดนำกราบเรียนนายกรัฐมนตรีเพื่อเสนอคณะรัฐมนตรีทราบต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายสนธิรัตน์ สนธิจิรวงศ์)

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์

กรมการค้าภายใน

โทร ๐-๒๕๐๓-๕๗๒๒-๒๓

โทรสาร ๐-๒๕๔๗-๕๓๔๖