

# วิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจการค้าไทยรายภูมิภาค

ประจำเดือนมิถุนายน 2564



กลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก

กองนโยบายการสร้างเสริมความเข้มแข็งทางการค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

โทร. 02-507-7894, 02-507-8501, 02-507-6489

E-mail: [tpso.localeconomy@gmail.com](mailto:tpso.localeconomy@gmail.com)





ภาคเหนือ

**บริษัทประชารัฐรักสามัคคีแพร์ ผลักดันเชื่อมโยงช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแก้วมังกรเข้าเครือข่ายธุรกิจใหญ่**



บริษัทประชารัฐรักสามัคคีแพร์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ได้เชื่อมโยงช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแก้วมังกร ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เพิ่มมูลค่าได้ 200% ซึ่งจังหวัดแพร่เป็นพื้นที่ปลูกแก้วมังกรสีแดงที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย เป็นแก้วมังกรแปลงใหญ่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัยของจังหวัดแพร่ โดยบริษัทประชารัฐรักสามัคคีแพร์ วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ได้ทำการจัดจำหน่ายแก้วมังกรให้กับ บริษัท เซ็นทรัล ฟู้ด รีเทล จำกัด หรือ Tops Supermarket ช่วยให้สินค้าเกษตรของจังหวัดแพร่ได้ขยายตลาดในประเทศ ช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น ช่วยให้ผู้บริโภคได้บริโภคผลไม้ที่ปลอดภัยจากจังหวัดแพร่ เป็นการส่งเสริมสินค้าทางการเกษตรของจังหวัดแพร่ให้มีชื่อเสียงในระดับประเทศ **เนื่องจากแก้วมังกรที่จังหวัดแพร่ มีรสชาติดี และหวานที่สุด**

**บทวิเคราะห์**



**“แก้วมังกร” (Dragon fruit)** เป็นพืชในตระกูลแค้กัตส เป็นพืชไม้เลื้อย ปัจจุบันกลายเป็นผลไม้อีกชนิดที่ได้รับความนิยมในการปลูกเชิงการค้า สำหรับประเทศไทยมีสายพันธุ์แก้วมังกรที่นิยมปลูก คือ สายพันธุ์เนื้อในสีขาว ซึ่งเป็นสายพันธุ์จากเวียดนาม และสายพันธุ์เนื้อในสีแดง ซึ่งเป็นสายพันธุ์จากไต้หวัน

**สถานการณ์การผลิตแก้วมังกร** พื้นที่เพาะปลูกแก้วมังกรมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ เลย นครราชสีมา สมุทรสาคร แพร่ และ มุกดาหาร ปี 2563 มีปริมาณผลผลิต 36,053 ตัน ลดลงจากปี 2562 ที่มีปริมาณ 38,618 ตัน หรือลดลงร้อยละ 6.64 เนื่องจากสถานการณ์สภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย จึงทำให้ผลผลิตลดลง โดยราคาเฉลี่ยปี 2563 ราคา 15.81 บาทต่อกิโลกรัม ลดลงจากปี 2562 ซึ่งราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 16.48 บาทต่อกิโลกรัม หรือลดลง ร้อยละ 4.07 เนื่องจากผลผลิตออกสู่ตลาดเดือนกรกฎาคม ซึ่งพร้อมกับผลไม้ชนิดอื่นทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น

**สถานการณ์ส่งออก** ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2564 (ม.ค. – พ.ค.) ประเทศไทยส่งออกแก้วมังกรปริมาณ 446.91 ตัน มูลค่า 22.58 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยปริมาณเพิ่มขึ้นจาก 255.33 ตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 75.04 และ มูลค่าเพิ่มจาก 15.85 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.47 โดยตลาดส่งออกที่สำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ รัสเซีย เมียนมา ซาอุดีอาระเบีย คูเวต และ สหราชอาณาจักร (ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์)

**ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า**

1. ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภครู้จักและหันมาบริโภคผลไม้แก้วมังกร ซึ่งมีประโยชน์มากมาย อีกทั้งยังเป็นการช่วยสนับสนุนเกษตรกรไทยอีกด้วย
2. ส่งเสริมการผลิตแก้วมังกรให้ได้การรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และเพิ่มมูลค่าได้
3. ผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกแก้วมังกร ในรูปแบบสหกรณ์ หรือวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง และยังเป็นการสร้าง ความเข้มแข็งให้กับชุมชนอีกด้วย อีกทั้งส่งเสริมให้มีการวางแผนการผลิต โดยใช้ตลาดนำการผลิต เพื่อลดปัญหาแก้วมังกรล้นตลาดหรือราคาตกต่ำได้
4. ส่งเสริมให้มีการแปรรูปแก้วมังกร เพื่อเป็นการถนอมอาหาร เพิ่มมูลค่าของสินค้า แก้ไขปัญหาแก้วมังกรล้นตลาด และสามารถพัฒนาเป็นสินค้าแปรรูปเพื่อการส่งออกได้ เช่น แก้วมังกรอบแห้ง น้ำแก้วมังกร และแยมแก้วมังกร เป็นต้น



**อ้างอิง**

1. เชียงใหม่นิวส์ 2564. บ.ประชารัฐแพร์ ทำผลงานเจ๋ง ดันแก้วมังกรแพร์เข้า เครือข่ายธุรกิจใหญ่ เพิ่มมูลค่าได้ 200% (ออนไลน์) <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/1688683>. สืบค้นวันที่ 21 มิถุนายน 2564
2. กรมส่งเสริมการเกษตร. 2563. รายงานสถิติทางการเกษตร:ข้อมูลแก้วมังกร. (ออนไลน์) [Production.doae.go.th/service](http://Production.doae.go.th/service). สืบค้นวันที่ 23 มิถุนายน 2564



## ภาคใต้



กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ขับเคลื่อนโครงการ “ฮักไทย (HUG THAIS)” ทุ่มใจไม่ทิ้งกัน ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย โดยโครงการเกิดจากแนวคิด ‘ฮักกิน ฮักเที่ยว ฮักใช้’ เพื่อสนับสนุนการเจริญเติบโตเศรษฐกิจไทย โดยกระตุ้นการใช้จ่ายของคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยคาดว่าจะสร้างรายได้หลักแสนล้านบาท โดยโครงการจะครอบคลุมทั้งการยกระดับสินค้าและบริการ ช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs รวมถึงจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นใจและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเริ่มดำเนินการที่จังหวัดภูเก็ตเป็นพื้นที่แรกในชื่อ HUG THAIS HUG PHUKET เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการ Phuket Sandbox ที่นำร่องในเดือนกรกฎาคม 2564 เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการเปิดประเทศ โดยมุ่งเน้นกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น อีกทั้งช่วยเพิ่มโอกาสสร้างงานและจ้างแรงงาน ถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์พลิกฟื้นเศรษฐกิจประเทศให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของประเทศไทยกลับมาฟื้นตัวได้โดยเร็วที่สุด พร้อมขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็น “จุดหมายปลายทางแห่งความสุข” เพื่อคืนรอยยิ้มกลับสู่คนไทยอีกครั้ง

### บทวิเคราะห์



จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดเดียวในประเทศไทยที่มีสภาพภูมิประเทศเป็นเกาะ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญของประเทศไทย โดยถือว่าเป็น “ไข่มุกแห่งอันดามัน” เนื่องจาก มีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่สวยงาม ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ปี 2563 มีนักท่องเที่ยวทั้งหมดจำนวน 4,033,290 คน ลดลงจากปี 2562 ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 14,576,466 คน หรือลดลงร้อยละ 72.54 โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวคนไทย ปี 2563 มีนักท่องเที่ยว จำนวน 1,892,436 คน ลดลงจากปี 2562 ที่มีนักท่องเที่ยว 3,977,545 คน หรือลดลงร้อยละ 52.42 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,110,854 คน ลดลงจากปี 2562 ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 10,598,921 คน หรือลดลงร้อยละ 80.08 ส่งผลให้ปี 2563 จังหวัดภูเก็ตมีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 108,464 ล้านบาท ลดลงจากปี 2562 ที่มีรายได้จำนวน 442,891 ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 75.51 โดยรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยลดลงร้อยละ 57.90 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ลดลงร้อยละ 77.74 ซึ่งเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)



นอกจากนี้ ภาคการค้า ภาคอุตสาหกรรม การลงทุน แรงงานในจังหวัด ก็ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวอีกด้วย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจึงฟื้นฟูเศรษฐกิจของจังหวัดโดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เป็นรายได้หลักของจังหวัดและส่งผลดีต่อเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศอีกด้วย โดยโครงการ Phuket Sandbox ที่จะนำร่องในเดือนกรกฎาคม 2564 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ประสานการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จะเดินทางเข้ามาในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงกันยายนไม่ต่ำกว่า 129,000 คน สร้างรายได้ 11,000 ล้านบาท และ ททท. จะจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อดึงดูดคนไทยเข้ามาเที่ยวภูเก็ตให้ได้ 500,000 คน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม ด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้ เพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติเข้ามาภูเก็ต เพื่อฟื้นฟู การท่องเที่ยว การค้าและบริการ การจ้างงาน ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อม กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ ซึ่งจะเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในจังหวัดและประเทศอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. การประชาสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ถึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งปัจจุบันประชาชนในจังหวัดภูเก็ตมีผู้ที่ได้รับวัคซีน 1 เข็ม จำนวน 363,114 คน (ร้อยละ 78) ผู้ที่ได้รับวัคซีน 2 เข็ม จำนวน 287,112 คน (ร้อยละ 61) จากเป้าหมายที่วางไว้ จำนวน 466,587 คน ข้อมูล ณ วันที่ 26 มิ.ย. 2564 (ที่มา : สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดภูเก็ต)



2. การเตรียมความพร้อมรับนักท่องเที่ยว อาทิ การคาดการณ์นักท่องเที่ยวที่จะไปเที่ยวสถานที่แต่ละแห่ง และเตรียมสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาสินค้าและบริการในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานทางด้านสาธารณสุข มีคุณภาพทันสมัย สร้างความเป็นอัตลักษณ์ของสินค้าในท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

อ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.2564. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2563(ออนไลน์). [https://mots.go.th/more\\_news\\_new.php?cd=594](https://mots.go.th/more_news_new.php?cd=594). สืบค้น วันที่ 21 มิถุนายน 2564
- ฐานเศรษฐกิจ.2564. “ฮักไทย”กิน-เที่ยว-ใช้ ของไทย ช่วย SMEs ก็คือภูเก็ต. <https://www.thansettakij.com/content/business/484797>. สืบค้น วันที่ 21 มิถุนายน 2564



## ภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร

“มิชลิน ไกด์” เตรียมสำรวจร้านอาหารอร่อยใน ออยุธยา เพื่อจัดทำคู่มือมิชลิน ไกด์ ปี 2565 ในทำเนียบร้านอาหารห้าดาวแห่งใหม่ ซึ่งมีอัตลักษณ์โดดเด่นด้านอาหารและวัฒนธรรม เป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว : นายเกรวินด์ล ปูลเด็นเนค ผู้อำนวยการฝ่ายจัดทำคู่มือ “มิชลินไกด์” ทั่วโลก เปิดเผยว่า คู่มือ ‘มิชลิน ไกด์’ ฉบับปี 2565 ซึ่งเป็นฉบับที่ 5 ของไทย ได้ขยายขอบเขตการคัดสรรแนะนำร้านอาหารในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาหรือ ‘อยุธยา’...เมืองแห่งประวัติศาสตร์ หนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของไทย ซึ่งได้รับยกย่องให้เป็น “เมืองมรดกโลก” โดยองค์การยูเนสโกตั้งแต่ปี 2534



อยุธยาถือเป็นเมืองลำดับ 5 ที่คู่มือ ‘มิชลิน ไกด์’ ประเทศไทย ฉบับล่าสุด เลือกเข้าไปดำเนินการสำรวจคัดเลือก และจัดอันดับร้านอาหาร โดยคู่มือฉบับดังกล่าวซึ่งมีกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ปลายปีนี้ในชื่อ ‘มิชลิน ไกด์ กรุงเทพมหานคร พระนครศรีอยุธยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และพังงา 2565’ (The MICHELIN Guide Bangkok, Phra Nakhon Si Ayutthaya, Chiang Mai, Phuket & Phang-Nga 2022) เนื่องจากอยุธยาเป็นหนึ่งในเพชรเม็ดงามด้านวัฒนธรรมอาหารไทย เคยเป็นศูนย์กลางทางการทูตและการค้าระดับโลก ทำให้ได้รับอิทธิพลจากหลายชาติ อาทิ โปรตุเกส ญี่ปุ่น อินเดีย เปอร์เซีย ฯลฯ ซึ่งมีบทบาทต่ออาหารไทยในท้องถิ่น นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ที่ตั้งซึ่งล้อมรอบด้วยแม่น้ำ 3 สายยังส่งผลให้อยุธยาเป็นแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งปลาน้ำจืด กุ้งแม่น้ำ ตลอดจนผักและผลไม้ที่เป็นจุดเด่นของภาคกลาง

### บทวิเคราะห์



มิชลินไกด์ เป็นคู่มือที่ได้รับการยอมรับจากคนทั่วโลก เนื่องจากได้มีการมอบรางวัลที่เรียกว่า “ดาวมิชลิน” ให้แก่ร้านอาหารต่าง ๆ โดยมีแบ่งชั้นของดาว ตั้งแต่ 1-3 ดาว **หนึ่งดาว** คือ ร้านอาหารที่ดีมากในกลุ่มร้านอาหารประเภทเดียวกัน **สองดาว** คือ อาหารอร่อยเลิศ คุ่มค่าแก่การขับออกนอกเส้นทางเพื่อแวะชิม และ **สามดาว** คือ หนึ่งในบรรดาร้านอาหารที่ยอดเยี่ยม ควรค่าแก่การเดินทางไปชิม ซึ่งการคัดเลือกร้านอาหารของมิชลิน จะต้องมียุทธศาสตร์ 5 ประการ ได้แก่ ความคุ้มค่าของอาหาร มีรสชาติอร่อยเลิศและเทคนิคการทำอาหารดีเยี่ยม บุคลิกภาพของเชฟในการรังสรรค์อาหาร ความคุ้มค่าของราคา และความคงที่ของรสชาติอาหาร ในส่วนของประเทศไทย ได้มีการมอบรางวัลครั้งแรกปลายปี 2560 ทำให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกรู้จักวัฒนธรรมไทยในแง่มุมของอาหาร โดยเฉพาะอาหารริมทาง (สตรีทฟู้ด) ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับฐานราก (Micro Business) มีการคาดการณ์ว่า มิชลิน ไกด์ ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของการเดินทางในยุคหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยจะช่วยส่งเสริมรายได้ **ทำให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยในภาคท่องเที่ยวได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20** รวมถึงเพิ่มการพักค้างของนักท่องเที่ยวในจังหวัดได้อีกด้วย ที่ผ่านมา (ปี 2561) อยุธยา มีผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมดเฉลี่ยปีละ 7,380,000 คน ในจำนวนนี้ ร้อยละ 74 เป็นคนไทย โดยเฉลี่ยเดือนละ 450,000 คน และสร้างรายได้เฉลี่ยเดือนละ 900 ล้านบาท

ทั้งนี้ ถือเป็นเรื่องที่ดีที่มิชลินไกด์เลือกจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในการค้นหาร้านอาหารที่ได้รับมาตรฐานระดับมิชลิน ซึ่งจะทำให้ร้านอาหารกระตือรือร้นเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกและให้ผ่านมาตรฐาน นับว่าเป็นการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารของผู้ประกอบการท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานสากล โดยจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ถือเป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ทั้งด้านวัฒนธรรมและอาหาร ประกอบกับมีภูมิศาสตร์ที่ใกล้กรุงเทพฯ ทำให้มีความสะดวกสบายในการเดินทาง เหมาะกับการท่องเที่ยวแบบ One Day Trip รับประทานอาหารตามมิชลินไกด์และไหว้พระเสริมสิริมงคล

### ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. หน่วยงานต่างๆ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาคที่เกี่ยวข้อง ต้องตั้งรับปรับตัวหาจุดเด่นของจังหวัดและนำเสนอเพื่อเผยแพร่ผ่านทางออนไลน์ในช่วงเวลาที่ยังเดินทางไม่ได้ เพื่อที่จะให้จังหวัดของตนเองเป็นหนึ่งในจุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยว
2. สื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็นอย่างมาก ที่ผ่านมาระแสบของละคร “บุพเพสันนิวาส” ที่ใช้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นสถานที่ถ่ายทำ ทำให้ปลุกกระแสการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ร้านค้าในพื้นที่มีรายได้จำนวนมาก ดังนั้น การใช้สื่อที่ดีเข้าถึงง่าย รวมไปถึงผู้นำ (Influencer) ที่ผู้คนสนใจ จะทำให้เกิดกระแสให้คนสนใจติดตามและอยากไปท่องเที่ยวตาม
3. ใช้โอกาสนี้ในการส่งเสริมธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ ที่มุ่งเน้นถ่ายทอดเรื่องราวและอัตลักษณ์ของประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดต่างๆ เน้นความคิดสร้างสรรค์ สร้างตัวละครหรือคาแรกเตอร์เด่นในพื้นที่ผสมเข้ากับความเป็นสากล เพื่อพร้อมรับการเปิดประเทศ ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในระดับพื้นที่และประเทศ ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์มีนโยบายในการสนับสนุนธุรกิจดิจิทัลคอนเทนต์ เนื่องจากที่ผ่านมาภาพรวมอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทยสร้างมูลค่ามากถึง 229,000 ล้านบาท

### อ้างอิง

1. มิชลินไกด์ (2564). Michelin Inspector’s 5 Restaurant Rating Criteria. <https://guide.michelin.com/th/th/about-us>. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2564
2. ประชาชาติธุรกิจ (2564). เที่ยวไทยแลนด์ เมืองเก่า อยุธยา มิชลิน ไกด์ ชวนชิม ทพท. ชวนเที่ยว. <https://www.prachachat.net/d-life/news-692969> สืบค้น เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2564



ภาคตะวันออก



**พาณิชย์ฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่ตรวจสอบกรณีมีข้อสงสัยว่ามีการนำเข้ามังคุดจากอินโดนีเซีย**  
นายจารึก ศรีอ่อน สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดจันทบุรี เขต 2 พร้อมนายเฉลิมพล ตักศักดิ์คำ ประธานสันนิบาตจังหวัดจันทบุรี เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัดจันทบุรี ลงพื้นที่ตำบลอ่างศิระและตำบลปถวี อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี หลังมีผู้ร้องเรียนว่ามีมังคุดที่นำเข้าจากต่างประเทศ มาแอบสวม GMP ของไทย เพื่อส่งออกไปยังประเทศจีน เกรงจะเสื่อมเสียชื่อเสียง และทำให้ผลผลิตในพื้นที่ราคาตกต่ำ จากการตรวจสอบพบว่ามังคุดในจันทบุรีเริ่มออกผลผลิตมากขึ้น ทำให้ล้งรับซื้อคัดแยกมังคุดไม่ทัน โดยได้วางตะกร้าใส่มังคุดไว้นอกล้งเพื่อรอคิวในการคัดแยก ทำให้ดูเหมือนล้งรับซื้อมังคุดมาจากที่อื่นมากกว่ารับซื้อในพื้นที่ และประกอบกับในช่วงนี้มีฝนตกลงมาสลับกับอากาศร้อน ทำให้มังคุดด้อยคุณภาพ ส่งผลทำให้ราคารับซื้อมังคุดปรับตัวลดลง อาจทำให้ผู้ที่ร้องเรียนเข้าใจผิดคิดว่าล้งรวมตัวกันกดราคา ซึ่งจากการตรวจสอบราคาจากเดิม กิโลกรัมละ 80-100 บาท แต่มาช่วงนี้เหลือกิโลกรัมละ 50-55 บาท ขึ้นอยู่กับคุณภาพของมังคุดและจำนวนผลผลิตที่ออกมาเพิ่มมากขึ้น

**บทวิเคราะห์**



**สถานการณ์การผลิต** ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า ในปี 2564 (ม.ค.-พ.ค.) ผลผลิตมังคุด มีปริมาณ 31,941.55 ตัน ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาที่มีผลผลิต 174,602.19 ตัน หรือลดลงร้อยละ 81.71 เนื่องจากสถานการณ์สภาพอากาศไม่เอื้ออำนวย ฝนตกเยอะกว่าปกติ ทำให้มังคุดเสียหายจำนวนมาก

ราคาเฉลี่ยของมังคุดในประเทศในปี 2564 (ม.ค.-พ.ค.) อยู่ที่ 116.28 บาท/กิโลกรัม อย่างไรก็ตาม บางจังหวัดประสบปัญหาราคาตกต่ำจนถึงกิโลกรัมละ 50 บาท (กรมส่งเสริมการเกษตร)

จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ พบว่าประเทศไทยส่งออกมังคุดสดในปี 2564 (ม.ค.-พ.ค.) ปริมาณ 13,324 ตัน มูลค่า 1,190.90 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ที่ส่งออกได้ 182,041 ตัน มูลค่า 9,344.26 ล้านบาท หรือปริมาณหดตัวร้อยละ 92.68 และมูลค่าหดตัวร้อยละ 87.26 ตามลำดับ โดยประเทศที่เป็นตลาดส่งออกหลัก 5 อันดับ ได้แก่ จีน ปริมาณ 12,423 ตัน มูลค่า 1,121.27 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน 94.15 ของการส่งออกมังคุดสดทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม ปริมาณ 316 ตัน มูลค่า 26.93 ล้านบาท เกาหลีใต้ ปริมาณ 100 ตัน มูลค่า 17.09 ล้านบาท สหรัฐอเมริกา ปริมาณ 23 ตัน มูลค่า 7.12 ล้านบาท และลาว ปริมาณ 328 ตัน มูลค่า 6.79 ล้านบาท

ถึงแม้สินค้าเกษตร จะประสบกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศฝนฟ้าไม่เอื้ออำนวย ทำให้ผลผลิตตกต่ำ คุณภาพผลผลิตลดลง แต่ผลไม้ไทยยังเป็นที่ต้องการจากผู้บริโภคชาวจีน จากสถิติพบว่าจีนเป็นคู่ค้าผลไม้อันดับ 1 ของไทยมาโดยตลอด เนื่องจากรสชาติของผลไม้ไทยเป็นที่ถูกใจและหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ในประเทศจีน มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าจัดงานแฟร์ตามฤดูกาลผลไม้ ประกอบกับมีการเข้าถึงสินค้าได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์แพลตฟอร์มต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนซื้อขายผลไม้จากเมืองไทยได้ง่ายและสะดวกขึ้น



**ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า**

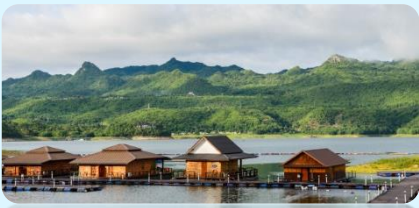
1. ผู้ผลิต จะต้องซื้อสัตว์คัดสินค้าที่มีคุณภาพขายให้แก่ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ไม่ลักลอบนำสินค้าที่ไม่ใช่ของตนเองไปขายเพื่อเอากำไรแต่ต้องทำให้ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้ามีความไว้วางใจในสินค้าของสวน ที่สำคัญต้องได้รับการรับรอง GMP และ GAP ป้องกันปัญหาการตรวจสอบการด้อยคุณภาพและสร้างความเชื่อมั่นในตลาด
2. สินค้าเกษตร เป็นสินค้าที่พึ่งพาธรรมชาติ ซึ่งในปีนี้มีผลไม้ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไม่เอื้ออำนวย เกษตรกรจะต้องปรับเปลี่ยนวิธีการปลูกพืชผสมผสาน นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต เพื่อหาเป็นช่องทางหารายได้เพิ่มเติมและลดภาระค่าใช้จ่าย
3. กระแสการรักษาสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น การปรับปรุงผลผลิตมังคุดให้เป็นออร์แกนิก จะช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าและช่องทางการขายในตลาดพรีเมียม ทั้งนี้สินค้าจะต้องได้รับมาตรฐานการผลิตและขั้นตอนเพื่อการส่งออกของประเทศนั้น

**อ้างอิง**

1. สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ (2564). สส.จันทบุรีเขต 2 นำเจ้าหน้าที่พาณิชย์จังหวัด เจ้าหน้าที่เกษตรจังหวัดจันทบุรี ลงพื้นที่สุ่มตรวจมังคุดส่งออกหลังพบมีการร้องเรียนแอบนำมังคุดอินโดนีเซียมาสวมรอยแต่ไม่พบแต่อย่างใด. <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG210616093355666>. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2564
2. กรมส่งเสริมการเกษตร (2564). สถานการณ์การผลิตและราคามังคุด. <https://production.doae.go.th/>. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2564
3. กระทรวงพาณิชย์ (2564). ตลาดส่งออกมังคุดของไทย. <http://www2.ops3.moc.go.th>. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2564



ภาคตะวันตก



“จัดระเบียบแพเมืองกาญจนบุรี” ทุ่มทำแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หลังจัดระเบียบแพแม่น้ำ 3 สายหลัก ได้แก่ แม่น้ำแควน้อย แควใหญ่ และแม่กลอง โดยดำเนินการเคลื่อนย้ายแพบ้านแพชั้นเดียว และแพสองชั้น ซึ่งจอดอยู่แออัดบริเวณท่าหน้าเมืองไปจอด ณ จุดจอดแพแห่งใหม่จำนวน 3 จุด ได้แก่ จุดจอดแพบ้าน บริเวณคลองท่าตากลิ่ง ตำบลท่ามะขาม จำนวน 17 หลัง จุดจอดแพชั้นเดียว บริเวณคลองบึงบัว จำนวนประมาณ 30 หลัง และจุดจอดแพสองชั้นและแพชั้นเดียวที่สูงกว่าปกติ บริเวณฝั่งตรงข้ามศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษากาญจนบุรี จำนวนประมาณ

60 หลัง โดยจะเริ่มจากการเคลื่อนย้ายแพบ้านและแพชั้นเดียวไปจอดยังจุดจอดแพบริเวณคลองท่าตากลิ่ง ตำบลท่ามะขาม อำเภอเมืองกาญจนบุรี ส่วนแพสองชั้นและแพชั้นเดียวที่สูงกว่าปกติ จะเริ่มดำเนินการเคลื่อนย้ายได้ภายในสิ้นเดือนมิถุนายนนี้ และเมื่อเคลื่อนย้ายแพทั้งหมดออกจากบริเวณท่าหน้าเมืองแล้ว จะเปิดให้บริการท่าเทียบแพแห่งใหม่บริเวณเกาะรัตนกาญจน์ คาดว่าจะแล้วเสร็จและสามารถเปิดให้บริการได้ภายในเดือนธันวาคม 2564

นอกจากนี้ จังหวัดกาญจนบุรียังมีแผนงานโครงการที่จะพัฒนาพื้นที่บริเวณท่าหน้าเมืองและเกาะรัตนกาญจน์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ เช่น sky walk, walking street และตลาดไนท์บาร์ชาร์ ตลอดจนพัฒนาและยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกบนเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดกาญจนบุรี โดยการใช้รถรางและเรือในการพานักท่องเที่ยวชมเมือง พร้อมทั้งปรับปรุงภูมิทัศน์และจัดทำไฟฟ้าส่องสว่าง ประดับตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับชมทัศนียภาพอันสวยงามยามค่ำคืนของจังหวัดกาญจนบุรีอีกด้วย ทั้งนี้ การเคลื่อนย้ายแพ ทั้งแพบ้าน แพชั้นเดียว และแพสองชั้น บริเวณท่าหน้าเมืองกาญจนบุรีในครั้งนี้ จะสามารถพัฒนาพื้นที่บริเวณดังกล่าวและบริเวณใกล้เคียงให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ภายในจังหวัดกาญจนบุรี สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมและอนุรักษ์ธรรมชาติอีกด้วย

**บทวิเคราะห์**

จากสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในปี 2562 มีผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมดจำนวน 9,618,052 คน แบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนคนไทย 9,121,884 คน ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 496,168 คน สร้างรายได้ 27,884 ล้านบาท โดยเป็นรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย 25,599.79 ล้านบาท รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 2,284.13 ล้านบาท สำหรับปี 2563 มีผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมดจำนวน 6,068,266 คน แบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนคนไทย 5,989,625 คน ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 78,641 คน สร้างรายได้ 15,217 ล้านบาท โดยเป็นรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย 14,774.61 ล้านบาท รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 442.39 ล้านบาท จะเห็นได้ว่าสถิติการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีนั้นมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดน้อยลง โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการเข้าออกประเทศที่มีข้อจำกัดมากขึ้น

สำหรับในช่วงเดือนมกราคม - พฤษภาคม 2564 จังหวัดกาญจนบุรีมีผู้เยี่ยมเยือนจำนวน 1,626,870 คน แบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนคนไทย 1,625,770 คน ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 1,100 คน สร้างรายได้ 4,278.74 ล้านบาท โดยเป็นรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนคนไทย 4,275.87 ล้านบาท รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ 2.87 ล้านบาท แม้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะลดน้อยลงไปมากอย่างเห็นได้ชัด แต่กาญจนบุรียังคงเป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ ดึงดูดผู้คนที่ต้องการผ่อนคลายความเครียดจากการอยู่ในที่พักอาศัยเป็นเวลานาน สามารถลดความเสี่ยงในการรับเชื้อจากพื้นที่แออัด อีกทั้งการเดินทางค่อนข้างสะดวก มีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรียังถูกกว่าการไปท่องเที่ยวในจังหวัดอื่น ๆ ที่เป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักอีกด้วย

**ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า**

กาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงประวัติศาสตร์ อีกทั้งมีพื้นที่ชายแดนที่สามารถส่งเสริมอุตสาหกรรมการค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าและสร้างความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านได้ จึงควรพัฒนาการบริหารจัดการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับจังหวัด เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตร จัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างอาชีพสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ และวางแผนแนวทางในการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในจังหวัด ด้วยการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในจังหวัดมากขึ้น เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราค่าใช้จ่ายให้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

อ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2562 - 2564



## ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



**กระทรวงเกษตรและสหกรณ์** ได้จัดทำโครงการนำร่องพัฒนาเกษตรแม่นยำสู่ธุรกิจเกษตรอุตสาหกรรม 2 ล้านไร่ โดยมีระยะเวลาดำเนินการปี 2564-2566 เป็นการบูรณาการระหว่างหน่วยงานในจังหวัด ทั้งภาครัฐ เกษตรกร และเอกชน ภายใต้ความร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และบริษัทรับซื้อผลผลิต ใน 5 สินค้า ได้แก่ **ยางพารา ปาล์มน้ำมัน อ้อยโรงงาน ข้าวโพดหวาน และมะเขือเทศ** โดยมีแนวทางการดำเนินงานให้เกษตรกรรวมกลุ่มและบริหารจัดการแผนการผลิตสินค้าร่วมกัน มีตลาดที่เป็นอุตสาหกรรมรองรับที่แน่นอน และเน้นกระบวนการจัดการที่ลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตให้สูงขึ้น โดยสนับสนุนแผนการตลาดที่ชัดเจนของอุตสาหกรรม ทั้งด้านปริมาณ คุณภาพ และช่วงเวลาการรับซื้อ สนับสนุนองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตที่ทันสมัยและแม่นยำ ภายใต้การบูรณาการของหน่วยงาน

สำหรับ**มะเขือเทศ** เป็นหนึ่งใน 5 สินค้าตามแผนการขับเคลื่อนโครงการ มีเป้าหมายดำเนินการในพื้นที่ 7 จังหวัด ได้แก่ **หนองคาย อุดรธานี บึงกาฬ เลย หนองบัวลำภู สกลนคร และนครพนม** พื้นที่เป้าหมายโครงการ 2,906 ไร่ เกษตรกร 918 ราย แบ่งเป็นเครือข่ายของบริษัทผู้รับซื้อ 2,030 ไร่ เกษตรกร 504 ราย และเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกร 876 ไร่ เกษตรกร 414 ราย โดยมีบริษัท ศรีเชียงใหม่อุตสาหกรรม จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทภายใต้ความร่วมมือของโครงการเป็นผู้รับซื้อผลผลิต

### บทวิเคราะห์

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นแหล่งผลิตมะเขือเทศมากที่สุดในประเทศไทย โดยพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด ได้แก่ **จังหวัดสกลนคร และหนองคาย** โดยในปี 2562 มีเนื้อที่เพาะปลูก 19,383 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 18,311 ไร่ ผลผลิตรวม 69,909 ตัน แบ่งเป็นเนื้อที่เพาะปลูกมะเขือเทศโรงงาน 12,984 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยวมะเขือเทศโรงงาน 12,251 ไร่ ผลผลิต 52,301 ตัน และเนื้อที่เพาะปลูกมะเขือเทศบริโภค 6,399 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยวมะเขือเทศบริโภค 6,060 ไร่ ผลผลิต 17,608 ตัน

สำหรับในปี 2563 มีเนื้อที่เพาะปลูก 19,728 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยว 18,641 ไร่ ผลผลิตรวม 71,794 ตัน แบ่งเป็นเนื้อที่เพาะปลูกมะเขือเทศโรงงาน 13,617 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยวมะเขือเทศโรงงาน 12,840 ไร่ ผลผลิต 54,901 ตัน และเนื้อที่เพาะปลูกมะเขือเทศบริโภค 6,111 ไร่ เนื้อที่เก็บเกี่ยวมะเขือเทศบริโภค 5,801 ไร่ ผลผลิต 16,893 ตัน จะเห็นได้ว่าเนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว และปริมาณการผลิต มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในส่วนของมะเขือเทศโรงงาน แต่สำหรับมะเขือเทศบริโภคมีเนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว และปริมาณการผลิตลดลง อาจมีสาเหตุมาจากสถานการณ์ตลาดสำหรับมะเขือเทศบริโภคสด ในปัจจุบันยังมีตลาดจำหน่ายน้อย และขาดการกระจายผลผลิตไปยังตลาดอื่น ๆ

ในปี 2563 ประเทศไทยมีการส่งออกมะเขือเทศในรูปของซอสมะเขือเทศชนิดข้นและซอสมะเขือเทศอื่น ๆ มากที่สุด ปริมาณ 5,733.88 ตัน มูลค่า 279.924 ล้านบาท ลดลงจากปี 2562 ที่ส่งออกปริมาณ 5.974.50 ตัน มูลค่า 289.234 ล้านบาท หรือหดตัวร้อยละ 4.03 และร้อยละ 3.22 ตามลำดับ โดยตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ **เวียดนาม กัมพูชา ญี่ปุ่น เมียนมา ลาว และสิงคโปร์**

ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2564 (ม.ค. - พ.ค.) ประเทศไทยยังคงส่งออกมะเขือเทศในรูปของซอสมะเขือเทศชนิดข้นและซอสมะเขือเทศอื่น ๆ มากที่สุด ปริมาณ 2,585.60 ตัน มูลค่า 127.01 ล้านบาท เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.88 และมูลค่าขยายตัวร้อยละ 4.71 โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ **กัมพูชา เวียดนาม ญี่ปุ่น ลาว สิงคโปร์ และเมียนมา** ทั้งนี้ พฤติกรรมการบริโภคมะเขือเทศส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของมะเขือเทศที่นำมาแปรรูปมากกว่าการบริโภคสด เนื่องจากมะเขือเทศสามารถนำมาแปรรูปได้หลากหลาย ซึ่งทำให้บริโภคได้ง่ายขึ้นและเก็บรักษาได้นานกว่าผลสด อีกทั้งการนำมะเขือเทศมาแปรรูปยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้อย่างมากอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

มะเขือเทศเป็นพืชที่มีต้นทุนการผลิตสูงและราคาผลผลิตไม่แน่นอน อีกทั้งตลาดมะเขือเทศบริโภคสดยังมีน้อยและขาดการกระจายผลผลิต จึงควรมีการจัดหาตลาดก่อนวางแผนผลิต เพื่อให้สามารถผลิตออกมาสู่ตลาดได้อย่างต่อเนื่องและตรงต่อความต้องการ นอกจากนี้จำเป็นต้องมีการให้ความรู้แก่เกษตรกรในด้านการจัดการเทคโนโลยีการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิต ตลอดจนส่งเสริมให้เกษตรกรได้ผลผลิตที่มีคุณภาพที่สุด และสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปมะเขือเทศ เพื่อพัฒนาเพิ่มมูลค่าและสร้างรายได้ให้กับชุมชน อันจะส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็งยิ่งขึ้น



#### อ้างอิง

1. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร: เนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต มะเขือเทศ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2562-2563
2. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร