

โครงการตามยุทธศาสตร์ผลไม้

ปี ๒๕๕๘

ผลการดำเนินงาน

มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูล/รายชื่อผู้ประกอบการแหล่งรับซื้อ/แหล่งขายที่สำคัญของผลไม้เศรษฐกิจ ๑๐ ชนิด เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้บริโภคผลไม้ไทยอย่างแพร่หลายและเชื่อมโยงแหล่งผลิตจากชาวสวนผลไม้ถึงผู้บริโภคโดยตรง และเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลไม้ไทย โดยในปี ๒๕๕๗ อ.ต.ก. ได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ แหล่งรับซื้อ/แหล่งขายที่สำคัญของผลไม้เศรษฐกิจ จัดงานประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ จัดพื้นที่ให้วิสาหกิจชุมชน/กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ในภาคตะวันออก นำผลไม้ภาคตะวันออก ได้แก่ มังคุด ทุเรียน เงาะ และลองกอง มาจำหน่าย ณ ตลาด อ.ต.ก. ร่วมกิจกรรมออกร้านจำหน่ายผลผลิตลำไยในงานจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และจัดพื้นที่ให้เกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดทางภาคเหนือ มาออกร้านจำหน่ายลำไยสดคุณภาพดี และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากลำไย



ปี ๒๕๕๘

ผลการดำเนินงาน

ในปีงบประมาณ ๒๕๕๘ อ.ต.ก. ได้ดำเนินงานโครงการยุทธศาสตร์ผลไม้ โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

๑. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลไม้เศรษฐกิจ
 - รวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการผลไม้ ลำไย ลิ้นจี่ ทุเรียน เงาะ ลองกอง
๒. การรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย
 - จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย
 - กิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการบริโภคลำไย ณ อิมแพคเมืองทองธานีระหว่าง ๙ - ๑๔ ธันวาคม ๒๕๕๗
 - จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการบริโภคลิ้นจี่จากภาคเหนือฤดูการผลิต ๒๕๕๘ ระหว่าง ๖ - ๒๖ พฤษภาคม ๒๕๕๘

- กิจกรรมจำหน่ายผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารคาวหวานจากผลไม้ในงาน “เทศกาลผักผลไม้ไทยคุณภาพ” ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษมข้างทำเนียบรัฐบาล กทม. ระหว่าง ๖ - ๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๘
- คัดเลือกเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนออกร้านจำหน่ายสินค้าคุณภาพในงานตลาด ๔ มุมเมือง "ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม (อ.ต.ก.สุวรรณภูมิ)" ณ ตลาด อ.ต.ก. แขวงดอกไม้ เขตประเวศ กทม. ระหว่างวันที่ ๔ - ๒๘ กันยายน ๒๕๕๘

๓. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมผลไม้ไทยในต่างประเทศ

- จัดผลไม้มอบแก่ผู้นำประเทศในการเดินทางเยือนประเทศในแถบอาเซียนสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศญี่ปุ่น ของนายกรัฐมนตรี เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย ตามแนวทางการดำเนินพื้ทูตแบบ Fruit Diplomacy

ปี ๒๕๕๙

ผลการดำเนินงาน

ในปีงบประมาณ ๒๕๕๙ อ.ต.ก. ได้ดำเนินงานโครงการยุทธศาสตร์ผลไม้ โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

๑. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลไม้เศรษฐกิจ

- รวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการผลไม้ภาคเหนือ (ลำไย - ลิ้นจี่) ผลไม้ภาคตะวันออก (ทุเรียน - เงาะ - ลองกอง) และผลไม้ภาคใต้ (ลองกอง - มังคุด - เงาะ)

๒. การรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทย

- ประสานกลุ่มเกษตรกรในการจัดหาพื้นที่ประชาสัมพันธ์ผลไม้และกระจายผลผลิต
- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในงานวันอาหารโลก ณ ลานเอนกประสงค์ ศาลากลางจังหวัดนครราชสีมา
- จัดกิจกรรมจำหน่ายผลไม้ไทยคุณภาพ ร่วมออกงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสสมหามงคลเฉลิมพระชนพรรษา ๘๘ พรรษา
- เตรียมแผนการประชาสัมพันธ์และแผนกระจายผลไม้ลิ้นจี่/ลำไยคุณภาพจากภาคเหนือ
- ประสานงานกับหน่วยงานราชการและกลุ่มเกษตรกรเพื่อเตรียมแผนจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทุเรียนภาคตะวันออก
- จัดพื้นที่ประชาสัมพันธ์ผลไม้และกระจายผลผลิตให้แก่เกษตรกรของแต่ละภูมิภาค
- ร่วมประชุมกับส่วนราชการและเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่คุณภาพในจังหวัดพะเยา เพื่อเตรียมจัดกิจกรรมลิ้นจี่คุณภาพดี จังหวัดพะเยา
- เตรียมจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผักผลไม้คุณภาพ ณ ตลาดคลองผดุงกรุงเกษม ข้างทำเนียบรัฐบาล ระหว่างวันที่ ๑ - ๒๔ เมษายน ๒๕๕๙

๓. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมผลไม้ไทยในต่างประเทศ

- จัดผลไม้มอบให้ผู้นำประเทศในการเดินทางไปเข้าร่วมประชุมเอเปคที่สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ของนายก รัฐมนตรีเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทย

ผลที่ได้รับ

๑. ผู้บริโภคมีความสนใจและมีความต้องการบริโภคผลไม้คุณภาพดี
๒. สนับสนุนให้เกษตรกรเกิดการเรียนรู้และพัฒนาคุณภาพผลผลิตของตนเอง
๓. เป็นการประชาสัมพันธ์ผลไม้คุณภาพจากตลาด อ.ต.ก.ย่านพหลโยธิน
๔. ตลาดผู้บริโภคตื่นตัวและมีความต้องการบริโภคสินค้าคุณภาพดี โดยมีเกษตรกรมาจำหน่ายให้โดยตรงและจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมและพึงพอใจแก่ผู้บริโภค
๕. เกษตรกรได้เรียนรู้ด้านการตลาด เช่น กำหนดราคาจำหน่ายค้าปลีก วิธีการจำหน่ายผลไม้ การขนส่งผลไม้ และการเพิ่มมูลค่าผลไม้จากการทำคุณภาพและบรรจุภัณฑ์
๖. เกษตรกรชาวสวนมีการพัฒนาผลผลิตสินค้า การบำรุงรักษาหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อให้ได้สินค้าคุณภาพมาตรฐานที่ยอมรับของตลาด
๗. เกษตรกรวิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้ด้านการตลาดสินค้าเกษตรที่ตนเองผลิตได้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรกรรมรายได้เพิ่ม
๘. ประชาชนได้บริโภคผลผลิตทางการเกษตร ผัก ผลไม้ อาหาร จากผลไม้ที่ปลอดภัยและมีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม
๙. เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรคุณภาพจากตลาด อ.ต.ก. ย่านพหลโยธิน
๑๐. ส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าสินค้าจากบรรจุภัณฑ์ผลไม้(Packaging)เพื่อยกระดับให้เป็นสินค้าพรีเมียมเกรด
๑๑. สนับสนุนให้เกษตรกรเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การแข่งขันด้านการตลาดเพื่อพัฒนาคุณภาพผลผลิตของตนเอง
๑๒. เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/สถาบันเกษตรกรหรือผู้ประกอบการรายย่อยสามารถนำสินค้าของตนเองไปประชาสัมพันธ์สร้างเครือข่ายลูกค้าประจำ
๑๓. ประชาชนผู้บริโภคในเขตปริมณฑลด้านทิศตะวันออกของ กทม. จะได้มีตลาดแห่งใหม่ใกล้บ้านสำหรับเลือกซื้อสินค้าเกษตรคุณภาพปลอดภัยในราคาที่เหมาะสมจากเกษตรกรผู้ผลิตโดยตรง
๑๔. เป็นสถานที่พบปะและพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในเขตปริมณฑล

ปัญหาอุปสรรค

๑. เนื่องจากสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย อากาศหนาวเย็นไม่ต่อเนื่องในช่วงติดต่อกับประกอบกับสภาวะฝนแล้วผลผลิตสินค้าคุณภาพจาก อ.แม่ใจ จ.พะเยา จึงทำการเก็บเกี่ยวได้ล่าช้ากว่าการคาดการณ์ประมาณ ๓ อาทิตย์ ทำให้เกษตรกรไม่มีผลผลิตสินค้าคุณภาพดีและสินค้าคุณภาพเกรดพรีเมียมมาจำหน่ายที่ตลาด อ.ต.ก. ในช่วงต้นเทศกาลสินค้า ซึ่งแนวทางการแก้ไขในปีต่อไป

จะได้มีการกำหนดแผนในการจัดกิจกรรมร่วมกับ จ.พะเยาและกรมส่งเสริมการเกษตรให้มีความ ยืดหยุ่นสอดคล้องกับผลผลิตลื่นจี่ที่จะออกสู่ตลาด

๒. ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักสถานที่ และไม่ค่อยทราบข่าวการจัดกิจกรรม ผู้จัดงานจึงได้ทำการ ประชาสัมพันธ์โดยการแจกใบปลิวให้ถึงมือผู้บริโภคตามหมู่บ้าน ฯลฯ
๓. สถานที่จัดกิจกรรมมีฝุ่นละอองมากเนื่องจากเจ้าของตลาดไม่สามารถดำเนินการลาดยางแอส ฟัลต์พื้นถนนที่ใช้ในการจัดกิจกรรมได้ ผู้จัดงานจึงนำน้ำมารดพื้นถนนวันละ ๓ - ๔ รอบ เพื่อลด ปริมาณฝุ่นละออง
๔. ในช่วงระยะเวลาจัดกิจกรรมมีฝนตกหนักจึงทำให้พื้นที่ตลาดบางส่วนมีน้ำท่วมไหลไม่ทัน เจ้าของ ตลาดจึงทำการติดตั้งเครื่องสูบน้ำเพื่อระบายลงท่อระบายน้ำ
๕. ระยะเวลาการจัดงานนานเกินไป ผู้ประกอบการได้เสนอให้จัดประมาณ ๗ - ๑๐ วัน

ปี ๒๕๖๐

ผลการดำเนินงาน

ในปีงบประมาณ ๒๕๖๐ อ.ต.ก. ได้ดำเนินงานโครงการยุทธศาสตร์ผลไม้ โดยแบ่งการดำเนินงาน ออกเป็น ๔ ส่วน ดังนี้

๑. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลไม้เศรษฐกิจ

เป้าหมาย

- เกษตรกรผู้ผลิตผู้ปลูกผลไม้เศรษฐกิจคุณภาพสำหรับการส่งออกในพื้นที่เป้าหมาย ๖ จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ พะเยา ลำพูน จันทบุรี ระยอง และศรีสะเกษ

ผลการดำเนินงาน

- จัดทำทะเบียนเกษตรกรผู้ผลิตผู้ปลูกผลไม้เศรษฐกิจคุณภาพ จังหวัดเชียงใหม่ และพะเยา

๒. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้ที่มีคุณภาพและสร้างมูลค่าเพิ่ม

เป้าหมาย

- ผู้ผลิต/ผู้ปลูกผลไม้

ผลการดำเนินงาน

- ศึกษาข้อมูลจากหน่วยงาน/องค์กรที่มีความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลไม้ เพื่อเป็น ข้อมูลในการจัดอบรมผู้ผลิต ผู้ปลูกผลไม้

๓. การส่งเสริมและพัฒนาตลาดภายในประเทศ

เป้าหมาย

- สถาบันเกษตรกร วิชากิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร และเกษตรกร ชาวสวนผลไม้และผู้บริโภค ภายในประเทศ

ผลการดำเนินงาน

- จัดกิจกรรมศูนย์กระจายผลผลิตล่องจาก ๓ จังหวัดชายแดนใต้ ณ ตลาด อ.ต.ก. , ชานชลลา สถานีรถไฟหัวลำโพง และศูนย์ราชการแจ้งวัฒนะ
- ประสานงานกับเกษตรกรจังหวัด เกษตรอำเภอเพื่อเตรียมแผน การส่งเสริมการจำหน่าย ผลผลิตให้แก่เกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่

- ประสานงานกับเกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ และเกษตรกรชาวสวนลิ้นจี่ เพื่อเตรียมแผนการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์แหล่งปลูกลิ้นจี่คุณภาพ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา

๔. การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมผลไม้ไทยและผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ

เป้าหมาย

- ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพในการบริโภคผลไม้ไทย/ศึกษาสู่ทางการตลาดในกลุ่มประเทศ AEC

ผลการดำเนินงาน

- เตรียมแผนศึกษาการเปิดตลาดสินค้าเกษตรของไทย ณ นครเชียงใหม่ สาธารณรัฐประชาชนจีน
-