

ธุรกิจบริการเชื่อมผลผลิตทางการเกษตรสู่ผู้บริโภค

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ภาคบริการนับเป็นอีกกลไกสำคัญที่สามารถเข้ามาเสริมสร้างความยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานของผลไม้ไทยได้อย่างเป็นรูปธรรม ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจค้าปลีก โลจิสติกส์ โรงแรม ร้านอาหาร ไปจนถึงกลุ่มวิจัยและพัฒนา ซึ่งสามารถช่วยกระจายผลผลิต เพิ่มมูลค่า ลดความเสี่ยง และเชื่อมโยงผลไม้ไทยจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภคในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากผ่านแนวทาง “ไทยทำ ไทยใช้ ไทยช่วยไทย” ให้เกิดผลอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ช่วงฤดูผลไม้ปีนี้ เกษตรกรในหลายพื้นที่ของไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์การเก็บเกี่ยวผลผลิตได้มาก แต่ระบายสู่ผู้บริโภคไม่ทันต่ออายุการเก็บรักษา โดยเฉพาะผลไม้ฤดูกาลสำคัญอย่างมังคุดและลำไย ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้และความเป็นอยู่ของเกษตรกรโดยตรง ขณะที่กระทรวงพาณิชย์และภาครัฐหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำลังเร่งใช้มาตรการต่าง ๆ ในการแก้ไขปัญหาทั้งระยะสั้นและระยะยาว อีกทางหนึ่ง “ภาคบริการ” ก็ยังสามารถเป็นอีกหนึ่งฟันเฟืองสำคัญที่สามารถเข้ามาช่วยเสริมระบบการตลาด เพิ่มมูลค่า และลดความเสี่ยงในห่วงโซ่อุปทานของผลไม้ และสินค้าเกษตรไทยอย่างเป็นรูปธรรม

ภาคบริการถือเป็นหนึ่งในกลไกหลักทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยในปี 2567 มีสัดส่วนมูลค่าเศรษฐกิจสูงถึงร้อยละ 61.56 ของ GDP คิดเป็นมูลค่ากว่า 11,440,376 ล้านบาท ครอบคลุมถึง 15 สาขาธุรกิจ ที่มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของประชาชน ทั้งยังมีบทบาทเชิงกลยุทธ์ต่อภาคการผลิต โดยเฉพาะภาคเกษตรกรรม ซึ่งมีความเปราะบางต่อความผันผวนของตลาด

ภาคบริการที่สามารถมีบทบาทโดดเด่นเพิ่มขึ้นในการช่วยเหลือเกษตรกรในภาวะผลผลิตมากเช่นนี้ อาทิ **ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีก** ซึ่งมีมูลค่าเศรษฐกิจ 2,965,775 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.96 ของ GDP มีผู้ประกอบการรวมกัน 1,364,480 ราย เป็นนิติบุคคล 305,548 ราย ซึ่งนอกจากธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งสินค้าเกษตรโดยตรงแล้ว ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ และร้านขายของชำ ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกสินค้ากลุ่มอื่น ๆ ต่างก็มีจุดแข็งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและเครือข่ายห่วงโซ่อุปทาน และสามารถช่วยกันทำหน้าที่เชื่อมโยงผลผลิตจากแหล่งเกษตรกรรมสู่ผู้บริโภคทั่วประเทศได้ ซึ่งปัจจุบัน หลายธุรกิจ เช่น ห้างค้าปลีกและสถานบริการน้ำมัน ได้ให้ความร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ เป็นช่องทางกระจายผลไม้สู่ผู้บริโภค ซึ่งหากธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สามารถพัฒนาเครือข่ายการจัดซื้อ การรวมกลุ่มผู้ผลิต และส่งเสริมการใช้ช่องทางการขายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ให้มากขึ้น เช่น e-commerce และตลาดชุมชน ก็จะช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้เกษตรกรและลดปัญหาผลผลิตล้นตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านธุรกิจโลจิสติกส์และการขนส่ง ซึ่งมีมูลค่าเศรษฐกิจ 984,185 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.30 ของ GDP มีผู้ประกอบการรวมกัน 42,771 ราย เป็นนิติบุคคล 41,577 ราย ก็มีความสำคัญต่อการกระจายผลผลิตไปยังปลายทางอย่างรวดเร็ว ลดการสูญเสียจากการเน่าเสียของผลไม้สด และการส่งเสริมให้ผลผลิตทางการเกษตรสามารถเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเร่งลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานระบบห่วงโซ่ความเย็น (cold chain) รวมถึงการบริหารจัดการเส้นทางขนส่งอย่างยืดหยุ่น จึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการรองรับฤดูผลไม้ที่มีผลผลิตปริมาณมากในช่วงเวลาอันสั้น นอกจากนั้น ธุรกิจขนส่งผู้โดยสารก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีศักยภาพในการช่วยกระจายผลไม้สู่ผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการจัดจำหน่ายผลไม้คุณภาพดีราคาเป็นธรรมแก่ผู้โดยสาร การให้บริการผลไม้และผลไม้แปรรูป พร้อมไปกับการบริการผู้โดยสารตามปกติของธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบัน ธุรกิจขนส่ง

ผู้โดยสารบางราย เช่น ธุรกิจสายการบิน ได้ให้ความร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ ในการดำเนินการดังกล่าวแล้ว แต่ยังคงมีโอกาสสำหรับความช่วยเหลือจากธุรกิจขนส่งผู้โดยสารอื่น ๆ อีกมาก

ในขณะเดียวกัน **ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร** ซึ่งมีมูลค่าเศรษฐกิจ 1,090,897 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.87 ของ GDP มีผู้ประกอบการรวมกัน 433,435 ราย เป็นนิติบุคคล 41,847 ราย ก็มีส่วนสำคัญในการกระจายผลไม้สู่ผู้บริโภค ผ่านการให้บริการผลไม้ตามฤดูกาล นอกจากนั้น โรงแรมและร้านอาหารยังสามารถเป็นธุรกิจศักยภาพในการแปรรูปผลไม้ให้มีความแปลกใหม่ หลากหลาย เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นการบริโภคผลไม้ไทยให้มากยิ่งขึ้นได้อีกด้วย อีกหนึ่งสาขาที่น่าสนใจคือ กลุ่มกิจกรรมทางวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ และเทคนิค ซึ่งมีมูลค่าเศรษฐกิจ 315,879 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.70 ของ GDP มีผู้ประกอบการรวมกัน 93,182 ราย เป็นนิติบุคคล 77,128 ราย โดยเฉพาะ**บริการด้านการวิจัยและพัฒนา** ซึ่งสามารถพัฒนาการผลิต การเก็บรักษา และการแปรรูป ให้สามารถควบคุมต้นทุน ยืดอายุการเก็บรักษาเพื่อรองรับการกระจายสินค้า ตลอดจนนำข้อมูลสถิติตลาด การพยากรณ์ราคา และระบบสารสนเทศทางการเกษตรมาสนับสนุนการวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างแม่นยำ ช่วยให้เกษตรกรลดความเสี่ยงจากการขายผลผลิตในช่วงเวลาที่ราคาตกต่ำ ตลอดจนสามารถใช้ระบบการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปเพิ่มมูลค่า ต่อยอดสู่ตลาดเฉพาะทางหรือส่งออกได้

นายพูนพงษ์ กล่าวทิ้งท้ายว่า ผู้ประกอบการในภาคบริการควรใช้จุดแข็งในด้านเครือข่าย ช่องทางจัดจำหน่าย การขนส่ง การแปรรูป และการวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนการขยายผ่านช่องทางใหม่ ๆ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มาช่วยเชื่อมโยงผลผลิตจากเกษตรกรสู่ผู้บริโภคอย่างทั่วถึงและมีมูลค่าเพิ่ม ทั้งนี้ เพื่อให้ภาคบริการสามารถมีบทบาทได้อย่างเต็มที่ ในระยะยาวหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอาจพิจารณาส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางโลจิสติกส์ต้นทุนต่ำให้ครอบคลุมทั่วประเทศ สนับสนุนเครื่องมือทางการเงินที่เหมาะสม และลงทุนพัฒนาระบบศูนย์ข้อมูลตลาดที่เป็นกลางและเข้าถึงได้ง่าย ทั้งนี้ การขับเคลื่อนที่ยั่งยืนจำเป็นต้องเกิดจากความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกรในระดับพื้นที่

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

7 สิงหาคม 2568

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

กรมการค้าภายใน

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม