

ข่าวเลขที่ 80

31 กรกฎาคม 2562

กระทรวงพาณิชย์ จับมือรัฐและเอกชนร่วมลงนามบันทึกความร่วมมือบริหารจัดการผลไม้ ปี 2562

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน ร่วมกับ กรมท่าอากาศยาน บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) บริษัท เอก-ชัย ดิสทริบิวชั่น ซิสเทม จำกัด บริษัท สยามแม็คโคร จำกัด บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ดรีเทล จำกัด บริษัท เดอะมอลล์ กรุ๊ป จำกัด บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) สมาคมภัตตาคารไทย สมาคมโรงแรมไทย สมาคมธนาคารไทย ผู้แทนส่งออกผลไม้ บริษัท ropic บรรเจิด จำกัด (TOPMART) บริษัท ศรีสมัยค้าส่ง จำกัด บริษัท ทวีกิจซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด บริษัท ซูเปอร์ซีป จำกัด และ บริษัท ซี เจ เอ็กเพรส กรุ๊ป จำกัด ลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) การบริหารจัดการด้านการตลาดผลไม้ปีการผลิต 2562 เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนด้านการตลาดให้แก่เกษตรกรชาวสวนผลไม้มังคุด ลองกอง เงาะ และลำไย รวมถึงผลไม้ตามฤดูกาลอื่นๆ ที่จะออกผลผลิตในช่วงปลายปี 2562 นี้

นายจรินทร์ ลักษณวิศิษฏ์ รองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ กล่าวถึงการลงนามร่วมกันระหว่างภาครัฐ และเอกชนในครั้งนี้ว่า “กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายในได้เตรียมความพร้อม เพื่อบริหารจัดการด้านการตลาดให้แก่เกษตรกรชาวสวนผลไม้มังคุด ลองกอง เงาะ และลำไย รวมถึงผลไม้อื่นๆ ที่จะออกผลผลิตในปลายปี 2562 เพื่อขยายตลาดการบริโภคผลไม้ในประเทศ และนำความหลากหลายไปสู่ผู้บริโภคในช่องทางต่างๆ ด้วยการเชื่อมโยงตลาด ร่วมกับห้างค้าปลีกค้าส่ง ได้แก่ บิ๊กซี โลตัส ท็อป เดอะมอลล์ เพื่อเชื่อมโยงเข้ามาจำหน่ายในห้างฯ รวมทั้งจัดสรรพื้นที่ให้เกษตรกรเข้าไปจำหน่ายโดยตรงให้กับประชาชน อีกทั้งยังเชื่อมโยงผลผลิตจากแหล่งผลิตไปจำหน่ายให้แก่ประชาชนโดยตรง ผ่านร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ อีกทั้งยังได้ส่งเสริมการขายมังคุดภาคใต้ผ่านตลาด Online ซึ่งบริษัท ไปรษณีย์ไทยจะเป็นผู้จัดส่งแบบ Door-Door โดยไม่คิดค่าบริการจัดส่ง”

ในด้านการส่งเสริมการบริโภค ได้ขอความร่วมมือจากหน่วยงานรัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน โดยวางแผนให้มีการจัดกิจกรรมรณรงค์การบริโภคผลไม้ภาคใต้ กิจกรรมรณรงค์บริโภคสินค้า ณ หัวเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี สงขลา รวมถึงการนำผลไม้ไทยไปรีดิวซ์ยังต่างประเทศ อีกทั้งยังส่งเสริมการเพิ่มสภาพคล่องแก่ผู้ประกอบการ ด้วยการเพิ่มศักยภาพแก่ผู้รวบรวม ผู้ค้า ผู้ส่งออกชาวไทยให้สามารถเข้าไปรวบรวมรับซื้อผลผลิตแข่งขันกับผู้นำเข้าต่างประเทศ (ล้งจีน) และสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้รวบรวมเข้าไปรับซื้อผลผลิตลำไยสด (คว้านเมล็ด) ในภาคเหนือ

ไม่เพียงเท่านั้นยังมีมาตรการในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ซึ่งได้รับความร่วมมือจากท่าอากาศยาน และสายการบินต่าง ๆ อำนวยความสะดวกและให้สิทธิพิเศษแก่ผู้โดยสารสามารถนำผลไม้ขึ้นเครื่องได้ในระยะเวลา 3 เดือน

นอกจากนี้ ยังได้จัดให้มีการยกระดับมาตรฐานการจัดการผลไม้ โดยการจัดทำมาตรฐานทางการค้าและการบรรจุภัณฑ์ทุเรียนคุณภาพ ในการยกระดับมาตรฐานทุเรียนคุณภาพส่งออก รวมถึงพัฒนารูปแบบและวิธีการบรรจุภัณฑ์เพื่อถนอมอาหาร ลดความสูญเสีย และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการจัดการ จัดทำมาตรฐานกระบวนการดำเนินการ และการจัดการของศูนย์คัดแยกคุณภาพ Agricultural Grading Quality Center : AGQC อาทิ มาตรฐานคุณภาพ การคัดแยกคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ และการตรวจสอบสารพิษตกค้าง เป็นต้น โดยมีระบบการขึ้นทะเบียนเกษตรกรและผู้ค้าที่เข้ามาใช้บริการเพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งผลิตคุณภาพ และศึกษาช่องทางการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค และจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยในต่างประเทศ ได้แก่ กัมพูชา จีน เวียดนาม ลาว อินเดีย และสหรัฐอเมริกา

“กระทรวงพาณิชย์ เชื่อมมั่นว่ามาตรการที่ได้เตรียมพร้อม และความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในครั้งนี้ จะช่วยส่งเสริมเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตรของไทย รวมถึงป้องกัน และรองรับปัญหาสินค้าผลไม้ล้นตลาดในปี 2562 ได้เป็นอย่างดี” นายจรินทร์กล่าวเสริม

.....