

รายละเอียดงบประมาณประจำปีงบประมาณ

พ.ศ. ๒๕๖๐ ของ สนค.

โครงการศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำต้นแบบ
การใช้การตลาดนำเศรษฐกิจการค้าสินค้าเกษตร

๑. ชื่อโครงการ

ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำต้นแบบการใช้การตลาดนำเศรษฐกิจการค้าสินค้าเกษตร

๒. หน่วยงานรับผิดชอบ กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์

๓. ความสำคัญของโครงการ/หลักการและเหตุผล

ภาคเกษตรกรรมเป็นภาคการผลิตสำคัญของคนไทยมาช้านาน เกษตรกรไทยมักเลือกปลูกพืชที่ขายได้ราคาดี ณ ช่วงเวลาที่เริ่มทำการเพาะปลูก ซึ่งในอดีตการค้าสินค้าเกษตรยังไม่มี ความซับซ้อนมากนัก ราคาจึงปรับขึ้นลงตามปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดในแต่ละฤดูกาลภายในประเทศ โดยมีปัจจัยเรื่องภัยธรรมชาติและโรคระบาดเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อปริมาณและคุณภาพของผลผลิต แต่ ณ ปัจจุบันการค้าสินค้าเกษตรมีความซับซ้อนมากขึ้น มีการเชื่อมโยงตลาดขยายออกไปนอกชุมชน จังหวัด และต่างประเทศ ทำให้ราคาสินค้าเกษตรผันแปรตามอุปสงค์และอุปทานของตลาดอย่างรวดเร็วมากขึ้น ราคาสินค้าเกษตรของไทยไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องฤดูกาล ภัยธรรมชาติและโรคระบาดในประเทศแต่เพียงอย่างเดียว แต่จำนวนผลผลิตที่ออกสู่ตลาดจากทั่วโลก รวมทั้ง การเปลี่ยนแปลงของลักษณะการบริโภคในแต่ละตลาด ก็ส่งผลให้ราคาสินค้าเกษตรไม่แน่นอนยากต่อการคาดเดาและการวางแผนการผลิตสำหรับเกษตรกร

เกษตรกรจำนวนมากเลือกที่จะปรับเปลี่ยนพืชที่เพาะปลูกจากพืชเดิม เป็นพืชที่สามารถขายได้ราคาสูงในช่วงเวลาหนึ่งๆ พร้อมๆ กัน โดยอาจจะไม่ได้พิจารณาปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากรีกรราคา เช่น ทิศทางความต้องการของตลาดโลก สินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ ปริมาณผลผลิตของประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น ทำให้ผลผลิตที่ออกสู่ตลาดมีปริมาณมากเกินความต้องการของตลาด ณ ขณะนั้น ส่งผลให้ราคาผลผลิตตกต่ำ ไม่เป็นไปตามที่เกษตรกรคาดหวังไว้ ทำให้เกษตรกรประสบปัญหาการขาดทุน ต้องกู้หนี้ยืมสินเพื่อต่อสายป่านการผลิต และเมื่อต้องกู้ยืมเงินมาเพื่อการลงทุนครั้งใหม่ หากผลผลิตที่ได้ ไม่สามารถสร้างรายได้ที่มากกว่ารายจ่ายและหนี้สิน ก็จะเกิดเป็นวงจรของการเป็นหนี้สินที่ต่อเนื่อง เกษตรกรไม่สามารถยกระดับรายได้ และเลี้ยงดูครอบครัวให้มีความกินดีอยู่ดีได้อย่างที่ตั้งใจ รวมทั้ง ยังเป็นการสร้างภาระด้านงบประมาณให้กับรัฐบาลไทยในการสนับสนุนเกษตรกรเรื่องหนี้สินที่ไม่มีวันสิ้นสุด และความจำเป็นต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อแทรกแซงราคาสินค้าเกษตรในบางโอกาส เพื่อมิให้เกษตรกรได้รับความเดือนร้อนจนไม่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้

ปัญหาความขาดแคลนความรู้ด้านการตลาด สถานการณ์ และทิศทางการค้าสินค้าเกษตร รวมทั้ง อุปสงค์อุปทานโดยรวมของทั้งโลก เป็นปัญหาหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจลงทุนของเกษตรกร รวมทั้ง การกำหนดนโยบายและการวางยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการค้าสินค้าเกษตรของหน่วยงานภาครัฐไทย ดังนั้น การกำหนดต้นแบบการกำหนดยุทธศาสตร์ในการเพิ่มพูนข้อมูลความรู้ทิศทางการตลาดการค้าสินค้าเกษตรที่ถูกต้อง ครบถ้วน ทันต่อสถานการณ์ ให้ถึงมือเกษตรกร จึงเป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการวางแผนการผลิตในแต่ละฤดูกาล เพื่อให้การลงทุนในปีจจัยการผลิตเกิดผลลัพธ์ที่คุ้มค่า ผลผลิตเป็นที่ต้องการของตลาดเกษตรกรมีรายได้มากขึ้น และเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทยให้ดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างยั่งยืนและพอเพียง

๔. ความสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์

๔.๑ กรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๗๗): ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการสร้าง
ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

๔.๒ ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔): ข้อ ๕.๓
การพัฒนาการเกษตรสู่ความเป็นเลิศด้านอาหาร

๔.๓ นโยบายรัฐบาล ตามคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ ๑๒ กันยายน ๒๕๕๗: ข้อ ๖.๔
และ ๖.๑๕

๔.๔ สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์: ยุทธศาสตร์ที่ ๔ พัฒนาสภาพแวดล้อมทาง
การค้าให้เกิดการแข่งขันและเป็นธรรม

๔.๕ สอดคล้องกับแนวทางการปฏิรูปนโยบายการค้าของกระทรวงพาณิชย์ : ก้าวสู่ยุคอุปสงค์นำการค้า
(from Supply Driven to Demand Driven)

๕. วัตถุประสงค์ของโครงการ

๕.๑ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการค้าสินค้าเกษตรเป้าหมาย โดยใช้ความต้องการของตลาดทั้ง
ในและต่างประเทศเป็นปัจจัยหลักในการวางแผนการผลิตและการแปรรูปสินค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการ
ไทย

๕.๒ เพื่อสร้างต้นแบบการทำให้เกษตรกรเข้าใจความสำคัญของตลาด และข้อมูลการตลาด รวมทั้ง
การใช้ข้อมูลการตลาดในการตัดสินใจวางแผนผลิตสินค้าเกษตร ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และราคาสินค้า
เกษตร

๕.๓ เพื่อนำเสนอต้นแบบการใช้การตลาดนำการค้าสินค้าเกษตรเป้าหมายให้แก่หน่วยงานภาครัฐ
ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เกษตรกร และประชาชนทั่วไปที่สนใจ เพื่อให้สามารถนำต้นแบบเหล่านี้ไปปรับใช้
(Implement) ให้เกิดประโยชน์

๕.๔ เพื่อนำข้อมูลความรู้ด้านการตลาดเชิงลึก การวิเคราะห์สถานการณ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
และทิศทางด้านการค้าสินค้าเกษตร ไปสู่มือเกษตรกรในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง

๕.๕ เพื่อนำเสนอทางเลือกการผลิตสินค้าเกษตรที่นอกเหนือจากสินค้าที่เกษตรกรเพาะปลูกในปัจจุบัน

๕.๖ เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรให้กับเกษตรกร เช่น คลิป
ความรู้ เทคโนโลยี และข่าวสารการเกษตรจากเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน เกษตรดีเด่น หรือสหกรณ์ วิสาหกิจ
ชุมชน รวมทั้งการเตือนภัยด้านการเกษตร

๖. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

๖.๑ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการค้าสินค้าเกษตรเป้าหมาย โดยใช้ความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศเป็นปัจจัยหลักในการวางแผนการผลิตและการแปรรูปสินค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทย

๖.๒ ต้นแบบการทำให้เกษตรกรเข้าใจความสำคัญของตลาด และข้อมูลการตลาด รวมทั้งการใช้ข้อมูลการตลาดในการตัดสินใจวางแผนผลิตสินค้าเกษตร ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และราคาสินค้าเกษตร

๖.๓ การนำเสนอต้นแบบการใช้การตลาดนำการค้าสินค้าเกษตรเป้าหมายให้แก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เกษตรกร และประชาชนทั่วไปที่สนใจ เพื่อให้สามารถนำต้นแบบเหล่านี้ไปปรับใช้ (Implement) ให้เกิดประโยชน์

๖.๔ คู่มือ ข้อมูล รายงาน และผลการศึกษาวิเคราะห์ สำหรับใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจเพาะปลูกสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ และเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

๖.๕ เกษตรกรมีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับการค้าสินค้าเกษตรที่เพาะปลูกอยู่ในปัจจุบัน และสินค้าเกษตรอื่นๆ ที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มทางเลือกสำหรับการเลือกเพาะปลูกสินค้าเกษตรได้หลากหลาย บนพื้นฐานความรู้ทางวิชาการ และทิศทางของตลาด ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๖.๖ เกษตรกรสามารถนำความรู้ที่ได้รับ ไปประกอบการตัดสินใจวางแผนการผลิตในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาวได้อย่างมีหลักเกณฑ์ สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (Market demand)

๗. กลุ่มเป้าหมาย

๗.๑ สินค้าเกษตร ๒ สินค้า โดยพิจารณาทั้งปัจจัยด้านแนวโน้มความต้องการของตลาดในและต่างประเทศ ศักยภาพ ความเป็นไปได้ในการผลิตและแปรรูปของเกษตรกรไทย และสถานการณ์และความจำเป็นเร่งด่วนในช่วงเวลาที่จัดทำโครงการ

๗.๒ สมาคม สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน หรือเครือข่ายเกษตรกร จำนวนอย่างน้อย ๓ สมาคม ต่อ ๑ สินค้า

๗.๓ บริษัทผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเป้าหมาย ทั้งจากในและต่างประเทศ จำนวนอย่างน้อย ๓ บริษัท ต่อ ๑ สินค้า

๗.๔ เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ อย่างน้อยสินค้าละ ๕ จังหวัดๆ ละไม่ต่ำกว่า ๒๐ คน

๗.๕ เจ้าหน้าที่สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า จำนวนประมาณ ๒ คน

๗.๖ บุคลากรจากทั้งภายในและภายนอกกระทรวงพาณิชย์ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จำนวนไม่น้อยกว่า ๒๐ คน

๘. กิจกรรมและวิธีดำเนินการ

๘.๑ ผู้บริหารและข้าราชการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และบุคลากรที่เกี่ยวข้องจากกรมอื่นๆ ภายในกระทรวงพาณิชย์ ร่วมพิจารณาคัดเลือกสินค้าเกษตรเป้าหมาย จำนวน ๒ รายการ

๘.๒ คณะที่ปรึกษาฯ ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลราคาสินค้าเกษตรเป้าหมาย ตลาดปัจจุบัน ตลาดใหม่ ตลาดที่มีศักยภาพ อุปสรรคทางการค้า กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง สินค้าเกษตรทางเลือก ศักยภาพ ทิศทางการค้า ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ทั้งจากตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

๘.๓ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานราชการอื่นๆ บริษัทเอกชน ฯลฯ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และบูรณาการการทำงานร่วมกัน

๘.๔ คณะที่ปรึกษาฯ จัดเตรียมข้อมูลสำหรับการลงพื้นที่พบสมาคม เครือข่ายเกษตรกร วิชากิจชุมชน และเกษตรกรผู้ปลูกสินค้าเกษตรเป้าหมายในพื้นที่ที่กำหนดไว้

๘.๕ คณะที่ปรึกษาฯ ลงพื้นที่ให้ความรู้ข้อมูลสินค้าเกษตรเป้าหมาย ข้อมูลราคาสินค้า ตลาดปัจจุบัน ตลาดใหม่ ตลาดที่มีศักยภาพ อุปสรรคทางการค้า กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง สินค้าเกษตรทางเลือก ศักยภาพ ทิศทางการค้าทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ทั้งจากตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ รวมทั้ง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเกษตรกรในเรื่องสินค้าเกษตรเป้าหมาย และทางเลือกสินค้าเกษตรอื่นๆ ที่มีศักยภาพ ตามสถานที่ วัน เวลาที่กำหนดไว้ โดยอาจมีข้าราชการ/ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

๘.๖ คณะที่ปรึกษาฯ ติดตามความคืบหน้า ปัญหาอุปสรรค และรับฟังข้อเสนอแนะหลังจากการลงพื้นที่ โดยการจัดประชุมสัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเกษตรกร โดยอาจมีการลงพื้นที่เพิ่มเติมหากมีการร้องขอจากกลุ่มเกษตรกร และอาจมีข้าราชการ/ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

๘.๗ คณะที่ปรึกษาฯ สรุปรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากเกษตรกร รายงานผลที่ได้รับจากการลงพื้นที่ทั้งหมด รวมทั้ง นำเสนอคู่มือต้นแบบการใช้การตลาดนำเศรษฐกิจการค้าสินค้าเกษตรเป้าหมาย ต่อกองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

๘.๘ คณะที่ปรึกษาฯ นำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาค้าสินค้าเกษตรเป้าหมาย โดยใช้ความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศเป็นปัจจัยหลักในการวางแผนการผลิตและการแปรรูปสินค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทย

๘.๙ คณะที่ปรึกษาฯ ร่วมกับผู้แทนจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ นำเสนอต้นแบบการใช้การตลาดนำการค้าสินค้าเกษตรเป้าหมายให้แก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เกษตรกร และประชาชนทั่วไปที่สนใจ เพื่อให้สามารถนำต้นแบบเหล่านี้ไปปรับใช้ (Implement) ให้เกิดประโยชน์ในอนาคต

๙. ตัวชี้วัด

๙.๑ เกษตรกรสินค้าเป้าหมาย อย่างน้อยสินค้าละ ๕ จังหวัดๆ ละไม่ต่ำกว่า ๒๐ คน เข้าร่วมกิจกรรมในโครงการฯ และสามารถให้ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็นต่อการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเป้าหมายได้

๙.๒ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน เกษตรกร และประชาชนทั่วไปที่สนใจ ได้รับทราบผลการศึกษาด้านแบบการใช้การตลาดนำการค้าสินค้าเกษตร และเห็นว่ามีประโยชน์ในการนำไปปรับใช้ในสาขาที่ตนเองเกี่ยวข้องได้

๙.๓ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สามารถนำเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาค้าสินค้าเกษตรเป้าหมาย โดยใช้ความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศเป็นปัจจัยหลักในการวางแผนการผลิตและการแปรรูปสินค้าของเกษตรกรและผู้ประกอบการไทย จำนวน ๒ ยุทธศาสตร์ และได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ จำนวนอย่างน้อย ๑ ยุทธศาสตร์

๑๐. งบประมาณ จำนวนทั้งสิ้น ๖,๓๑๕,๖๐๐.๐๐- (หกล้านสามแสนหนึ่งหมื่นห้าพันหกร้อยบาทถ้วน)

(รายละเอียดตามเอกสารแนบ)

๑๑. ระยะเวลาดำเนินการ

ปีงบประมาณ ๒๕๖๐

กองนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
มิถุนายน ๒๕๕๙