

## โครงการเมืองเกษตรสีเขียว

### ปี ๒๕๕๗

#### ผลการดำเนินงาน

มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างช่องทางทางการจำหน่ายสินค้าเกษตรคุณภาพของเมืองเกษตรสีเขียว และยกระดับและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยในปี ๒๕๕๗ อ.ต.ก. มีแผนจะประชาสัมพันธ์/เผยแพร่สินค้าเกษตรคุณภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเมืองเกษตรสีเขียว จาก ๖ จังหวัดเป้าหมาย โดยจัดในประเทศ ๒ ครั้ง ต่างประเทศ ๒ ครั้ง โดยดำเนินการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ ทั้ง ในต่างประเทศ จำนวน ๖ และในประเทศ จำนวน ๕ ครั้ง



### ปี ๒๕๕๘

#### ผลการดำเนินงาน

ในปีงบประมาณ ๒๕๕๘ อ.ต.ก.ได้ดำเนินการจัดทำเอกสารแผ่นพับ Backdrop วิดีทัศน์ เพื่อให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโครงการเมืองเกษตรสีเขียว พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเมืองเกษตรสีเขียวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในรูปของนิทรรศการ วิดีทัศน์ สาธิต ชม และชิมผลไม้/สินค้าเกษตร เพื่อเป็นการเผยแพร่ สร้างการรับรู้และการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนนำร่องในการต่อยอดสู่การส่งออกผลไม้ไปยังต่างประเทศ ดังนี้

#### ๑. จัดทำวีดิทัศน์และประชาสัมพันธ์โครงการเมืองเกษตรสีเขียว

เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของโครงการเมืองเกษตรสีเขียว ตลอดจนเผยแพร่กิจกรรมภาพรวม และการบูรณาการ หน่วยงานในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ๑๑ หน่วยงาน รวมถึงกิจกรรมการประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรในโครงการเมืองเกษตรสีเขียว ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

#### รูปแบบการดำเนินงาน

- ๑) ผลิตวีดิทัศน์ เรื่องโครงการเมืองเกษตรสีเขียว จำนวน ๓ ตอน ความยาวตอนละประมาณ ๓-๕ นาที โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับโครงการเมืองเกษตรสีเขียว ซึ่งมีโครงสร้างเนื้อหา ดังนี้
  - การนำเสนอความเป็นมาของโครงการเมืองเกษตรสีเขียว และวัตถุประสงค์ของโครงการฯ

- การนำเสนอกระบวนการของโครงการเมืองเกษตรสีเขียวและการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง
  - การนำเสนอประโยชน์ของโครงการเมืองเกษตรสีเขียวที่เกษตรกรและผู้บริโภคจะได้รับบรรยายเสียงเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และ ภาษาจีน
- ๒) ผลิตภัณฑ์ที่ค้น เรื่องโครงการเมืองเกษตรสีเขียว จำนวน ๑ ตอน ความยาวประมาณ ๑ นาที โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับโครงการเมืองเกษตรสีเขียว และเผยแพร่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ชั้นนำของประเทศ ออกอากาศทั้งในระบบแอนาล็อก ระบบดาวเทียม และระบบดิจิตอล ในช่วงเวลา ๐๖.๐๐ - ๒๒.๐๐ น. ระหว่างวันจันทร์ - วันอาทิตย์ จำนวน ๑๐ ครั้ง

## ๒. การเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ จำนวน ๓ ครั้ง

๒.๑) งานเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธี มหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๘๗ พรรษา ณ ตลาด อ.ต.ก. พหลโยธิน กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ ๔ - ๖ ธันวาคม ๒๕๕๗

เป็นการจัดนิทรรศการโดยใช้ Theme งาน “ใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า ปวงประชาถวายพ่อของแผ่นดิน” ซึ่งเป็นการให้ความรู้ตามโครงการพระราชดำริที่เกี่ยวข้องกับน้ำ การบริหารจัดการน้ำ และการนำประโยชน์ของน้ำไปใช้ในการผลิตสินค้าเกษตรอย่างคุ้มค่า เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ณรงค์โครงการเมืองเกษตรสีเขียว ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาดสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิต ส่งเสริมการตลาด การจำหน่าย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ากล้วยไม้ ผลิตภัณฑ์จากกล้วยไม้ และไม้ดอกไม้ประดับ ของเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง

๒.๒) งาน Horti Asia ๒๐๑๕ และ Agri-Asia ๒๐๑๕ ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ ๑๗ - ๑๙ มีนาคม ๒๕๕๘

เป็นการจัดแสดง เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านพืชพรรณ ผัก ผลไม้ ดอกไม้และกล้วยไม้ภูมิภาคอาเซียน

รูปแบบการดำเนินงาน นำเสนอสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของไทย ได้แก่ ผลไม้ ผลไม้แปรรูป ผัก และสมุนไพรไทย พร้อมแจกซิม รวมทั้งเชิญผู้ประกอบการส่งออกผัก ผลไม้ไปร่วมงานและร่วมเจรจาธุรกิจ

๒.๓) งานกิจกรรมโครงการเมืองเกษตรสีเขียว ปี ๒๕๕๘ ณ ตลาด อ.ต.ก. พหลโยธิน กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ ๒๕ - ๒๘ กันยายน ๒๕๕๘

เผยแพร่กิจกรรมภาพรวม และผลงานสินค้าเกษตรในโครงการเมืองเกษตรสีเขียว และสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเพื่อทำหน้าที่ในการเป็นช่องทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

รูปแบบการดำเนินงาน ให้ความรู้ ส่งเสริมการสร้างมูลค่าและช่องทางการตลาดเกษตรสีเขียว เสวนาให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ จากผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรจุภัณฑ์ มีการสาธิต

การปรุงอาหารจากสินค้าเกษตร ให้ข้อมูลความรู้ ( Green Gallery ) เกี่ยวกับเมืองเกษตรสีเขียว  
เผยแพร่ในรูปของนิทรรศการ วีดิทัศน์ ข่าวสาร และสื่อต่างๆ

### ๓. การเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ จำนวน ๗ ครั้ง

๓.๑ เข้าร่วมงานไม้ดอกไม้ประดับนานาชาติ ครั้งที่ ๑๑ ณ Makuhari Messe เมืองชิบะ ประเทศ  
ญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ ๑๕ - ๑๗ ตุลาคม ๒๕๕๗ โดยการจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์  
กล้วยไม้ของไทย การให้ความรู้ในรูปแบบแผ่นพับ ใบปลิว Backdrop วีดิทัศน์ และการสาธิต  
การใช้ประโยชน์ของกล้วยไม้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การร้อยพวงมาลัยในลวดลายต่างๆ  
การนำไปประดับตกแต่ง เป็นต้น มีบริษัทผู้นำเข้าสนใจเข้าร่วมเจรจาธุรกิจ ประมาณ ๒๐  
บริษัทจากทั่วโลก และมีผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมบูธ ประมาณวันละ ๕๐๐ ราย

๓.๒ เข้าร่วมงาน International Green Week ๒๐๑๕ ณ กรุงเบอร์ลิน สหพันธ์สาธารณรัฐ  
เยอรมนี ระหว่างวันที่ ๑๖ - ๒๕ มกราคม ๒๕๕๘ โดยจัดกิจกรรมเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์  
ผลไม้ไทย ในรูปของนิทรรศการการให้ความรู้ ข้อมูลเมืองเกษตรสีเขียว และสินค้าโดดเด่น  
ของจังหวัดเมืองเกษตรสีเขียวผ่าน Backdrop วีดิทัศน์ การแสดง ชม ชิมผลไม้ไทย เพื่อให้  
ชาวต่างชาติรู้จักผลไม้ไทยมากขึ้น และสามารถรู้ความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้เกษตรกรได้  
พัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด/ผู้บริโภค มีผู้เข้าชมงานวันละ ๕,๐๐๐ ราย

๓.๓ เข้าร่วมงาน Fruit Logistica ๒๐๑๕ ณ ศูนย์จัดงานแสดงสินค้า Messe Berlin กรุงเบอร์ลิน  
สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ระหว่างวันที่ ๔ - ๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ โดยจัดกิจกรรมเผยแพร่  
ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย อาทิ มะม่วง มังคุด เงาะ มะขาม และผลไม้อบแห้งต่างๆ รวมไปถึง  
ข้าวหอมมะลิและข้าวสังข์หยด เพื่อหาช่องทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรไทย มีบริษัทผู้นำ  
กว่า ๓๐ บริษัทสนใจขอข้อมูลธุรกิจ และมีบริษัทผู้นำเข้า-ส่งออกจากหลายประเทศทั่วโลก  
เข้าเยี่ยมชมบูธ

๓.๔ เข้าร่วมงานเทศกาลไทย ๒๐๑๕ ครั้งที่ ๑๖ ณ สวนสาธารณะโยโยจิ เขตชิบะ  
กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ ๑๖ - ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๕๘ โดยนำเกษตรกรเข้า  
ร่วมจัดกิจกรรมเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ผัก ผลไม้ และดอกไม้ของไทย การชม ชิมผลไม้ไทย  
การสาธิตประดิษฐ์ดอกไม้กล้วยไม้ในรูปแบบต่างๆ การร้อยพวงมาลัยจากกล้วยไม้ในลวดลาย  
ต่างๆ ซึ่งชาวญี่ปุ่นมีความชื่นชอบผัก ผลไม้ไทย และการประดิษฐ์ดอกไม้กล้วยไม้ไทย ตลอดจน  
เกษตรกรได้รับประสบการณ์ตรงจากการเข้าร่วมกิจกรรม และสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุง  
คุณภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

๓.๕ เข้าร่วมงานประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย ณ สถานเอกอัครราชทูตไทยประจำกรุงโตเกียว ประเทศ  
ญี่ปุ่น วันที่ ๓๑ กรกฎาคม ๒๕๕๘ เป็นงานที่ที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำ  
กรุงโตเกียวประเทศญี่ปุ่น จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์  
ผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จัก ในประเทศญี่ปุ่น โดยเฉพาะส้มโอการปรุงอาหารจากส้มโอ การแข่งขัน  
การปรุงอาหารจากส้มโอ พร้อมแจกซิม การแนะนำประโยชน์ทางโภชนาการ เป็นต้น

๓.๖ เข้าร่วมงานนิทรรศการส่งเสริมสินค้าเกษตรไทย ณ กรุงมัสกัต รัฐสุลต่านโอมาน ประจำปี ๒๕๕๘ ระหว่างวันที่ ๓๑ สิงหาคม ๒๕๕๘ ถึงวันที่ ๔ กันยายน ๒๕๕๘ ณ ศูนย์การค้ามีสกาต มอลล์ กรุงมัสกัต รัฐสุลต่านโอมาน โดยการบูรณาการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานในสังกัด กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จัดแสดงผลผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรคุณภาพของไทยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ผลไม้สด ผลไม้แปรรูปและกล้วยไม้ไทยโดยคัดสรรสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อ แจกชิม และมอบเป็นที่ระลึก โดยสถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงมัสกัต รัฐสุลต่านโอมาน ได้เชิญทูตานุทูตทุกประเทศ รวมทั้งนักธุรกิจ ในรัฐสุลต่านโอมาน ประมาณ ๑๐๐ คน เข้าร่วมกิจกรรมในวันเปิดงาน

สนับสนุนตัวแทนเกษตรกรนำผลผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพไปจำหน่ายเชิง ประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาคัดเลือกเกษตรกรในพื้นที่ จังหวัดน่านร่องโครงการเมืองเกษตรสีเขียว นำผลผลิตไปจำหน่ายเชิงประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาและรับรู้ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของ ชาวโอมานต่อสินค้าเกษตรไทยด้วยตนเอง ได้แก่

- จังหวัดจันทบุรี นางวันเพ็ญ จันทร์เหลือง ผลิตสินค้าเกษตร ได้แก่ สละ ลำไย สินค้าเกษตรและอื่นๆ รวมทั้งแปรรูป ทุเรียนทอดกรอบ
- จังหวัดเชียงใหม่ นายจักรพงษ์ กองใจ จาก วิสาหกิจชุมชนบ้านแควแปรรูป ผลผลิตทางการเกษตร จังหวัดเชียงใหม่ ผลิตผลไม้แปรรูปคุณภาพ มาตรฐาน

๓.๗ เข้าร่วมงานประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ระหว่างวันที่ ๑๘ - ๒๐ กันยายน ๒๕๕๘ เป็นการจัดงานตามคำเชิญของบริษัท EXO cash & carry จำกัด ประเทศ ฝรั่งเศส ให้ อ.ต.ก. ร่วมประชาสัมพันธ์ ผลไม้ไทย ณ ห้างสรรพสินค้า Asia Store – Big Store

#### ผลที่ได้รับ

๑. มีผู้สนใจเข้าชมและขอแผ่นพับข้อมูลเป็นจำนวนมากแสดงให้เห็นถึงความสนใจ การเกิดการรับรู้ของผู้บริโภค/ผู้เข้าชมงานที่มีต่อการจัดกิจกรรมเผยแพร่/ประชาสัมพันธ์
๒. ทำให้รู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาค ซึ่งจะส่งผลให้การผลิตสินค้า/การนำสินค้าไปจำหน่ายในแต่ละภูมิภาคตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
๓. การนำเกษตรกรเข้าร่วมกิจกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้เกษตรกร มีประสบการณ์ตรงในการนำความรู้/ประสบการณ์มาพัฒนาในการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด/สร้างมูลค่าเพิ่มขึ้น
๔. ผลจากการจัดกิจกรรมมีการเจรจาธุรกิจการค้าจากการจัดกิจกรรม
  - ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ๕๒ ราย จาก ๖ ประเทศ
  - ประเทศญี่ปุ่น ๒๐ บริษัททั่วโลก
  - สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ๓๐ บริษัททั่วโลก

#### ปัญหา/อุปสรรค

๑. เงื่อนไขการนำเข้าของสินค้าเกษตรในแต่ละประเทศ
๒. จะต้องมีการซื้อขายผู้นำเข้าสินค้าในแต่ละประเทศ
๓. ราคาสินค้าเกษตรของประเทศไทยสูงกว่าประเทศอื่น
๔. สินค้าเกษตรของประเทศไทยมีอายุการเก็บรักษาที่สั้น

## ผลการดำเนินงาน

ในปีงบประมาณ ๒๕๕๙ อ.ต.ก.ได้ดำเนินการจัดทำเอกสารแผ่นพับ Backdrop วิดีทัศน์ เพื่อให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโครงการเมืองเกษตรสีเขียว พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของเมืองเกษตรสีเขียวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในรูปของนิทรรศการ วิดีทัศน์ สาธิต ชม และชิมผลไม้/สินค้าเกษตร เพื่อเป็นการเผยแพร่ สร้างการรับรู้และการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนนาร่องในการต่อยอดสู่การส่งออกผลไม้ไปยังต่างประเทศ ดังนี้

### ๑.๑ กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

#### ๑.๑.๑ กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สินค้าเกษตรสีเขียว ในประเทศไทย จำนวน ๓ ครั้ง

๑) จัดงานวันเกษตรแห่งชาติ ปี ๒๕๕๙ ณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ อำเภอสันทราย จ. เชียงใหม่ ระหว่างวันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ – ๒ มีนาคม ๒๕๕๙ เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ ๘๔ พรรษาในปี ๒๕๕๙ โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้

- จัดนิทรรศการ “น้ำจากพ่อสร้างผลผลิตที่ดีแก่เกษตรกรสู่ตลาดคุณภาพ อ.ต.ก.” เพื่อเป็นการให้ความรู้ตามโครงการพระราชดำริที่เกี่ยวข้องกับน้ำ
- จัดแสดงนิทรรศการโครงการเมืองเกษตรสีเขียว ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ และจัดแสดงสินค้าเกษตรคุณภาพจากเกษตรกร เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สินค้าเกษตรคุณภาพ ระดับ Premium Grade
- กิจกรรมการให้ความรู้ในรูปแบบแผ่นพับ ใบปลิว Backdrop วิดีทัศน์ ซึ่งได้จัดทำไว้ตั้งแต่โครงการเมืองเกษตรสีเขียว ปี ๒๕๕๘
- กิจกรรมการชม ชิมสินค้าเกษตรคุณภาพ ทั้งสินค้าสดและสินค้าแปรรูปพร้อมทั้งมีเกษตรกรช่วยอธิบายถึงสรรพคุณ คุณประโยชน์และกระบวนการผลิต สินค้าเกษตรคุณภาพ แก่ผู้เข้าชมงาน
- จำหน่ายสินค้าจากเกษตรกรของ ๖ จังหวัดนาร่องโครงการเมืองเกษตรสีเขียว เพื่อให้เกษตรกรได้มีโอกาสนำผลผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง
- กิจกรรมการสาธิตการแกะสลักผลไม้

ผลที่ได้รับ

- เกษตรกรมีโอกาสพบปะผู้บริโภค จึงทำให้เกษตรกรได้รู้ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
- เกษตรกรมีโอกาสให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรคุณภาพแก่ผู้บริโภคโดยตรง เพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรคุณภาพมากขึ้น
- เกษตรกรสามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการจัดงานในครั้งนี้ไปต่อยอดเพื่อเพิ่มรายได้ในอนาคต

๒) จัดกิจกรรมงาน สินค้าเกษตรคุณภาพ เกษตรอินทรีย์วิถีปักษ์ใต้ ณ ตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพ อ.ต.ก. จังหวัดสงขลา อ.เมือง จ.สงขลา ระหว่างวันที่ ๒๘-๓๐ เมษายน ๒๕๕๙ เพื่อสนองรับนโยบายจากรัฐบาล ในการส่งเสริมการปลูกพืชแซมยาง และสร้างรายได้ให้เกษตรกรในช่วงราคายางตกต่ำโดยสนับสนุนให้ผลิตสินค้าเกษตรที่มี

คุณภาพปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคตามแบบวิถีชาวบ้านและเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานสากลโดยจัดตลาดเพื่อรองรับสินค้าเกษตรที่ เกษตรกรนำมาจำหน่าย ณ ตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพ อ.ต.ก. จังหวัดสงขลา อ.เมือง จ.สงขลา โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้

- การจัดนิทรรศการเกษตรอินทรีย์ เมืองเกษตรสีเขียว (Green Agriculture City) การสาธิต การเสวนาเกษตรอินทรีย์ รูปแบบเมืองเกษตรสีเขียวจากจังหวัด พัทลุงและการฝึกอาชีพ
- กิจกรรมการจำหน่ายสินค้าเกษตรคุณภาพปลอดภัย เกษตรอินทรีย์วิถีพื้นบ้าน เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ และสินค้าธงฟ้า
- กิจกรรมการอบรมการทำเกษตรอินทรีย์แบบชุมชนรับรอง (PGS)
- กิจกรรมการเจรจาการค้าจับคู่ธุรกิจ (Business Matching)
- กิจกรรมการแสดงและการประชาสัมพันธ์
- กิจกรรมการให้ความรู้ในรูปแบบแผ่นพับ ใบปลิว Backdrop วีดีทัศน์

ผลที่ได้รับ

- เกษตรกรได้พบปะพูดคุยกับผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกษตรกรได้รู้ความต้องการของผู้บริโภค มากขึ้นทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
- เกษตรกรได้มีโอกาสให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรคุณภาพแก่ผู้บริโภค ซึ่งทำให้เป็นการเพิ่มความมั่นใจกับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรคุณภาพมากขึ้น
- เกษตรกรได้มีโอกาสให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรคุณภาพแก่ผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ โดยตรง ซึ่งเป็นการเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการในการเจรจาธุรกิจต่อไปในอนาคต
- เกษตรกรสามารถนำข้อมูลที่ได้รับจากการจัดงานในครั้งนี้ไปต่อยอดเพื่อเพิ่มรายได้ในอนาคต

๓) จัดกิจกรรมงานสินค้าเกษตรคุณภาพ เกษตรอินทรีย์วิถีปักษ์ใต้ ครั้งที่ ๒ ณ ตลาดสินค้าเกษตรคุณภาพ อ.ต.ก. จังหวัดสงขลา อ.เมือง จ.สงขลา ระหว่างวันที่ ๑๙ -๒๓ กันยายน ๒๕๕๙ เพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ ปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์แบบวิถีชาวบ้านและเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานสากลโดยจัดตลาดเพื่อรองรับสินค้าเกษตรที่เกษตรกรนำมาจำหน่าย โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้

- กิจกรรมการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีคุณภาพ ปลอดภัยสินค้าเกษตรอินทรีย์วิถีพื้นบ้านและเกษตรอินทรีย์ตามมาตรฐานสากล โดยเกษตรกรผู้ปลูกผู้ผลิตจากภาคใต้โดยตรงจำนวน ๑๕๐ บูธ และมีผู้เข้าเยี่ยมชมงานตลอดระยะเวลาการจัดงานประมาณ ๑,๐๐๐ คน
- กิจกรรมการอบรมฝึกอาชีพการเพาะเห็ดแครงเสริมรายได้ โดยวิทยากรที่มีความรู้และประสบการณ์
- กิจกรรมการแสดงและการประชาสัมพันธ์สินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตร ปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ กิจกรรมการแจกชิม

- การจัดนิทรรศการให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัยเกษตรอินทรีย์และการทำเกษตร แบบอินทรีย์
- กิจกรรมการให้ความรู้ในรูปแบบแผ่นพับ ใบปลิว Backdrop วีดิทัศน์

ผลที่ได้รับ

- เกษตรกรได้พบปะพูดคุยกับผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกษตรกรได้รู้ความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของผู้บริโภค
- เกษตรกรได้พบปะพูดคุยกับผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางอันดีที่จะทำให้เกษตรกรมีแหล่งกระจายสินค้าได้มากขึ้น และทำให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการของตลาด
- เกษตรกรได้มีโอกาสให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้าเกษตรคุณภาพแก่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆ ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้าเกษตรคุณภาพและเพิ่มความมั่นใจให้ผู้ประกอบการในการเจรจาธุรกิจ
- เกษตรกรสามารถนำข้อมูลความรู้ที่ได้รับจากการจัดงานในครั้งนี้ไปต่อยอดเพื่อเพิ่มรายได้ในอนาคต
- ผู้เข้าชมงานได้ทราบถึงวิธีการผลิตและคุณประโยชน์ของเห็ดแครงสดเห็ดแครงแห้งและเห็ดแครงแปรรูป ที่เป็นพืชท้องถิ่นของภาคใต้

### ๓.๑.๒ กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สินค้าเกษตรสีเขียว ต่างประเทศ จำนวน ๗ ครั้ง

- ๑) งานไม้ดอกไม้ประดับนานาชาติครั้งที่ ๑๒ ณ Makuhari Messe เมืองชิบะ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ ๑๒-๑๘ ตุลาคม ๒๕๕๘ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไม้ดอกไม้ประดับของไทยและเพื่อส่งเสริมและขยายโอกาสทางการตลาดสินค้าเกษตรของไทยในประเทศญี่ปุ่น โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้
  - จัดนิทรรศการกล้วยไม้ไม้ดอกไม้ประดับตกแต่ง
  - นำตัวแทนสถาบันเกษตรกรเดินทางไปเปิดวิสัยทัศน์ด้านการตลาดไม้ดอกไม้ประดับในประเทศญี่ปุ่น
  - กิจกรรมการให้ความรู้ในรูปแบบแผ่นพับ ใบปลิว Backdrop วีดิทัศน์
  - กิจกรรมสาธิตการใช้ประโยชน์ของกล้วยไม้ในรูปแบบต่างๆ เช่น การร้อยพวงมาลัยในลวดลายต่างๆ การนำไปประดับตกแต่ง เป็นต้น
  - กิจกรรมการเจรจาการค้าจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) ระหว่างผู้นำเข้าและผู้ส่งออกจากนานาชาติและผู้แทนจำหน่ายในประเทศญี่ปุ่น

ผลที่ได้รับ

- ชาวญี่ปุ่นหันมาสนใจไม้ดอกไม้ประดับจากประเทศไทยมากขึ้น
- ชาวญี่ปุ่นเห็นถึงประโยชน์และความสวยงามจากดอกกล้วยไม้ไทย
- ขยายโอกาสการส่งออกไม้ดอกไม้ประดับไทยให้เพิ่มมากขึ้น
- มีผู้สนใจเข้าร่วมเจรจาธุรกิจจำนวน ๓๑ ราย ได้แก่ บริษัทผู้นำเข้าดอกไม้สนใจเข้าร่วมเจรจาธุรกิจ จำนวน ๑๗ บริษัท ร้านดอกไม้ในประเทศญี่ปุ่นจำนวน ๑๔ ราย
- มีผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมบูธ ประมาณ วันละ ๕๐๐ ราย

- ๒) งานแสดงสินค้า International Green Week ๒๐๑๖ ณ กรุงเบอร์ลิน สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ระหว่างวันที่ ๑๖ - ๒๕ มกราคม ๒๕๕๙ เพื่อเผยแพร่

ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรคุณภาพและสินค้าที่มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการจัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการข้าว กรมหม่อนไหม และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้

- จัดนิทรรศการสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แสดงข้อมูล ทางโภชนาการ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์โครงการเมืองเกษตรสีเขียว โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงาน ในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมการข้าว กรมหม่อนไหมและสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
- จัดแสดงสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจาก ๖ จังหวัดนำร่องภายใต้โครงการ เมืองเกษตรสีเขียว ได้แก่ ผลไม้สด เช่น มะม่วงน้ำดอกไม้ มังคุด ขนุน มะพร้าวอ่อน กล้วยไข่ กล้วยน้ำว่า ผลไม้แปรรูป เช่น มะม่วงอบแห้ง สับปะรดอบแห้ง มะขามแกะเปลือกไร้เมล็ด ทูเรียนทอดกรอบ
- กิจกรรมการให้ความรู้ในรูปแบบแผ่นพับ ใบปลิว Backdrop วีดิทัศน์
- กิจกรรมสาธิตการปอกผลไม้ แจกผลไม้ตัวอย่างให้ผู้ชมงานได้ชิมผลไม้จากประเทศไทย

ผลที่ได้รับ

- ชาวยุโรปและชาวเยอรมันรู้จักผลไม้ไทยเพิ่มขึ้นหลายชนิด ทั้งทุเรียน กล้วยไข่ กล้วยน้ำว่า มังคุด
- สามารถทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคชาวต่างประเทศ เพื่อให้เกษตรกรสามารถพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดสินค้าเกษตรในต่างประเทศ
- เกษตรกรได้รับประสบการณ์ตรงจากการเข้าร่วมจัดงานประชาสัมพันธ์ผลไม้เมืองเกษตรสีเขียว พร้อมทั้งเป็นผู้ให้ข้อมูลสินค้าโดดเด่นของแต่ละจังหวัด ทำให้ชาวต่างชาติรู้จักผลไม้ไทยและคุ้นชิน มากยิ่งขึ้น
- บุคลากร อ.ต.ก. และสินค้าเกษตรคุณภาพของไทยได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีโทรทัศน์ของเยอรมนี ช่อง RBB และช่อง CK
- มีผู้เข้าชมงาน ทั้งชาวเยอรมันและชาติอื่นๆ ตลอด ๑๐ วันกว่า ๓๐,๐๐๐ คน

๓) งาน Fruit Logistica, ๒๐๑๖ ณ ศูนย์การจัดแสดงสินค้า (Messe Berlin) กรุงเบอร์ลิน สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ระหว่างวันที่ ๓-๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยและเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรไทยในต่างประเทศ อาทิ มะม่วง มังคุด เงาะ มะพร้าว ลำไย และผลไม้อบแห้งต่าง ๆ โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้

- จัดแสดงผลผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรคุณภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของไทย ทั้งผัก ผลไม้สด ผลไม้แปรรูป และดอกไม้ เช่น กระจับปี่ ข้าวโพดอ่อน มังคุด ลำไย มะม่วงน้ำดอกไม้ สับปะรดอบแห้ง เป็นต้น
- กิจกรรมการให้ความรู้ในรูปแบบแผ่นพับ ใบปลิว Backdrop วีดิทัศน์



- การแจกชิมผลไม้สดและผลไม้อบแห้งเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรของไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
  - การแลกเปลี่ยนข้อมูลและการเจรจาธุรกิจเพื่อหาช่องทางตลาดสินค้าเกษตรแก่เกษตรกร
  - จัดกิจกรรมส่งเสริมประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรคุณภาพจากผลผลิตของไทยตลอดจนตกแต่งสถานที่ด้วยผลิตภัณฑ์ไทยเพื่อดึงดูดความสนใจผู้เข้าร่วมชมงาน
- ผลที่ได้รับ

- มีบริษัทผู้นำเข้ากว่า ๓๐ บริษัทสนใจขอข้อมูลธุรกิจ และมีบริษัทผู้นำเข้าและส่งออกจากหลายประเทศทั่วโลก เช่น สหราชอาณาจักรเยอรมัน ฝรั่งเศส เบลเยียม โปแลนด์ เนเธอร์แลนด์ แคนาดา นอร์เวย์ บาร์เรน แอฟริกา สหรัฐอาหรับเอมิเรสต์ จอร์แดน อิตาลี อินเดีย คูเวต เป็นต้น สนใจขอข้อมูลทางธุรกิจ
- ชาวเยอรมันเริ่มหันมาใส่ใจดูแลเรื่องสุขภาพมากขึ้น จึงให้ความสนใจกับอาหารที่ปลอดภัย ทำให้มีผู้แทนจากบริษัทนำเข้าหลายบริษัทสนใจสอบถามข้อมูล
- มีการแจ้งความจำนง ขอทราบราคาสินค้าเกษตรไทยผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์จำนวน ๑๔ ฉบับ โดยสอบถามถึงสินค้าเกษตรไทย ได้แก่ มะม่วงน้ำดอกไม้ทุเรียน ส้มโอ ลำไย เงาะ สับปะรด
- สินค้าเกษตรคุณภาพของไทยที่จัดแสดงภายในบูธของ อ.ต.ก. ได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีโทรทัศน์ของเยอรมนี ช่อง ZDF

๔) งานเทศกาลไทย ครั้งที่ ๑๔ ณ สวนไทยโนะฮิโรบะ นครโอซากา ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ ๒๑-๒๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรคุณภาพและสินค้าที่มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตามโครงการเมืองเกษตรสีเขียว เพื่อนำผลผลิตทางการเกษตรคุณภาพสูงมาจัดแสดงและนำกลุ่มเกษตรกรมาออกบูธเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้าเกษตรไทย

โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้

- จัดนิทรรศการสินค้าเกษตรคุณภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของไทย แสดงข้อมูลทางโภชนาการพร้อมทั้งประชาสัมพันธ์โครงการเมืองเกษตรสีเขียว
- จัดแสดงสินค้าเกษตรคุณภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของไทย ได้แก่ ผักผลไม้ เช่น มะพร้าวน้ำหอม สับปะรด ทุเรียน มะม่วงน้ำดอกไม้ พร้อมทั้งการแจกชิมผลไม้สดของไทย
- การสาธิตประดิษฐ์ดอกกล้วยไม้ในรูปแบบต่างๆ การร้อยพวงมาลัยจากกล้วยไม้ในลวดลายต่างๆ
- เชิญผู้ประกอบการและเกษตรกรจากจังหวัดราชบุรี หนองคาย และศรีสะเกษ เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าเกษตรคุณภาพ เพื่อเป็นการสำรวจความต้องการตลาดสินค้าเกษตรในประเทศญี่ปุ่น

ผลที่ได้รับ

- ชาวญี่ปุ่นชื่นชอบ ผักผลไม้ไทย ที่นำไปทุกชนิด โดยเฉพาะทุเรียน มะม่วงมะพร้าว รวมถึงดอกไม้ พวงมาลัยจากกล้วยไม้ของไทยซึ่งมีลวดลายงดงาม

- เกษตรกรได้ประสบการณ์ตรงจากการนำสินค้าไปจำหน่ายและเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร

๕) งาน United Fresh ๒๐๑๖ ณ McCormick นครชิคาโก สหรัฐอิตลินอยส์ ระหว่างวันที่ ๒๐-๒๒ มิถุนายน ๒๕๕๙ ซึ่งฝ่ายการเกษตรประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส ได้เชิญ อ.ต.ก. ให้เข้าร่วมจัดงานในครั้งนี้ เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรคุณภาพของไทย แก่ ผู้นำเข้า (Importers) และผู้กระจายสินค้า (Distributors) ยกระดับสินค้าเกษตรคุณภาพสู่มาตรฐาน US Department of Agriculture (USDA) เพื่อโอกาสด้านการตลาดและจัดหาช่องทางการกระจายสินค้าเกษตรคุณภาพได้มาตรฐาน รวมถึงผู้ค้าปลีกและค้าส่งในสหรัฐอเมริกาได้เข้าชมเพื่อหาแหล่งซื้อสินค้าแหล่งใหม่สำหรับจำหน่ายภายในสหรัฐอเมริกาเป็นหลัก ซึ่งสหรัฐอเมริกาถือเป็นฐานเศรษฐกิจขนาดใหญ่และเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อเป็นอันดับต้นๆ ของโลก

โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้

- จัดนิทรรศการสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แสดงข้อมูลทางโภชนาการพร้อมทั้งประชาสัมพันธ์โครงการเมืองเกษตรสีเขียว
- ประชาสัมพันธ์โครงการเมืองเกษตรสีเขียวในรูปแบบแผ่นพับและ Backdrop
- จัดแสดงสินค้าเกษตรคุณภาพของ ๖ จังหวัดนำร่องโครงการเมืองเกษตรสีเขียวที่ผ่านมาตรฐาน USDA และให้ข้อมูลทางโภชนาการ พร้อมทั้งการแจกซิม
- การเจรจาธุรกิจการค้าโดยนำ บริษัท โกลเบลฟู้ด เทรดิง จำกัด เข้าร่วมเจรจาเพื่อหาช่องทางตลาดสินค้าเกษตรแก่เกษตรกร

ผลที่ได้รับ

- ผู้นำเข้าสินค้าเกษตรในสหรัฐอเมริกา ให้ความสนใจในการเจรจาธุรกิจจำนวน ๗ ราย ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรของไทยต่อไป
- ผู้บริโภคชาวอเมริกันให้ความสนใจน้ำมันมะพร้าวมากที่สุด ในส่วนของผักและสมุนไพรนั้น เป็นที่นิยมให้ผู้บริโภคชาวเอเชียซึ่งเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับสินค้าเกษตรไทย
- มีช่องทางในการขยายตลาดของสินค้าเกษตรจากประเทศไทยสู่ชาวอเมริกันและชาวเอเชียที่อาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น
- ผู้ประกอบการได้ศึกษาถึงพิธีศุลกากรของสหรัฐอเมริกาเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำเข้าสินค้าเกษตรสู่สหรัฐอเมริกา
- ผู้ประกอบการได้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคและตลาดของสหรัฐอเมริกา

๖) งานแสดงสินค้าเกษตรคุณภาพ Thai Festival ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน ห้างสรรพสินค้า Super Brand Mall ระหว่างวันที่ ๒๐-๒๔ กรกฎาคม ๒๕๕๙ โดยเป็นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของสินค้าเกษตรของไทยในสาธารณรัฐประชาชนจีนในด้านมาตรฐาน และคุณภาพสินค้ากระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการ

เพิ่มโอกาสในการขยายช่องทางการตลาดสำหรับตลาดต่างประเทศ โดยนครเชียงใหม่เป็นฐานเศรษฐกิจขนาดใหญ่ของสาธารณรัฐประชาชนจีนและมีกำลังซื้อสูงที่สุด

โดยดำเนินกิจกรรม ดังนี้

- จัดนิทรรศการแสดงผลผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรคุณภาพของไทยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคัดสรร ผลิตภัณฑ์จากจังหวัดเป้าหมายโครงการเมืองเกษตรสีเขียว คือ เชียงใหม่ ศรีสะเกษ หนองคาย ราชบุรี จันทบุรี และพัทลุง รวมถึงพื้นที่อื่นที่ได้มีการพัฒนาคุณภาพ สินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าผลิตภัณฑ์นำไปจัดกิจกรรมและนิทรรศการ ได้แก่ ผลไม้สด ผลไม้แปรรูป ข้าว และสินค้าเกษตรแปรรูป
- จัดกิจกรรมแจกซิม แนะนำวิธีการบริโภค และสรรพคุณผลไม้ไทยและผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรของไทย
- จำหน่ายสินค้าเกษตรคุณภาพ เพื่อเป็นการสำรวจความต้องการตลาดสินค้าเกษตรในประเทศจีน
- ประชาสัมพันธ์โครงการเมืองเกษตรสีเขียวในรูปแบบแผ่นพับ

ผลที่ได้รับ

- ชาวจีนชื่นชอบผลไม้ไทยทุกประเภท โดยเฉพาะทุเรียน มะม่วง มะพร้าว
- มีผู้แสดงความสนใจที่จะสั่งซื้อผลไม้ไทย จำนวน ๔ ราย ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการติดต่อ
- เกษตรกรได้ประสบการณ์ตรงจากการนำสินค้าไปจำหน่ายและเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร
- ทางคณะ ผู้บริหาร อ.ต.ก. ได้มีโอกาสเข้าเยี่ยมชม บริษัท Yi Gua ซึ่งเป็นบริษัทค้าเกษตรเกษตรออนไลน์ อันดับ ๑ ของประเทศจีน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการเข้าเยี่ยมชมบริษัท Yi Gua ในครั้งนี้ มาใช้ในการบริหารตลาดสินค้าออนไลน์ของ อ.ต.ก. เพื่อเป็นการขยายตลาด ให้กับเกษตรกรอีกทางหนึ่งและเป็นการรับนโยบายของรัฐบาลด้านเศรษฐกิจดิจิทัล

๗) เข้าร่วมงาน EXPO ANTALYA ๒๐๑๖ ณ เมืองอัลทาลยา สาธารณรัฐตุรกี ระหว่างวันที่ ๒๘ กรกฎาคม - ๔ สิงหาคม ๒๕๕๙ โดยรัฐบาลสาธารณรัฐตุรกีเชิญประเทศไทย เข้าร่วมงาน International Horticultural Exposition : EXPO ๒๐๑๖ หรือ EXPO ANTALYA ๒๐๑๖ ซึ่งเป็นงาน World Expo โดยมีการสับเปลี่ยนหมุนเวียน ไปจัดในประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยปีนี้ได้มีการจัดหัวข้อและรูปแบบของงานเกี่ยวข้องกับพืชสวน กระถางเกษตรและสหกรณ์ จึงมอบหมายให้กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นหน่วยงานหลัก ในการดำเนินการ และกรมส่งเสริมการเกษตรได้แจ้งเชิญ อ.ต.ก. ให้เข้าร่วมในการจัดกิจกรรมและนิทรรศการด้านพืชสวนไทย ภายในอาคารศาลาไทย (Thailand Pavilion) ร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรคุณภาพและสินค้าที่มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของไทย สร้างโอกาสและยกระดับมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร เป็นการขยายตลาดใหม่ในการส่งออกสินค้าเกษตรคุณภาพของไทย สอดคล้องกับภารกิจโครงการเมืองเกษตรสีเขียว

โดยดำเนินกิจกรรม ดังนี้

- จัดแสดงผลไม้ไทยและผลิตภัณฑ์เกษตรคุณภาพที่ได้มาตรฐานเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยคัดสรรผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตรคุณภาพจาก ๖ จังหวัด เป้าหมายในโครงการเมืองเกษตรสีเขียว คือ เชียงใหม่ ศรีสะเกษ หนองคาย ราชบุรี จันทบุรี และพัทลุง รวมถึงพื้นที่อื่นที่ได้มีการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสินค้าเกษตรอินทรีย์
- จัดกิจกรรมแจกซิม แนะนำวิธีบริโภค และสรรพคุณผลไม้ไทยและผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรของไทย โดยสินค้าผลิตภัณฑ์ที่นำไปจัดกิจกรรมและนิทรรศการ ได้แก่ ผลไม้สด ผลไม้แปรรูป ข้าว และสินค้าเกษตรแปรรูป

ผลที่ได้รับ

- สามารถทราบถึงความต้องการของตลาดและผู้บริโภค เพื่อให้เกษตรกรได้พัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค
- เนื่องจากลักษณะงานเป็นงาน World Expo ซึ่งจะมีการเวียนไปจัดในประเทศต่างๆ ทั่วโลก และเป็นงานที่มีผู้คนสนใจจำนวนมาก จึงเป็นช่องทางที่ดีที่จะเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยที่แปลกใหม่สำหรับชาวต่างชาติ และต่อยอดผลไม้ที่ชาวต่างชาติรู้จักอยู่เดิม และยังเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับสินค้าเกษตรของไทย
- ผู้สนใจเข้าเยี่ยมชมบูธ ประมาณวันละ ๗๐๐ - ๑,๐๐๐ ราย

## ปี ๒๕๖๐

### ผลการดำเนินงาน

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ อ.ต.ก. ดำเนินการประชาสัมพันธ์/เผยแพร่สินค้าเกษตรคุณภาพและสินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมตลอดจนพัฒนาเครือข่ายตลาดสินค้าเกษตรสีเขียว จาก ๖ จังหวัดเป้าหมายควบคู่กับสินค้าเกษตรคุณภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากพื้นที่อื่น ๆ ให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

- อ.ต.ก. ดำเนินโครงการศูนย์การเรียนรู้การเพาะเห็ดแคลงอินทรีย์ ณ สำนักงาน อ.ต.ก. จังหวัดสงขลา โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์แบบวิถีชาวบ้านและเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานสากล
- อ.ต.ก. เข้าร่วมงาน International Green Week ๒๐๑๖ ณ ศูนย์การจัดงานแสดงสินค้า (Messe Berlin) สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี ระหว่างวันที่ ๒๐ - ๒๙ มกราคม ๒๕๖๐ เพื่อเผยแพร่มาตรฐานและคุณภาพผลิตผลทางการเกษตรของไทย และเสริมสร้างภาพลักษณ์ สินค้าไทยสู่ตลาดโลก รวมทั้งสร้างกระแสความนิยมด้านอาหาร สินค้า และวัฒนธรรมไทยในสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี โดยดำเนินกิจกรรมดังนี้
  - ๑) จัดนิทรรศการสินค้าเกษตรคุณภาพ การแสดงข้อมูลทางโภชนาการ ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมสินค้าเกษตรคุณภาพ ปลอดภัยใส่ใจสิ่งแวดล้อม
  - ๒) จัดแสดงสินค้าจากสินค้าเกษตรคุณภาพ สดและแปรรูป
  - ๓) จัดซิมผลไม้ สาธิตการปรุงอาหารง่าย ๆ จากผักผลไม้ของไทย