

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาโอกาสทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกชุมชนของสินค้าเกษตรในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการสินค้าเกษตรของชุมชนในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลองและศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง ผลการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวนตัวชี้วัดของสินค้าเกษตร ผู้ประกอบการและเกษตรกรที่จะให้ข้อมูลสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม ได้แก่ ไม้สัก ไม้ผลและไม้ยืนต้น กาแฟและเครื่องเทศ ข้าวและพืชไร่ และสัตว์ อาศัยแบบสอบถามข้อมูลความต้องการสินค้าเกษตรกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 159 ราย ผลการวิจัยประกอบไปด้วย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ลักษณะความต้องการสินค้าเกษตรของผู้บริโภค ลักษณะตลาดสินค้าเกษตรนอกชุมชน ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของชุมชนแม่สลอง อันตีความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรตำบลแม่สลองนอก ศึกษาภาพการผลิตและการตลาด โอกาสทางการตลาดภายในและภายนอกชุมชน และแนวทางการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตร มีรายละเอียดดังนี้

4.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1.1 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ประชากร 25 กลุ่มบ้าน ใน 15 หมู่บ้านของตำบลแม่สลองนอก ตำบลแม่สลองในและตำบลป่าตึง ในอำเภอแม่ฟ้าหลวงและอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย จำนวน 2,003 คนหรือร้อยละ 16.620 คน

ตัวอย่างที่ใช้วิธีการสุ่มเลือกแบบเจาะจง (speculative random sampling) จำนวน 11 หมู่บ้าน (หมู่บ้านในเขตตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จำนวน 10 หมู่บ้าน และหมู่บ้านในเขตตำบลป่าตึง อำเภอแม่จัน จำนวน 1 หมู่บ้าน) โดยแบ่งประเภทผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 4 ประเภท จำนวน 159 ตัวอย่าง รายละเอียดดังตารางที่ 4.1 ได้แก่

- 1) เกษตรกรผู้ผลิต
- 2) พ่อค้าคนกลาง
- 3) ผู้บริโภค แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - 3.1) ผู้บริโภคในชุมชน
 - 3.2) ผู้บริโภคนอกชุมชน

4) ร้านค้า/ผู้ประกอบการ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- 4.1) ร้านค้าในชุมชน
- 4.2) ร้านอาหาร/โรงแรมในชุมชน
- 4.3) ร้านค้านอกชุมชน
- 4.4) รถเร่

โดยคัดเลือกจากตัวอย่างที่มีความพร้อมในการให้ข้อมูล และสามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจ ทั้งนี้ตลาดในชุมชนได้คัดเลือกตลาดสันติคีรีเป็นตลาดเป้าหมายของการศึกษา เพราะเป็นตลาดในชุมชนที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและเป็นตลาดหลักในการจับจ่ายใช้สอยของคนทั่วไปและนอกชุมชน

4.1.2 ข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ประเภทของข้อมูล

1.1) ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสอบถาม และการสัมภาษณ์เกษตรกรพ่อค้าคนกลาง ผู้บริโภคและร้านค้าผู้ประกอบการทั้งในและนอกชุมชนโดยตรง

1.2) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ เอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการตลาด การวิเคราะห์โอกาส การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันทางการกิจ

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1) แบบสอบถามข้อมูลการบริโภคสินค้าเกษตรในพื้นที่แม่ฮ่องสอน โดยโครงสร้างของแบบสอบถามจะมีทั้งคำถามปลายเปิดและปลายปิด ประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลการบริโภคสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม ปริมาณ ราคาและช่วงเวลาในการบริโภคทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และความถี่ของการบริโภคสินค้าที่มีนอกเหนือจากในชุมชน (ภาคผนวก ฅ ตัวอย่างแบบสอบถามความต้องการชนิดของสินค้าเกษตรในชุมชน)

2.2) แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในพื้นที่แม่ฮ่องสอน ร้านอาหาร/ผู้ประกอบการโรงแรม โดยโครงสร้างของแบบสอบถามจะมีทั้งคำถามปลายเปิดและปลายปิด ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการและกิจการ รายละเอียดการบริโภคสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม ปริมาณ ราคาและช่วงเวลาที่ใช้ ความถี่ของการสินค้าเกษตรที่มีนอกเหนือจากในชุมชน (ภาคผนวก ญ ตัวอย่างแบบสอบถามความต้องการของผู้ประกอบการในท้องถิ่น)

2.3) แบบสอบถามการตลาดสินค้าเกษตรที่ผลิตจากนอกชุมชนที่จำหน่ายในพื้นที่ร้านค้านอกชุมชน/รถเร่และพ่อค้าคนกลาง โดยโครงสร้างของแบบสอบถามจะมีทั้งคำถามปลายเปิดและปลายปิด ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐาน ชนิดของสินค้าเกษตรที่นำมาจำหน่ายในชุมชน

ปริมาณ ราคาและช่วงเวลาซื้อขาย ขั้นตอนการรับซื้อและขาย (ภาคผนวก ก) ตัวอย่างแบบสอบถาม การตลาดสินค้าเกษตรที่ผลิตภายนอกชุมชนที่จำหน่ายในพื้นที่)

3) ข้อมูลตัวอย่างที่ศึกษา

ข้อมูลตัวอย่างที่ศึกษา ประกอบไปด้วย จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ชาติพันธุ์และศาสนา จำนวน 159 ราย มีรายละเอียด ดังตารางที่ 4.1 - 4.3

ตารางที่ 4.1 จำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
(1) เกษตรกรผู้ผลิต	21	13.21
(2) พ่อค้าคนกลาง	5	3.14
(3) ผู้บริโภค	86	54.09
(3.1) ผู้บริโภคในชุมชน	56	35.22
(3.2) ผู้บริโภคนอกชุมชน	30	18.87
(4) ร้านค้า/ผู้ประกอบการ	47	29.56
(4.1) ร้านค้าในชุมชน	22	13.84
(4.2) ร้านอาหาร/โรงแรมในชุมชน	5	3.14
(4.3) ร้านค้านอกชุมชน	14	8.81
(4.4) รถเร่	6	3.77
รวม	159	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ผลการศึกษาได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 159 ราย แบ่งเป็น 4 ประเภท คือ เกษตรกรผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 13.21 พ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.14 ผู้บริโภค ร้อยละ 54.09 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้บริโภคในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 35.22 ผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 18.87 ส่วนร้านค้า/ผู้ประกอบการ ร้อยละ 29.56 ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ร้านค้าในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 13.84 ร้านอาหาร/โรงแรมในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 3.14 ร้านค้านอกชุมชน คิดเป็นร้อยละ 8.81 และรถเร่ คิดเป็นร้อยละ 3.77 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.2 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทั่วไป	ผู้ตอบแบบสอบถาม
(1) เพศชาย (ร้อยละ)	45.8
(2) อายุ (ปี)	40-49
(3) อาวุโส (ปี)	44
(4) ระดับการศึกษาสูงสุด	ประถมศึกษาปีที่ 4
(5) จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)	1-5
(6) จำนวนสมาชิกเฉลี่ยในครัวเรือน (คน)	4

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการสำรวจข้อมูลพื้นฐานจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 159 ราย ข้อมูลพื้นฐานจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ลักษณะทั่วไป ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 45.8 สำหรับข้อมูลผู้บริโภครุ่นส่วนใหญ่เป็นเพศชายที่อยู่ในวัยทำงาน โดยมีช่วงอายุอยู่ที่ 40-49 ปี อาวุโสที่ 44 ปี มีการศึกษาสูงสุดในระดับประถมศึกษาปีที่ 4 และมีจำนวนสมาชิกครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.3 ขีดพันธุ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชาติพันธุ์	จำนวน	ร้อยละ
(1) ไทย	64	40.25
(2) อาข่า	46	28.93
(3) เม้า	25	15.72
(4) จีน	18	11.32
(5) ลัวะ	6	3.77
รวม	159	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยที่มีความสำคัญในการบริโภคสินค้าเกษตรอีกหนึ่งปัจจัย คือ ชาติพันธุ์ เนื่องจากแต่ละชาติพันธุ์จะมีขนบธรรมเนียม ประเพณีและพิธีกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการบริโภคสินค้าเกษตรที่แตกต่างกันด้วย โดยร้อยละ 40.25 เป็นคนไทย อาข่า คิดเป็นร้อยละ 28.93 เม้า คิดเป็นร้อยละ 15.72 จีน ร้อยละ 11.32 และลัวะ ร้อยละ 3.77 (ตารางที่ 4.3)

4) การวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการชนิดของสินค้าเกษตรในชุมชน ความต้องการของผู้ประกอบการในท้องถิ่น และการตลาดสินค้าเกษตรที่ผลิตภายนอกชุมชนที่จำหน่ายในพื้นที่ ตลอดจนการวิเคราะห์ความต้องการสินค้าเกษตรกรรมอย่างน้อย 5 กลุ่ม ได้แก่ พืชผัก ไม้ผลและไม้ยืนต้น กาแฟและเครื่องดื่ม ข้าวและพืชไร่ และสัตว์ ไบโอดีเซล และเวลาขายปี และการตลาดสินค้าเกษตรที่ผลิตภายนอกชุมชนที่จำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพนั้นจะวิเคราะห์และสังเคราะห์ในลักษณะการวิเคราะห์จากเนื้อหา ดังนี้

4.1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามความต้องการชนิดของสินค้าเกษตรในชุมชน แบบสอบถามความต้องการของผู้ประกอบการในท้องถิ่น และแบบสอบถามการตลาดสินค้าเกษตรที่ผลิตภายนอกชุมชนที่จำหน่ายในพื้นที่ โดยการใช้วิธีพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.2) การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ กรณีที่ข้อมูลมีลักษณะข้อความ การบรรยาย ข้อสังเกต ความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เกิดจากการสัมภาษณ์และสอบถาม จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เป็นสำคัญ

4.2 ลักษณะความต้องการสินค้าเกษตรของผู้บริโภค

สินค้าเกษตรในพื้นที่แม่ฮ่องสอนมีผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม ได้แก่ ผู้บริโภคในชุมชนผู้ประกอบการที่ถนัด พืชผักกลาง ตลาดโครงการหลวงและตลาดนอกชุมชน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.2.1 ผู้บริโภคในชุมชน

หมายถึง ผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนแม่ฮ่องสอนที่ซื้อสินค้าเกษตรเพื่อการบริโภคในครัวเรือนรวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงเรียน หน่วยงานของรัฐ ที่ซื้อสินค้าเกษตรเพื่อการบริโภคในหน่วยงาน (มีข้อซื้อเพื่อไปจำหน่าย) ลักษณะของผู้บริโภคในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ รับจ้างค้าขาย มีหลายชนเผ่า ได้แก่ ไทย จีน อาข่า สัวะ ไทยใหญ่ ลาหู่ เมียนมา และอื่นๆ

ชนิดสินค้าเกษตรที่ต้องการ มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มพืชผัก ได้แก่

(1) ผักพื้นบ้านหรือผักตามฤดูกาล ได้แก่ มะเขือเทศหือ ยอดมะระหวาน ยอดถั่วสันดา รากชู โอรุณ ผักกาดเขียวปลี แครอท บล๊อคไคท์และผักเส้น เป็นต้น (บางส่วนปลูกไว้บริโภคและเก็บจากป่า)

(2) ผักที่ผลิตนอกชุมชน ได้แก่ กระบี่ ผักกาดขาวปลี ผักบุ้ง กระหล่ำดอก หัวไชเท้า แดงขาว กวางตุ้ง พริกชี้ใหญ่ เป็นต้น (บางส่วนปลูกไว้บริโภคและมีขายในตลาดในพื้นที่หรือรอบๆ)

(3) ผักที่สอบถามวิจัยพื้นที่สูงสงเสริมในปัจจุบัน ได้แก่ กรีนโอ๊ค เบบี๋คอสมอส เบบี๋ฮ่องเต้และเรตโอ๊ค เป็นต้น

กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่

(1) ผลไม้ที่ปลูกในพื้นที่ ได้แก่ ลิ้นจี่ พลับ/เชอร์รี่ พลับ และพิช/ห่อ เป็นต้น

(2) ผลไม้ที่ผลิตนอกชุมชน ได้แก่ มะม่วง ส้ม แดงโม สับปะรด อะโวคาโด แอปเปิ้ล กล้วย เงาะและระชาหลวง เป็นต้น (มีขายในตลาดในพื้นที่หรือรอบๆ)

(3) ผลไม้ที่ ชาวทส. ส่งเสริม ได้แก่ ฝรั่ง สตรอเบอรี่ เสาวรสหวานและเคปรูสเบอร์รี่ เป็นต้น

กลุ่มการแปรรูปและเครื่องดื่ม ได้แก่

(1) กาแฟอาราบิก้า

(2) ชาอู่หลงและชาอัสสัม (ปลูกเองไว้บริโภคหรือมีบางส่วนขายเพื่อนบ้าน)

กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่

(1) ข้าวไร่

(2) ข้าวหอมมะลิ

(3) จิง

(4) ถั่วแดงหลวง

กลุ่มสัตว์ ได้แก่

(1) สัตว์ที่เลี้ยงไว้เพื่อการบริโภคและใช้ในพิธีกรรม ได้แก่ ไก่ดำ หมูดำ และไก่ขาว

(2) สัตว์ที่ซื้อบริโภค ได้แก่ หมูดำและไก่ขาว

คุณภาพสินค้าเกษตรที่ต้องการทุกชนิดต้องมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างจากที่มีขายในท้องตลาดทั่วไป โดยมีปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตร สำหรับกลุ่มพืชผัก ต้องการบริโภคสม่ำเสมอตลอดทั้งปี กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ต้องการบริโภคปริมาณมากในช่วงเทศกาลต่าง ๆ (ตรุษจีน ไหว้เจ้า ไหว้บรรพบุรุษ เป็นต้น) กลุ่มการแปรรูปและเครื่องดื่ม ได้แก่ ชาอู่หลงและชาอัสสัมมีความต้องการบริโภคสม่ำเสมอตลอดทั้งปี กลุ่มข้าวและพืชไร่ ต้องการบริโภคสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ส่วนกลุ่มสัตว์ หากเป็นสัตว์สายพันธุ์ที่ต้องการปริมาณมากช่วงประกอบพิธีกรรม และมีคุณภาพตามที่ขายในท้องตลาดปริมาณบริโภคสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เช่น ไก่ดำพันธุ์แท้

4.2.2 ผู้ประกอบการท้องถิ่น

หมายถึง ผู้ซื้อที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนแออัดของที่ซื้อสินค้าเกษตรเพื่อการจำหน่าย เช่น ร้านขายของชำและวอเป่ หรือนำไปประกอบอาหารเพื่อจำหน่ายแก่ภัตตาคาร โรงแรม ร้านอาหาร และโรงแรม ด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

1) ร้านขายของชำ หมายถึง ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเกษตรให้กับผู้บริโภคในชุมชน ได้แก่ แผงผัก เพื่อบริโภคและร้านอาหารขนาดเล็ก เป็นต้น ผู้ประกอบการร้านขายของชำในตำบลแออัดส่วนใหญ่เป็นคนจีนและอาชังจีน

ซื้อสินค้าเกษตรที่ต้องการ ได้แก่ กลุ่มพืชผัก ส่วนใหญ่เป็นผักที่ผลิตนอกชุมชน เช่น มะเขือเทศหรือ มะนาว ผักกาดขาวบิ๊ ผักกูด กระหล่ำดอก หัวไชเท้า แดงกวา กวางตุ้ง และแครอทจีน เป็นต้น กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น เป็นผลไม้ที่ผลิตนอกชุมชน เช่น มะม่วง ส้ม แอปเปิ้ล สับปะรด อะโวคาโด แอปเปิ้ล ถั่วลิสง เงาะและมะขามหวาน เป็นต้น กลุ่มการแปรรูปและเครื่องดื่ม ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า (แปรรูปสำหรับทำกาแฟสด) ส่วนชา ได้แก่ ชาอูหลงและชาอัสสัม ซึ่งมีในพื้นที่ กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวไร่ ข้าวหอมมะลิและข้าวญี่ปุ่น ส่วนกลุ่มสัตว์ ได้แก่ ไก่ตัว หนูตัว หนูขาว และไก่ขาว

คุณภาพสินค้าเกษตรที่ต้องการในกลุ่มพืชผัก ต้องการผักที่สวย ราคาไม่แพง กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ต้องการคุณภาพที่ไม่แตกต่างจากที่มีขายในท้องตลาดทั่วไป กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ต้องการคุณภาพที่ไม่แตกต่างจากที่มีขายในท้องตลาดทั่วไป กลุ่มข้าวและพืชไร่ ต้องการข้าวไร่คุณภาพทั่วไปในชุมชน ส่วนข้าวหอมมะลิต้องการเมล็ดสวย (จากโรงสีข้าว) ส่วนกลุ่มสัตว์ ต้องการสัตว์สายพันธุ์ดีสำหรับประกอบพิธีกรรมและบริโภค ได้แก่ ไก่ดำและหนูดำ หากบริโภคทั่วไปจะคัดเลือกคุณภาพที่ไม่แตกต่างจากที่มีขายในท้องตลาดทั่วไป ได้แก่ หนูขาว ไก่ดำและไก่ขาว เป็นต้น

ปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตร พบว่ากลุ่มพืชผัก กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น และกลุ่มสัตว์ต้องการปริมาณมากช่วงเทศกาลสงกรานต์ (ตรุษจีน ไหว้เจ้า ไหว้บรรพบุรุษ เป็นต้น) ส่วนกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม และกลุ่มข้าวและพืชไร่ ต้องการปริมาณมาก ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ฤดูหนาว ช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม)

2) รถเร่ หมายถึง ร้านขายของจำเค็ล่อนที่ ที่รับซื้อสินค้าที่เป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหารและอาหารปรุงสุก ใช้รถยนต์กระบะหรือรถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการบรรทุกสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในหมู่บ้านต่าง ๆ ในชุมชนแออัด ลักษณะของผู้ประกอบการเป็นทั้งผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนและนอกชุมชน ที่ซื้อสินค้าเกษตรจากตลาดนอกชุมชนเพื่อตระเวนขายให้กับผู้บริโภคในชุมชน

ชนิดสินค้าเกษตรที่ต้องการในกลุ่มพืชผัก ส่วนใหญ่เป็นผักที่ผลิตออก
ชุมชน เช่น มะเขือเทศห่อ กระฉี่ ผักกาดขาวปื ผักบุ้ง กระถั่วดอก หัวไชเท้า แดงกวา กวางตุ้ง
และพริกขี้หนู เป็นต้น กลุ่มไม้ผลและไม่ขึ้นต้น ได้แก่ผลไม้ที่ผลิตออกชุมชน เช่น มะม่วง ส้ม แดงโม
สับปะรด อะโวคาโด แอปเปิ้ล ถั่วฝักยาว และมะขามหวาน เป็นต้น กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ไม่
ปรากฏว่ามีการจำหน่าย กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวที่ผลิตออกชุมชน ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ส่วน
กลุ่มสัตว์ ได้แก่ เนื้อไก่และเนื้อหมูชำแหละ

คุณภาพสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผักและกลุ่มไม้ผลและไม่
ขึ้นต้นมีความต้องการคุณภาพที่ไม่แตกต่างจากที่มีขายในท้องตลาดทั่วไป ราคาไม่แพง
กลุ่มข้าวและพืชไร่ ต้องการข้าวไร่คุณภาพทั่วไปเป็นชุมชน ข้าวหอมมะลิต้องการเมล็ดสวย ส่วนกลุ่ม
สัตว์ ต้องการสัตว์ที่มีคุณภาพตามที่มิขายในท้องตลาด ได้แก่ เนื้อไก่และเนื้อหมูชำแหละ

ปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตร พบว่า กลุ่มพืชผัก กลุ่มไม้ผลและไม่ขึ้น
ต้นและกลุ่มสัตว์ ต้องการปริมาณมากในช่วงเทศกาลต่าง ๆ (ทุเรียน ไข่ไก่) ให้บริการชุมชน เป็นต้น)
ส่วนกลุ่มข้าวและพืชไร่ ต้องการบริโภคสม่ำเสมอตลอดทั้งปี

3) ผู้ประกอบการโรงแรม หมายถึงผู้ประกอบการห้องพักรับรองที่มีบริการร้านอาหาร
โดยการซื้อสินค้าเกษตรเพื่อประกอบอาหารให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ลักษณะของ
ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนจีนที่อาศัยอยู่ในชุมชน (มีฐานะดี)

ชนิดสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผัก ได้แก่ ผักพื้นบ้านหรือ
ผักตามฤดูกาลที่ปลูกในชุมชน ได้แก่ มะเขือเทศห่อ ยอดมะระหวาน ยอดด้วงฮั่นดา รากชู ใบขุม
ผักกาดเขียวปื แครอทและบรอกโคลี เป็นต้น ส่วนผักจากนอกชุมชน ได้แก่ กระฉี่ ผักกาดขาวปื
ผักบุ้ง กระถั่วดอก หัวไชเท้า แดงกวา กวางตุ้งและพริกขี้หนู เป็นต้น ส่วนผักที่ สวพส. ส่งเสริมใน
ปัจจุบัน ได้แก่ กรีนไวด์ เบบีคอส เบบีฮ่องเต้และเรคไวด์ เป็นต้น กลุ่มไม้ผลและไม่ขึ้นต้น ส่วนใหญ่
เป็นผลไม้จากนอกชุมชนที่นักท่องเที่ยวนิยมนำบริโภค ได้แก่ แดงโมและสับปะรด กลุ่มกาแฟและ
เครื่องดื่ม ได้แก่ กาแฟอวีกาสำหรับปรุงกาแฟสด ผู้ประกอบการมีโรงงานแปรรูปผลไม้จากชุมชน
และขายอสังหาริมทรัพย์ของตัวเองเพื่อจำหน่าย กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ จะขนส่งด้วยรถหลวง
ส่วนกลุ่มสัตว์ ได้แก่ ไก่ดำ หมูดำและหมูขาว

คุณภาพสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผักมีความต้องการผักที่มี
คุณภาพปริมาณมาก กลุ่มไม้ผลและไม่ขึ้นต้นและกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ต้องการคุณภาพที่ไม่
แตกต่างจากที่มีขายในท้องตลาดทั่วไป กลุ่มข้าวและพืชไร่ ต้องการข้าวเมล็ดสวย ส่วนกลุ่มสัตว์
ต้องการสัตว์สายพันธุ์ดี สำหรับประกอบอาหารจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ไก่ดำและหมูดำ

ปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่มพืช ได้แก่ กลุ่มพืชผัก กลุ่มผลไม้และไม้ยืนต้น กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม กลุ่มข้าวและพืชไร่ และกลุ่มสัตว์ ต้องการปริมาณมาก ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ฤดูหนาว ช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์)

4) ร้านอาหาร หมายถึง ร้านที่ซื้อสินค้าเกษตรเพื่อประกอบอาหารขายให้กับผู้บริโภคทั้งในชุมชนและนอกชุมชน ลักษณะของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนจีนหรือฮกานที่มีฝีมือในการทำอาหาร ดำเนินธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

ชนิดสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผัก ได้แก่ ผักพื้นบ้านหรือผักตามฤดูกาลที่ปลูกในชุมชน ได้แก่ มะเขือเทศห่อ ยอดมะระหวาน ยอดถั่วสันเตา หอมชู โขชู ผักกาดเขียวปลี แครอทและบวบห่อโคลี เป็นต้น ส่วนผักจากนอกชุมชน ได้แก่ คะน้า ผักกาดขาวปลี ผักบุ้ง กะหล่ำดอก หัวไชเท้า แตงกวา กวางตุ้งและพริกชี้ฟ้า เป็นต้น ส่วนผักที่ สวทศ. ส่งเสริม ปัจจุบัน ได้แก่ กรีนโอ๊ค เบบี๋คอส เบบี๋ฮ่องเต้และเรดโอ๊ค เป็นต้น กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ไม่มีบริการผลไม้ขายนักท่องเที่ยว กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ไม่มีบริการกาแฟสด จะมีเพียงชาอุ่นและชาอัสสัม ซึ่งปลูกเองไว้บริโภคและบริการลูกค้า กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ชิมและถั่วและถั่วหลวง ส่วนกลุ่มสัตว์ ได้แก่ ไก่ดำ หนูดำและหมูขาว

คุณภาพสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผัก ต้องการผักที่มีคุณภาพในปริมาณมาก กลุ่มผลไม้และไม้ยืนต้น พบว่าไม่มีความต้องการ กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ต้องการชาอุ่นและชาอัสสัม (ผลัดเอง) กลุ่มข้าวและพืชไร่ ต้องการข้าวเมล็ดสวย (จากโรงสีข้าว) และกลุ่มสัตว์ ต้องการสัตว์สายพันธุ์ดี สำหรับประกอบอาหารจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ไก่ดำและหมูดำ

ปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตร 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพืชผัก กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม กลุ่มข้าวและพืชไร่ และกลุ่มสัตว์ ต้องการปริมาณมากช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ฤดูหนาวช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) แต่ไม่มีความต้องการกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นจากในชุมชน

4.2.3 พ่อค้าคนกลาง

หมายถึง ผู้ที่ทำการรวบรวมสินค้าเกษตรในปริมาณมากเพื่อนำไปจำหน่ายยังผู้ประกอบการในชุมชนและนอกชุมชน ลักษณะของพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าในหมู่บ้านหรือเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจและมีพรสวรรค์ด้านการค้าขาย ส่วนใหญ่เป็นคนจีนและอาช่าจีน

ชนิดสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผัก ได้แก่ ผักพื้นบ้านหรือผักตามฤดูกาลที่ปลูกในชุมชนหรือสั่งจากนอกชุมชน (หากในพื้นที่ไม่มีสินค้า) ได้แก่ มะเขือเทศห่อ ยอดมะระหวาน ยอดถั่วสันเตา วาเกชู โขชู ผักกาดเขียวปลี แครอทและบวบห่อโคลี เป็นต้น ส่วนผักที่สวทศ.วิจัยพื้นที่สูงทำการส่งเสริมปัจจุบัน เช่น กรีนโอ๊ค เบบี๋คอส เบบี๋ฮ่องเต้และเรดโอ๊ค เป็นต้น กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ ผลไม้ที่ปลูกในชุมชน ได้แก่ พลับ/เชอร์รี่ เพื่อส่งขายโรงงานในพื้นที่

แม่ฮ่องสอนและน่านที่ ได้แก่ จังหวัดเชียงรายและจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ได้แก่ กาแฟอาราบิก้าแบบเชอร์รี่และกาแฟอาราบิก้าแบบกลา กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ หน่อไม้ ส่วนกลุ่มสัตว์ ได้แก่ ไก่ดำ (เป็นไปตามคำสั่งซื้อของลูกค้า)

คุณภาพสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผัก และกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ต้องการคุณภาพตามที่ขายในท้องตลาด กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ต้องการกาแฟอาราบิก้าแบบเชอร์รี่ที่มีคุณภาพ (ลูกสีแดงสวย) กาแฟอาราบิก้าแบบกลาที่มีคุณภาพ (ไม่มีมอด) กลุ่มข้าวและพืชไร่ มีความต้องการหน่อไม้ที่มีน้ำหนักมาก ส่วนกลุ่มสัตว์ ต้องการสัตว์สายพันธุ์ที่ ได้แก่ ไก่ดำ

ปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตร พบว่า กลุ่มพืชผัก และกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ต้องการตามฤดูกาล กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ต้องการตามฤดูกาล เพื่อส่งโรงงานแปรรูป กลุ่มข้าวและพืชไร่ มีความต้องการหน่อไม้ตามฤดูกาลในปริมาณมาก ส่วนกลุ่มสัตว์ ต้องการปริมาณมาก ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ฤดูหนาวช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์)

4.2.4 ตลาดโครงการหลวง

หมายถึง ตลาดที่รับซื้อสินค้าเกษตรตามข้อตกลง (ใบคำ) กับ สวทช. ซึ่งได้กำหนดไว้ตามแผนการร่วมกันกับเกษตรกรในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน เพื่อนำไปขายต่อหรือส่งโรงงานแปรรูปผลผลิตเกษตร เช่น กาแฟและชาของโครงการหลวง ซึ่งมีชนิดสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผัก ได้แก่ ผักที่ สวทช. ส่งเสริมปัจจุบันที่ส่งขายสู่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวง 1 แห่ง ได้แก่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย คือ กวีนโด้ค เบบิคอส เบบียองคและเบบียองค กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ เสาวรสหวาน ส่วนกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า คุณภาพสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า กลุ่มพืชผัก กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น และกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ต้องการคุณภาพมาตรฐานตามเงื่อนไขโครงการหลวง ซึ่งมีปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตรในกลุ่มพืชผักกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น และกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มจะมีความต้องการปริมาณขึ้นอยู่กับลูกค้าที่ได้ทำไว้

4.2.5 ตลาดนอกชุมชน

หมายถึง ผู้ประกอบการที่รับซื้อสินค้าเกษตรที่อยู่นอกพื้นที่ชุมชนแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีเข้านักท่องเที่ยวจากนอกชุมชน นักชมของผู้ประกอบการเป็นพ่อค้าขายปลีกหรือขายส่ง โดยมีชนิดสินค้าเกษตรที่ต้องการ คือ กลุ่มพืชผัก ได้แก่ ผักพื้นบ้านหรือผักตามฤดูกาลที่ปลูกในชุมชน ได้แก่ มะเขือเทศห่อ ยอดมะระหวาน ยอดหัวล้านคา รากชู โข่ขุ่น ผักกาดเขียวปลี แครอทและบวบฮอกไคสี เป็นต้น ผักที่ สวทช. ส่งเสริมปัจจุบัน เช่น กวีนโด้ค เบบิคอส เบบียองคและเบบียองค เป็นต้น กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ ผลไม้ที่ปลูกในชุมชน เช่น ลิ้นจี่ และพลัม/เชอร์รี่ ส่วนไม้ผลที่ สวทช. ส่งเสริม ได้แก่ องุ่น สตรอเบอรี่ เสาวรสหวานและแปะลูกเขียว เป็นต้น กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

ได้แก่ การพิจารณาปริมาณเชื้อแบบเซอร์และแบบกะลา ส่วนชาวฮองและชาฮัสสัน รับเชื้อแบบสำเร็จรูป กลุ่มชาวละติโซ ได้แก่ ชาวไร่ ชาวญี่ปุ่น ส่วนกลุ่มฮัสสัน ได้แก่ ไคดำ

คุณภาพสินค้าเกษตรที่ต้องการ พบว่า สินค้าทุกชนิดต้องการคุณภาพที่ไม่แตกต่างกัน จากที่มีขายในท้องตลาดทั่วไป ในกลุ่มพืชผัก ต้องการตามฤดูกาล กลุ่มไม้ผลและไม่ขึ้นต้น ต้องการไม้ผลที่ปลูกในชุมชน ได้แก่ พลับ/เชอร์รี่ ต้องการปริมาณตามฤดูกาล และไม้ผลที่ สวท. ส่งเสริม เช่น อุ่น สตรอเบอรี่ เสาวรสหวานและเคปกูสเบอร์รี่ เป็นต้น ต้องการปริมาณมาก ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ฤดูหนาว) สำหรับกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ต้องการปริมาณตามฤดูกาล เพื่อส่งโรงงานแปรรูป กลุ่มข้าวและพืชไร่ ต้องการปริมาณมาก ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว (ฤดูหนาว ช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม) และกลุ่มสัตว์ ต้องการปริมาณมากช่วงเทศกาลต่าง ๆ (ตรุษจีน ไห่เจ้า ไห่บวชบุญ เป็นต้น) และเทศกาลท่องเที่ยว

4.3 ลักษณะตลาดสินค้าเกษตรนอกชุมชน

ตลาดสินค้าเกษตรนอกชุมชนแบ่งออกเป็นตลาดที่เป็นคู่แข่งและตลาดที่ทำการผลิตร่วมกับชุมชนเมือง ดังนี้

4.3.1 ตลาดคู่แข่ง หมายถึง ตลาดนอกชุมชนที่ขายสินค้าเกษตรที่สามารถผลิตในพื้นที่แม่ฮ่องสอนได้หรือเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่าพื้นที่แม่ฮ่องสอน โดยรับซื้อสินค้าเกษตรเพื่อจำหน่ายให้ชุมชนที่ทำการตั้งอยู่และชุมชนในพื้นที่แม่ฮ่องสอน ได้แก่

1) ตลาดเหนือไทย อำเภอแม่ฮ่องสอน เป็นตลาดเจ้าและตลาดคอนถิ่น ที่ขายสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักที่มีขายตามฤดูกาล มีขายตลอดทั้งปี ได้แก่ กระนำ ผักกาดขาวปิ้ง ผักบุ้ง กะหล่ำดอก หัวไชเท้า แดงกวา กวางตุ้งและพริกชี้ฟ้า เป็นต้น กลุ่มไม้ผลและไม่ขึ้นต้น เป็นผลไม้ตามฤดูกาลหรือผลไม้ที่มีขายตลอดทั้งปี ได้แก่ มะม่วง ส้ม แดงโม สับปะรด แอปเปิ้ล กัญชง เงาะ และมะขามหวาน เป็นต้น กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ (จากโรงสีข้าว) ส่วนกลุ่มสัตว์ ได้แก่ เนื้อไก่และเนื้อหมูชำแหละ

2) ตลาดป่าซาง อำเภอแม่เงน เป็นตลาดที่มีลักษณะคล้ายกับตลาดเหนือไทยแต่มุ่งเน้นเป็นตลาดที่ปศุสัตว์คอนถิ่น อยู่ไม่ไกลจากชุมชนแม่ฮ่องสอน ผู้บริโภคในชุมชนนิยมซื้อสินค้าเกษตรเพื่อนำไปประกอบอาหาร สินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักที่มีขายตามฤดูกาลและมีขายตลอดทั้งปี ได้แก่ กระนำ ผักกาดขาวปิ้ง ผักบุ้ง กะหล่ำดอก หัวไชเท้า แดงกวา กวางตุ้งและพริกชี้ฟ้า เป็นต้น กลุ่มไม้ผลและไม่ขึ้นต้น เป็นผลไม้ตามฤดูกาลหรือผลไม้ที่มีขายตลอดทั้งปี ได้แก่ มะม่วง ส้ม แดงโม สับปะรด แอปเปิ้ล กัญชง เงาะและมะขามหวาน เป็นต้น กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ (จากโรงสีข้าว) ส่วนกลุ่มสัตว์ ได้แก่ เนื้อไก่และเนื้อหมูชำแหละ

3) ตลาดอำเภอแม่จัน เป็นตลาดขายส่งสินค้าเกษตรที่อยู่ในใกล้จากชุมชนแม่ฮ่อง
ผู้บริโภคในชุมชนที่ได้เดินทางมาจากแม่ฮ่องลงจะซื้อสินค้าเกษตรไว้บริโภค (ราคาถูกและ
มีคุณภาพดีกว่าในชุมชน) ส่วนผู้ประกอบการท้องถิ่น ได้แก่ รอเว (รถยนต์กระบะและ
รถจักรยานยนต์) จะซื้อสินค้าเกษตรเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในชุมชนแม่ฮ่อง สินค้าเกษตรที่
นิยมซื้อในกลุ่มพืชผักที่มีขายตามฤดูกาล และมีขายตลอดทั้งปี ได้แก่ คะน้า ผักกาดขาวปลี ผักบุ้ง
กะหล่ำดอก หัวไชเท้า แดงกวา กวางตุ้งและพริกชี้ฟ้า เป็นต้น กลุ่มผลไม้และไม่ยีนดิน เป็นผลไม้ตาม
ฤดูกาลหรือผลไม้ที่มีขายตลอดทั้งปี ได้แก่ มะม่วง ส้ม แดงโม สับปะรด แอปเปิ้ล กัญชง เหาะและ
มะขามหวาน เป็นต้น กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ (จากโรงสีข้าว) ส่วนกลุ่มสัตว์ ได้แก่
เนื้อไก่และเนื้อหมูชำแหละ

4) ตลาดกลางในอำเภอเมืองเชียงราย เป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีสินค้าเกษตรขาย
จำนวนมาก มีคุณภาพให้เลือกหลากหลาย ราคาถูกกว่าในชุมชนแม่ฮ่อง ผู้บริโภคในชุมชนที่ได้
เดินทางลงมาจากรอเวแม่ฮ่องจะซื้อสินค้าเกษตรไว้บริโภค ส่วนผู้ประกอบการ ได้แก่ ร้านขาย
ของชำ รอเว (รถกระบะ) โรงแรมและร้านอาหารจะซื้อสินค้าเกษตรเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการ
ประกอบอาหาร สินค้าเกษตรที่นิยมซื้อในกลุ่มพืชผักทั่วไปที่มีขายตามฤดูกาลและมีขายตลอดทั้งปี
ได้แก่ คะน้า ผักกาดขาวปลี ผักบุ้ง กะหล่ำดอก หัวไชเท้า แดงกวา กวางตุ้งและพริกชี้ฟ้า เป็นต้น
กลุ่มผลไม้และไม่ยีนดิน เป็นผลไม้ตามฤดูกาลหรือผลไม้ที่มีขายตลอดทั้งปี ได้แก่ ผลไม้ตามฤดูกาล
มะม่วง ส้ม แดงโม สับปะรด กัญชง เหาะและมะขามหวาน เป็นต้น กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าว
หอมมะลิ (จากโรงสีข้าว) ส่วนกลุ่มสัตว์ ได้แก่ เนื้อไก่ และเนื้อหมูชำแหละ รวมถึงสัตว์ที่มีชีวิต ได้แก่
โคขุน ปลาไนและปลากุเลา เป็นต้น

5) ตลาดอำเภอแม่สาย เป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีสินค้าเกษตรขายจำนวนมาก มีการ
จำหน่ายทั้งขายปลีกและขายส่ง มีคุณภาพให้เลือกหลากหลาย ราคาถูกกว่าในชุมชนแม่ฮ่อง คล้าย
กับตลาดกลางในอำเภอเมืองเชียงราย ผู้บริโภคในชุมชนแม่ฮ่องที่ได้เดินทางมาจากรอเวแม่ฮ่องจะ
ซื้อสินค้าเกษตรไว้บริโภค ส่วนผู้ประกอบการท้องถิ่น ได้แก่ ร้านขายของชำ รอเว (รถกระบะ)
โรงแรมร้านอาหาร จะซื้อสินค้าเกษตรเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร สินค้าเกษตรที่นิยม
ซื้อในกลุ่มพืชผักทั่วไป ได้แก่ คะน้า ผักกาดขาวปลี ผักบุ้ง กะหล่ำดอก หัวไชเท้า แดงกวา กวางตุ้งและ
พริกชี้ฟ้า เป็นต้น กลุ่มผลไม้และไม่ยีนดิน ได้แก่ ผลไม้ตามฤดูกาล มะม่วง ส้ม แดงโม สับปะรด
กัญชง เหาะและมะขามหวาน เป็นต้น กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ (จากโรงสีข้าว) ส่วน
กลุ่มสัตว์ ได้แก่ เนื้อไก่และเนื้อหมูชำแหละ รวมถึงเนื้อสัตว์แปรรูปต่าง ๆ เช่น ไก่กรอก ลูกชิ้น
เต้าหู้ปลา เป็นต้น

4.3.2 ตลาดที่ผลิตร่วมกันกับชุมชนแม่ฮ่องสอน หมายถึง ตลาดภายนอกชุมชนที่สามารถผลิตสินค้าเกษตรชนิดเดียวกันกับสินค้าเกษตรที่สามารถผลิตในพื้นที่ชุมชนแม่ฮ่องสอน มีคุณภาพใกล้เคียงกัน นำมาจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการท้องถิ่นเพื่อมาจำหน่ายต่อไปกับผู้บริโภคในชุมชนแม่ฮ่องสอน ได้แก่ ตลาดข้าวในอำเภอฝางและอำเภอแม่อายที่โรงสีข้าวของแม่ฮ่องสอนและโรงสีข้าวไร่ (ปลูกที่ดอนแต่ต้องเอามาส่งที่อำเภอฝางและอำเภอแม่อาย) ตลาดที่ผลิตร่วมกันกับชุมชนแม่ฮ่องสอน หมายถึง ตลาดภายนอกชุมชนที่สามารถผลิตสินค้าเกษตรชนิดเดียวกันกับสินค้าเกษตรที่สามารถผลิตในชุมชนแม่ฮ่องสอน มีคุณภาพใกล้เคียงกัน นำมาจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการในชุมชนเพื่อนำมาจำหน่ายต่อไปกับผู้บริโภคในชุมชนแม่ฮ่องสอน ได้แก่ ตลาดข้าว ผู้ประกอบการรับซื้อข้าวบนดอยแม่ฮ่องสอน ได้แก่ ร้านอมร ร้านสหพงษ์ และร้านอาตุณ นิยมซื้อข้าวหอมมะลิเพื่อนำไปขายเฉลี่ย 300 กระสอบต่อเดือน (กระสอบละ 45 กก.) ได้ทำการตลาดร่วมกับทั่วจังหวัดสุพรรณบุรี ตำบลแม่ฝาง อำเภอแม่อาย เป็นโรงสีข้าวขนาดใหญ่ขายข้าวทุกชนิดและโรงสีข้าวอื่นๆ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการได้แก่ ร้านอมรให้ลูกค้าเช่าหิ้วซีซีทีนาในอำเภอแม่อายเพื่อปลูกข้าวหอมมะลิทำการสีแล้วนำขึ้นไปขายบนดอยแม่ฮ่องสอนทั่วๆ ส่วนข้าวคอกนั้นถึงแม้จะมีการปลูกบนดอยแม่ฮ่องสอนก็ต้องนำมาสีที่โรงสีในอำเภอแม่อาย และอำเภอฝาง เนื่องจากในพื้นที่แม่ฮ่องสอนไม่มีโรงสีข้าว เมื่อสีเสร็จแล้วจะส่งกับดอยแม่ฮ่องสอน ส่วนร้านสหพงษ์จะให้โรงสีนำไปเลี้ยงสุกร จึงเห็นว่าตลาดข้าวสามารถเป็นตลาดที่ทำการผลิตร่วมกันได้ระหว่างเกษตรกรแม่ฮ่องสอนกับผู้ประกอบการหรือเกษตรกรในอำเภอฝางและแม่อาย

4.4 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของชุมชนแม่ฮ่องสอน

ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของชุมชนแม่ฮ่องสอน หมายถึง ปริมาณของสินค้าเกษตรที่ผู้บริโภคซื้อเพื่อการบริโภคจริง โดยการศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรจากกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่ม ในชุมชนแม่ฮ่องสอนทั้งสิ้น 138 ราย ประกอบด้วยครัวเรือน กลุ่มผู้บริโภคในชุมชน จำนวน 56 ราย กลุ่มผู้บริโภคนอกชุมชน จำนวน 30 ราย กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน จำนวน 41 ราย กลุ่มพ่อค้าคนกลาง จำนวน 5 ราย และอาเภ จำนวน 6 ราย มีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม

1) ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก

ตารางที่ 4.4 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	มะเขือเทศ	3,077	3,064	3,079	9,220	3,079	3,064	3,089	9,232	0.13
2	พริกชี้ฟ้า	1,824	1,854	1,854	5,532	1,809	4,454	1,854	8,117	46.73
3	กะหล่ำปลี	2,603	2,588	2,588	7,779	2,573	2,588	2,588	7,749	-0.39
4	ผักกาดขาวปลี	2,258	2,104	2,170	6,532	2,104	2,104	2,149	6,357	-2.68
5	เบบี้ฮ่องเต้	1,982	1,982	2,207	6,171	1,982	1,982	2,205	6,169	-0.03
6	ยอดมะระหวาน	1,662	1,662	1,887	5,211	1,672	1,672	1,897	5,241	0.58

หมายเหตุ: ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

ตารางที่ 4.4 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
7	มะนาว	1,658	1,658	1,658	4,974	1,658	1,658	1,658	4,974	0.00
8	มะเขือ	1,461	1,460	1,467	4,388	1,461	1,460	1,467	4,388	0.00
	เจ้าพระยา									
9	กระเทียม	1,370	1,370	1,370	4,110	1,370	1,370	1,370	4,110	0.00
10	ยอดอ้วกั้นเตา	1,136	911	1,811	3,858	1,136	911	1,811	3,858	0.00
11	ผักชี	1,224	1,224	1,240	3,688	1,224	1,224	1,240	3,688	0.00
12	รากงู	583	1,483	1,488	3,554	585	1,486	1,493	3,564	0.28
13	ต้นหอม	1,177	1,178	1,201	3,556	1,177	1,178	1,201	3,556	0.00
14	เฟียงหอย	1,063	1,063	1,076	3,202	1,063	1,063	1,076	3,202	0.00
15	มะเขือเทศเนื้อ	1,005	1,005	1,010	3,020	1,005	1,005	1,010	3,020	0.00
16	ปวยเล้ง	622	622	1,747	2,991	622	622	1,757	3,001	0.33
17	แคระอท	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	1,000	1,000	3,000	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

ตารางที่ 4.4 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
18	โหระพา	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	1,000	1,000	3,000	0.00
19	ถั่วแขก	920	920	920	2,760	920	920	920	2,760	0.00
20	มะเขือยาว	920	920	920	2,760	920	920	920	2,760	0.00
21	โสมขุ่น	522	522	1,647	2,691	522	522	1,647	2,691	0.00
22	คะน้า	623	618	1,221	2,462	641	626	1,239	2,506	1.79
23	พริกหวาน	820	820	820	2,460	820	820	820	2,460	0.00
24	ฟักเขียว	565	564	1,172	2,301	565	564	1,172	2,301	0.00
25	หอมหัวใหญ่	754	754	754	2,262	754	754	754	2,262	0.00
26	ขึ้นฉ่าย	720	720	720	2,160	720	720	720	2,160	0.00
27	ตะไคร้	720	720	720	2,160	720	720	720	2,160	0.00
28	เบบี๋คอ	462	462	1,137	2,061	462	462	1,157	2,081	0.97
29	หอมแดง	654	654	654	1,962	654	654	654	1,962	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

ตารางที่ 4.4 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มิ.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มิ.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
30	ข่า	600	600	600	1,800	600	600	600	1,800	0.00
31	ตะกอกเทียม	600	600	600	1,800	600	600	600	1,800	0.00
32	ถั่วงอก	454	454	514	1,422	464	464	524	1,452	2.11
33	แมลงกวา	436	456	446	1,338	436	456	446	1,338	0.00
34	บล๊อคโด้	58	58	958	1,074	61	58	965	1,084	0.93
35	กะหล่ำดอก	358	358	358	1,074	358	358	358	1,074	0.00
36	กวาดั่ง	271	276	261	808	241	276	261	778	-3.71
37	ผักบุ้ง	255	270	292	817	235	230	245	710	-13.10
38	ผักกาดเขียวปลี	227	205	218	650	237	205	258	700	7.69
39	ถั่วมักยาร	148	148	148	444	148	148	148	444	0.00
40	พริกชี้ฟ้า	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
41	มะเขือม่วงก้าน เขียว	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
42	พริกทอง	58	98	73	229	58	98	73	229	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

ตารางที่ 4.4 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ส.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ส.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
43	กวางโด้	73	73	74	220	73	73	74	220	0.00
44	ยอดผักหวาน	66	66	66	198	66	66	66	198	0.00
45	ผักนึ่ง	60	60	60	180	60	60	60	180	0.00
46	ถั่วลิสง	46	44	46	136	46	44	46	136	0.00
47	แคร์รอต	40	45	45	130	42	45	48	135	3.85
48	พริก	0	0	0	0	10	0	20	30	3,000.00
49	ขมิ้น	8	8	8	24	8	8	8	24	0.00
50	มะเขือม่วง	8	8	8	24	8	8	8	24	0.00
51	ถั่วเขียว	0	0	6	6	0	0	6	6	0.00
ปริมาณรวม		38,359	38,937	45,527	122,823	38,177	41,528	45,610	125,315	2.03
อัตราการเพิ่ม (%)						-0.47	6.65	0.18		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 438 ราย

จากตารางที่ 4.4 แสดงปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 122,823 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 125,315 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.03 ผักที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ มะเขือเทศต่อบริโภคสูงสุด 9,220 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 9,232 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.13) รองลงมา คือ พริกชี้ฟ้า บริโภคสูงสุด 5,532 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 8,117 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.73) กระเทียม บริโภคสูงสุด 7,779 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 7,749 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 0.39) ผักกาดขาวปลี บริโภคสูงสุด 6,532 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 6,357 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 2.68) เบปี่ฮ่องเต้ บริโภคสูงสุด 6,171 กิโลกรัม ลดลงเป็น 6,169 กิโลกรัม (ลดลงร้อยละ 0.03) ส่วนยอดมะระหวาน บริโภคสูงสุด 5,211 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 5,241 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.58) ส่วนผักชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภค ดังตารางที่ 4.4

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 พบว่าความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักจะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 45,527 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 45,610 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.18) รองลงมา คือ ช่วงฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณ 38,937 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 41,528 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.65) ส่วนฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 38,359 กิโลกรัม ในปี 2556 และลดลงเป็น 38,177 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 0.47)

2) ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ยืนต้น

ตารางที่ 4.5 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ยืนต้นในปี 56 และ 57

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	พืชมะพร้าว	15	0	110,013	110,028	45	0	90,013	90,058	-18.15
2	พืชมะพร้าว	0	8	5,000	5,008	30	8	5,000	5,038	0.60
3	แดงไม้	1,342	1,232	1,554	4,128	1,337	1,232	1,557	4,123	-0.12
4	ลำปาว	650	550	650	1,850	650	550	650	1,850	0.00
5	ส้ม	518	418	718	1,654	522	422	722	1,666	0.73
6	มะม่วง	397	269	269	935	332	278	278	888	-5.03
7	ลำไย	254	254	304	812	254	254	304	812	0.00
8	แดงไม้	250	200	250	700	250	200	250	700	0.00
9	แอปเปิ้ล	219	219	220	658	223	223	224	670	1.82
10	องุ่น	124	141	133	398	124	141	133	398	0.00
11	แคนตาลูป	70	50	80	200	70	50	80	200	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากข้อมูลตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

ตารางที่ 4.5 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่เป็นต้นในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
12	สตรอเบอรี่	16	10	64	90	26	10	114	150	66.67
13	เงาะ	39	29	56	124	39	29	56	124	0.00
14	ลิ้นจี่	30	29	17	76	35	64	2	101	32.89
15	ทุเรียน	32	32	32	96	32	32	32	96	0.00
16	ลองกอง	29	24	24	77	29	24	24	77	0.00
17	เสาวรสเปรี้ยว	24	24	24	72	24	24	24	72	0.00
18	แอปเปิลเขียว	0	0	0	0	10	0	20	30	3,000.00
19	บ๊วย	0	0	0	0	30	0	0	30	3,000.00
20	พีช	0	0	0	0	30	0	0	30	3,000.00
21	เสาวรสหวาน	4	6	7	17	4	6	7	17	0.00
22	มังคุด	4	4	4	12	4	4	4	12	0.00
23	อะโวคาโด	4	4	4	12	4	4	4	12	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

ตารางที่ 4.5 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
24	มะขามหวาน	0	5	0	5	0	5	0	5	0.00
25	มะขามป้อม	0	1	1	2	0	1	1	2	0.00
ปริมาณรวม		4,021	3,509	119,424	126,954	4,104	3,561	99,496	107,161	-15.59
อัตราการเพิ่ม (%)						2.06	1.43	-16.69		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

จากตารางที่ 4.5 แสดงปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ป็นต้น จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ป็นต้น มีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 126,954 กิโลกรัม ผลลงเป็น 107,161 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการผลิตร้อยละ 15.59 ไม้ผลที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ พืช/เชอรี่ บริโภคสูงสุด 110,028 กิโลกรัม ในปี 2556 ผลลงเป็น 90,058 กิโลกรัม ในปี 2557 (ผลลงร้อยละ 18.15) รองลงมา คือ พืช บริโภคสูงสุด 5,008 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 5,038 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.60) แดงโม บริโภคสูงสุด 4,128 กิโลกรัม ในปี 2556 ผลลงเป็น 4,123 กิโลกรัม ในปี 2557 (ผลลงร้อยละ 0.12) สับปะรด บริโภคสูงสุด 1,850 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่ต่ำกนในปี 2557 ส้ม บริโภคสูงสุด 1,654 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,666 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.73) ส่วนมะม่วง บริโภคสูงสุด 935 กิโลกรัม ในปี 2556 ผลลง 888 กิโลกรัม ในปี 2557 (ผลลงร้อยละ 5.03) ส่วนไม้ผลและไม่ป็นต้นชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.5

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ป็นต้นจะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 119,424 กิโลกรัม ในปี 2556 และผลลงเป็น 99,496 กิโลกรัม ในปี 2557 (ผลลงร้อยละ 16.69) รองลงมาคือ ฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณ 4,021 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 4,104 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.06) ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 3,509 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 3,561 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.48)

3) ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 4.6 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตราการ การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	กาแฟอาราบิก้า (กะลา)	20	20	21,020	21,060	20	20	21,020	21,060	0.00
2	ชาอู่หลง	15	15	17.5	47.5	15	15	17.5	47.5	0.00
3	ชาอัสสัม	0	0	0.5	0.5	6	12	12.5	30.5	6,000.00
ปริมาณรวม		35	35	21,038	21,108	41	47	21,050	21,138	0.14
อัตราการเพิ่ม (%)						17.14	34.29	0.06		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

จากตารางที่ 4.6 แสดงปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 21,108 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 21,138 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.14 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า (กะลา) บริโภคสูงสุด 21,060 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ชาอู่หลง บริโภคสูงสุด 47.50 กิโลกรัม และบริโภคปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ส่วนชาอัสสัม บริโภคสูงสุด 0.50 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 30.50 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6,000/00)

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 21,038 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 21,050 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.06) รองลงมา คือ ฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณ 35 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 47 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 34.29) ส่วนฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 35 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 41 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1)



4) ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่

ตารางที่ 4.7 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ในเขตชลประทาน

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	ข้าวไร่	8,500	11,550	11,050	31,100	9,400	10,285	11,950	31,635	1.72
2	หน่อไม้	17	20,019	16	20,052	17	30,018	16	30,051	49.87
3	ข้าวหอมมะลิ	4,668	5,934	4,659	15,261	4,659	5,835	4,659	15,153	-0.71
4	ชิง	1,062	1,032	1,066	3,160	1,067	1,037	1,076	3,180	0.63
5	ข้าวญี่ปุ่น	90	90	90	270	90	90	90	270	0.00
6	ถั่วแดง	32	63	39	134	32	75	45	150	11.94
7	ถั่วดำ	2	6	2	10	2	11	7	20	100.00
8	ถั่วแดงหลวง	0	0	0	0	5	0	5	10	1,000.00
9	ถั่วเขียวแฉก	0	0	0	0	5	0	5	10	1,000.00
ปริมาณรวม		5,854	7,125	5,856	18,835	5,880	7,046	5,887	18,793	-0.22
อัตราการเพิ่ม (%)						0.10	-1.11	0.53		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

จากตารางที่ 4.7 แสดงปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่มีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 18,835 กิโลกรัม ลดลงเป็น 18,793 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการลดลงร้อยละ 0.22 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ข้าวไร่ บริโภคสูงสุด 31,100 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 31,653 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.72) รองลงมา คือ หน่อไม้ บริโภคสูงสุด 20,052 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 30,051 กิโลกรัม (เพิ่มขึ้นร้อยละ 49.87) ข้าวพองมะลิ บริโภคสูงสุด 15,261 กิโลกรัม ในปี 2556 และลดลงเป็น 15,153 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 0.71) จึง บริโภคสูงสุด 3,160 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 3,180 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.63) ส่วนข้าวญี่ปุ่น บริโภค 270 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนข้าวและพืชไร่ชนิดอื่นๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.7

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่จะสูงสุดในกลุ่ม (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณ 7,125 กิโลกรัม ในปี 2556 และลดลงเป็น 7,046 กิโลกรัม ในปี 2556 (ลดลงร้อยละ 1.11) รองลงมา คือ ช่วงฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณความต้องการบริโภค 5,856 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 5,887 กิโลกรัม ในปี 2556 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.53) ส่วนฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 5,854 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 5,860 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.10)

5) ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์

ตารางที่ 4.8 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ส.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ส.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	หมูขาว	166,620	141,620	219,220	527,460	169,020	144,020	221,620	534,660	1.37
2	หมูดำ	44,000	124,000	74,000	242,000	44,000	64,000	74,000	182,000	-24.79
3	ไก่ขาว	2,062	1,687	2,662	6,411	2,062	1,687	2,662	6,411	0.00
4	ไก่ดำ	1,692	1,317	2,434.5	5,443.5	1,728	1,353	2,386.5	5,467.5	0.44
5	ปลานิล	1,252	1,252	1,502	4,006	1,252	1,252	1,502	4,006	0.00
6	วัว	109	109	111	329	109	109	111	329	0.00
7	ปลาดุก	70	70	72	212	70	70	72	212	0.00
8	ปลาช่อน	24	24	24	72	24	24	24	72	0.00
9	ไก่ทรง	4	2	4	10	4	2	4	10	0.00
10	ปลาหมึก	1	1	2	4	1	1	2	4	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

ตารางที่ 4.8 ปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
11	ไก่	1	1	2	4	1	1	2	4	0.00
12	พวย	1	1	2	4	1	1	2	4	0.00
13	เป็ด	0	0	1	1	0	0	1	1	0.00
ปริมาณรวม		215,836	270,084	300,036.5	785,956.5	218,272	212,520	302,388.5	733,180.5	-6.71
อัตราการเพิ่ม (%)						1.13	-21.31	0.78		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากข้อมูลตัวอย่าง จำนวน 138 ราย

จากตารางที่ 4.8 แสดงปริมาณความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 138 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์มีความต้องการโดยรวม ในปี 2556 รวม 785,956.5 กิโลกรัม คิดเป็น 733,180.5 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการลดลงเป็นร้อยละ 6.71 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ คือ หมูขาว บริโภคสูงสุด 527,460 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 534,660 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.37) รองลงมาคือ หนูดำ บริโภคสูงสุด 242,000 กิโลกรัม ในปี 2556 คิดเป็น 182,000 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 24.79) ไก่ขาว บริโภคสูงสุด 6,411 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคปริมาณเท่ากันในปี 2557 ไก่ดำ บริโภคสูงสุด 5,443.5 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 5,467.5 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.44) ส่วนสัตว์ชนิดอื่นๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.8

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรสัตว์จะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 5 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม) มีปริมาณ 300,036.5 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 302,358.5 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.78) รองลงมา คือ ฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 215,836 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 218,272 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.13) ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 270,084 กิโลกรัม ในปี 2556 และคิดเป็น 212,520 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 21.31)

4.4.2 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของผู้บริโภคในชุมชน

1) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก

ตารางที่ 4.9 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	ผักกาดขาวปลี	27	27	42	96	37	37	42	116	20.83
2	กวางตุ้ง	20	20	20	60	20	20	20	60	0.00
3	มะเขือเทศ	20	20	20	60	20	20	20	60	0.00
4	ฟักทอง	20	20	20	60	20	20	20	60	0.00
5	ผักบุ้ง	13	13	18	44	13	13	18	44	0.00
6	ยอดมะระหวาน	12	12	12	36	12	12	12	36	0.00
7	โหระพา	12	12	12	36	12	12	12	36	0.00
8	เบบี๋คอ	8	8	8	24	8	8	8	24	0.00
9	คะน้า	8	8	8	24	8	8	8	24	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคในชุมชนจำนวน 56 ราย

ตารางที่ 4.9 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ธ.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ธ.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
10	ปวยเล้ง	8	8	8	24	8	8	8	24	0.00
11	มะเขือม่วงก้านดำ	8	8	8	24	8	8	8	24	0.00
12	มะเขือเจ้าพระยา	7	6	9	22	7	6	9	22	0.00
13	รากชู	7	6	9	22	7	6	9	22	0.00
14	กะหล่ำปลี	5	5	10	20	5	5	10	20	0.00
15	คะน้า	8	8	8	24	6	6	6	18	-25.00
16	บร็อกโคลี่	6	6	6	18	6	6	6	18	0.00
17	เห็ดหอม	4	3	7	14	4	5	7	14	0.00
18	หัวไชเท้า	3	2	5	10	3	2	5	10	0.00
19	มะเขือเทศเนื้อ	3	2	5	10	3	2	5	10	0.00
20	ถั่วงาว	0	0	6	6	0	0	6	6	0.00
21	พริกขี้หนู	2	2	2	6	2	2	2	6	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคในชุมชนจำนวน 56 ราย

ตารางที่ 4.9 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
22	ผักชี	2	2	2	6	2	2	2	6	0.00
	ปริมาณรวม	203	198	245	646	211	206	243	660	2.17
	อัตราการเพิ่ม (%)					3.94	4.04	-0.82		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคในชุมชนจำนวน 56 ราย

จากตารางที่ 4.9 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคในครัวเรือนจำนวน 56 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 646 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 660 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.17 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ผักกาดขาวปลี บริโภคสูงสุด 96 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 116 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.83) รองลงมา คือ กวางตุ้ง บริโภคสูงสุด 60 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 มะเขือเทศห่อ บริโภคสูงสุด 60 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 ฟักทอง บริโภคสูงสุด 60 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคปริมาณเท่ากันในปี 2557 ผักกาดปลี บริโภคสูงสุด 44 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 ยอดมะขามหวาน บริโภคสูงสุด 36 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 ใข้ขุ่น บริโภคสูงสุด 36 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 และเบบี๋คออ บริโภคสูงสุด 24 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 ส่วนพืชผักชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.9

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักจะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 245 กิโลกรัม ในปี 2556 และตกลงเป็น 243 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 0.82) รองลงมา คือ ช่วงฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 203 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 211 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.94) ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 198 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 206 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.04)

2) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่เป็นต้น

ตารางที่ 4.10 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่เป็นต้นของผู้บริโภคในชุมชนโดยแบ่งตามช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	ส้ม	16	16	16	48	16	16	16	48	0.00
2	แอปเปิ้ล	16	16	16	48	16	16	16	48	0.00
3	สตรอเบอรี่	8	2	12	22	8	2	12	22	0.00
4	พริก/เชอร์รี่	15	0	0	15	15	0	0	15	0.00
5	ขจร	2	1	2	5	2	1	2	5	0.00
6	ลิ้นจี่	2	1	2	5	2	1	2	5	0.00
7	มะขามป้อม	0	1	1	2	0	1	1	2	0.00
ปริมาณรวม		59	37	49	145	59	37	49	145	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ: ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคในชุมชนจำนวน 56 ราย

จากตารางที่ 4.10 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ยืนต้นของผู้บริโภคในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคในครัวเรือนจำนวน 56 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ยืนต้นมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 145 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ส้ม บริโภคสูงสุด 48 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ แอปเปิ้ล บริโภคสูงสุด 48 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 สตรอเบอรี่ บริโภคสูงสุด 22 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 ส่วน พลัม/เชอรี่ บริโภคสูงสุด 15 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 อุ่น บริโภคสูงสุด 5 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 ลิ้นจี่ บริโภคสูงสุด 5 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 แคนธราชนาปาล์ม บริโภคสูงสุด 2 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 ส่วนลืคส่วนอื่นๆ มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.10

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของผู้บริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ยืนต้นจะสูงสุดในฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณ 59 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ช่วงฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณความต้องการบริโภค 49 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 37 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557

3) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มชูกำลัง

ตารางที่ 4.11 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มชูกำลังบริโภคในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 2557				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	ชาอู่หลง	2	2	2.5	6.5	2	2	2.5	6.5	0.00
2	ชาอัสสัม	0	0	0.5	0.5	0	0	0.5	0.5	0.00
ปริมาณรวม		2	2	3	7	2	2	3	7	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคในชุมชนจำนวน 56 ราย

จากตารางที่ 4.11 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มของผู้บริโภคในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคในครัวเรือนจำนวน 56 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 7 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ชาอู่หลง บริโภคสูงสุด 6.50 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ชาอัสสัม บริโภคสูงสุด 0.50 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มจะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 3 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ช่วงฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) และช่วงฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภค 5 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคปริมาณที่เท่ากันในปี 2557



4) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่

ตารางที่ 4.12 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของสมาชิกในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	ข้าวหอมมะลิ	800	800	800	2,400	800	800	800	2,400	0.00
2	ข้าวไร่	0	1,140	0	1,140	0	1,140	0	1,140	0.00
3	ถั่วแดง	2	1	2	5	2	1	2	5	0.00
4	ถั่วดำ	2	1	2	5	2	1	2	5	0.00
ปริมาณรวม		804	1,942	804	3,550	804	1,942	804	3,550	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากศูนย์วิจัยนโยบายชุมชนจำนวน 56 ราย

จากการวางที่ 4.12 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของผู้บริโภค ในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคในครัวเรือนจำนวน 56 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่มีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 3,550 กิโลกรัม และบริโภค ในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ บริโภคสูงสุด 2,400 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ข้าวไร่ บริโภคสูงสุด 1,140 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ถัดมา บริโภคสูงสุด 5 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ส่วน ถั่วดำ บริโภคสูงสุด 5 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ส่วนสัดส่วน อื่นๆ มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.12

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและ พืชไร่จะสูงสุดในฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณ 1,902 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ช่วงฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือน มีนาคม-มิถุนายน) และช่วงฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณความ ต้องการบริโภค 804 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557



5) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์

ตารางที่ 4.13 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์รายปีในเขตพื้นที่อำเภอ

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ก.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ก.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	หมูดำ	10,000	10,000	10,000	30,000	10,000	10,000	10,000	30,000	0.00
2	หมูขาว	8,000	8,000	8,000	24,000	8,000	8,000	8,000	24,000	0.00
3	ไก่ดำ	48	48	48	144	48	48	48	144	0.00
4	ปลานิล	32	32	32	96	32	22	32	96	0.00
5	ไก่ขาว	12	12	12	36	12	12	12	36	0.00
6	ปลาดุก	8	8	8	24	8	8	8	24	0.00
7	วัว	1	1	2	4	1	1	2	4	0.00
8	ปลาหมึก	1	1	2	4	1	1	2	4	0.00
9	กุ้ง	1	1	2	4	1	1	2	4	0.00
10	หอย	1	1	2	4	1	1	2	4	0.00
ปริมาณรวม		18,140	18,140	18,108	54,316	18,104	18,104	18,108	54,316	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากศูนย์วิจัยภาคในชุมชนจำนวน 56 ราย

จากการตารางที่ 4.13 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของผู้บริโภคในชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคในครัวเรือนจำนวน 56 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์มีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 54,316 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ หนุ่ดำ บริโภคสูงสุด 30,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ หนุ่ขาว บริโภคสูงสุด 24,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ไก่ดำ บริโภคสูงสุด 144 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ปลาชนิด บริโภคสูงสุด 96 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ไก่ขาว บริโภคสูงสุด 36 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนสัตว์อื่น ๆ มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.13

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์จะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 18,108 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ช่วงฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณ 18,104 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนช่วงฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภค 18,104 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557

4.4.3 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของผู้บริโภคนอกชุมชน

1) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก

ตารางที่ 4.14 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-พ.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-พ.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	มะเขือเทศ	287	274	289	850	289	274	299	862	1.41
2	พริกชี้ฟ้า	222	252	252	726	207	252	252	711	-2.07
3	ผักบุ้ง	242	257	274	773	222	217	227	666	-13.84
4	ผักกาดขาวปลี	357	203	254	814	193	193	233	619	-23.96
5	ผักกาดเขียวปลี	175	153	166	494	185	153	206	544	10.12
6	คะน้า	165	160	163	488	185	170	183	538	10.25
7	กะหล่ำดอก	158	158	158	474	158	158	158	474	0.00
8	ยอดมะระหวาน	140	140	140	420	150	150	150	450	7.14
9	แตงกวา	124	144	134	402	124	144	134	402	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคนอกชุมชนจำนวน 30 ราย

ตารางที่ 4.14 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคชนนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
10	รากงู	126	127	129	382	128	130	134	392	2.62
11	กะหล่ำปลี	144	129	124	397	114	129	124	367	-7.56
12	หัวไชเท้า	112	112	117	341	112	112	117	341	0.00
13	เห็ดหอม	109	110	119	338	109	110	119	338	0.00
14	ยอดถั่วงอก	76	76	76	228	76	76	106	258	13.16
15	กระเทียม	73	73	74	220	73	73	74	220	0.00
16	ผักกาด	60	60	60	180	70	70	70	210	16.67
17	โสม	60	60	60	180	60	60	80	200	11.11
18	ยอดผักหวาน	66	66	66	198	66	54	66	186	-6.06
19	ฟักทอง	38	78	53	169	38	78	53	169	0.00
20	บวบ	52	52	52	156	55	52	59	166	6.41
21	ถั่วงอก	46	44	46	136	46	44	46	136	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคชนนอกชุมชนจำนวน 30 ราย

ตารางที่ 4.14 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคชนกลุ่มชนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
22	แคร์รอต	40	45	45	130	42	45	48	135	3.85
23	ถั่วฝักยาว	44	44	44	132	44	44	44	132	0.00
24	กวาดตุ้ง	43	48	33	124	13	48	33	94	-24.19
25	เบบี่ฮ่องเต้	32	32	32	96	32	32	30	94	-2.08
26	พริกหวาน	20	20	20	60	20	20	20	60	0.00
27	กระเทียม	16	16	16	48	16	16	16	48	0.00
28	ต้นหอม	7	8	31	46	7	8	31	46	0.00
29	ถั่วงอก	4	4	4	12	14	14	14	42	250.00
30	เบบี่คออส	4	4	4	12	4	4	24	32	166.67
31	ฟิโเลย์	0	0	0	0	10	0	20	30	3,000.00
32	ปวยเล้ง	4	4	4	12	4	4	14	22	83.33

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคกลุ่มชนจำนวน 30 ราย

ตารางที่ 4.14 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคชนชั้นกลางในช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการ เพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
33	มะเขือ เจ้าพระยา	4	4	8	16	4	4	8	16	0.00
34	ผักกึ	0	0	16	16	0	0	16	16	0.00
35	พวยแดง	4	4	4	12	4	4	4	12	0.00
36	มะเขือเทศ	2	3	5	10	2	3	5	10	0.00
ปริมาณรวม		3,056	2,964	3,072	9,092	2,876	2,945	3,217	9,038	-0.59
อัตราการเพิ่ม (%)						-5.89	-0.64	4.72		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคชนชั้นกลางจำนวน 30 ราย

จากตารางที่ 4.14 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้บริโภคนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคนอกชุมชนจำนวน 30 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 9,092 กิโลกรัม ลดลงเป็น 9,038 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการลดลงร้อยละ 0.59 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ มะเขือเทศห่อ บริโภคสูงสุด 850 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 862 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.41) รองลงมา คือ พริกชี้ฟ้า บริโภค 726 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 711 กิโลกรัม ในปี (ลดลงร้อยละ 2.07) ผักบุ้ง บริโภคสูงสุด 773 กิโลกรัม ในปี 2556 และลดลงเป็น 666 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 13.84) ผักกาดขาวปลี บริโภคสูงสุด 814 กิโลกรัม ในปี 2556 และลดลงเป็น 619 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 23.96) ผักกาดเขียวปลี บริโภคสูงสุด 494 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 544 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.12) ส่วนพืชผักชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.14

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักจะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 3,072 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 3,217 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.72) รองลงมา คือ ฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 3,056 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 2,876 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 5.89) ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 2,964 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 2,945 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 0.64)

2) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

ตารางที่ 4.15 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของผู้บริโภคกลุ่มชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	ส้ม	202	202	202	606	206	206	206	618	1.98
2	มะม่วง	197	119	119	435	132	128	128	388	-10.80
3	แอปเปิ้ล	99	99	100	298	103	103	104	310	4.03
4	แตงโม	72	62	84	218	67	62	84	213	-2.29
5	สตรอเบอรี่	8	8	52	68	18	8	102	128	88.24
6	เงาะ	39	29	56	124	39	29	56	124	0.00
7	ลิ้นจี่	28	28	15	71	33	63	0	96	35.21
8	ทุเรียน	32	32	32	96	32	32	32	96	0.00
9	องุ่น	18	36	27	81	18	36	27	81	0.00
10	ลองกอง	29	24	24	77	29	24	24	77	0.00
11	เสาวรสเปรี้ยว	24	24	24	72	24	24	24	72	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคกลุ่มชนจำนวน 30 ราย

ตารางที่ 4.15 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของผู้บริโภคนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
12	พลัม/เชอร์รี่	0	0	13	13	30	0	13	43	230.77
13	พลับ	0	8	0	8	30	8	0	38	375.00
14	เคปกูสเบอร์รี่	0	0	0	0	10	0	20	30	3,000.00
15	บ๊วย	0	0	0	0	30	0	0	30	3,000.00
16	พลัม	0	0	0	0	30	0	0	30	3,000.00
17	เสาวรสหวาน	4	6	7	17	4	6	7	17	0.00
18	มังคุด	4	4	4	12	4	4	4	12	0.00
19	อะโวคาโด	4	4	4	12	4	4	4	12	0.00
20	มะขามหวาน	0	5	0	5	0	5	0	5	0.00
ปริมาณรวม		760	690	763	2,213	843	742	835	2,420	9.35
อัตราการเพิ่ม (%)						10.92	7.54	9.64		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคนอกชุมชนจำนวน 30 ราย

จากตารางที่ 4.15 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ยืนต้นของผู้บริโภคนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคนอกชุมชนจำนวน 30 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ยืนต้นมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 2,213 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 2,420 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.35 สินค้าที่มีความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ส้ม บริโภคสูงสุด 606 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 618 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.98) รองลงมา คือ มะม่วง บริโภคสูงสุด 435 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 388 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดจ้อยละ 10.80) แอปเปิ้ล บริโภคสูงสุด 298 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 310 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.03) แคนโน บริโภคสูงสุด 218 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 213 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดจ้อยละ 2.29) และสตรอเบอรี่ บริโภคสูงสุด 68 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 128 กิโลกรัม (เพิ่มขึ้นร้อยละ 88.24) ส่วนไม้ผลและไม่ยืนต้นชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.15

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่ยืนต้นจะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 763 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 835 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.44) รองลงมา คือ ช่วงฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 760 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 843 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.92) ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภคน้อยที่สุด 690 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 742 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.54)

3) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 4.16 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มของครัวเรือนเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3		ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3		
		(มี.ค.-มิ.ย.)	(ก.ค.-ค.ค.)	(พ.ย.-ก.พ.)		(มี.ค.-มิ.ย.)	(ก.ค.-ค.ค.)	(พ.ย.-ก.พ.)		
1	ชาอู่หลง	13	13	15	41	13	13	15	41	0.00
2	ชาอัสสัม	0	0	0	0	6	12	12	30	3,000.00
ปริมาณรวม		13	13	15	41	19	25	27	71	73.17
อัตราการเพิ่ม (%)						46.15	92.31	80.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากครัวเรือนเกษตรกรจำนวน 30 ราย

จากตารางที่ 4.16 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องขึ้นของผู้บริโภคนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคนอกชุมชนจำนวน 30 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องขึ้นมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 41 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 71 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 73.17 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ชาอู่หลง บริโภคสูงสุด 41 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ชาอัสสัม บริโภคสูงสุด 30 กิโลกรัม ในปี 2557

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องขึ้นจะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 15 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 27 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 80.00) รองลงมา คือ ช่วงฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 13 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 19 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 46.15) ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภค 13 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 25 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 92.31)



4) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่

ตารางที่ 4.17 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของสถาบันเกษตรกรชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3	ช่วงที่ 1		ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3			
		(มี.ค.-มิ.ย.)	(ก.ค.-ค.ค.)	(พ.ย.-ก.พ.)	(มี.ค.-มิ.ย.)		(ก.ค.-ค.ค.)	(พ.ย.-ก.พ.)			
1	ข้าวไร่	8,500	10,410	11,050	29,960	9,400	9,145	11,950	30,495	1.79	
2	ข้าวหอมมะลิ	1,418	2,684	1,409	5,511	1,409	2,585	1,409	5,403	-1.96	
3	ชิง	342	312	346	1,000	347	317	356	1,020	2.00	
4	ข้าวญี่ปุ่น	90	90	90	270	90	90	90	270	0.00	
5	ถั่วแดง	30	62	37	129	30	72	43	145	12.40	
6	พริกไทย	17	19	16	52	17	18	16	51	-1.92	
7	ถั่วดำ	0	5	0	5	0	10	5	15	200.00	
8	ถั่วแดงหลวง	0	0	0	0	5	0	5	10	1,000.00	
9	ถั่วเขียวงานแดง	0	0	0	0	5	0	5	10	1,000.00	
ปริมาณรวม		10,379	13,582	12,948	36,927	11,303	12,237	13,879	37,419	1.33	
อัตราการการเพิ่ม (%)						8.71	-9.90	7.19			

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากสถาบันเกษตรกรชุมชนจำนวน 30 ราย

จากการวางที่ 4.17 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของผู้บริโภคนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคนอกชุมชนจำนวน 30 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่มีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 36,927 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นเป็น 37,419 กิโลกรัม ในปี 2557 มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.33 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ข้าวไร่ บริโภคสูงสุด 29,960 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 30,495 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.79) รองลงมา คือ ข้าวพองมะลิ บริโภคสูงสุด 5,511 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 5,403 กิโลกรัม (ลดจ้อยละ 1.96) จึง บริโภคสูงสุด 1,000 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,020 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.00) ข้าวญี่ปุ่น บริโภคสูงสุด 270 กิโลกรัม ในปี 2556 บริโภคปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 และอ้อยแดง บริโภคสูงสุด 129 กิโลกรัม ในปี 2557 เพิ่มขึ้นเป็น 145 กิโลกรัมในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.40) ส่วนข้าวและพืชไร่ชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.17

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่จะสูงสุดในเดือน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณ 13,582 กิโลกรัม ในปี 2556 และลดลงเป็น 12,237 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 9.90) รองลงมา คือ ช่วงฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณความต้องการบริโภค 12,948 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 13,879 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.19) ส่วนฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 10,397 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 11,303 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.71)

5) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์

ตารางที่ 4.18 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของผู้นำโคกหนองนาชุมชนแบบผสมผสานช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3	รวม ปี 57 (กก.)	
		(มี.ค.-มิ.ย.)	(ก.ค.-ค.ค.)	(พ.ย.-ก.พ.)		(มี.ค.-มิ.ย.)	(ก.ค.-ค.ค.)	(พ.ย.-ก.พ.)		
1	หมูขาว	56,100	56,100	66,700	178,900	58,500	58,500	69,100	186,100	4.02
2	หมูดำ	34,000	114,000	64,000	212,000	34,000	54,000	64,000	152,000	-28.30
3	ไก่ดำ	294	294	436.5	1,024.5	330	330	388.5	1,048.5	14.40
4	ปลาช่อน	200	200	200	600	200	200	200	600	0.00
5	ไก่ขาว	180	180	180	540	180	180	180	540	0.00
6	ปลาดุก	62	62	64	188	62	62	64	188	0.00
7	ปลาช่อน	24	24	24	72	24	24	24	72	0.00
8	วัว	4		5	13	4	4	5	13	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้นำโคกหนองนาชุมชนจำนวน 30 ราย

ตารางที่ 4.18 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์รองผู้บริโภคนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
9	ไก่จวง	4	2	4	10	4	2	4	10	0.00
10	เป็ด	0	0	1	1	0	0	1	1	0.00
ปริมาณรวม		90,868	170,866	131,615	393,349	93,304	113,302	133,967	340,573	-13.42
อัตราการเพิ่ม (%)						2.68	-33.96	1.79		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้บริโภคนอกชุมชนจำนวน 30 ราย

จากตารางที่ 4.18 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของผู้บริโภคคนไทยชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้บริโภคคนไทยชนจำนวน 30 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์มีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 393,349 กิโลกรัม ลดลงเป็น 340,573 กิโลกรัม ในปี 2557 คิดอัตราการลดลงเป็นร้อยละ 13.42 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ หมูชาว บริโภคสูงสุด 178,900 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคเพิ่มขึ้นเป็น 186,100 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.02) รองลงมา คือ หมูดำ บริโภคสูงสุด 212,000 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 152,000 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 28.30) ไก่ดำ บริโภคสูงสุด 1,024.5 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 1,048.5 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.34) ปลาเนื้อ บริโภคสูงสุด 600 กิโลกรัม และบริโภคปริมาณที่เท่ากับในปี 2557 ไก่ขาว บริโภคสูงสุด 540 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากับในปี 2557 ส่วนสัตว์ชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.18

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์จะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 131,615 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 133,967 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.79) รองลงมา คือ ฤดูฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภค 170,866 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 113,302 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 33.69) ส่วนฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 90,868 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 93,304 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.18)

4.4.4 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน

1) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4.19 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	กะหล่ำปลี	2,350	2,350	2,350	7,050	2,350	2,350	2,350	7,050	0.00
2	มะเขือเทศ	2,250	2,250	2,250	6,750	2,250	2,250	2,250	6,750	0.00
3	เบบี้ฮ่องเต้	1,950	1,950	2,175	6,075	1,950	1,950	2,175	6,075	0.00
4	พริกชี้ฟ้า	1,600	1,600	1,600	4,800	1,600	1,600	1,600	4,800	0.00
5	ยอดมะระหวาน	1,510	1,510	1,735	4,755	1,510	1,510	1,735	4,755	0.00
6	มะเขือเจ้าพระยา	1,450	1,450	1,450	4,350	1,450	1,450	1,450	4,350	0.00
7	มะนาว	1,450	1,450	1,450	4,350	1,450	1,450	1,450	4,350	0.00
8	กระเทียม	1,250	1,250	1,250	3,750	1,250	1,250	1,250	3,750	0.00
9	ผักกาดขาวปลี	1,250	1,250	1,250	3,750	1,250	1,250	1,250	3,750	0.00
10	ยอดอวบสันเตา	1,060	835	1,735	3,630	1,060	835	1,735	3,630	0.00
11	ต้นหอม	1,170	1,170	1,170	3,510	1,170	1,170	1,170	3,510	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนจำนวน 41 ราย

ตารางที่ 4.19 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
12	ผักชี	1,170	1,170	1,170	3,510	1,170	1,170	1,170	3,510	0.00
13	รากงู	450	1,350	1,350	3,150	450	1,350	1,350	3,150	0.00
14	แคระอท	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	1,000	1,000	3,000	0.00
15	มะเขือเทศนื้อ	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	1,000	1,000	3,000	0.00
16	โหระพา	1,000	1,000	1,000	3,000	1,000	1,000	1,000	3,000	0.00
17	ปวยเล้ง	610	610	1,735	2,955	610	610	1,735	2,955	0.00
18	เห็ดหอม	950	950	950	2,850	950	950	950	2,850	0.00
19	ถั่วงอก	920	920	920	2,760	920	920	920	2,760	0.00
20	มะเขือยาว	920	920	920	2,760	920	920	920	2,760	0.00
21	โสน	450	450	1,575	2,475	450	450	1,575	2,475	0.00
22	พริกหวาน	800	800	800	2,400	800	800	800	2,400	0.00
23	ขึ้นฉ่าย	720	720	720	2,160	720	720	720	2,160	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนจำนวน 411ราย

ตารางที่ 4.19 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
24	คะน้า	720	720	720	2,160	720	720	720	2,160	0.00
25	เบบักขอส	450	450	1,125	2,025	450	450	1,125	2,025	0.00
26	คะน้า	450	450	1,050	1,950	450	450	1,050	1,950	0.00
27	หอมหัวใหญ่	650	650	650	1,950	650	650	650	1,950	0.00
28	หอมแดง	650	650	650	1,950	650	650	650	1,950	0.00
29	หัวไชเท้า	450	450	1,050	1,950	450	450	1,050	1,950	0.00
30	ดอกหอม	600	600	600	1,800	600	600	600	1,800	0.00
31	ข่า	600	600	600	1,800	600	600	600	1,800	0.00
32	ตั้งอูย	450	450	510	1,410	450	450	510	1,410	0.00
33	บ๊วยโคสี	0	0	900	900	0	0	900	900	0.00
34	กะหล่ำดอก	200	200	200	600	200	200	200	600	0.00
ปริมาณรวม		32,500	33,175	39,610	105,285	32,500	33,175	39,610	105,285	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนจำนวน 41ราย

จากตารางที่ 4.19 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของผู้ประกอบการ
โรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้ประกอบการโรงแรม/
ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน จำนวน 41 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักมีความ
ต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 80,445 กิโลกรัม และบริโภคปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 สินค้าที่มี
ปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ กะหล่ำปลี บริโภคสูงสุด 7,050 กิโลกรัม
ในปี 2556 และบริโภคปริมาณเท่าเดิมในปี 2557 รองลงมา คือ มะเขือเทศอ่อน บริโภคสูงสุด 6,750
กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 เบบี้ฮ่องเต้ บริโภคสูงสุด 6,075
กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 พริกชี้หนู บริโภคสูงสุด 4,800
กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 และยอดมะระหวาน บริโภคสูงสุด
4,755 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนพืชชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียด
ปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.19

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักจะ
สูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 39,610 กิโลกรัม ในปี
2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ฤดูฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือน
กรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภค 33,175 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคใน
ปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความ
ต้องการบริโภค 32,500 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557

2) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่เป็นต้น

ตารางที่ 4.20 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม่เป็นต้นของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3		ช่วงที่ 1	ช่วงที่ 2	ช่วงที่ 3		
		(มี.ค.-มิ.ย.)	(ก.ค.-ต.ค.)	(พ.ย.-ก.พ.)		(มี.ค.-มิ.ย.)	(ก.ค.-ต.ค.)	(พ.ย.-ก.พ.)		
1	แดงโฌ	750	650	950	2,350	750	650	950	2,350	0.00
2	สับปะรด	650	550	650	1,850	650	550	650	1,850	0.00
3	ลิ้น	300	200	500	1,000	300	200	500	1,000	0.00
4	แดงโฌ	250	200	250	700	250	200	250	700	0.00
5	มะม่วง	200	150	150	500	200	150	150	500	0.00
6	สาลี่	150	150	200	500	200	100	200	500	0.00
7	แคนตาลูป	70	50	80	200	70	50	80	200	0.00
ปริมาณรวม		2,370	1,950	2,780	7,100	2,370	1,950	2,780	7,100	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนจำนวน 411ราย

จากตารางที่ 4.20 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน จำนวน 41 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 7,100 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ แดงไม้บริโภคสูงสุด 2,350 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ สับปะรด บริโภคสูงสุด 1,850 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส้ม บริโภคสูงสุด 1,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 แดงไทย บริโภคสูงสุด 700 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 และมะม่วง บริโภคสูงสุด 500 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนไม้ผลและไม้ยืนต้นชนิดอื่นๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคดังตารางที่ 4.20

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นจะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 2,780 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ช่วงฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 2,370 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภค 1,950 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557

3) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องใช้

ตารางที่ 4.21 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องใช้ของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-พ.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	กาแฟอาราบิก้า (กระสอบ)	20	20	1,020	1,060	20	20	1,020	1,060	0.00
2	ชาอู่หลง	20	20	20	60	20	20	20	60	0.00
	ปริมาณรวม	40	40	1,040	1,120	40	40	1,040	1,120	0.00
	อัตราการเพิ่ม (%)					0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนจำนวน 41 ราย

จากตารางที่ 4.21 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน จำนวน 41 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 1,120 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า (กะลา) บริโภคสูงสุด 1,060 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ชาอู่หลง บริโภคสูงสุด 60 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มจะสูงสุดในช่วงฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 1,040 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ช่วงฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภค 40 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 40 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557



4) ความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่

ตารางที่ 4.22 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กิโลกรัม) ในปี 2557			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการ เพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ต.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ต.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	ข้าวหอมมะลิ	2,450	2,450	2,450	7,350	2,450	2,450	2,450	7,350	0.00
2	พืช	720	720	720	2,160	720	720	720	2,160	0.00
	ปริมาณรวม	3,170	3,170	3,170	9,510	3,170	3,170	3,170	9,510	0.00
	อัตราการเพิ่ม (%)					0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนจำนวน 411 แห่ง

จากตารางที่ 4.22 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในชุมชนและนอกชุมชน จำนวน 41 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ บริโภคสูงสุด 7,350 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่าเดิมในปี 2557 รองลงมา ได้แก่ จิงบริโภคสูงสุด 2,160 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณเท่าเดิมในปี 2557 และหากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่จะมีปริมาณการบริโภคที่มากกว่าทั้ง 3 ช่วง คือ 3,170 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557



5) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์

ตารางที่ 4.23 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มี.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มี.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	หมูขาว	90,000	65,000	130,000	285,000	90,000	65,000	130,000	285,000	0.00
2	ไก่ดำ	1,350	975	1,950	4,275	1,350	975	1,950	4,275	0.00
3	ไก่ขาว	1,350	975	1,950	4,275	1,350	975	1,950	4,275	0.00
4	ปลาเนื้อ	500	500	750	1,750	500	500	750	1,750	0.00
ปริมาณรวม		93,200	67,450	134,650	295,300	93,200	67,450	134,650	295,300	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนจำนวน 41 ราย

จากตารางที่ 4.23 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของผู้ประกอบการ
โรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจผู้ประกอบการโรงแรม/
ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน จำนวน 41 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์มีความ
ต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 295,300 กิโลกรัม และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 สินค้า
ที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ หนุขาว บริโภคสูงสุด 285,000
กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 รองลงมา คือ ไก่ดำและไก่ขาว
บริโภคสูงสุด 4,275 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนปลาเนื้อ
บริโภคสูงสุด 1,750 กิโลกรัมและบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์จะ
สูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 134,650 กิโลกรัม ในปี
 2556 และบริโภคปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ช่วงฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือน
 มีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 93,200 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคปริมาณที่
 เท่ากันในปี 2557 ส่วนฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการ
 บริโภค 67,650 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557



4.4.5 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของพ่อค้าคนกลาง

1) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

ตารางที่ 4.24 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของพ่อค้าคนกลางในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ต.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ต.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	พริก/พริก	0	0	110,000	110,000	0	0	90,000	90,000	-18.18
2	พริก	0	0	5,000	5,000	0	0	5,000	5,000	0.00
ปริมาณรวม		0	0	115,000	115,000	0	0	95,000	95,000	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	-17.39		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากพ่อค้าคนกลางจำนวน 5 ราย

จากตารางที่ 4.24 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของพ่อค้าคนกลางในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจพ่อค้าคนกลาง จำนวน 5 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 115,000 กิโลกรัม ผลลงเป็น 95,000 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 17.39) สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ พลับ/เชอรี่ บริโภคสูงสุด 110,000 กิโลกรัม ในปี 2556 ผลลงเป็น 90,000 กิโลกรัม ปี 2557 (ลดลงร้อยละ 18.18) รองลงมา คือ พลับ บริโภคสูงสุด 5,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 17.39)

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นจะสูงที่สุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 115,000 กิโลกรัม ในปี 2556 ผลลงเป็น 95,000 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงเป็น 17.39)



2) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 4.25 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มของภาคใต้ในระยะเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	กาแฟราบีต้า (กระป๋อง)	0	0	20,000	20,000	0	0	20,000	20,000	0.00
	ปริมาณรวม	0	0	20,000	20,000	0	0	20,000	20,000	0.00
	อัตราการเพิ่ม (%)					0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากพ่อค้าคนกลางจำนวน 5 ราย

จากตารางที่ 4.25 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มของ
 ห่อค้าคนกลางในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจห่อค้าคนกลาง จำนวน 5 ราย สามารถสรุปได้ว่า
 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า (กระป๋อง) บริโภค
 สูงสุด 20,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 และหากพิจารณา
 ตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ยืนต้นจะสูงสุดใน
 ตุลาคม (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 20,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และ
 บริโภคในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557



3) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่

ตารางที่ 4.26 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของพ่อค้าคนกลางในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ส.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ส.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	หน่อไม้	0	20,000	0	20,000	0	30,000	0	30,000	50.00
	ปริมาณรวม	0	20,000	0	20,000	0	30,000	0	30,000	50.00
	อัตราการเพิ่ม (%)					0.00	50.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากพ่อค้าคนกลางจำนวน 5 ราย

จากตารางที่ 4.26 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของพ่อค้าคนกลางในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจพ่อค้าคนกลาง จำนวน 5 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าที่มีปริมาณความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ หน่อไม้บริโภคสูงสุด 20,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 30,000 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 50.00) และหากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่จะสูงสุดในฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณ 20,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และเพิ่มขึ้นเป็น 30,000 กิโลกรัมในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 50.00)



4) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์

ตารางที่ 4.27 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของพ่อค้าคนกลางในเขตอำเภอ

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวมปริมาณ ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลาปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	หมูขาว	12,000	12,000	14,000	38,000	12,000	12,000	14,000	38,000	0.00
	ปริมาณรวม	12,000	12,000	14,000	38,000	12,000	12,000	14,000	38,000	0.00
	อัตราการเพิ่ม (%)					0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากพ่อค้าคนกลางจำนวน 5 ราย

จากตารางที่ 4.27 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของพ่อค้าคนกลางในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจพ่อค้าคนกลาง จำนวน 5 ราย สามารถสรุปได้ว่า สินค้าที่มีความต้องการบริโภคมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ หนุขาว บริโภคสูงสุด 38,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 และหากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์จะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 14,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และบริโภคปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 ส่วนฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 เดือนมีนาคม-มิถุนายน) และฤดูฝน (ช่วงที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) บริโภคปริมาณที่เท่ากัน 12,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และปี 2557



4.4.6 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรของครัว

1) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก

ตารางที่ 4.28 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของครัวในแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวมปริมาณ ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	ผักกาดขาว ปลี	624	624	624	1,872	624	624	624	1,872	0.00
2	มะเขือเทศ ห่อ	520	520	520	1,560	520	520	520	1,560	0.00
3	แตงกวา	312	312	312	936	312	312	312	936	0.00
4	กวาดำ	208	208	208	624	208	208	208	624	0.00
5	มะนาว	208	208	208	624	208	208	208	624	0.00
6	กะหล่ำปลี	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
7	พริกขี้หนู	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
8	กระเทียม	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากผลการประมาณการจากรดจำนวน 6 ครัว

ตารางที่ 4.28 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของรรอเรโนในแต่ละช่วงเวลา (ต่อ)

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56			รวมปริมาณ ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตรา การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
9	พริกหัวใหญ่	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
10	มะเขือม่วง	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
	ก้านเขียว									
11	อวบยาว	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
12	ผักชี	52	52	52	156	52	52	52	156	0.00
13	ผักกาดเขียว	52	52	52	156	52	52	52	156	0.00
	ปลี									
ปริมาณรวม		2,600	2,600	2,600	7,800	2,600	2,600	2,600	7,800	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากสูตรจำนวน 6 ราย

จากตารางที่ 4.28 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของรอเรโนในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจประจำปีจำนวน 6 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักมีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 7,800 กิโลกรัม และมีความต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ผักกาดขาวปลี ต้องการสูงสุด 1,872 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 รองลงมา คือ มะเขือเทศพื่อ ต้องการ 1,560 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 แดงกวา ต้องการสูงสุด 936 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 กวางตุ้ง ต้องการสูงสุด 624 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 กะหล่ำปลี ต้องการสูงสุด 312 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ส่วนพืชผักชนิดอื่น ๆ มีรายละเอียดปริมาณการบริโภคผู้สำรวจที่ 4.28

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักทั้ง 3 กลุ่ม จะสูงสุดเท่ากัน ทั้งในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) ฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) และฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภคสูงสุด 2,600 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557



2) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

ตารางที่ 4.29 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของครัวเรือนแต่ละช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57				อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวมปริมาณ ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	แตงโม	520	520	520	1,650	520	520	520	1,650	0.00
2	มะม่วงเขียว	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
3	สาลี่	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
4	อะโวคาโด	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
ปริมาณรวม		832	832	832	2,496	832	832	832	2,496	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากข้อมูลจำนวน 6 ราย

จากตารางที่ 4.29 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของครัวเรือนแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจครัวเรือนจำนวน 6 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น มีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 2,496 กิโลกรัม และมีความต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ แตงโม ต้องการสูงสุด 1,560 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 รองลงมา คือ แอปเปิ้ล ต้องการ 312 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ลำไย ต้องการสูงสุด 312 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 องุ่นเขียว ต้องการสูงสุด 312 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ดังตารางที่ 4.29

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นทั้ง 3 กลุ่ม จะสูงสุดเท่ากัน ทั้งในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) ฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) และฤดูฝน (ช่วงที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) มีปริมาณความต้องการบริโภคสูงสุด 832 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557



3) ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์

ตารางที่ 4.30 ปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของอำเภอในเขตช่วงเวลา

ลำดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 56				ช่วงเวลา/ปริมาณ (กก.) ในปี 57			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการ การเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวมปริมาณ ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	ปลาเนื้อ	520	520	1,040	2,080	520	520	1,040	2,080	0.00
2	เนื้อหมู	520	520	520	1,560	520	520	520	1,560	0.00
3	เนื้อไก่	520	520	520	1,560	520	520	520	1,560	0.00
4	เนื้อวัว	104	104	104	312	104	104	104	312	0.00
ปริมาณรวม		1,664	1,664	2,184	5,512	1,664	1,664	2,184	5,512	0.00
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	0.00		

หมายเหตุ : ข้อมูลได้จากการประมาณการจากกรณีจำนวน 6 ราย

จากตารางที่ 4.30 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของรณรงค์ในแต่ละช่วงเวลา จากการสำรวจระหว่างจำนวน 6 ราย สามารถสรุปได้ว่าสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ มีความต้องการโดยรวมในปี 2556 รวม 5,512 กิโลกรัม และมีความต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 สินค้าที่มีปริมาณความต้องการมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ปลาเนื้อ ต้องการสูงสุด 2,080 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 รองลงมา คือ เนื้อหมู ต้องการ 1,560 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 เนื้อไก่ ต้องการสูงสุด 1,560 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 เนื้อวัว ต้องการสูงสุด 312 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ดังตารางที่ 4.30

หากพิจารณาตามช่วงเวลา ในปี 2556 ความต้องการโดยรวมของสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์จะสูงสุดในฤดูหนาว (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์) มีปริมาณ 2,184 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557 รองลงมา คือ ช่วงฤดูฝน (ช่วงที่ 3 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ตุลาคม) และฤดูร้อน (ช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน) มีปริมาณความต้องการบริโภค 1,664 กิโลกรัม ในปี 2556 และต้องการในปริมาณที่เท่ากันในปี 2557



4.5 อันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรตำบลแม่ฮ่องสอน

4.5.1 ความนิยมสินค้าเกษตร 5 กลุ่ม

อันดับความนิยมของสินค้าเกษตร แสดงถึงความนิยมสินค้าเกษตร โดยการสอบถามถึงความชื่นชอบในการบริโภคสินค้าเกษตรของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 159 ราย ที่ผู้บริโภค ผู้ผลิต พ่อค้าคนกลาง ร้านค้าผู้ประกอบการและชาวไร่ ประกอบไปด้วย อันดับความต้องการในการบริโภคสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มพืชผัก (2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น (3) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม (4) ข้าวและพืชไร่ และ(5) กลุ่มสัตว์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.31-4.35 ดังนี้

ตารางที่ 4.31 อันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก

อันดับ	ชนิด	ร้อยละของความนิยมในการบริโภค
1	มะเขือเทศ	50.50
2	พริกขี้หนู	52.40
3	กะหล่ำปลี	52.20
4	ผักกาดขาว	51.90
5	เบบี๋ฮ่องเต้	50.50
6	ยอดมะระหวาน	47.80
7	กะหล่ำดอก	40.50
8	คะน้า	37.90
9	ผักบุ้ง	41.40
10	รากงู	37.80
11	หัวไชเท้า	35.10
12	ผักกาดเขียว	32.40
13	แตงกวา	27.00
14	หน่อพยอม	27.00
15	กวาดตึง	24.30
16	บรอกโคลี	24.30
17	แครอท	24.30
18	มะเขือม่วงก้านดำ	24.30
19	ยอดถั่วลิสง	24.30

หมายเหตุ: ข้อมูลได้จากการสำรวจและนับเป็นช่วงเพื่อผลได้ให้เห็นถึงลำดับของความนิยมในแต่ละช่วง

ตารางที่ 4.31 อันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก (ต่อ)

อันดับ	ชนิด	ร้อยละของความนิยมในการบริโภค
20	ถั่วลิสง	21.60
21	ยอดผักหวาน	21.60
22	กระเทียม	16.20
23	โสม	16.20
24	กระเทียม	13.50
25	บวบ	13.50
26	บวบ	13.50
27	ผักหวาน	13.50
28	ถั่วลิสง	10.80
29	กระเทียม	10.80
30	ต้นหอม	8.10
31	ถั่วลิสง	8.10
32	ถั่วลิสง	8.10
33	ถั่วลิสง	8.10
34	มะเขือเทศ	8.10
35	บวบ	5.40
36	ถั่วลิสง	5.40
37	ถั่วลิสง	5.40
38	ถั่วลิสง	5.40
39	ถั่วลิสง	2.70
40	ถั่วลิสง	2.70

หมายเหตุ: ข้อมูลได้จากการสำรวจและนับเป็นช่วงเพื่อแสดงให้เห็นถึงลำดับของความนิยมในแต่ละช่วง

จากตารางที่ 4.31 แสดงถึงอันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรในกลุ่มพืชผัก ผลการสำรวจพบว่าพืชผักที่มีความนิยมบริโภคร้อยละ 30 ขึ้นไป อันดับ 1 ได้แก่ มะเขือเทศห่อ รองลงมา คือ พริกชี้ฟ้า กะหล่ำปลี ผักกาดขาวปลี เบบี้อย่างเต้ ยอดมะระหวาน กะหล่ำดอก คะน้า ผักบุ้ง รากชู หัวใจเหินและผักกาดเขียวปลี ตามลำดับ

พืชผักที่มีอันดับความนิยมในการบริโภคอยู่ระหว่างร้อยละ 20-29 ได้แก่ แตงกวา รองลงมา คือ เห็ดหอม กวางตุ้ง บร็อคโคลี่ แครอท มะเขือม่วงก้านดำ ยอดหัวฮั่นดา หัวฮั่นดาและยอดผักหวาน ตามลำดับ

พืชผักที่มีอันดับความนิยมในการบริโภคอยู่ระหว่างร้อยละ 10-19 ได้แก่ กะป๋นโด้ รองลงมา คือ โขยูน กระเทียม เบบี้อย่าง บวบเอ้ง พริกหวาน ผักเ็น และเรดโอ๊ค ตามลำดับและพืชผักที่มีอันดับความนิยมในการบริโภคต่ำกว่าร้อยละ 10 ได้แก่ ต้นหอม รองลงมา คือ ตำลึง หัวผักกาด ผักกอก และเขียดเหิน ชะอม ผักชี ผักกูด พริกขี้หนู ตะไคร้และหัวหวาน ตามลำดับ



ตารางที่ 4.32 อันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

อันดับ	ชนิด	ร้อยละของความนิยมในการบริโภค
1	มะม่วง	45.90
2	ส้มจี	45.90
3	ส้ม	32.40
4	ทุเรียน	32.40
5	พื้/มะขาม	29.70
6	สตรอเบอรี่	29.70
7	เลมอน/สตรอเบอรี่	24.30
8	แอปเปิ้ล	21.60
9	มะขามเปรี้ยว	16.20
10	พื้	13.50
11	อะโวคาโด	13.50
12	แอปเปิ้ล	13.50
13	กล้วย	10.80
14	เงาะ	10.80
15	พื้/พื้	10.80
16	เคป/สตรอเบอรี่	8.10
17	มะขามหวาน	8.10
18	เลมอน/สตรอเบอรี่	8.10
19	ทุเรียน	5.40
20	กล้วย	5.40
21	มะไฟ	5.40
22	แมคคาเดเมีย	5.40
23	ส้มโอ	5.40
24	ขนุน	2.70
25	ฝรั่ง	2.70
26	มะขาม	2.70
27	ลำไย	2.70
28	มะพร้าว	2.70

หมายเหตุ: ข้อมูลได้จากการสำรวจแบบเป็นช่วงเพื่อแสดงให้เห็นถึงลำดับของความนิยมในแต่ละช่วง

จากตารางที่ 4.32 แสดงถึงอันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรในกลุ่มไม้ผล และไม้ยืนต้น จะเห็นว่าไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีความนิยมบริโภคร้อยละ 30 ขึ้นไป อันดับ 1 ได้แก่ มะม่วง รองลงมา คือ สับปะรด และองุ่น ตามลำดับ

ไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีอันดับความนิยมในการบริโภคอยู่ระหว่างร้อยละ 20-29 ได้แก่ พืชมัน/เขยี่ รองลงมา คือ สตรอเบอรี่ เสาวรสหวานและผลไม้อื่น ตามลำดับ

ไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีอันดับความนิยมในการบริโภคอยู่ระหว่างร้อยละ 10-19 ได้แก่ มะขามป้อม รองลงมา คือ ทับทิม อะโวคาโด แอปเปิ้ล ถั่วลิสง และพืช/ผลไม้ ตามลำดับ และไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีอันดับความนิยมในการบริโภคต่ำกว่าร้อยละ 10 ได้แก่ เก๊กฮวยเบอรี่ รองลงมา คือ มะขามหวาน เสาวรสเปรี้ยว ทุเรียน ขมิ้น มะพร้าว และผลไม้เมืองร้อนอื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 อันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

อันดับ	ชนิด	ร้อยละของความนิยมในการบริโภค
1	ชาอู่หลง	42.90
2	ชาอัสสัม	28.60
3	กาแฟอาราบิก้า	10.70

หมายเหตุ: ร้อยละได้จากการสำรวจและนับเป็นช่วงเพื่อแสดงให้เห็นถึงลำดับของความนิยมในแต่ละช่วง

จากตารางที่ 4.33 แสดงถึงอันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรในกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม จะเห็นว่าชาอู่หลงมีความต้องการบริโภคมากที่สุด ร้อยละ 42.90 รองลงมา ได้แก่ ชาอัสสัม ร้อยละ 28.60 และกาแฟอาราบิก้า ร้อยละ 10.70

ตารางที่ 4.34 อันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่

อันดับ	ชนิด	ร้อยละของความนิยมในการบริโภค
1	ข้าวไร่	67.90
2	จีน	48.60
3	ข้าวหอมมะลิ	46.40
4	หน่อไม้	28.60
5	ข้าวแดง	24.30
6	ข้าวสาลี	21.60
7	ข้าวเหนียวแดง	18.90
8	ข้าวญี่ปุ่น	14.30
9	ข้าวแดงหลวง	13.50
10	ข้าวสีทอง	10.80
11	ข้าวโพด	3.60

หมายเหตุ: ข้อมูลได้จากการสำรวจและนับเป็นช่วงเพื่อผลได้ให้เป็นอันดับของความนิยมในแต่ละช่วง

จากตารางที่ 4.34 แสดงถึงอันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรในกลุ่มข้าวและพืชไร่ จะเห็นว่าสินค้าเกษตรที่มีความนิยมบริโภคร้อยละ 30 ขึ้นไป ได้แก่ ข้าวไร่ จีน และข้าวหอมมะลิ มีความนิยมบริโภคอยู่ระหว่างร้อยละ 20-29 ได้แก่ หน่อไม้ ข้าวแดง ข้าวสาลี ข้าวเหนียวแดง ข้าวญี่ปุ่น ข้าวแดงหลวง และข้าวสีทอง ส่วนสินค้าที่มีความนิยมบริโภคน้อยกว่าร้อยละ 10 ได้แก่ ข้าวโพด

ตารางที่ 4.35 อันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์

อันดับ	ชนิด	ร้อยละของความนิยมในการบริโภค
1	ไก่ดำ	85.70
2	หมูดำ	75.00
3	หมูขาว	64.30
4	ไก่ขาว	57.10
5	ปลานิล	42.90
6	ปลาทู	21.40
7	วัว	21.40
8	ปลาช่อน	7.10
9	ไก่ทรง	3.60
10	ปลากุ	3.60
11	เป็ด	3.60

หมายเหตุ: ข้อมูลได้จากการสำรวจและแบ่งเป็นช่วงเพื่อแสดงให้เห็นถึงลำดับของความนิยมในแต่ละช่วง

จากตารางที่ 4.35 แสดงถึงอันดับความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตรในกลุ่มสัตว์ จะเห็นว่าสินค้าที่มีความนิยมบริโภคร้อยละ 30 ขึ้นไป อันดับ 1 ได้แก่ ไก่ดำ รองลงมา คือ หมูดำ หมูขาว ไก่ขาวและปลานิล ตามลำดับ

สินค้าที่มีอันดับความนิยมในการบริโภคอยู่ระหว่างร้อยละ 20-29 ได้แก่ ปลาทูและวัว ส่วนสินค้าที่มีอันดับความนิยมในการบริโภคต่ำกว่าร้อยละ 10 ได้แก่ ปลาช่อน รองลงมา คือ ไก่ทรง ปลากุและเป็ด ตามลำดับ

4.5.4 การตลาดสินค้าเกษตรที่มีลักษณะเฉพาะที่จำหน่ายในพื้นที่

ผลการวิจัยพบว่า การตลาดสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะชุมชนและนำมาจำหน่ายในพื้นที่ แบ่งตามความนิยมในการบริโภคและตามประเภทของตลาด ทั้งที่เกษตรกรผลิตเองและสินค้าเกษตรที่สถาบันวิจัยพื้นที่สูงส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน นอกจากนี้ยังมีสินค้าเกษตรจากนอกพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน มีรายละเอียดดังตารางที่ 4.36 - 4.40 ดังนี้

ตารางที่ 4.36 การตลาดพืชผักที่ผลิตภายในและนอกชุมชนที่นิยมบริโภคและจำหน่ายในพื้นที่
ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง

ร้อยละความนิยมใน การบริโภคสินค้า เกษตร	พืชผักที่ผลิตเอง ในพื้นที่แม่สลอง ⁽¹⁾	พืชผักที่ส่งเสริม ในพื้นที่แม่สลอง ⁽²⁾	พืชผักนอกพื้นที่ แม่สลอง ⁽³⁾
มากกว่าร้อยละ 30	1) มะเขือเทศห่อ 2) ผักกาดขาวปลี 3) ยอดหัวปลี 4) วุ้นกะทิ	1) กระเทียม 2) กระเทียม 3) ยอดมะระหวาน	1) ผักบุ้ง 2) กระเทียม 4) หัวไชเท้า 5) ผักกาดเขียวปลี 6) พริกชี้ฟ้า
ร้อยละ 20-30	1) ถั่วลิสง 2) ยอดผักหวาน	1) มะเขือม่วงก้านดำ	1) ผักกาด 3) เห็ดหอม 2) กวางตุ้ง 3) บล๊อคโกลี 4) แครอท
ร้อยละ 10-19	1) โขย 2) ผักกาด	1) ใบปลี 2) ใบปลี 3) พวยฝรั่ง	1) ถั่วลิสง 2) กระเทียม 4) พริกหวาน 3) แครอท

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ คือ สินค้าเกษตรที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง

⁽²⁾ คือ สินค้าเกษตรที่ สวท. ส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง

⁽³⁾ คือ สินค้าเกษตรจากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผล
โครงการหลวงแม่สลอง

ตารางที่ 4.37 การตลาดไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีผลผลิตภายในและนอกชุมชนที่มีใบไม้ปกคลุมและ
จำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

ร้อยละความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตร	ไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีผลผลิตในพื้นที่แม่ฮ่องสอน ⁽¹⁾	ไม้ผลและไม้ยืนต้นที่ส่งเสริมในพื้นที่แม่ฮ่องสอน ⁽²⁾	ไม้ผลและไม้ยืนต้นนอกพื้นที่แม่ฮ่องสอน ⁽³⁾
มากกว่าร้อยละ 30		1) ฝรั่ง	1) มะม่วง 2) ฝรั่ง 3) ส้ม
ร้อยละ 20-30		1) พลับ/เชอร์รี่ 2) สตรอเบอรี่ 3) เสาวรสหวาน	1) มะม่วง
ร้อยละ 10-19	1) กัญชง	1) พลับ 2) อะโวคาโด 3) พืช/พืช	1) มะม่วงเปลือก 2) แอปเปิ้ล 3) เงาะ
ต่ำกว่าร้อยละ 10		(1) เชอร์รี่ (2) ขั้ว	1) มะม่วงหวาน 2) เสาวรสเปรี้ยว 3) ทุเรียน 4) มะไฟ 5) มะค่าแต้ 6) ส้มโอ 7) ขนุน

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ คือ สินค้าเกษตรที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

⁽²⁾ คือ สินค้าเกษตรที่ สวทส. ส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

⁽³⁾ คือ สินค้าเกษตรจากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

ตารางที่ 4.37 การตลาดไม้ผลและไม้ยืนต้นที่ผลิตภายในและนอกชุมชนที่นิคมปรีโคกและ
จำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง (ต่อ)

ร้อยละความนิยมใน การบริโภคสินค้า เกษตร	ไม้ผลและไม้ยืนต้นที่ ผลิตเองในพื้นที่ แม่สลอง ⁽¹⁾	ไม้ผลและไม้ยืนต้นที่ ส่งเสริมในพื้นที่ แม่สลอง ⁽²⁾	ไม้ผลและไม้ยืนต้น นอกพื้นที่แม่สลอง ⁽³⁾
ต่ำกว่าร้อยละ 10			7) ฝรั่ง 8) มังคุด 9) ลำไย 10) มะปราง

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ คือ สินค้าเกษตรที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง
คือ สินค้าเกษตรที่ สวทช. ส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง
คือ สินค้าเกษตรจากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผล
โครงการหลวงแม่สลอง

จากตารางอธิบายได้ถึงไม้ผลและไม้ยืนต้นที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผล
โครงการหลวงแม่สลองและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ได้แก่ ก้อย แสดงถึงความต้องการในการ
ผลิต ไม้ผลและไม้ยืนต้นที่สถาบันวิจัยพื้นที่สูงส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่
สลอง ได้แก่ อุ่นๆ พลับ/ทุเรียน สตรอเบอรี่ เสาวรสหวาน พลับ อะโวคาโด ฟัก/ฟัก เปรี้ยวเบอร์รี่และ
บ๊วย ส่วนไม้ผลและไม้ยืนต้นจากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการ
หลวงแม่สลอง คือ มะม่วง ฝรั่ง ลิ้นจี่ ลิ้นจี่ แอปเปิ้ล ฝรั่ง และรสหวาน เสาวรสเปรี้ยว
ทุเรียน มะไฟ แมคคาเดเมีย ลิ้นจี่ ชะมู ฝรั่ง มังคุด ลำไยและมะปราง ดังตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.38 การตลาดกาแฟและเครื่องดื่มที่ผลิตภายในและนอกชุมชนที่นิยมบริโภคและจำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

ร้อยละความนิยมในการบริโภคสินค้าเกษตร	กาแฟและเครื่องดื่มที่ผลิตเองในพื้นที่แม่ฮ่องสอน ⁽¹⁾	กาแฟและเครื่องดื่มที่ส่งเสริมในพื้นที่แม่ฮ่องสอน ⁽²⁾	กาแฟและเครื่องดื่มนอกพื้นที่แม่ฮ่องสอน ⁽³⁾
มากกว่าร้อยละ 30	1) ชาอู่หลง		
ร้อยละ 20-30	1) ชาอัสสัม		1) ชาอัสสัม
ร้อยละ 10-19		1) กาแฟอาราบิก้า	

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ คือ สินค้าเกษตรที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

⁽²⁾ คือ สินค้าเกษตรที่ สวทส. ส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

⁽³⁾ คือ สินค้าเกษตรจากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

จากตารางอธิบายได้ถึงกาแฟและเครื่องดื่มที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอนและเป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภค ได้แก่ ชาอู่หลงและชาอัสสัม อีกทั้งยังมีศักยภาพในการผลิต และกาแฟเครื่องดื่มที่สถาบันวิจัยพื้นที่สูงส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า ส่วนสินค้าเกษตรจากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน คือ ชาอัสสัม ดังตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.39 การตลาดข้าวและพืชไร่ที่ผลิตภายในและนอกชุมชนที่นิยมบริโภคและ
จำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง

ร้อยละความนิยมใน การบริโภคสินค้า เกษตร	ข้าวและพืชไร่ที่ผลิต เองในพื้นที่ แม่สลอง ⁽¹⁾	ข้าวและพืชไร่ที่ ส่งเสริมในพื้นที่ แม่สลอง ⁽²⁾	ข้าวและพืชไร่ที่นอก พื้นที่แม่สลอง ⁽³⁾
มากกว่าร้อยละ 30	1) ข้าวไร่ 2) ข้าว		1) ข้าวหอมมะลิ
ร้อยละ 20-30			1) หมอไม้ 2) ข้าวแดง 3) ข้าวฟ้า
ร้อยละ 10-19	1) ข้าวญี่ปุ่น	1) ข้าวนิ่มแดง 2) ข้าวแดงหลวง	1) ข้าวลิ้นงู
ต่ำกว่าร้อยละ 10			1) ข้าวโพดหวาน 2) ข้าวฟ่าง 3) ข้าวเหนียว

ที่มา: จากผู้สำรวจ

หมายเหตุ : ⁽¹⁾ คือ สินค้าเกษตรที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง

⁽²⁾ คือ สินค้าเกษตรที่ สวทช. ส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง

⁽³⁾ คือ สินค้าเกษตรจากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผล
โครงการหลวงแม่สลอง

จากตารางข้างบนได้เห็นว่าข้าวและพืชไร่ที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการ
หลวงแม่สลองและเป็นที่ยอมรับสำหรับผู้บริโภคได้แก่ ข้าวไร่ ข้าว และข้าวญี่ปุ่น แสดงถึงความมี
ศักยภาพในการผลิต และข้าวและพืชไร่ที่สถาบันวิจัยพื้นที่สูงส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผล
โครงการหลวงแม่สลอง ได้แก่ ข้าวนิ่มแดงและข้าวแดงหลวง ส่วนข้าวและพืชไร่จากภายนอกชุมชน
ที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง คือ ข้าวโพดหวาน ข้าวฟ่างและ
ข้าวเหนียว ดังตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.40 การลดสภาพสัตว์ที่เกิดภายในและนอกชุมชนที่นิยมบริโภคและจำหน่ายในพื้นที่ขยาย
ผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

ร้อยละความนิยมใน การบริโภคสินค้า เกษตร	สัตว์ที่ผลิตเองในพื้นที่ แม่ฮ่องสอน ⁽¹⁾	สัตว์ที่ส่งเสริมในพื้นที่ แม่ฮ่องสอน ⁽²⁾	สัตว์นอกพื้นที่ แม่ฮ่องสอน ⁽³⁾
มากกว่าร้อยละ 30	1) ไก่ดำ 2) หมูตัว 3) หมูขาว	1) ไก่ดำ	1) ไก่ดำ 2) หนุขาว 3) ไก่ขาว 4) ปลาบิล
ร้อยละ 20-30			1) ปลาตูก 2) วัว
ต่ำกว่าร้อยละ 10	1) ไก่วง		1) ปลาช่อน 2) ปลาทู 3) เป็ด

ที่มา: จากตารางสำรวจ

หมายเหตุ: ⁽¹⁾ คือ สินค้าเกษตรที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน
คือ สินค้าเกษตรที่ สวทส. ส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน
⁽²⁾ คือ สินค้าเกษตรจากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผล
โครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

จากตารางข้างต้นได้มีสัตว์ที่เกษตรกรผลิตเองในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่
ฮ่องสอนและเป็นที่ยอมรับกับผู้บริโภค ได้แก่ ไก่ดำ หมูตัว หนุขาวและไก่วง แสดงถึงความสำเร็จ
ในการผลิต และสัตว์ที่สถาบันวิจัยพื้นที่สูงส่งเสริมให้ผลิตในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวง
ได้แก่ ไก่ดำ ส่วนสัตว์จากภายนอกชุมชนที่มีการนำเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวง
แม่ฮ่องสอน คือ ไก่ดำ หนุขาว ไก่ขาว ปลาบิล ปลาตูก วัว ปลาช่อน ปลาทูและเป็ดดังตารางที่ 4.40

4.6 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคสินค้าเกษตรโครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน จำนวน 5 กลุ่ม ใน 6 ประเด็น พฤติกรรมการบริโภค ได้มีกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย สินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ เหตุผลและวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า และโอกาสในการซื้อสินค้า ผลการวิเคราะห์ตามชนิดของสินค้าเกษตร ทั้ง 5 กลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

1) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

จากพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน แบ่งสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ 3 แบบ ได้แก่ (1) ผักที่ผลิตได้เองและมีจำหน่ายในสภาพทั่วไป (2) ผักที่ผลิตได้เองและเป็นผักพื้นบ้าน/ผักเมืองหนาวที่เคยได้รับการส่งเสริมจากโครงการหลวง และ (3) ผักที่ผลิตได้เองที่ได้รับการส่งเสริมจากสถาบันวิจัยพื้นที่สูง (สวทศ.) โดยมีพฤติกรรมการบริโภคและเลือกซื้อดังตารางที่ 4.41 ดังนี้



ตารางที่ 4.41 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

สินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
(1) ผักที่ผลิตได้เอง และ มีขายในตลาดทั่วไป (มะเขือเทศสีด ผักบุ้ง คะน้า ผักกาดขาวปลี ผงกวาง พริก กระหล่ำปลี ผักกาดเขียวปลี) *ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผักไม่สาย และราคาไม่แพง	(1) ผู้บริโภคในและนอกชุมชน	(1) บริโภค ในครัวเรือนบริโภค (เพื่อซื้อนำไปขาย ถ้าไม่พอจะซื้อเพิ่ม)	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการบริโภคพืชผักที่ไม่มีอยู่ในครัวเรือน (2) พิจารณาจากสภาพหรือราคา (3) คำนึงใจซื้อ	(1) เมื่อต้องการบริโภคพืชผักในปริมาณมาก (2) เมื่อพืชผักที่ปลูกเองไม่เพียงพอ
	(2) ร้านอาหาร ผักสดอาหาร โรงแรม รีสอร์ท	(1) นำไปประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยวที่มารับบริการ (2) นำมาแปรรูปเพื่อใช้ประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยว	(1) ผู้ประกอบการ (2) แม่ครัว หรือผู้มีหน้าที่ในการจัดหาวัตถุดิบ	(1) มีความต้องการพืชผักสำหรับใช้ประกอบอาหาร (2) พิจารณาจากสภาพ หรือโครงการที่ติดต่อสั่งซื้อ	(1) ผลตอบแทน เพื่อประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เดือน พฤษภาคม-ก.พ. มีความต้องการปริมาณมาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.41 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(3) แม่ค้าแผงค้าในตลาดสด	(1) เพื่อนำมาขาย (2) บริโภค	(1) พิจารณาคือตนเอง	(3) คัดเลือกซื้อ (4) มีความพึงพอใจถึงบริการและการรับประกันสินค้าก่อนซื้อ	
(2) ผักเมืองหนาวที่ผลิตได้เอง และเป็นผักพื้นบ้านผักที่เคยได้รับการส่งเสริมจากสวพส. (มะเขือระอากหวาน หอมขม โขจร บรอกโคลี กะหล่ำปลี)	(1) ผู้บริโภคในชุมชน	(1) บริโภค (มีผลเพื่อบริโภค ถ้าเหลือจะนำไปขาย ถ้าไม่พอจะซื้อเพิ่ม)	(1) พิจารณาคือตนเอง	(1) มีความต้องการบริโภคพืชผักที่ไม่ใช่ผักทั่วไป (2) หากซื้อสินค้าจากตลาดหรือโรงเรือน (3) คัดเลือกซื้อ	(1) เมื่อต้องการบริโภคพืชผักในปริมาณมาก (2) เมื่อพืชผักที่ปลูกเองหมด

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.41 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(2) ร้านอาหารภัตตาคาร โรงแรม รีสอร์ท	(1) นำไปประกอบอาหารให้ลูกค้าที่มารับบริการ (2) นำมาแปรรูปเพื่อใช้ประกอบอาหารให้พนักงานที่ห้องครัว	(1) ผู้ประกอบการ (2) แม่ครัว หรือผู้ที่มีหน้าที่ในการจัดหาวัตถุดิบ	(1) มีความต้องการพืชผักสำหรับใช้ประกอบอาหาร (2) พืชผักปลอดสาร หรือ ไร้สารพิษปลอดยาฆ่าแมลง (3) คัดเลือกพืชผัก (4) เกิดความพึงพอใจเนื่องจากการซื้อจะมีกำไรเนื่องจากร้านมีสินค้าสดใหม่	(1) ตลอดทั้งปี เพื่อประกอบอาหารให้พนักงานที่ห้องครัว โรงแรมหรือร้านอาหารท่องเที่ยว เดือน พฤษภาคม-ก.พ. มีความต้องการปริมาณมาก
	(3) แม่ค้าและผู้บริโภคคนกลุ่มชน	(1) เพื่อรับประทาน (2) บริโภค	(1) พิจารณาคำขอเสนอ	(1) มีความต้องการพืชผักที่จะนำมาจำหน่าย (2) พืชผักปลอดสารพิษหรือปลอดสาร (3) คัดเลือกพืชผัก	(1) ตลอดทั้งปี เพื่อจำหน่าย

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.41 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
(3) ผักที่ได้รับการส่งเสริมจาก สวรส.	(1) ตลาดโครงการหลวงหมอกจำ่ม (ตามโคกตา)	(1) ตามฤดูกาล	(1) สวรส. แม่ฮ่องสอน บรรจุนโยบายหลวง	(1) สวรส. รวบรวมผลผลิต และนำมาสู่ที่โรงคัดบรรจุ	(1) เมื่อผลผลิตออกสู่ตลาด
	(2) ผู้บริโภคในชุมชน	(1) ปีบริโภค	(1) จัดารณาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการบริโภค พืชผักที่ไม่เป็นโรคหรือ (2) สืบต่อซื้อสินค้าจาก เกษตรกรที่ปลูกพืชผักใน สวรส. (3) สืบตืบซื้อ	(1) เมื่อต้องการบริโภค
	(3) ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม รีสอร์ทในชุมชน	(1) จำไปประกอบอาหารให้ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ (2) จำมาปรุงเป็นเมนูที่ใช้ ประกอบอาหารในร้าน นักท่องเที่ยว	(1) ผู้ประกอบการ (2) แม่ครัว หรือผู้ที่มีหน้าที่ ในการจัดหาระดับ	(1) มีความต้องการพืชผัก สำหรับใช้ประกอบอาหาร (2) หากมีจากตลาด หรือ โรงคัดบรรจุแล้วจะซื้อ (3) สืบตืบซื้อ (4) มีความต้องการพืชผัก การซื้อจะมีการสั่งซื้อจาก ร้านเดิมอย่างต่อเนื่อง	(1) ตลอดทั้งปี เพื่อประกอบ อาหารให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงเทศกาล ท่องเที่ยว เดือน พ.ย.-ก.พ. มีความต้องการปริมาณมาก

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.41 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(4) แม่ค้าและผู้บริโภคคนกลุ่มชน	(1) เพื่อนำมาจำหน่าย (2) บริโภค	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการพืชผักที่มีคุณภาพจำหน่าย (2) สินค้าต้องดีจากเกษตรกร หรือจากตลาด (3) คำนึงถึงชื่อ	(1) ตลอดทั้งปี เพื่อนำมาจำหน่าย

ที่มา: จากการสำรวจ

2) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

จากพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน แบ่งสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ 3 ชนิด ได้แก่ (1) ผลไม้พื้นบ้าน (2) ผลไม้ที่รับประทานได้ส่งเสริมโดยสถาบันวิจัยพื้นที่สูง และ (3) ผลไม้ผลิตของกลุ่มชน โดยมีพฤติกรรมการบริโภคและเลือกซื้อดังตารางที่ 4.42 ดังนี้

ตารางที่ 4.42 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มไม้มีผลและไม้ยืนต้นของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
(1) ผลไม้พื้นบ้าน (พืชมะเขือ ฝรั่ง)	(1) ผู้บริโภคในชุมชน	(1) บริโภค	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการบริโภค (2) สืบต่อซื้อจากเกษตรกรหรือโชห่วย หรือออร์ (3) สั่งซื้อโดยตรง	(1) เมื่อต้องการบริโภค
	(2) พ่อค้าคนกลางในชุมชน	(1) รวบรวมเพื่อนำไปขายให้โรงงานใน/นอกชุมชน	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการผลิต (2) สืบต่อซื้อจากเกษตรกร	(1) เมื่อผลผลิตทยอยออกตามฤดูกาล
	(3) แม่ค้าในคอนเทนเนอร์นอกชุมชน (ตลาดในจ.เชียงใหม่ และตลาดไท)	(1) เพื่อนำไปขายต่อ (2) บริโภค	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการผลิตเพื่อเป็นการขาย (2) สืบต่อซื้อจากเกษตรกร	(1) เมื่อผลผลิตทยอยออกตามฤดูกาล
(2) ผลไม้ที่ได้รับการส่งเสริมจาก สวท. (สตรอเบอรี่ องุ่น เสาวรสหวาน เหนือเขมร)	(1) ตลาดโครงการหลวงนอกอำเภอ (ตามโครงการ)	(1) ขายเพื่อผลกำไร	(1) สวท. นอกโรงงานโครงการหลวง	(1) สวท. รวบรวมผลผลิตมาจำหน่ายที่โรงงานวิสาหกิจ	(1) เมื่อมีผลผลิต
	(2) ผู้บริโภคในชุมชน	(1) บริโภค	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการบริโภค (2) สืบต่อซื้อจากเกษตรกรหรือ ซื้อจากตลาด	(1) เมื่อต้องการบริโภค

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.42 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มไม้มีผลและไม้ยืนต้นของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(3) ร้านอาหารและโรงแรมในชุมชน	(1) ขาดบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการบริการ	(1) ผู้ประกอบการ	(1) มีความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพได้มาตรฐาน หรือ ปลอดภัย เป็นของวิสาหกิจไม่เอาเปรียบผู้บริโภคได้มีช่องทาง (2) สินค้าจากเกษตรกร (3) สินค้ามีชื่อเสียง (4) มีความพึงพอใจต่อการซื้อ จะตัดสินใจซื้ออย่างต่อเนื่อง	(1) เมื่อมีความต้องการ
	(4) นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในชุมชน	(1) ภูมิทัศน์ (2) บริการดี	(1) ผู้จัดการด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการบริโภค/นำไปเป็นของฝาก (2) จัดซื้อสินค้าจากตลาดในชุมชน (3) สินค้ามีชื่อเสียง	(1) เมื่อเข้ามาเที่ยวในชุมชน

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.42 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลและวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(5) แม่ค้าและผู้บริโภคชนบท	(1) เพื่อนำมาขาย (2) บริโภค	(1) พิจารณาคำขอเสนอ	(1) มีความต้องการสินค้าเพื่อไปจำหน่าย (2) คิดซื้อจากความสะดวก	(1) ตลาดทั่วไป ตามฤดูกาล
(3) ผลไม้เกษตร (เช่น กล้วย ฝรั่ง ฝรั่งน้ำ ฝรั่งน้ำ และฝรั่งน้ำ ฯลฯ)	(1) ผู้บริโภคในชุมชน	(1) บริโภค (2) ใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ	(1) พิจารณาคำขอเสนอ	(1) มีความต้องการบริโภคหรือนำไปประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ (2) หาซื้อจากตลาด (3) คิดซื้อจากร้าน	(1) เมื่อต้องการบริโภค (2) เมื่อต้องใช้ในพิธีกรรม
	(2) ร้านค้าในชุมชน	(1) ขายสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้	(1) พิจารณาคำขอเสนอ	(1) มีความต้องการเพิ่มผลผลิตเพื่อนำมาขายหรือจำหน่าย (2) คิดซื้อจากความสะดวก (3) คิดซื้อจากร้าน	(1) เมื่อต้องการนำขาย จำหน่าย

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.42 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(3) แม่ค้าขายผลไม้ในตลาดอินทิตวี และรอบๆ	(1) เพื่อนำมาขาย	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการสินค้าจำหน่าย (2) เดินทางไปซื้อจากตลาดชั้น ตลาดกลางจังหวัดราช	(1) ตลาดที่ถนัดเพื่อขาย (2) เมื่อมีคำสั่งซื้อจากร้านอาหารและโรงแรมในพื้นที่

ที่มา: จากการสำรวจ

3) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มร้อนที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

จากพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มร้อนที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน แบ่งสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ 2 ชนิด ได้แก่ (1) กาแฟอาราบิก้าแบบเชอร์รี่ และ (2) กาแฟอาราบิก้าแบบกะลา โดยมีพฤติกรรมการบริโภคและเลือกซื้อดังตารางที่ 4.43 ดังนี้

ตารางที่ 4.43 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มชงร้อนที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่ซื้อใน ตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วม ในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
(1) กาแฟอาราบิก้า (ซอง)	(1) พ่อค้าคนกลางผู้ รวบรวมในชุมชน	(1) อยู่ในพื้นที่ปลูกกาแฟ (2) มีปริมาณมาก (3) ปลูกในระดับความสูง เดียวกันกับการปลูกข้าว และปลูกกาแฟในแปลงกัน	(1) พิจารณาค้นหาตนเอง จากคุณภาพสินค้า	(1) คิดถึงวิธีชงกับ เกษตรกรโดยตรง (2) พิจารณาคุณภาพสินค้า (3) กำหนดราคาและรับซื้อ	(1) เมื่อผลผลิตทยอยออก ตามฤดูกาล (2) เมื่อรับคำสั่งซื้อจาก โรงงานเอกชน
(2) กาแฟอาราบิก้า (กระป๋อง)	(1) ร้านกาแฟใน ชุมชน เพื่อนำมาแปรรูปขายในชุมชน	(1) มีปริมาณมาก (2) คุณภาพใกล้เคียงกาแฟ คอชี่แท้ (3) ราคาไม่แพง	(1) พิจารณาค้นหาตนเอง จากคุณภาพสินค้า	(1) คิดถึงวิธีชงกับ เกษตรกรโดยตรง (2) พิจารณาคุณภาพสินค้า (3) กำหนดราคาและรับซื้อ	(1) เมื่อต้องการนำมา แปรรูปขายได้มักต้องเที่ยว คอลเลกต์วิธี ชีบปริมาณมาก ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เดือน พ.ย. - ธ.ค.
	(2) พ่อค้าคนกลางผู้ รวบรวมจากนอก ชุมชน เพื่อนำไปขาย ยังโรงงานกาแฟ	(1) มีปริมาณมาก (2) คุณภาพใกล้เคียงกาแฟ คอชี่แท้ (3) ราคาไม่แพง	(1) พิจารณาค้นหาตนเอง จากคุณภาพสินค้า	(1) คิดถึงวิธีชงกับ เกษตรกรโดยตรง (2) พิจารณาคุณภาพสินค้า (3) กำหนดราคาและรับซื้อ	(1) เมื่อผลผลิตทยอยออก ตามฤดูกาล

ที่มา: จากการสำรวจ

4) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

จากพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน แบ่งสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ 1 ชนิด ได้แก่ ข้าวพอง โดยมีพฤติกรรมการบริโภคและเลือกซื้อดังตารางที่ 4.44 ดังนี้

ตารางที่ 4.44 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในอาณาบริเวณ	เหตุผลและวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
(1) ข้าวไร่	(1) ผู้บริโภคในชุมชน (ส่วนใหญ่เลือกซื้อ)	(1) บริโภคเป็นหลัก (บริโภคเพื่อบริโภค หากเหลือจะนำไปขายหากไม่พอจะซื้อเพิ่ม) (2) เมื่อมีสิทธิ์	(1) ตัดใจคนเดียวตนเอง	(1) ซื้อตรงกับเกษตรกรผู้ผลิต ที่เปิดร้านบ้านในชุมชน (2) ซื้อจากร้านค้าในชุมชน	(1) เมื่อต้องการบริโภค (2) เมื่อข้าวที่ผลิตเองไม่เพียงพอ
	(2) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชน	(1) บริโภคและกินของฝาก	(1) ตัดใจคนเดียวตนเอง	(1) มีความต้องการบริโภคข้าวและจะนำไปเป็นของฝาก (2) หากมีเวลาพอจะเข้ามาในชุมชน (3) ดึงเงินจ่อซื้อ	(1) เมื่อเข้ามาเที่ยวในชุมชน

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.44 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ใน สถานเป้าหมาย	เหตุผลและวัตถุประสงค์ ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนว่า ในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจ ในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(3) แม่ค้าในชุมชน	(1) เพื่อนำไปจำหน่าย	(1) พิจารณาตัวเอง	(1) มีความต้องการสินค้า เพื่อนำจำหน่าย (2) สินค้ามีคุณภาพ เหมาะสมกับชุมชน (3) คำนึงถึงชื่อ	(1) เมื่อต้องการสินค้า

ที่มา: จากการสำรวจ

5) พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

จากพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน แบ่งสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อได้ 3 ชนิด ได้แก่ (1) ไก่ดำ (2) หมูดำ และ (3) หนุขาว โดยมีพฤติกรรมการบริโภคและเลือกซื้อดังตารางที่ 4.45 ดังนี้

ตารางที่ 4.45 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	แหล่งและวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
(1) ไก่ดำ	(1) ผู้บริโภคในชุมชน	(1) บริษัท [2] พิธีกรรม	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) ต้องการนำมากินหรือใช้ในพิธีกรรม (2) ซื้อจากร้านเกษตรผู้ผลิต ที่ขึ้นชื่อในชุมชน	(1) เมื่อต้องการบริโภค (2) เมื่อต้องการใช้ในพิธีกรรม
	(2) ผู้รวบรวมในชุมชน	(1) รวบรวม ส่งขายร้านอาหารและโรงแรมในพื้นที่แม่ฮ่องสอน ตามคำสั่งซื้อ	(1) พิจารณาด้วยตนเอง	(1) มีคำสั่งซื้อ (2) ติดต่อซื้อจากร้านเกษตร (3) เข้าไปส่งให้ผู้สั่งซื้อ	(1) เมื่อมีคำสั่งซื้อจากร้านอาหารและโรงแรมในพื้นที่แม่ฮ่องสอน
	(3) ร้านอาหารและโรงแรมในพื้นที่	(1) ประกอบอาหารขายนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ	(1) ผู้ประกอบการ หรือ ผู้ที่แนะนำที่คิดจะผลิต	(1) ต้องการสินค้ามาประกอบอาหารไว้บริการนักท่องเที่ยว (2) ติดต่อ สั่งซื้อจากร้านเกษตรหรือผู้รวบรวม (3) มีความพึงพอใจในการขาย จะติดต่อซื้อโดยตลอด	(1) ตลอดทั้งปี เพื่อขายนักท่องเที่ยว ซึ่งปริมาณมาก ช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เดือน พ.ย.-ก.พ.

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.45 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(4) ตลาดนอกชุมชน	(1) เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องซื้อ	(1) ได้รับคำแนะนำจากเกษตรกรอำเภอ	(1) มีความต้องการสินค้า	(1) เมื่อมีความต้องการ (2) ซื้อผ่านเกษตรอำเภอ (เกษตรอำเภอเป็นผู้ติดต่อ)
หมูดำ	(1) ผู้บริโภคในชุมชน	(1) บริโภค (ชนเผ่า) (2) พิธีกรรม (ชนเผ่า) (3) แปรรูป (ชาวจีน)	(1) ตัดใจมาด้วยตนเอง	(1) มีความต้องการสินค้า (2) ซื้อตรงกันชนบทหรือซื้อที่ร้านเพื่อนบ้านในชุมชนหรือจากตลาด (3) สัตว์ป่าเลี้ยง	(1) เมื่อต้องการบริโภค (2) เมื่อต้องการใช้ในงานพิธีกรรม (3) แปรรูป (หมู่บ้านช้างแสนยานุภาพ ใต้ถุนยกบ้าน 11 บริโภคและขาย) ช่วงหน้าหนาว พ.ย.- ธ.ค.
	(2) ผู้ขายในชุมชน/พ่อค้าคนกลาง/ร้านค้า (รวมและ/หรือร้านค้าในตัวเมือง)	(1) ซื้อเพื่อขาย (ไม่บริโภคเอง)	(1) ตัดใจมาด้วยตนเอง	(1) มีคำสั่งซื้อ หรือมีความต้องการสินค้า (2) ซื้อตรงกันชนบทหรือซื้อที่ร้านเพื่อนบ้านในชุมชน	(1) เมื่อจะนำไปขายหรือขาย (2) เมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า ผู้บริโภคทั่วไป ร้านอาหารและโรงแรมในพื้นที่

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 4.45 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน (ต่อ)

สินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ	กลุ่มลูกค้าที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย	เหตุผลหรือวัตถุประสงค์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า	ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ	ขั้นตอนการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า	โอกาสในการซื้อ
	(3) ร้านอาหารและโรงแรมในพื้นที่	(1) ประกอบอาหารหรือใช้เลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ในการ (2) แลกรูป (หมู่บ้านช้างแสนรู้ นาน ได้การยกย่อง ได้รับใบประกาศนียบัตร)	(1) ผู้ประกอบการ หรือ ผู้ที่มีหน้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อ (2) ผู้จัดการด้วยตนเอง	(1) ซื้อจากพ่อค้าคนกลางในชุมชน (พ่อค้า) และคนดูในในตลาดสินค้า (ซีอี) (2) ซื้อจากพ่อค้าคนกลางในชุมชน (พ่อค้า) และคนดูในในตลาดสินค้า (ซีอี)	(1) ตลอดทั้งปี เพื่อประกอบอาหารขายปลีกหรือเลี้ยงและแปรรูป (หมู่บ้านช้างแสนรู้ นาน ได้การยกย่อง ได้รับใบประกาศนียบัตร) ซีอีปริมาณมาก ชาวเขตภาคเหนือ เชียงใหม่ - ก.พ.
หมูขุน	(3) ผู้บริโภคในชุมชน	(1) ชาวละแวกหมู่บ้านผู้บริโภค	(1) ผู้จัดการด้วยตนเอง	(1) ซื้อจากพ่อค้าคนกลางในชุมชน (2) ซื้อจากพ่อค้าคนกลางในชุมชน	(1) เดือนธันวาคม (2) เมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า ผู้บริโภคหรือร้านอาหารและโรงแรมในพื้นที่

ที่มา: จากการสำรวจ

4.7 ศึกษาการผลิตและการตลาด

4.7.1 ข้อมูลการผลิตสินค้าเกษตร ทั้ง 5 กลุ่ม

ข้อมูลการผลิตสินค้าเกษตร ทั้ง 5 กลุ่ม ทั้ง กลุ่มพืชผัก กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น กลุ่มการเลี้ยงและเครื่องพื้น กลุ่มข้าวและพืชไร่ และกลุ่มสัตว์ จะแสดงให้เห็นถึงช่วงเวลาและปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม ในปี พ.ศ. 2556 และ พ.ศ. 2557

ตารางที่ 4.46 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก

อันดับ	ชนิด	ช่วงเวลาปริมาณผลิต ปี 2556				ช่วงเวลาปริมาณผลิต ปี 2557				อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มิ.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ต.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มิ.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ต.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	เบบี๋คอสม	0	6,000	450	6,450	0	6,000	850	6,850	6.20
2	เบบี๋ฮ่องด้า	0	0	400	400	0	0	4,350	4,350	987.50
3	พืชมะเขือ	0	0	300	300	0	0	4,190	4,190	1,296.67
4	ผักกาด	0	0	1,500	1,500	0	0	3,300	3,300	120.00
5	มะเขือเทศเนื้อ	0	0	412	412	0	1,200	412	1,612	291.26
6	คะน้า	0	0	870	870	0	0	1,470	1,470	68.97
7	ยอดมะระหวาน	0	0	700	700	0	0	1,210	1,210	72.86

หมายเหตุ: จากการสำรวจเกษตรกร 21 ราย

ตารางที่ 4.46 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก (ต่อ)

อันดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2556			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2557			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการ เพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
8	มะเขือเทศห่อ	0	150	200	350	0	750	200	950	171.43
9	โอดูน	0	0	400	400	0	0	700	700	75.00
10	ปวยเล้ง	0	0	450	450	0	0	650	650	44.44
11	บร็อคโคลี่	0	0	440	440	0	0	530	530	20.45
12	เรดโอ๊ค	0	0	450	450	0	0	450	450	0.00
13	ยอดถั่วฮันดา	0	0	0	0	0	0	450	450	4,500.00
14	ผักบุ้ง	0	30	300	330	0	30	330	360	9.09
15	ตังกุย	0	0	80	80	0	0	350	350	337.50
16	ถั่วดำ	0	30	0	30	0	30	300	330	1,000.00
17	กรีนโอ๊ค	0	0	300	300	0	0	300	300	0.00
18	ผักกาดขาวปสี	0	0	50	50	250	0	50	300	500.00
19	ผักชี	0	0	250	250	0	0	250	250	0.00

หมายเหตุ: จากการสำรวจเกษตรกร 21 ราย

ตารางที่ 4.46 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก (ต่อ)

อันดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2556			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2557			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการ เพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
20	มะเขือม่วง									
	ก้านดำ	0	80	110	190	0	80	70	150	-21.05
21	มะระหวาน	0	100	0	100	0	100	0	100	0.00
22	ยอดติ๊กทอง	100	0	0	100	100	0	0	100	0.00
23	แคระอท	0	0	0	0	0	0	80	80	8,000.00
24	ผักกาดเขียวปลี	0	0	0	0	0	0	60	60	6,000.00
25	พวยงู	0	0	0	0	0	0	60	60	6,000.00
26	กวาดตุ้ง	0	0	50	50	0	0	50	50	0.00
27	พริกชี้หนู	0	45	0	45	0	45	0	45	0.00
28	ถั่วหวาน	0	0	40	40	0	0	40	40	0.00
29	แตงกวา	12	0	0	12	12	0	0	12	1,200.00
ปริมาณรวม (กก.)		112	6,435	7,752	14,299	362	8,235	20,702	29,299	104.90
อัตราการเพิ่ม (%)						223.21	27.97	167.05		

หมายเหตุ : จากการสำรวจเกษตรกร 21 ราย

จากตารางที่ 4.46 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า เบบี่คอสม มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 6,450 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 6,850 กิโลกรัมในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.20) รองลงมา คือ เบบี่ตองต์ ผัก 400 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 4,350 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 987.50) พิลเลย์ ผัก 300 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 4,190 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1,296.50) ผักเอน ผัก 1,500 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 3,300 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 120) มะเขือเทศเนื้อ ผัก 412 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,612 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 291.26) ตะบั่ว ผัก 870 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,470 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 68.97) ยอดมะระหวาน ผัก 700 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,210 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 72.86) มะเขือเทศหัว ผัก 350 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 950 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 171.43) ส่วนปริมาณการผลิตพืชผักชนิดอื่นๆ รายละเอียดดังตารางที่ 4.46



ตารางที่ 4.47 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

อันดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2556			รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2557			รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการ เพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มิ.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		ช่วงที่ 1 (มิ.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)		
1	พื้ง/เชอร์รี่	28,600	1,000	200	29,800	4,250	1,000	200	5,450	-81.71
2	อื่นี่	2,500	0	0	2,500	2,500	1,500	0	4,000	60.00
3	สตรอเบอรี่	0	0	700	700	0	0	1,060	1,060	51.43
4	หือ	0	0	0	0	200	30	800	1,030	103,000.00
5	ลุ่น	0	0	0	0	0	0	900	900	90,000.00
6	บ้วย	0	0	0	0	400	0	0	400	40,000.00
7	เสาวรสเปรี้ยว	0	0	400	400	0	0	400	400	0.00
8	เสาวรสหวาน	0	0	150	150	0	0	160	160	6.67
9	ทือ	0	0	120	120	0	0	120	120	0.00
10	เคปูกสเบอรี่	0	0	0	0	0	0	40	40	4,000.00
11	เาะ	0	20	0	20	0	20	0	20	0.00
ปริมาณรวม (กก.)		31,100	1,020	1,570	33,690	7,350	2,550	3,680	13,580	-59.69
อัตราการเพิ่ม (%)						176.37	150.00	134.39		

หมายเหตุ : จากการสำรวจเกษตรกร 21 ราย

จากตารางที่ 4.47 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า พลับ/เชอร์รี่ มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 29,800 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 5,450 กิโลกรัมในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 81.71) รองลงมา คือ ลิ้นจี่ ผลิต 2,500 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 4,000 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 60.00) สตรอเบอร์รี่ ผลิต 700 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,060 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.43) พืช ไม้ผลผลิตในปี 2556 แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 1,030 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 103,000.00) อุ่น ไม้ผลผลิตในปี 2556 แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 900 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 90,000.00) บัวต ไม้ผลผลิต ในปี 2556 แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 400 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 40,000.00) เสาวรสเปรี้ยว ผลิต 400 กิโลกรัม ในปี 2556 และผลิตในปีปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 เสาวรสหวาน ผลิต 150 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 160 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.67) พืช-ผลิต 120 กิโลกรัม ในปี 2556 และผลิตในปีปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 และเคปทุสมะพร้าว ไม้มีผลผลิต ในปี 2556 แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 40 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4,000.00) ส่วนปริมาณการผลิตไม้ผลและไม้ยืนต้นชนิดอื่นๆ รายละเอียดดังตารางที่ 4.47



ตารางที่ 4.48 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

อันดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2556				ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2557				อัตราการเพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ค.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	กาแฟอาราบิก้า	0	0	9,000	9,000	0	0	10,400	10,400	15.56
2	ชาอู่หลง	0	0	100	100	0	0	100	100	0.00
ปริมาณรวม (กก.)		0	0	9,100	9,100	0	0	10,500	10,500	15.38
อัตราการเพิ่ม (%)						0.00	0.00	15.38		

หมายเหตุ: จากการสำรวจเกษตรกร 21 ราย

จากตารางที่ 4.48 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า กาแฟอาราบิก้า มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 9,000 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 10,400 กิโลกรัมในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.56) รองลงมา คือ ชาอู่หลง ผลิต 100 กิโลกรัม ในปี 2556 และผลิตปริมาณเท่ากันในปี 2557

ตารางที่ 4.49 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่

อันดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2556				ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2557				อัตราการ เพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ก.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ก.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 57 (กก.)	
1	ข้าวไร่	0	27,495	0	27,495	0	10,395	0	10,395	-62.19
2	ข้าวหอมมะลิ	0	75	0	75	0	75	0	75	0.00
3	ชิง	40	0	1,600	1,640	80	0	1,600	1,680	2.44
4	ถั่วแดง	0	30	0	30	0	30	800	830	2,666.67
5	ถั่วแดงหลวง	0	30	0	30	0	30	800	830	2,666.67
6	ถั่วเขียวเมล็ด	0	150	0	150	0	150	60	210	40.00
7	ถั่วลิสง	60	0	0	60	60	0	0	60	0.00
ปริมาณรวม (กก.)		100	27,780	1,600	29,480	140	10,680	3,260	14,080	-52.24
อัตราการเพิ่ม (%)						40.00	-61.56	103.75		

หมายเหตุ: จากการสำรวจเกษตรกร 21 ราย

จากตารางที่ 4.49 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า ข้าวไร่ มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 27,495 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 10,395 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 62.19) ชิงผลิต 1,640 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,680 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.44) ถั่วแดงและถั่วแดงหลวงผลิต 30 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 830 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2,666.67) ส่วนปริมาณการผลิตข้าวและพืชไร่ชนิดอื่น ๆ รายละเอียดดังตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.50 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์

อันดับ	ชนิด	ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2556				ช่วงเวลา/ปริมาณผลิต ปี 2557				รวม ปี 57 (กก.)	อัตราการ เพิ่ม (%)
		ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ก.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)	รวม ปี 56 (กก.)	ช่วงที่ 1 (มี.ค.-มิ.ย.)	ช่วงที่ 2 (ก.ค.-ก.ค.)	ช่วงที่ 3 (พ.ย.-ก.พ.)			
1	หมูดำ	290,000	270,000	560,000	1,120,000	280,000	260,000	530,000	1,070,000	-4.46	
2	ไก่ดำ	814.5	814.5	963	2,592	792	792	940.5	2,524.5	-2.60	
3	เป็ด	0	0	3	3	0	0	3	3	0.00	
ปริมาณรวม (กก.)		290,814.5	270,814.5	560,966	1,122,595	280,792	260,792	530,943.50	1,072,527.50	-4.46	
อัตราการเพิ่ม (%)						-3.45	-3.70	-5.35			

จากตารางที่ 4.50 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า หมูดำ มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 1,120,000 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 1,070,000 กิโลกรัมในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 4.46) รองลงมา คือ ไก่ดำ ผลิต 2,529 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 2,524.5 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 2.60) ส่วนปริมาณการผลิตสัตว์ชนิดอื่น ๆ รายละเอียดดังตารางที่ 4.50

4.7.2 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรในพื้นที่

ตารางที่ 4.51 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักในพื้นที่

ชนิดพืชผัก	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
มะเขือเทศพื้	- สภาพอากาศ เหมาะสมต่อการ ผลิตพืชผักคุณภาพ	- พื้นที่เพาะปลูกน้อย - สภาพพื้นที่ไม่ อำนวย - มีทุนสูงในการดูแล รักษา	- ตลาดมีความ ต้องการในปริมาณ มากตลอดทั้งปี	- ปริมาณน้ำไม่ เพียงพอ พื้นที่เพาะปลูกน้อย
พริกขี้หนู	- ปศุสัตว์ ไม่รบกวนพืช - มีระยะเวลาเก็บเกี่ยว นาน	- พื้นที่เพาะปลูกน้อย - ใช้แรงงานเก็บเกี่ยว ผลผลิตสูง	- ตลาดมีความ ต้องการในปริมาณ มากตลอดทั้งปี	- พื้นที่ปลูกน้อย - ปริมาณน้ำไม่ เพียงพอ
กะหล่ำปลี	- สภาพอากาศ เหมาะสมต่อการ ผลิตพืชผักคุณภาพ	- ไม่ทนต่อโรคและ แมลง ต้องใช้ สารเคมีปริมาณมาก ทำให้ต้นทุนสูง	- ตลาดมีความ ต้องการในปริมาณ มากตลอดทั้งปี	- พื้นที่ปลูกมีจำกัด - ปริมาณน้ำไม่ เพียงพอ
ผักกาดขาว	- สภาพอากาศ เหมาะสมต่อการ ผลิตพืชผักคุณภาพ	- ไม่ทนต่อโรคและ แมลง ต้องใช้ สารเคมีปริมาณมาก ทำให้ต้นทุนสูง	- ตลาดมีความ ต้องการในปริมาณ มากตลอดทั้งปี	- ปริมาณน้ำไม่ เพียงพอ

ตารางที่ 4.51 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผักในพื้นที่ (ต่อ)

ชนิดพืชผัก	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
เบบี๋ฮ่องเต้	- ได้รับผลิตเร็ว - หากปลูกในโรงเรือน จะทำให้ผลผลิตมี คุณภาพดี	- น้ำหนักเบาขนาดเบา - เสี่ยง	- ได้รับการส่งเสริม จาก สวรส. มีตลาด รองรับผลผลิตอย่าง ต่อเนื่อง	- ยังไม่เป็นที่ยอมรับ ของตลาดมากนัก
ยอดมะระหวาน	- ปลูกง่าย ใช้ปุ๋ยเร่ง เร็ว - เก็บเกี่ยวได้ตลอด ทั้งปี	- การผลิตไม่ต่อเนื่อง ตลอดทั้งปี	- ตลาดมีพัฒนา ไปสู่การบริโภคภายใน ประเทศเพิ่มขึ้น	- ขาดการส่งเสริม และการวาง แผนการผลิต

1) กลุ่มพืชผัก

1.1) มะเขือเทศ

(1) จุดแข็ง

เกษตรกรสามารถทำการเพาะปลูกได้ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความเหมาะสมของสภาพอากาศที่หนาวเย็น

(2) จุดอ่อน

พื้นที่สำหรับเพาะปลูกมะเขือเทศยังคงมีน้อยมาก หากเปรียบเทียบกับพืชผักชนิดอื่น ๆ เนื่องจากสภาพพื้นที่เป็นภูเขาโดยส่วนใหญ่ติดกับพื้นที่ราบ นอกจากนั้นแล้วเป็นพืชผักที่ไม่ทนต่อโรคและแมลงทำให้ต้องใช้สารเคมีเป็นจำนวนมาก เกิดเป็นต้นทุนที่สูงขึ้นเกษตรกรบางรายต้องทำการผลิตในโรงเรือน

(3) โอกาส

มะเขือเทศยังเป็นพืชผักที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนในปริมาณมากและมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารหลากหลายชนิด อีกทั้งร้านอาหารในและนอกชุมชนมีความต้องการมาก

(4) อุปสรรค

มะเขือเทศเป็นพืชผักที่ต้องใช้น้ำในปริมาณมากในการเพาะปลูก ทำให้ในฤดูแล้งมีปริมาณน้ำไม่เพียงพอต่อการเพาะปลูก

1.2) พริกชี้หนู

(1) จุดแข็ง

พริกชี้หนูปลูกง่าย มีผลผลิตสูง การจัดการที่ไม่ยาก และพริกชี้หนูมีการเก็บเกี่ยวนาน

(2) จุดอ่อน

พื้นที่สำหรับเพาะปลูกพริกชี้หนูยังคงมีน้อยมาก หากเปรียบเทียบกับพืชผักชนิดอื่น ๆ เนื่องจากสภาพพื้นที่เป็นภูเขาโดยส่วนใหญ่สลับกับพื้นที่ราบเพียงน้อยนิด

(3) โอกาส

พริกชี้หนูเป็นพืชผักที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนในปริมาณมากและมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารหลากหลายชนิด อีกทั้งร้านอาหารต่าง ๆ ต้องการใช้ทุกวัน หากมองถึงการเพาะปลูกพริกชี้หนูในชุมชนยังถือว่าน้อยมาก ซึ่งถือเป็นความได้เปรียบหากเกษตรกรในชุมชนหันมาเพาะปลูกกันมากขึ้น เพราะไม่มีคู่แข่งในชุมชน และจะมีเพียงรอและพ่อค้าคนกลางที่นำพริกชี้หนูมาจำหน่ายในชุมชนเท่านั้น

(4) อุปสรรค

พริกชี้หนูมีพื้นที่ปลูกจำกัดซึ่งไม่สามารถขยายพื้นที่การเพาะปลูกไปสู่พื้นที่อื่นได้ เนื่องจากอยู่ในเขตพื้นที่ของป่า

1.3) กระหล่ำปลี

(1) จุดแข็ง

เกษตรกรสามารถทำการเพาะปลูกกะหล่ำปลีได้ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความเหมาะสมของสภาพอากาศหนาวเย็นซึ่งทำให้ผลผลิตดี

(2) จุดอ่อน

กะหล่ำปลีมีผลเป็นพืชผักในลำดับต้น ๆ ที่ต้องใช้สารเคมีในการเพาะปลูกในปริมาณมาก เนื่องจากไม่ทนต่อโรคและแมลง อีกทั้งยังต้องใส่ปุ๋ยเคมีบำรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพ ต้นทุนสูง

(3) โอกาส

กะหล่ำปลีเป็นพืชผักที่มีความต้องการบริโภคในปริมาณมากทั้งในและนอกชุมชนและมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี หากจะจำหน่ายสู่ตลาดก็ทั้งหมด ต้องวางแผนราคาตามกลไกของตลาด

(4) อุปกรณ์

กะล่ำปอมีพื้นที่ปลูกจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่จะปลูกบนคอกย
ในพื้นที่โล่งซึ่งไม่มีต้นไม้ ทำให้ไม่สามารถขยายพื้นที่การเพาะปลูกไปสู่พื้นที่อื่นได้ เนื่องจากอยู่ใน
เขตพื้นที่ป่าสน

1.4) ผักกาดขาวปลี

(1) จุดแข็ง

เกษตรกรสามารถทำการเพาะปลูกผักกาดขาวปลีได้ใน
พื้นที่เป็นอย่างดี ด้วยความเหมาะสมของภูมิประเทศและสภาพอากาศหนาวเย็นทำให้ผลผลิตมี
คุณภาพ

(2) จุดอ่อน

ผักกาดขาวปลีเป็นผัก ที่ต้องใช้เวลานานในการเพาะปลูก
ในปริมาณมาก เนื่องจากไม่ทนต่อโรคและแมลง อีกทั้งยังต้องใช้ปุ๋ยเคมีบำรุงดินอย่างต่อเนื่องเพื่อให้
ผลผลิตมีคุณภาพ ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น

(3) โอกาส

ผักกาดขาวปลีเป็นผักที่มีความต้องการบริโภคในปริมาณ
สูงทั้งในและนอกชุมชน และมีความหลากหลายตลอดทั้งปี

(4) อุปสรรค

ผักกาดขาวปลีมีพื้นที่ปลูกจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่จะปลูก
บนคอกยในพื้นที่โล่ง ทำให้ไม่สามารถขยายพื้นที่การเพาะปลูกไปสู่พื้นที่อื่นได้ เนื่องจากอยู่ในเขตพื้นที่
ของป่า อีกทั้งเป็นผักที่ต้องใช้น้ำในปริมาณมากในการเพาะปลูก ทำให้ในฤดูแล้งมีปริมาณน้ำไม่
เพียงพอต่อการเพาะปลูก และส่งผลต่อคุณภาพหรือรสชาติได้

1.5) เบบี้ฮ่องเต้

(1) จุดแข็ง

เบบี้ฮ่องเต้เป็นพืชผักที่ควรเพาะปลูกในโรงเรือน จึงทำ
ให้ผลผลิตมีคุณภาพดีและสวยงาม อีกทั้งยังได้ผลผลิตรวดเร็วกว่าพืชชนิดอื่น ๆ ประมาณ
45 วัน ทำให้ในแต่ละเดือนเกษตรกรได้พบกับเกษตรกรได้รวดเร็ว

(2) จุดอ่อน

เบบี้ฮ่องเต้เป็นพืชผักที่เน่าเสียง่ายโดยเฉพาะส่วนของใบ
ซึ่งหากเกษตรกรไม่มีการจัดการที่ดีและดูแลอย่างต่อเนื่องจะทำให้ผลผลิตไม่มีคุณภาพและไม่ได้รับ
ตามต้องการของตลาด อีกทั้งเบบี้ฮ่องเต้เป็นพืชผักที่มีน้ำหนักเบา

(3) โยคาส

ความได้เปรียบของเบปี่ฮ่อเผ่คือการได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) อย่างต่อเนื่อง พร้อมกับ การตลาดที่จะรองรับผลผลิตอย่างต่อเนื่อง

(4) อุปลารวค

เบปี่ฮ่อเผ่เป็นพืชผักที่ังไม่เป็นที่นิยมของท้องตลาดมากนัก

1.6) ยอดมะระหวาน

(1) จุดแข็ง

มะระหวานเป็นพืชผักที่ปลูกง่ายตามบ้านเรือนและตามพื้นที่เกษตรทั่วไป ไม่ต้องการมากนักและให้ผลผลิตเร็ว ทั้ง ยอดมะระหวานและผลของมะระหวาน ซึ่งสามารถเก็บเกี่ยวได้ตลอดทั้งปีโดยเกษตรกรอุตุหนาว

(2) จุดอ่อน

การผลิตไม่ต่อเนื่องตลอดทั้งปี เพราะสภาพอากาศหนาวเย็น

(3) โยคาส

มีนักท่องเที่ยวมาใบชุมชนจำนวนมากในอุตุหนาว ผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรมจะมีการสั่งซื้อจำนวนมาก

(4) อุปลารวค

ขาดการส่งเสริมในเรื่องการวางแผนการผลิตตลอดทั้งปี

ตารางที่ 4.52 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นในพื้นที่

ชนิดไม้ผลและ ไม้ยืนต้น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
พืชมะนาว	- เป็นพืชดั้งเดิมของชุมชน ชาวบ้านมีทักษะในการดูแล - มีความทนทานต่อโรคและแมลง - ไม้ผลเริ่มสูง	- ใช้แรงงานในการเก็บเกี่ยวสูง	- มีแรงงานแปรรูปขึ้นชื่อและผลิตในปริมาณมาก - สามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้นได้ทั้งระดับจังหวัดจังหวัดและประเทศเพื่อนบ้าน	- มีผลผลิตคู่แข่งจากหลายอย่าง
พืชมะนาว	- เป็นพืชดั้งเดิมของชุมชน ชาวบ้านมีทักษะในการดูแล - มีความทนทานต่อโรคและแมลง - ไม้ผลเริ่มสูง	- ขาดการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์	- เริ่มเป็นที่นิยมบริโภคมากขึ้น	- ไม่มี การส่งเสริมด้านการผลิตและการตลาด - ขาดการพัฒนาปรับปรุงพันธุ์
สตรอเบอรี่	- เป็นพืชที่มีนิยมของตลาด - สามารถปลูกได้ในพื้นที่	- ไม่ทนต่อโรคและแมลง ต้องใช้สารเคมีปริมาณมากทำให้ดินปนเปื้อน - ใช้ระยะเวลาที่นานกว่า 1 ปี	- เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เมือง	- มีคู่แข่งทางการตลาดสูง

ตารางที่ 4.52 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นในพื้นที่ (ต่อ)

ชนิดไม้ผลและไม้ยืนต้น	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
เลมอน/สทรา	- ต้นทุนต่ำ - คู่มือรักษาง่าย	- เกษตรกรขาดการพัฒนาทักษะ - ผลผลิตต่ำ	- เป็นไม้ผลที่สามารถแปรรูปได้หลากหลาย - มีช่องทางทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น - เป็นไม้ผลที่ได้รับความนิยม	- ไม่มีการส่งเสริมด้านการผลิตและการตลาด

2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

2.1) พืชไร่/พืช

(1) จุดแข็ง

พืชมัธยม เป็นไม้ผลดั้งเดิมของชุมชนซึ่งมีการเพาะปลูกมาหลายปี คนในชุมชนจึงมีความรู้ทักษะและประสบการณ์ในการดูแลและเก็บเกี่ยว ทั้งนี้ต้นพืชมัธยมมีความแข็งแรงและทนทานต่อโรคและแมลงจึงดูแลรักษาไม่ยาก อีกทั้งผลผลิตที่ได้มีปริมาณสูง สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร

(2) จุดอ่อน

การเก็บเกี่ยวผลผลิตต้องใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก เพราะพืชมัธยมจะสุกพร้อม ๆ กัน ทำให้มีบางครัวเรือนแรงงานไม่เพียงพอในการเก็บเกี่ยวเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้แล้วพืชมัธยมเป็นผลไม้ที่เปราะบางจึงต้องระมัดระวังในการเก็บเกี่ยวผลผลิตเป็นอย่างมาก

(3) โอกาส

พืชมัธยมเป็นไม้ผลเมืองหนาวจึงมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ของเมือง และทำให้ปริมาณผลผลิตมีคุณภาพและได้ปริมาณมาก ปัจจุบันเริ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแต่ก็ยังไม่มากนัก ซึ่งในอนาคตสามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้นในระดับอำเภอและระดับจังหวัด รวมถึงการจำหน่ายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า เนื่องจากพื้นที่ที่ติดกัน นอกจากนี้แล้วยังมีโรงงานในชุมชนที่รับซื้อพืชมัธยมเพื่อนำไปแปรรูปในปริมาณที่มาก

(4) อุปสรรค

แม้ว่าพลัม/เชอร์รี่จะมีโรงงานในชุมชนที่รับผิดชอบไปแปรรูปในปริมาณที่มาก แต่ก็ต้องการในปริมาณที่จำกัดและมีคุณภาพทำให้ผลผลิตที่เหลือต้องนำไปจำหน่ายนอกชุมชน ซึ่งยังคงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปไม่มากนักหาขายเปรียบเทียบกับผลไม้ชนิดอื่น อีกทั้งยังเจอกับคู่แข่งที่สำคัญนั่นคือ ผลผลิตจากพ่อค้าอย่างชาว เป็นต้น

2.2) พลัม

(1) จุดแข็ง

พลัมเป็นไม้ผลดั้งเดิมของชุมชนซึ่งมีการเพาะปลูกมานาน ต้นพลัมมีความแข็งแรงและทนทานต่อโรคและแมลงจึงสามารถรักษาไม่ยาก อีกทั้งต้นทุนในการผลิตไม่สูงมากนัก

(2) จุดอ่อน

พลัมที่ปลูกในพื้นที่ของชุมชนมีผลผลิตส่วนใหญ่เป็นพลัมที่ยังไม่ได้พัฒนาและปรับปรุงพันธุ์ให้ดีขึ้น จึงมีรสชาติฝาดไม่เป็นที่ยอมรับมากนัก

(3) โอกาส

พลัมเป็นไม้ผลเมืองหนาวจึงมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ของแม่ฮ่องสอน ซึ่งหากมีการพัฒนาและปรับปรุงพันธุ์ให้รสชาติดีอร่อยมากขึ้นจะสามารถเข้าถึงตลาดได้ดี

(4) อุปสรรค

พลัมเป็นไม้ผลที่หน่วยงานหลายภาคส่วนยังไม่ได้เข้ามาส่งเสริมและพัฒนาอย่างจริงจัง ทั้งการผลิตและการตลาด

2.3) สตรอเบอรี่

(1) จุดแข็ง

สตรอเบอรี่เป็นไม้ผลที่สามารถเพาะปลูกได้ในพื้นที่ชุมชนและได้ผลผลิตที่ดี ซึ่งปัจจุบันนี้สตรอเบอรี่เป็นที่รู้จักและนิยมของคนทั่วไปโดยเฉพาะนักท่องเที่ยว

(2) จุดอ่อน

สตรอเบอรี่ถือเป็นผลไม้ในลำดับต้น ๆ ที่ต้องใช้สารเคมีในการเพาะปลูกในปริมาณมาก เนื่องจากไม่ทนต่อโรคและแมลง อีกทั้งยังต้องใส่ปุ๋ยเคมีบำรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลผลิตมีความสมบูรณ์ และต้นทุนการผลิตสูง

(3) โอกาส

ด้วยชุมชนแม่ฮ่องสอนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศรู้จักกันดี จึงทำให้สตรีทอเบอรี่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เกษตรกรสามารถนำผลผลิตไปจำหน่ายนอกชุมชนได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นที่นิยมของคนทั่วไป นอกจากนี้แล้วโรงงานต่าง ๆ นอกชุมชนยังหาซื้อสตรีทอเบอรี่เพื่อนำไปแปรรูปในปริมาณมาก

(4) อุปสรรค

สตรีทอเบอรี่เป็นผลไม้ที่ปลูกได้เพียงครั้งเดียวในหนึ่งปี ซึ่งอยู่ในช่วงของฤดูหนาว อีกทั้งมีระยะเวลาปีที่ผ่านมามีการเพาะปลูกสตรีทอเบอรี่ในภาคเหนือเพิ่มขึ้น ทำให้สตรีทอเบอรี่มีคู่แข่งขึ้นทางการตลาดสูงขึ้นกว่าเดิม

2.4) เสาวรสหวาน

(1) จุดแข็ง

เสาวรหวานเป็นผลไม้ที่เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น อีกทั้งยังลงทุนน้อยเพราะไม่ต้องดูแลมากนัก

(2) จุดอ่อน

เกษตรกรยังขาดความสนใจและพัฒนาคุณภาพในการเพาะปลูกเสาวรหวาน เพราะถือว่าเป็นพืชชนิดใหม่ ไม่มั่นใจว่าการเพาะปลูกเสาวรหวานจะประสบความสำเร็จได้ ขายได้ดี

(3) โอกาส

ปัจจุบันมีการแปรรูปผลเสาวรหวานหลากหลายรูปแบบ เช่น น้ำเสาวรสบรรจุกล่อง ซึ่งถือเป็นโอกาสที่เกษตรกรจะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น

(4) อุปสรรค

ขาดการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังในเชิงการผลิตและการตลาดจากหลายภาคส่วน

ตารางที่ 4.53 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรกลุ่ม
กาแฟและเครื่องดื่มในท้องถิ่น

ชนิดกาแฟและ เครื่องดื่ม	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
กาแฟอาราบิก้า (เชอร์รี่)	- มีคุณภาพดี รสชาติ ดี เป็นที่ชื่นชอบของ ผู้บริโภค	- ขาดการควบคุมการ ผลิตที่ดี - ใช้เวลานานกว่าจะ ได้ผลผลิต - พื้นที่ปลูกมีจำกัด	- เป็นเป็นที่รู้จักทั้งใน และต่างประเทศ ทำให้เกิดความต้องการ เพิ่มขึ้น	- มีการแข่งขันทาง การตลาดสูง

3) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า (เชอร์รี่)

(1) จุดแข็ง

กาแฟอาราบิก้าของเกษตรกรในชุมชนจะต้องเป็นกาแฟที่มีคุณภาพ มีรสชาติดีและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

(2) จุดอ่อน

การเพาะปลูกกาแฟอาราบิก้าต้องดูแลรักษาอย่างเป็นระบบ โดยมีการป้องกันและแมลงที่จะเจาะกินลำต้นกาแฟ ซึ่งถือว่าเกษตรกรยังขาดการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ดี นอกจากนี้แล้วกาแฟอาราบิก้าใช้เวลานานในการเพาะปลูกนานหลายปีกว่าจะได้ผลผลิตที่สามารถบริโภคกันได้ ทำให้เกษตรกรต้องการผลิตสินค้าเกษตรชนิดอื่น ๆ ร่วมด้วยเพื่อทดแทนรายได้

(3) โอกาส

ชุมชนมีจุดเด่นเป็นพื้นที่สูงจึงเหมาะแก่การเพาะปลูกกาแฟอาราบิก้า และด้วยสภาพอากาศหนาวเย็นจึงทำให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดีและได้ปริมาณตามต้องการ ทั้งนี้กาแฟอาราบิก้าของพื้นที่เริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ความต้องการกาแฟอาราบิก้าเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นโอกาสดีที่เกษตรกรจะพัฒนาการเพาะปลูกให้ดียิ่งขึ้นในพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัด

(4) อุปสรรค

แม้ว่ากาแฟอาราบิก้าจะเหมาะแก่การเพาะปลูกในพื้นที่ของชุมชนแล้ว แต่พื้นที่การเพาะปลูกยังคงมีน้อยและไม่สามารถขยายพื้นที่การเพาะปลูกได้มากนัก อีกทั้งการแข่งขันทางการตลาดของกาแฟอาราบิก้ามีสูง เช่น กาแฟสตาร์บักส์ เป็นต้น

ตารางที่ 4.54 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ในพื้นที่

ชนิดข้าวและพืชไร่	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
ข้าวไร่	- เป็นพืชที่ทนต่อโรคและแมลง - ปลูกง่าย	- ผลผลิตต่ำเมื่อเทียบกับข้าวพันธุ์อื่น - ความรู้และประสบการณ์ยังขาด - ยังใช้ข้าวหอมมะลิไม่ได้	- คนในชุมชนมีโลกข้าวปริมาณมากสามารถปลูกเพื่อจำหน่ายได้ - ชุมชนยังไม่สามารถเลือกข้าวหอมมะลิได้	- มีพื้นที่ปลูกจำกัด - ผู้คนยังไม่บริโภคข้าวหอมมะลิมากนัก
พืชไร่	- เป็นพืชที่ทนต่อโรคและแมลง - สามารถปลูกในพื้นที่แห้งแล้งได้	- ใช้ปุ๋ยบำรุงยาก ทำให้ดินทุนสูง	- ตลาดมีค่านิยมการบริโภคมาก - สามารถแปรรูปได้หลากหลาย	- พื้นที่ปลูกมีจำกัด

4) กลุ่มข้าวและพืชไร่

4.1) ข้าวไร่

(1) จุดแข็ง

ข้าวไร่เป็นพืชที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อการเข้าทำลายของโรคและแมลง จึงได้เปรียบกว่าข้าวชนิดอื่น ๆ การจัดการง่าย ไม่ต้องดูแลมากนัก ทำให้เกษตรกรในชุมชนจะทำการเพาะปลูกข้าวไร่ไว้เป็นอาหารหลัก นอกจากนี้แล้วข้าวไร่เริ่มเป็นที่สนใจของคนทั่วไปมากยิ่งขึ้น ด้วยข้าวไร่และข้าวหอมมะลิจะมีประโยชน์และคุณค่าทางอาหารที่สูง

(2) จุดอ่อน

ข้าวไร่ไม่สามารถแข่งขันกับข้าวชนิดอื่น ๆ โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิได้ คือ ยังไม่ค่อยนิยมและมีรสชาติไม่อร่อยมากนัก ผลผลิตยังต่ำเมื่อเทียบกับข้าวพันธุ์อื่น ๆ

(3) โอกาส

จากการที่ข้าวไร่มีพื้นที่ปลูกจำกัดและคนในชุมชนต้องการบริโภคข้าวไร่ปริมาณมากและต่อเนื่องทุกวัน ถือเป็นโอกาสของเกษตรกรที่จะปลูกข้าวไร่เพื่อจำหน่ายให้กับคนในชุมชนที่ไม่สามารถผลิตได้

(4) อุปสรรค

ข้าวไร่มีพื้นที่ปลูกจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่จะปลูกบนคันคอนและที่ราบสูงบ้าง จึงไม่สามารถขยายพื้นที่การเพาะปลูกให้มากขึ้นได้ เนื่องจากอยู่ในเขตพื้นที่ป่าสงวน นอกจากนั้นแล้วผู้ประกอบการได้นำข้าวหอมมะลิและข้าวชนิดอื่น ๆ เข้ามาจำหน่ายอยู่ในชุมชนมากขึ้น ทำให้การบริโภคข้าวไร่ของคนในชุมชนเริ่มลดลง

4.2) ชีง

(1) จุดแข็ง

จะเป็นพืชที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อโรคและแมลงเป็นอย่างมาก จึงได้เปรียบกว่าพืชชนิดอื่นๆ อีกทั้งยังสามารถเติบโตในพื้นที่ที่มีปริมาณน้ำแห้งแล้งได้

(2) จุดอ่อน

จะเป็นพืชที่ต้องใช้ปุ๋ยบำรุงในปริมาณที่มากเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีและมีน้ำหนัก จึงทำให้ต้นทุนสูงขึ้น และแม้ว่าเราจะใช้เป็นส่วประกอบในการทำอาหารทุกวัน แต่ก็ใช้ปริมาณที่ไม่มากนัก

(3) โอกาส

จะเป็นพืชที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารหลากหลายชนิด อีกทั้งผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม และรีสอร์ตมีความต้องการมาก นอกจากนั้นแล้วเราสามารถนำไปแปรรูปได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งหากเกษตรกรสามารถเข้าถึงตลาดได้ จะสามารถเพาะปลูกเชิงได้ตลอดทั้งปี

(4) อุปสรรค

จะมีพื้นที่ปลูกจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่จะปลูกที่บนคันคอนและที่ราบสูงบ้างตามบริเวณของผืนดงพื้นที่ จึงไม่สามารถขยายพื้นที่การเพาะปลูกให้มากขึ้นได้ เนื่องจากอยู่ในเขตพื้นที่ของป่า

ตารางที่ 4.55 จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ในพื้นที่

ชนิดสัตว์	จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	อุปสรรค
ไก่ดำ	- เลี้ยงง่าย - ใช้พื้นที่น้อย - เมื่อไก่มีโรคขาดดี	- ใช้เวลานานถึง 6 เดือนจึงจะสามารถจำหน่ายได้	- มีความต้องการมากตลอดทั้งปี โดยเฉพาะฤดูท่องเที่ยว	- ระบบการจัดการฟาร์มไม่ดี ไม่สามารถเลี้ยงไก่ดำได้อย่างต่อเนื่อง - มีศูนย์ไม่ต่างจากเม็ดโคโรนาช่วงขาดนก
หมูดำ	- เลี้ยงง่าย - ไม่เน่าเสีย	- ใช้เวลาในการเลี้ยงนาน - น้ำหนักน้อยเมื่อเทียบกับหมูขาว - เกษตรกรขาดความรู้ในการจัดการฟาร์ม	- มีความต้องการใช้โมฟิกรีนคอกซ์พี	- ได้รับความนิยมน้อยลง เนื่องจากหมูดำมีโรคขาดดีกว่าและราคาถูกกว่า

5) กลุ่มสัตว์

5.1) ไก่ดำ

(1) จุดแข็ง

ไก่ดำเป็นสัตว์ที่สามารถเลี้ยงง่าย ใช้พื้นที่ในการเลี้ยงไม่กว้างมากนัก เช่น บริเวณบ้านหรือสวน ซึ่งไม่จำเป็นต้องซื้อในกระเป๋ยหรือขังเดี่ยว อีกทั้งอาหารของไก่ดำสามารถนำวัสดุเหลือทิ้งที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นส่วนประกอบได้ ปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม เมื่อไก่มีโรคขาดดีและมีคุณภาพในการบำรุงร่างกาย ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงสมบูรณ์ จึงเป็นที่สนใจของคนรักสุขภาพและนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนจีน

(2) จุดอ่อน

ไก่ดำเป็นสัตว์ที่ใช้เวลาในการเลี้ยงและดูแลนานมากประมาณ 6 เดือน กว่าจะสามารถนำไปจำหน่ายและบริโภคได้ จึงทำให้เกษตรกรต้องจัดการการผลิตไก่ดำอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้กำไรและคุ้มค่าในทุนเดิม

(3) โภคาส

ไก่ดำเป็นสัตว์ที่ร้านอาหารและโรงแรมต้องการในปริมาณมากโดยเฉพาะช่วงของฤดูการท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ และที่สำคัญยิ่งกว่าที่มันมีความต้องการบริโภคตลอดทั้งปีคือ การใช้ไก่ดำในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มชนชาติพันธุ์ อีกทั้งคนเชื้อสายจีนซึ่งอยู่ในพื้นที่ของแม่ฮ่องสอนเป็นจำนวนมากมีความต้องการไก่ดำมาทำเป็นอาหารเพื่อสุขภาพอีกด้วย นอกจากนั้นแล้วหน่วยงานภาครัฐก็ได้เข้ามาส่งเสริมทั้งการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่องผ่านงานวิจัยรูปแบบต่าง ๆ

(4) อุปสรรค

ระบบการจัดการฟาร์มไก่ดำยังไม่เป็นมากนัก ไม่สามารถส่งไก่ดำให้กับตลาดได้อย่างต่อเนื่องและในปริมาณที่ต้องการ ทำให้ร้านอาหารและโรงแรมบางแห่งเลือกซื้อไก่ดำจากห้างแม็คโครและห้างสรรพสินค้าอื่น ๆ ในช่วงขาดแคลน

5.2) หนูดำ

(1) จุดแข็ง

หนูดำเป็นสัตว์ที่สามารถเลี้ยงง่ายและแข็งแรง อีกทั้งอาหารของหนูดำสามารถนำวัสดุขี้บที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นส่วนประกอบได้ ทั้งนี้หาเลี้ยงหนูดำตามหลักของเกษตรทฤษฎีใหม่ในเกษตรพอเพียงแล้ว จะสามารถผลิตลูกหนูได้ตลอดทุก 1-2 เดือน และนำมูลสัตว์ไปสร้างรายได้เสริมหรือใช้ในการเกษตรของครัวเรือน

(2) จุดอ่อน

หนูดำเป็นสัตว์ที่ใช้เวลาในการเลี้ยงและดูแลมากกว่าจะสามารถนำไปจำหน่ายและบริโภคได้ ซึ่งเกษตรกรผู้เลี้ยงหนูดำยังขาดความรู้และความสามารถในการบริหารจัดการฟาร์มหนูดำที่มีประสิทธิภาพ จึงทำให้ไม่สามารถผลิตหนูดำส่งให้กับตลาดได้อย่างต่อเนื่องในปริมาณที่ตลาดต้องการ อีกทั้งหนูดำจะมีน้ำหนักไม่มากนักเมื่อเทียบกับหนูขาว ทำให้ราคาจึงสูงกว่าหนูดำ จึงมีผลต่อการบริโภคของคนในและนอกชุมชน

(3) โภคาส

การใช้หนูดำในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มชนชาติพันธุ์ตลอดทั้งปี ซึ่งถึงแม้จะมีปริมาณไม่มากนัก แต่ก็สามารถส่งตลาดจำหน่ายหนูดำในสิกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งหากเกษตรกรผู้เลี้ยงหนูดำขยายตลาดไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ที่มีการประกอบพิธีกรรมโดยใช้หนูดำในลักษณะเดียวกันได้ ก็จะสามารถขยายการตลาดให้มากขึ้น

(4) อุปสรรค

หมู่บ้านเริ่มได้รับความนิยมน้อยลงมาก หากเปรียบเทียบกับหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากมีคนทั้งในชุมชนและนอกชุมชนนำหมูขามมาจำหน่ายในชุมชน ซึ่งมีราคาถูกกว่าและรสชาติดีกว่า อาจเกิดปัญหาการตลาดตามมาได้ในอนาคตได้

4.7.3 ศักยภาพการผลิตและการตลาด

ศักยภาพการผลิต (production capacity) หมายถึง ระดับการผลิตสูงสุดที่สามารถทำได้ในระยะยาว โดยไม่ต้องเพิ่มขีดความสามารถขึ้น ส่วนศักยภาพการตลาด (total market potential) หมายถึง ปริมาณขายหรือมูลค่าการขายสูงสุดในตลาดที่สามารถเป็นไปได้ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ในเวลาใดเวลาหนึ่งที่มีผู้ขายสินค้ารวมกันมีส่วนร่วมแบ่งการตลาด การวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตและศักยภาพการตลาดในการศึกษาครั้งนี้จะใช้แนวคิด Diamond's model ของ Michael F. Porter, 1990 ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยหลัก 4 ด้าน ได้แก่ เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (factor conditions) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (demand conditions) บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (strategy and rivalry context) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (related and supporting industries) และปัจจัยเสริม 2 ด้าน ได้แก่ บทบาทภาครัฐ (role of government) และโอกาสทางธุรกิจ (chance) มีรายละเอียดของผลการวิเคราะห์กลุ่มสินค้า ดังนี้

1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (factor conditions)

1.1) กลุ่มพืชผัก

ความได้เปรียบในด้านปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติและภูมิอากาศที่เหมาะสมสำหรับปลูกผักบนพื้นที่สูง เช่น เบญจคอก เบบี่ฮองเค้ และมะเขือเทศห่อ เป็นต้น

1.2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ สามารถปลูกไม้ผลที่ขึ้นบนพื้นที่สูงได้เป็นอย่างดี เช่น สตรอเบอรี่ เชอรี่/พลัม เป็นต้น

1.3) กลุ่มกานพลูและเครื่องเทศ

พื้นที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกานพลูและรากบัวเนื่องจากอยู่ในพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,200 เมตร และทำให้กานพลูมีรสชาติดี

1.4) กลุ่มข้าวและพืชไร่

เนื่องจากสภาพพื้นที่สูงจะแห้งแล้ง ดินไม่มีสารอาหารมากนักพืชไร่ที่มีความแข็งแรงทนทาน ไม่ต้องการดูแลมากและไม่ต้องใช้ปุ๋ยเคมีมากนัก เช่น ข้าวไร่ ซึ่งสามารถปลูกได้ดี

1.5) กลุ่มสัตว์

สภาพชุมชนที่เป็นชนเผ่าและมีรายได้น้อย การเลี้ยงสัตว์จึงควรเลี้ยงสัตว์ที่ใช้ต้นทุนต่ำ เกษตรกรสามารถเลี้ยงสัตว์ทั้งไก่ดำและหมูดำได้ด้วยต้นทุนไม่สูงและจัดการง่าย โดยมีวัดอุทัยในชุมชนจวนจวนรักษาการธรรมชาติ เช่น คันทองผืน เป็นการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร

2) เงื่อนไขพื้นฐานอุปสงค์ (demand condition)

2.1) กลุ่มพืชผัก

ผู้บริโภคมีความต้องการยอดมะระหวานเป็นอย่างมาก เป็นพืชขึ้นชอมและต้องการบริโภคโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน ส่วนผักอื่นๆ เช่น พริกขี้หนู กะหล่ำปลี และผักกาดขาวเป็นผักที่บริโภคเป็นประจำอยู่แล้ว มีเกษตรกรที่เริ่มเป็นที่รู้จัก เช่น เกษตรกรที่เริ่มเป็นที่นิยม

2.2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

มีความต้องการของตลาดจำนวนมาก โดยเฉพาะส้ม/เชอร์รี่ พลับ และลำไยหวาน ที่กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในตอนนี้เช่นเดียวกับสตรอเบอรี่

2.3) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

ตลาดมีความต้องการกาแฟอาราบิก้าในปริมาณมาก และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

2.4) กลุ่มข้าวและพืชไร่

ผู้บริโภคมีความต้องการข้าวไร่และข้าวหอมมะลิในปริมาณมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการและผู้บริโภคในครัวเรือน ส่วนเป็นที่ยอดนิยมของร้านอาหารและโรงแรม เป็นจำนวนมาก

2.5) กลุ่มสัตว์

ตลาดมีความต้องการมาก ทั้งผู้บริโภค ผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นที่ยอดนิยมท่องเที่ยว เช่น ไก่ดำ ส่วนผู้บริโภคในชุมชนมีความต้องการหมูดำเป็นจำนวนมาก

3) บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (strategy and rivalry context)

(1) กลุ่มพืชผัก

พืชผักมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก ความได้เปรียบของชุมชนแต่ละองจะได้เปรียบในการผลิตพืชผักเมืองหนาวและเป็นพืชผักไม่มีที่ไว้ในตลาด แต่ผู้บริโภคภาค นิยม เช่น ยอดมะระหวานและเบบี้ฮ่องเต้ ส่วนผักอื่น ๆ เช่น กะหล่ำปลี ผักกาดขาว มีคู่แข่งจำนวนมาก

(2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก ความ ได้เปรียบแล้วชุมชนแต่ละองจะได้เปรียบในการผลิตผลไม้เมืองหนาวและเป็นผลไม้ที่ไม่มีที่ไว้ใน ตลาดมากนัก แต่ผู้บริโภคนิยม เช่น สตรอเบอรี่ พลับ พลับเชอรี่ เป็นต้น

(3) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

กาแฟอาราบิก้ามีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก ทั้งเรื่องของ คุณภาพและเมล็ด ปริมาณผลผลิตและราคามลลิต คู่แข่งที่สำคัญคือ กาแฟดอยช้าง

(4) กลุ่มข้าวและพืชไร่

ข้าวมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมากเพียงแต่ข้าวไร่ได้เปรียบในเชิงราคาที่มีแพคเกจกับเกษตรกรที่ยากจนบนที่สูงเช่นกัน ข้าวหอมนิลมีจุดขายตรงคุณค่าทางอาหาร ที่สูงด้วย

(5) กลุ่มสัตว์

สัตว์มีการแข่งขันทางการตลาดสูงเช่นกัน โดยเฉพาะหมูดำซึ่งมี คู่แข่งคือขุนขาว ส่วนไก่ดำมีคู่แข่งคือไก่พันธุ์ทั่วไป ทั้งนี้หากมองอีกมุมหนึ่งไก่ดำจะมีคุณค่าทาง อาหารสูงกว่าไก่พันธุ์หรือไก่ชนิดอื่น ๆ จึงเป็นที่นิยมของผู้คนที่รักสุขภาพ ส่วนหมูดำได้เปรียบกว่า หมูขาวตรงที่คนบนดอยหรือกลุ่มชนชาติพันธุ์นิยมนำมาประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ตลอดทั้งปี

4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (related and supporting industries)

(1) กลุ่มพืชผัก

เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการขนาดเล็กในการแปรรูปเป็นผัก คองแยมจากผักกาดเขียวปลี

(2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

มีโรงงานแปรรูปที่พร้อมจะรับซื้อผลผลิตในชุมชนในปริมาณสูง โดยเฉพาะพลับ/เชอรี่ และเริ่มมีการแปรรูปน้ำสาลี่

(3) กลุ่มการแปรรูปเครื่องดื่ม

กาแฟโบราณเป็นสิ่งที่ต้องการของพ่อค้าคนกลางและโรงงานผลิตกาแฟเป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถจำหน่ายได้หมดโดยไม่เหลือคงค้าง เพียงแต่ราคาขึ้นอยู่กับกลไกตลาด

(4) กลุ่มข้าวและพืชไร่

มีโรงสีที่รับซื้อข้าวและส่งข้าวขึ้นไปขายยังพื้นที่แม่ฮ่องสอน เช่น ทำข้าวแสงสุวรรณ อำเภอน้อยไผ่ ถึงแม้ว่าปลูกข้าวไว้ให้ส่งต่อแม่ฮ่องสอนไม่มีโรงสีข้าว ต้องส่งมาสีข้าวที่โรงงานแห่งนี้

(5) กลุ่มสัตว์

มีอุตสาหกรรมขนานเล็กในการรับฆ่าและโกนค้ำเพื่อส่งออกไปขายยังจังหวัดพะเยา

5) บทบาทภาครัฐ (role of government)

(1) กลุ่มพืชผัก

มีหน่วยงานที่สนับสนุน ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาในด้านการผลิต โดยสนับสนุนโรงเรือนและให้ความรู้ ตลอดจนเทคนิคการผลิตและการจัดการฟาร์ม และเข้ามาดูแลด้านการตลาด เช่น เบอรี่ฮอต เป็นต้น

(2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

มีหน่วยงานที่สนับสนุน ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาทั้งการผลิตเป็นหลัก เช่น สตรอว์เบอร์รี่ เป็นต้น

(3) กลุ่มการแปรรูปเครื่องดื่ม

มีหน่วยงานที่สนับสนุน ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาทั้งการผลิตและการตลาด โดยฉันทานุญาตให้กาแฟโบราณมีการอนุญาตและมีกฎหมายและบันทึกข้อตกลงกันทั่วไปมากขึ้น

(4) กลุ่มข้าวและพืชไร่

ยังไม่มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาส่งเสริมอย่างจริงจัง

(5) กลุ่มสัตว์

มีหน่วยงานที่สนับสนุน ทั้งจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรอำเภอ จังหวัดเชียงราย เข้ามาส่งเสริมโคดำ โดยเป็นการส่งเสริมและพัฒนาในส่วนของระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

6) โอกาสทางธุรกิจ (chance)

(1) กลุ่มพืชผัก

มีความต้องการมาก โดยเฉพาะช่วงฤดูหนาวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

(2) กลุ่มไม้ธูปและไม้ยืนต้น

ในอนาคตสามารถขยายตลาดไม่ไกลไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ เช่น พม่า/ไทย ซึ่งพบว่าในปี 2557 มีการส่งออกใบธูปผ่านชายแดนเมืงสา

(3) กลุ่มการแปรรูปผลไม้

สามารถพัฒนาคุณภาพมาตรฐานเพื่อการค้า ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องด้วยปัจจุบันการแปรรูปที่รู้จักและขึ้นชื่อบอกของคนทั่วไปมากขึ้น

(4) กลุ่มข้าวและพืชไร่

ข้าวไม่มีคุณค่าทางอาหารสูง ต้นทุนการผลิตต่ำเหมาะแก่การปลูกเพื่อบริโภคในชุมชน

(5) กลุ่มสัตว์

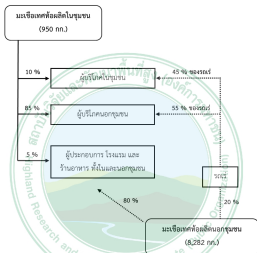
ในช่วงฤดูหนาวที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก สามารถผลิตสัตว์เพื่อรองรับความต้องการให้นักท่องเที่ยว เช่น ไก่ดำ

4.8 โอกาสทางการตลาดภายในและภายนอกชุมชน

ผลการศึกษารวบรวมไปด้วยข้อมูลการตลาดทั้งภายในและภายนอกชุมชน ช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชน รวมถึงความต้องการของผู้ประกอบการในแต่ละช่องทาง ที่จะมีผลต่อโอกาสทางการตลาดสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชน อธิบายได้ตามกลุ่มสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม ดังนี้

4.8.1 กลุ่มพืชผัก

1) มะเขือเทศหือ



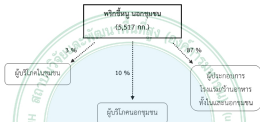
หมายเหตุ: มะเขือเทศหือเฉลี่ย ราคา 20 บาท/กก.

ภาพที่ 4.1 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของมะเขือเทศหือ

จากภาพที่ 4.1 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของมะเขือเทศหือ พบว่า มะเขือเทศหือผลิตในชุมชน จำนวน 950 กิโลกรัม (100%) ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชนมากที่สุด ร้อยละ 85 รองลงมาคือ ผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 10 และผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 5 ส่วนมะเขือเทศหือผลิตนอกชุมชน จำนวน 8,282 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 80 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน และอีกร้อยละ 20 ให้นำไปจำหน่าย

ให้แก่ผู้บริโภคทั้งในและนอกชุมชน จะเห็นว่ามะเขือเทศที่ผลิตในชุมชนไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นเกษตรกรสามารถเพิ่มกำลังการผลิตมะเขือเทศที่ได้อีก จะทำให้ช่วยลดการนำเข้ามะเขือเทศจากนอกชุมชนได้

2) พริกชี้หนู

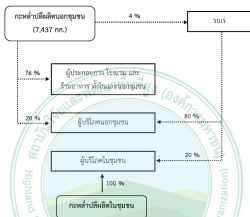


หมายเหตุ: พริกชี้หนู เมล็ดยวรา 80 บาท/กก.

ภาพที่ 4.2 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของพริกชี้หนู

จากภาพที่ 4.2 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของพริกชี้หนู พบว่า มีการนำเข้าพริกชี้หนูจากนอกชุมชนทั้งหมด 5,517 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 87 ส่งให้ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน รองลงมา คือ ผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 10 และผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 3 หากในชุมชนมีการส่งเสริมให้ผลิตพริกชี้หนูที่มีคุณภาพภายในชุมชนได้ก็จะสามารถช่วยลดการนำเข้าพริกชี้หนูจากภายนอกชุมชนได้

3) กระหล่ำปลี



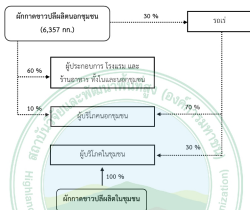
หมายเหตุ 1 : กระหล่ำปลี เฉลี่ยราคา 10 บาท/กก.

หมายเหตุ 2 : ไม่ปรากฏข้อมูลปริมาณกะหล่ำปลีที่ผลิตในชุมชน เนื่องจากช่วงระยะเวลาของการเก็บข้อมูลยังไม่มีการผลิต

ภาพที่ 4.3 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของกะหล่ำปลี

จากภาพที่ 4.3 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของกะหล่ำปลี พบว่า กระหล่ำปลีผลิตในชุมชนส่งตรงถึงผู้บริโภคในชุมชนทั้งหมด ร้อยละ 100 และมีกะหล่ำปลีที่ผลิตภายในชุมชนจำนวน 7,437 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 76 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรมร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 20 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน และร้อยละ 4 รอไว้เป็นผู้นำเข้าจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคทั้งในและนอกชุมชน ดังนั้นหากในชุมชนสามารถผลิตกะหล่ำปลีที่มีคุณภาพส่งให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรมร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ก็จะช่วยลดการนำเข้ากะหล่ำปลีจากนอกชุมชน

4) ผักกาดขาวปลี

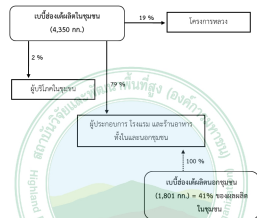


หมายเหตุ: ผักกาดขาวปลี เฉลี่ยราคา 10 บาท/กก.

ภาพที่ 4.4 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของผักกาดขาวปลี

จากภาพที่ 4.4 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของผักกาดขาวปลี พบว่า ผักกาดขาวปลีผลิตในชุมชนส่งลงถึงผู้บริโภคในชุมชนทั้งหมด ร้อยละ 100 และมีผักกาดขาวปลีที่ผลิตภายนอกชุมชนจำนวน 6,357 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 60 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 10 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน และร้อยละ 30 โรงเรือนเป็นผู้นำเข้าจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคทั้งในและนอกชุมชน ดังนั้นหากในชุมชนสามารถผลิตกะหล่ำปลีที่มีคุณภาพส่งให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ก็จะช่วยลดการนำเข้ากะหล่ำปลีจากนอกชุมชน

5) เบป็ช้องเค็ด

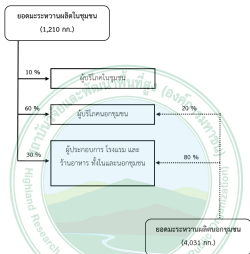


หมายเหตุ: เบป็ช้องเค็ด เฉลี่ยราคา 15 บาท/กก.

ภาพที่ 4.5 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของเบป็ช้องเค็ด

จากภาพที่ 4.5 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของเบป็ช้องเค็ด พบว่า เบป็ช้องเค็ดที่ผลิตในชุมชน จำนวน 4,350 กิโลกรัม (100%) จัดส่ง 79 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 19 ส่งถึงโครงการหลวง และร้อยละ 2 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน นอกจากนี้เบป็ช้องเค็ดที่ผลิตนอกชุมชน จำนวน 1,801 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 41 ของที่ผลิตในชุมชน ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ดังนั้น หากในชุมชนสามารถเพิ่มกำลังการผลิตเบป็ช้องเค็ดเพื่อส่งให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนได้ จะสามารถช่วยลดการนำเข้าเบป็ช้องเค็ดจากนอกชุมชนได้

๑) ยอดมะพร้าว



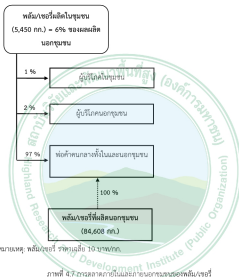
หมายเหตุ: ยอดมะพร้าว จากศูนย์ 20 บาท/กก.

ภาพที่ 4.6 การกระจายภายในและภายนอกชุมชนของยอดมะพร้าว

จากภาพที่ 4.6 แสดงตลาดภายในและภายนอกชุมชนของยอดมะพร้าว พบว่า ยอดมะพร้าวผลิตในชุมชน จำนวน 1,210 กิโลกรัม (100%) ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 60 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรมร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 30 และส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 10 นอกจากนี้ยังมียอดมะพร้าวจากนอกชุมชน จำนวน 4,031 กิโลกรัม ส่งให้ผู้ประกอบการถึง ร้อยละ 80 และร้อยละ 20 ถึงผู้บริโภคนอกชุมชน ดังนั้น ควรเพิ่มการผลิต ยอดมะพร้าวในชุมชนเพิ่มขึ้น เพื่อจะได้ลดการนำเข้ายอดมะพร้าวจากนอกชุมชน

4.8.2 กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

1) พืชไร่/เขไร่



จากภาพที่ 4.7 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของฟาร์ม/เขไร่ พบว่า ฟาร์ม/เขไร่ที่ผลิตนอกชุมชน จำนวน 84,608 กิโลกรัม ส่งถึงพ่อค้าคนกลางทั้งหมด ร้อยละ 100 และฟาร์ม/เขไร่ที่ผลิตในชุมชน 5,450 กิโลกรัม คิดเป็น ร้อยละ 6 ของที่ผลิตนอกชุมชน โดยร้อยละ 97 ของฟาร์ม/เขไร่ที่ผลิตในชุมชน ส่งถึงพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 2 ส่งถึง ผู้บริโภคนอกชุมชน และร้อยละ 1 ถึง ผู้บริโภคในชุมชน

2) พลับ



จากภาพที่ 4.9 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของสตรอบอรี่ พบว่า สตรอบอรี่ที่ผลิตในชุมชน จำนวน 1,060 กิโลกรัม ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 98 และผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 2 ดังนั้นจึงควรเพิ่มการผลิตสตรอบอรี่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนอกชุมชนให้มากขึ้น

4.8.3 กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

1) กาแฟอาราบิก้า



หมายเหตุ: กาแฟอาราบิก้า ราคาเฉลี่ย 95 บาท/กก.

ภาพที่ 4.10 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของกาแฟอาราบิก้า

จากภาพที่ 4.10 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของกาแฟอาราบิก้า พบว่า กาแฟอาราบิก้าที่ผลิตในชุมชน จำนวน 10,400 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 90 ส่งถึงพ่อค้าคนกลางทั้งในและนอกชุมชน และอีกร้อยละ 10 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน

4.8.4 กลุ่มข้าวและพืชไร่

1) ข้าวไร่



หมายเหตุ: ข้าวไร่ ไร่ละเฉลี่ย 1,450 บาท/กระสอบ (45 กก.)

ภาพที่ 4.11 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของข้าวไร่

จากภาพที่ 4.11 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของข้าวไร่ พบว่า ข้าวไร่ที่ผลิตในชุมชน จำนวน 10,395 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 90 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน และอีกร้อยละ 10 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน

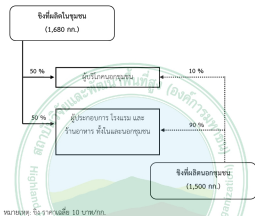
2) ข้าวหอมมะลิ



หมายเหตุ: ข้าวหอมมะลิ ราคาเฉลี่ย 1,450 บาท/กระสอบ (45 กก.)

ภาพที่ 4.12 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของข้าวหอมมะลิ

จากภาพที่ 4.12 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของข้าวหอมมะลิ พบว่า ข้าวหอมมะลิมาจากการผลิตนอกชุมชน จำนวน 15,153 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 49 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 36 ส่งถึงผู้โรงโม่คนนอกชุมชน และอีกร้อยละ 15 ส่งถึงผู้โรงโม่ในชุมชน โดยข้าวหอมมะลิเป็นพืชที่สามารถผสมผสานกับตลาดนอกชุมชนได้

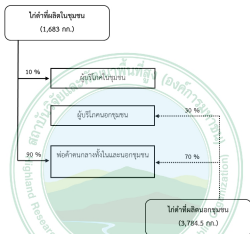


ภาพที่ 4.13 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของชิง

จากภาพที่ 4.13 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของชิง พบว่า ชิงที่ผลิตในชุมชน จำนวน 1,680 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 50 ส่งถึงผู้บริโภค และอีกร้อยละ 50 ส่งถึงผู้ประกอบการ โรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ส่วนชิงที่ผลิตนอกชุมชน จำนวน 1,500 กิโลกรัม ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 90 และผู้บริโภคนอกชุมชน อีกร้อยละ 10

4.8.5 สัตว์

1) ไก่ดำ



หมายเหตุ: ไก่ดำ ราคาเฉลี่ย 150 บาท/กก.

ภาพที่ 4.15 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของไก่ดำ

จากภาพที่ 4.14 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของไก่ดำ พบว่า ไก่ดำที่ผลิตในชุมชน จำนวน 1,683 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 90 ส่งถึงพ่อค้าคนกลาง และอีกร้อยละ 10 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน ส่วนไก่ดำที่ผลิตนอกชุมชน จำนวน 3,784.5 กิโลกรัม โดยร้อยละ 70 ส่งถึงพ่อค้าคนกลาง และอีกร้อยละ 30 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน

2) หนูดำ



หมายเหตุ: หนูดำราคาเฉลี่ย 120 บาท/กก.

ภาพที่ 4.15 การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของหนูดำ

จากภาพที่ 4.15 แสดงการตลาดภายในและภายนอกชุมชนของหนูดำ พบว่า หนูดำทั้งหมดผลิตในชุมชน จำนวน 182,000 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 84 ส่งถึงผู้บริโภคหมูเอกชน และอีกร้อยละ 16 ส่งถึงผู้บริโภคมูเอกชน

4.9 แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตร

การสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรมีแนวทางต่าง ๆ แยกตามกลุ่มสินค้า ดังนี้

1) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของพืชผัก

เกษตรกรสามารถทำการเพาะปลูกพืชผักได้ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความเหมาะสมของสภาพอากาศที่หนาวเย็น ภูมิประเทศทำให้ผลผลิตมีคุณภาพ มีพืชผักพื้นบ้านที่ปลูกง่ายตามบ้านเรือนและตามพื้นที่เกษตรทั่วไป ไม่ต้องดูแลมากนักและให้ผลผลิตเร็ว พืชผักที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนในปริมาณมากและมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เช่น มะเขือเทศห่อ เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารหลายชนิด อีกทั้งร้านอาหารในและนอกชุมชนมีความต้องการมาก พริกชี้ใหญ่เป็นพืชผักที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนในปริมาณมากและมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารหลายชนิด อีกทั้งร้านอาหารต่าง ๆ ต้องการใช้ทุกวัน กระส่ำปี่เป็นพืชผักที่มีความต้องการบริโภคใน

ปริมาณมากทั้งในและนอกชุมชน และมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ผักกาดขาวปลีเป็นผักที่มีความต้องการบริโภคในปริมาณสูงทั้งในและนอกชุมชน และมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ความได้เปรียบของเบ๊บ๊องได้คือการได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) อย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการตลาดที่จะรองรับผลผลิตอย่างต่อเนื่อง มีนักท่องเที่ยวมาในชุมชนจำนวนมากในฤดูหนาว ผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรมจะมีการสั่งซื้อจำนวนมาก

ความได้เปรียบในด้านปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติ และภูมิอากาศที่เหมาะสมสำหรับปลูกผักบนพื้นที่สูง เช่น เบ๊บ๊องส เบ๊บ๊องแต้และมะเขือเทศเป็นต้น ผู้บริโภคมีความต้องการยอดมะระหวานเป็นอย่างมาก เป็นที่ชื่นชอบและต้องการบริโภค โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน ส่วนผักอื่น ๆ เช่น หัวกึ๋นหนู กะหล่ำปลี และผักกาดขาวปลี เป็นผักที่บริโภคเป็นประจำสม่ำเสมออยู่แล้ว มีลักษณะใหม่ที่เป็นที่รู้จัก เช่น เบ๊บ๊องแต้ ที่เริ่มเป็นที่นิยม พืชได้มีการเพิ่มขึ้นทางการตลาดสูงมาก ความได้เปรียบของชุมชนแม่ฮ่องสอนจะได้เปรียบในการผลิตพืชผักเมืองหนาวและเป็นพืชผักไม่มีทั่วไปในตลาด แต่ผู้บริโภคนิยม เช่น ยอดมะระหวาน และเบ๊บ๊องแต้ ผู้ประกอบการขนาดเล็กในการแปรรูปเป็นผักดองเดิมจากผักกาดขาวปลี มีหน่วยงานที่สนับสนุน ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาในด้านการผลิต โดยสนับสนุนโรงเรียนและให้ความรู้ ตลอดจนเทคนิคการผลิตและการจัดการฟาร์ม และเข้ามาดูแลด้านการตลาด

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า พืชผัก มีช่องทางการตลาด 7 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน 3) ร้านค้าในชุมชน 4) ร้านอาหาร/โรงแรมในชุมชน 5) ร้านค้านอกชุมชน 6) รถเร่ และ 7) โครงการหลวง โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรในพื้นที่โครงการหลวงแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ กลุ่มพืชผัก พืชว่า มะเขือเทศ เบ๊บ๊องแต้ กะหล่ำปลี ผักกาดขาวปลีและยอดมะระหวาน มีโอกาสทางการตลาดสูงในการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการโรงแรมและร้านอาหาร ทั้งในและนอกชุมชนเพื่อพัฒนาการนำเข้ามาจำหน่ายจากนอกชุมชนสูงถึง 80%, 79%, 76%, 60% ตามลำดับ ส่วนพืชที่หนู มีโอกาสในการตลาดที่สูงมาจากการผลิตในชุมชนและเกือบทั้งหมดนำเข้าจากนอกชุมชน

2) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของ
ของไม้ผลและไม่ขึ้นต้น

ชุมชนซึ่งมีการเพาะปลูกไม้ผลมานานหลายปี คนในชุมชนมีทักษะและ
ประสบการณ์ในการดูแลเก็บเกี่ยว เช่น พันธุ์ส้ม/เชอร์รี่ ที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อโรคและแมลง
ดูแลรักษาง่าย ผลผลิตที่ได้มีปริมาณสูง สร้างรายได้ดีให้กับเกษตรกร ไม้ผลเมืองหนาวมีความ
เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ของแม่ฮ่องสอน ทำให้ปริมาณผลผลิตมีคุณภาพและได้ปริมาณมาก ปัจจุบันเริ่ม
เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแต่ก็ไม่มากนัก ซึ่งในอนาคตสามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้นในระดับอำเภอ
และระดับจังหวัด รวมถึงการจำหน่ายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า เนื่องจากมีเขตพื้นที่ติดกัน
นอกจากนี้แล้วยังมีโรงงานในชุมชนที่รับซื้อพันธุ์ส้ม/เชอร์รี่เพื่อนำไปแปรรูปเป็นปริมาณที่มาก พันธุ์เป็น
ไม้ผลดั้งเดิมของชุมชนซึ่งมีการเพาะปลูกมานาน ต้นพันธุ์มีความแข็งแรงและทนทานต่อโรคและ
แมลงจึงดูแลรักษาง่าย อีกทั้งต้นทุนในการผลิตไม่สูงมากนัก พันธุ์เป็นไม้ผลเมืองหนาวจึงมีความ
เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ของแม่ฮ่องสอน ซึ่งหากมีการพัฒนาและปรับปรุงพันธุ์ให้มีความดีอย่างมากขึ้น
จะสามารถเจาะถึงตลาดได้ดี สตรอเบอร์รี่เป็นไม้ผลที่สามารถเพาะปลูกได้ในพื้นที่ชุมชนและได้ผลผลิต
ที่ดี ซึ่งปัจจุบันนี้สตรอเบอร์รี่เป็นที่รู้จักและนิยมของคนทั่วไปโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชุมชน
แม่ฮ่องสอนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศรู้จักกันดี จึงทำให้สตรอเบอร์รี่
เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เกษตรกรสามารถนำผลผลิตไปจำหน่ายนอกชุมชนได้เป็นอย่างดี เพราะ
เป็นที่นิยมของคนทั่วไป นอกจากนั้นแล้วโรงงานต่าง ๆ นอกชุมชนยังหาซื้อสตรอเบอร์รี่เพื่อนำไป
แปรรูปเป็นปริมาณมาก เสาวรสหวานเป็นผลไม้ที่เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น อีกทั้งยังง่ยทุนน้อย
เพราะไม่ต้องดูแลมากนัก ปัจจุบันมีการแปรรูปผลเสาวรสหวานหลากหลายรูปแบบ เช่น น้ำเสาวรส
บรรจุกล่อง ซึ่งถือเป็นโอกาสที่เกษตรกรจะเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายมากขึ้น

ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ สามารถปลูกไม้ผลที่ขึ้นบนพื้นที่สูงได้เป็น
อย่างดี เช่น สตรอเบอร์รี่ พลับ/เชอร์รี่ เป็นต้น มีความต้องการของตลาดจำนวนมาก โดยเฉพาะ
พันธุ์/เชอร์รี่ พลับและเสาวรสหวาน ที่กำลังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคในขณะนี้เช่นเดียวกับสตรอเบอร์รี่
กลุ่มไม้ผลและไม่ขึ้นต้นมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก หากไม่ได้เปรียบแล้วชุมชนแม่ฮ่องสอนจะ
ได้เปรียบในการผลิตผลไม้เมืองหนาวและเป็นผลไม้ที่มีแนวโน้มไปตลาดมากนัก แต่ผู้บริโภคนิยม เช่น
สตรอเบอร์รี่ พลับ พลับ/เชอร์รี่ เป็นต้น มีโรงงานแปรรูปที่พร้อมจะรับซื้อผลผลิตในชุมชนในปริมาณสูง
โดยเฉพาะพันธุ์/เชอร์รี่ มีหน่วยงานที่สนับสนุน ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การ
มหาชน) ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาทั้งการผลิตเป็นหลัก เช่น สตรอเบอร์รี่ เป็นต้นในอนาคต
สามารถขยายตลาดไม้ผลไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ เช่น พลับ/เชอร์รี่ ซึ่งพม่าในปี 2557 มีการ
ส่งออกไปยังพม่าผ่านชายแดนแม่สาย

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า ไม่มีผลและไม่ขึ้นต้น มีช่องทางการตลาด 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน และ 3) พ่อค้าคนกลาง โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน ดังนี้ กลุ่มไม่มีผลและไม่ขึ้นต้น พบว่า พ่อค้า/พ่อค้า มีโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางทั้งในและนอกชุมชนได้มาก เพราะกำกับการผลิตในปัจจุบันพบได้เพียง 6% ของผลผลิตของชุมชน ส่วนสหกรณ์ไม่มีโอกาสทางการตลาดที่สูงในการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในชุมชน โดยเฉพาะมีพ่อค้าเพียงส่วนหนึ่งสามารถทำการตลาดผ่านพ่อค้าคนกลางได้สูงสุดถึง 99%

3) แนวทางการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายขององกรณ์และเครือข่าย

ภาพพจน์การค้าของเกษตรกรในชุมชนแม่ฮ่องสอนเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพมีรสชาติดีและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป ชุมชนแม่ฮ่องสอนเป็นพื้นที่สูงจึงเหมาะแก่การเพาะปลูกกาแฟอาราบิก้า และด้วยสภาพอากาศหนาวเย็นจึงทำให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดีและได้ปริมาณมาก ต่อมา การที่กาแฟอาราบิก้าของที่นี่เริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ความต้องการกาแฟอาราบิก้าเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นโอกาสดีที่เกษตรกรจะพัฒนาการปลูกกาแฟให้ดียิ่งขึ้นในพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัด

พื้นที่เหมาะสมสำหรับการปลูกกาแฟอาราบิก้าเนื่องจากอยู่ในพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,200 เมตร และทำให้กาแฟมีรสชาติดี ตลาดมีความต้องการกาแฟอาราบิก้าในปริมาณมาก และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น กาแฟอาราบิก้ามีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก ทั้งเรื่องของคุณภาพผลผลิต ปริมาณผลผลิตและราคาผลผลิต คู่แข่งที่สำคัญคือ กาแฟดอยช้าง กาแฟอาราบิก้าเป็นที่ยอมรับของผู้ค้าคนกลางและโรงงานผลิตกาแฟเป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถจำหน่ายได้หมดโดยไม่เหลือค้างัง เพื่อผลได้มากขึ้นอยู่กับกลไกตลาด มีหน่วยงานที่สนับสนุน ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาทั้งการผลิตและการตลาด โดยมีเป้าหมายให้กาแฟอาราบิก้าของชุมชนเป็นมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไปมากขึ้น สามารถพัฒนาคุณภาพกาแฟอาราบิก้า ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เนื่องด้วยปัจจุบันกาแฟเป็นที่รู้จักและชื่นชอบของคนทั่วไปมากขึ้น

การศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า กาแฟและเครื่องดื่ม มีช่องทางการตลาด 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน และ 3) พ่อค้าคนกลาง โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรใน

พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง ดังนั้น กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม พบว่า กาแฟอาราบิกามีศักยภาพสูงสุดในการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางทั้งจีนและนอกชุมชนสูงถึง 50 %

4) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของของข้าวและพืชไร่

ข้าวไร่เป็นพืชที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อการเข้าทำลายของโรคและแมลง จึงได้เปรียบกว่าข้าวชนิดอื่น ๆ การจัดการง่าย ไม่ต้องดูแลมากนัก ทำให้เกษตรกรในชุมชนจะทำการเพาะปลูกข้าวไร่ไว้เป็นอาหารหลัก นอกจากนั้นแล้วข้าวไร่เริ่มเป็นที่สนใจของคนทั่วไปมากขึ้น ด้วยข้าวสารและข้อมูลที่ยอมรับจากสื่อโซเชียลมีเดียและคุณค่าทางอาหารที่สูง จากการที่ข้าวไร่มีพื้นที่ปลูกจำกัดและคนในชุมชนต้องการบริโภคข้าวในปริมาณมากและต่อเนื่องทุกวัน ถือเป็นโอกาสของเกษตรกรที่จะปลูกข้าวไร่เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับคนในชุมชนที่ไม่สามารถผลิตได้ จึงเป็นพืชที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อโรคและแมลงเป็นอย่างมาก จึงได้เปรียบกว่าพืชชนิดอื่น ๆ อีกทั้งยังสามารถผลิตในพื้นที่ที่มีปริมาณน้ำน้อยได้ จึงเป็นพืชที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารหลากหลายชนิด อีกทั้งผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรมมีความต้องการมาก นอกจากนั้นแล้วจึงสามารถนำไปแปรรูปได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งหากเกษตรกรสามารถเข้าถึงตลาดได้ จะสามารถเพาะปลูกขึ้นได้ตลอดทั้งปี

ข้าวมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมากเพื่อแข่งข้าวไร่ได้เปรียบในเชิงราคาที่มีเหมาะสมกับเกษตรกรที่หาทุนบนที่สูงเช่นกัน ข้าวไร่จะมีจุดขายตรงคุณค่าทางอาหารที่สูงด้วย มีโรงสีที่รับซื้อข้าวและส่งข้าวขึ้นไปขายยังพื้นที่แม่สลอง เช่น ทำข้าวแฉะสุวรรณ อ่าเภอแม่ฮ้อย ถึงแม้ว่าปลูกข้าวไร่ได้แต่พ่อค้าแม่สลองไม่มีโรงสีข้าว ต้องส่งมาสีข้าวที่โรงงานแห่งนี้ ยังไม่มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาส่งเสริมอย่างจริงจัง ข้าวไร่มีคุณค่าทางอาหารสูง ต้นทุนการผลิตต่ำ เหมาะแก่การปลูกเพื่อบริโภคในชุมชน

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า สินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม มีช่องทางการตลาด 5 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน 3) ร้านค้าในชุมชน 4) ร้านอาหารโรงแรมในชุมชน และ 5) ร้านค้านอกชุมชน โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง ดังนั้น กลุ่มข้าวและพืชไร่ พบว่า ข้าวไร่มีศักยภาพสูงสุดในการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคนอกชุมชนสูงถึง 90 % ส่วนข้าวหอมมะลิควรสร้างโอกาสให้กับสินค้าที่ผลิตร่วมกับตลาดในอำเภอฝางและอำเภอแม่ฮ้อย ส่วนจึงสามารถทำการผลิตให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรมได้สูงสุด 50 % สามารถพัฒนาเชิงจากนอกชุมชนได้ก็อีกเท่าตัว

5) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของ

สัตว์

ไก่ดำเป็นสัตว์ที่สามารถเลี้ยงง่าย ใช้พื้นที่ในการเลี้ยงไม่กว้างมากนัก เช่น บริเวณบ้านหรือสวน ซึ่งไม่จำเป็นต้องขังในกรงเพียงอย่างเดียว อีกทั้งอาหารของไก่ดำสามารถนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นส่วนประกอบได้ ปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากมีรสชาติดีและมีความประโยชน์ในการบำรุงร่างกาย ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงสมบูรณ์ จึงเป็นที่สนใจของคนรักสุขภาพและนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนจีน ไก่ดำเป็นสัตว์ที่ร้านอาหารและโรงแรมต้องการในปริมาณมากโดยเฉพาะช่วงของฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงมกราคม และที่สำคัญยิ่งกว่าที่มีความต้องการบริโภคตลอดทั้งปีคือ การใช้ไก่ดำในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มชนชาติพันธุ์ อีกทั้งคนเชื้อสายจีนซึ่งอยู่ในพื้นที่ของแม่ฮ่องสอนเป็นจำนวนมากมีความต้องการไก่ดำมาทำเป็นอาหารเพื่อสุขภาพอีกด้วย นอกจากนั้นแล้วหน่วยงานภาครัฐก็ได้เข้ามาส่งเสริมทั้งการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่องผ่านงานวิจัยรูปแบบต่าง ๆ หนุนค่าเป็นสัตว์ที่สมควรเลี้ยงง่ายและแข็งแรง อีกทั้งอาหารของหมูดำสามารถนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นส่วนประกอบได้ ทั้งนี้หากเลี้ยงหมูดำผสมกับไก่ของเกษตรกรหญิงใหม่และเกษตรกรท้องถิ่นแล้ว จะสามารถผลิตลูกหมูได้ตลอดทุก 1-2 เดือน และนำมูลสัตว์ไปสร้างรายได้เสริมหรือใช้ในการเกษตรของครัวเรือน ตัวมีการใช้หมูดำในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มชนชาติพันธุ์ตลอดทั้งปี ซึ่งถึงแม้จะมีปริมาณไม่มากนัก แต่ก็สามารถสร้างตลาดจำหน่ายหมูดำในอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งหากเกษตรกรผู้เลี้ยงหมูดำขยายตลาดไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ที่มีการประกอบพิธีกรรมโดยใช้หมูดำในลักษณะเดียวกันได้ ก็จะสามารถขยายการตลาดให้มากขึ้น

สภาพชุมชนที่เป็นชนเผ่าและมีรายได้น้อย การเลี้ยงสัตว์จึงควรเลี้ยงสัตว์ที่ใช้ต้นทุนต่ำ เกษตรกรสามารถเลี้ยงสัตว์ทั้งไก่ดำและหมูดำได้พร้อมกันโดยไม่สูงและจัดการง่าย โดยมีวัตถุดิบในชุมชนจากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ต้นกล้วย เป็นการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ตลาดมีความต้องการมาก ทั้งผู้บริโภค ผู้ประกอบการ เนื่องจากเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เช่น ไก่ดำ ส่วนผู้บริโภคในชุมชนมีความต้องการหมูดำเป็นจำนวนมาก สัตว์มีการแข่งขันทางการตลาดสูงเช่นกัน โดยเฉพาะหมูดำซึ่งมีคู่แข่งคือหมูขาว ส่วนไก่ดำมีคู่แข่งคือไก่พื้นเมืองทั่วไป ทั้งนี้หากมองถึงลูกหมูหนึ่งตัวจะมีมูลค่าทางอาหารสูงกว่าไก่พื้นเมืองหรือไก่ชนิดอื่น ๆ จึงเป็นที่นิยมของผู้คนที่รักสุขภาพ ส่วนหมูดำได้เปรียบกว่าหมูขาวตรงที่คนบนคอกหรือกลุ่มชนชาติพันธุ์นิยมนำมาประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ตลอดทั้งปี มีอุตสาหกรรมขนาดเล็กในการรับชำแหละไก่ดำเพื่อส่งออกไปขายยังจังหวัดยะลา เจียงหนิง มีหน่วยงานที่สนับสนุน ทั้งจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะเกษตรศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีเกษตรกรอำเภอ จันทบุรี เชียงราย เข้ามาส่งเสริมไก่ดำ โดยเป็นการส่งเสริมและพัฒนาใน

ส่วนของระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในช่วงฤดูหนาวที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก สามารถผลิตสัตว์เพื่อรองรับความต้องการให้นักท่องเที่ยว เช่น ไก่ดำ

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า สินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม มีช่องทางการตลาด 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน และ 3) พ่อค้าคนกลาง โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน ดังนี้ กลุ่มสัตว์ พบว่า ไก่ดำมีศักยภาพสูงสุดในการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางสูงถึง 90.96 และสามารถทดแทนไก่จากนอกชุมชนได้ร้อยละสี่



บทที่ 5

วิจารณ์ผลการวิจัย

5.1 ศึกษาผลการผลิตและการตลาด

5.1.1 การกำหนดชนิดของสินค้าเกษตร

โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอนทำหน้าที่หลักในการส่งเสริมให้ความรู้ด้านการปลูกพืช การแก้ไขปัญหาโรคและแมลง-ศัตรูอันตรายส่งเสริมการตลาดให้กับเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จากการศึกษาพบว่า สินค้าเกษตรที่ควรศึกษาในพื้นที่แม่ฮ่องสอนแบ่งได้ จำนวน 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มพืชผัก 2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น 3) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม 4) กลุ่มข้าวและพืชไร่ และ 5) กลุ่มสัตว์ และในปี พ.ศ. 2557 พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม ในปริมาณที่แตกต่างกันออกไป การศึกษาได้กำหนดชนิดของสินค้าเกษตรที่มีการศึกษาโอกาสทางการตลาด โดยใช้ข้อมูลศักยภาพการผลิตและการบริโภคของผู้บริโภคเป็นหลัก โดยเลือกชนิดสินค้าที่มีศักยภาพสูง และมีปริมาณการบริโภค (Demand) สูง เป็นสินค้าที่ควรศึกษาและส่งเสริมในแต่ละกลุ่มสินค้า ดังนี้

1) กลุ่มพืชผัก การศึกษาพบว่า มีพืชผักทั้งหมด 51 ชนิด ได้แก่ มะเขือเทศห่อฟริกกีหนุทะเลพาสี ผักกาดขาวปัสี เบบีฮ่องเต้ ยอดมะระหวาน มะนาว มะเขือเจ้าพระยา กระเทียม ยอดถั่วถั่วลิสง ผักชี รากชู ต้นหอม เห็ดหอม มะเขือเทศเนื้อ บัวย้ง แครอท ไชยเทศ ถั่วแขก มะเขือยาว โข้วหนุ คะน้า ฟริกหวาน หัวไชเท้า หอมหัวใหญ่ ขึ้นฉ่าย ตะไคร้ เบบีฮ่องเต้ หอมแดง ข่า ดอกหอม ผักกูด แดงกวา บล๊อคโด้ กะหล่ำดอก กวางตุ้ง ผักบุ้ง ผักกาดเขียวปลี ถั่วฝักยาว ฟริกกีฟ้า มะเขือม่วงก้านเขียว พริกขี้หนู กรีนโอ๊ค ยอดผักหวาน ผักเสี้ยน ถั่วถั่วลิสง แครอท ฟริกกี ผะโหม มะเขือม่วงก้านดำและถั่วหวาน เกษตรกรสามารถนำผักปลูกพืชผักได้ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความเหมาะสมของสภาพอากาศที่หนาวเย็นของประเทศที่ให้ผลผลิตดี มีคุณภาพ มีพืชผักพื้นบ้านที่ปลูกง่ายตามบ้านเรือนและตามพื้นที่เกษตรทั่วไป ไม่ต้องดูแลมากนัก และให้ผลผลิตเร็ว พืชผักที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนในปริมาณมากและมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เช่น มะเขือเทศห่อฟริกกี เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารหลากหลายชนิด อีกทั้งร้านอาหารในและนอกชุมชนมีความต้องการมาก ฟริกกีหนุเป็นพืชผักที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนในปริมาณมากและมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารหลากหลายชนิด อีกทั้งร้านอาหารต่าง ๆ มีปริมาณความต้องการใช้ทุกวัน กะหล่ำปลีเป็นพืชผักที่มีความต้องการบริโภคในปริมาณมากทั้งในและนอกชุมชน และมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ผักกาดขาวปัสีเป็นผักที่มีความต้องการบริโภคในปริมาณสูง

ทั้งในและนอกชุมชนและมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งปี ความได้เปรียบของเบบี๋ฮองแต้ คือ การได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) อย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับอุทยานแห่งชาติเขาน้อย หรือกับการตลาดที่มีรองรับผลผลิตอย่างต่อเนื่อง มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนจำนวนมากในฤดูหนาว ผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรมจะมีการสั่งซื้อจำนวนมาก สรุปได้ว่าพืชผักที่มีโอกาสทางการตลาดสูงมี จำนวน 6 ชนิด ได้แก่ มะเขือเทศพ้อ พริกชี้หนู กระพ๋ากปี่ ผักกาดขาวปี่ เบบี๋ฮองแต้และยอดมะระหวาน

2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น การศึกษาพบว่า มีไม้ผลและไม้ยืนต้น ทั้งหมด 25 ชนิด ได้แก่ พลัม/เชอร์รี่ พลัม แดงโม ลำไยแประด ลำไย มะม่วง ลำไย แดงไทย แอปเปิ้ล อุ่น แคนตาลูป สตรอเบอร์รี่ เงาะ ลิ้นจี่ พุทรา ลองกอง เสาวรสเปรี้ยว ฝรั่งลูกเขียว บัวขี้ อ้อ เสาวรสหวาน มังคุด ละโว้คาโค มะขามหวาน มะละกอยาวป้อม ชุมชนซึ่งมีการเพาะปลูกไม้ผลมานานหลายปี คนในชุมชนมีทักษะและประสบการณ์ในการดูแลเก็บเกี่ยว เช่น ต้นพลัม/เชอร์รี่ ที่มีความแข็งแรงทนทาน ต่อโรคและแมลง ดูแลรักษาง่าย ผลผลิตที่ได้มีปริมาณสูง สร้างรายได้ดีให้กับเกษตรกร ไม้ผลเมืองหนาวมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ของแม่ฮ่องสอน ทำให้ปริมาณผลผลิตมีคุณภาพและได้ปริมาณมาก ปัจจุบันเริ่มเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแต่ยังไม่มากนัก ซึ่งในอนาคตสามารถขยายตลาดให้กว้างขึ้นในระดับอำเภอและระดับจังหวัด รวมถึงการจำหน่ายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ พม่า เนื่องจากมีเขตพื้นที่ติดกัน นอกจากนั้นแล้วยังมีโรงงานในชุมชนที่รับซื้อผลไม้/เชอร์รี่เพื่อนำไปแปรรูปในปริมาณที่มาก ส่วนพลัมเป็นไม้ผลดั้งเดิมของชุมชนซึ่งมีการเพาะปลูกมานาน ต้นพลัมมีความแข็งแรงทนทานต่อโรคและแมลงจึงดูแลรักษาไม่ยาก อีกทั้งต้นทุนในการผลิตไม่สูงมากนัก พลัมเป็นไม้ผลเมืองหนาวจึงมีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ของแม่ฮ่องสอน ซึ่งหากมีการพัฒนาและปรับปรุงพันธุ์ให้มีความต้านทานมากขึ้นจะสามารถเข้าถึงตลาดได้ดี ส่วนสตรอเบอร์รี่เป็นไม้ผลที่สามารถเพาะปลูกได้ในพื้นที่ชุมชนและได้ผลผลิตที่ดี ซึ่งปัจจุบันมีสตรอเบอร์รี่เป็นที่รู้จักและนิยมของคนทั่วไปโดยเฉพาะนักท่องเที่ยว ด้วยชุมชนแม่ฮ่องสอนแห่งพ่อเอื้อที่คนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศรู้จักกันดี จึงทำให้สตรอเบอร์รี่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เกษตรกรสามารถนำผลผลิตไปจำหน่ายนอกชุมชนได้เป็นอย่างดี เพราะจะเป็นที่นิยมของคนทั่วไป นอกจากนั้นแล้วโรงงานต่าง ๆ นอกชุมชนยังหาซื้อสตรอเบอร์รี่เพื่อนำไปแปรรูปในปริมาณมาก เสาวรสหวานเป็นผลไม้ที่เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น อีกทั้งยังอ่อนโยนเพราะไม่ต้องดูแลมากนัก ปัจจุบันมีการแปรรูปผลเสาวรสหวานหลากหลายรูปแบบ เช่น น้ำเสาวรสบรรจุกล่อง ซึ่งเป็นโอกาสที่เกษตรกรจะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้น การศึกษาครั้งนี้สรุปได้ว่าชนิดของไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีโอกาสทางการตลาดสูงมี จำนวน 4 ชนิด ได้แก่ พลัม/เชอร์รี่ พลัม สตรอเบอร์รี่และเสาวรส

3) กลุ่มการพัฒนาเครื่องดื่ม การศึกษาพบว่า มีการพัฒนาเครื่องดื่มทั้งหมด 3 ชนิด ได้แก่ กาแฟฟอราบิก้า ชาอู่หลงและชาอีลัน กาแฟฟอราบิก้าของเกษตรกรในชุมชนแม่ฮ่องสอนเป็นการที่มีคุณภาพและรสชาติดีและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป ชุมชนแม่ฮ่องสอนเป็นพื้นที่สูงจึงเหมาะแก่การเพาะปลูกกาแฟฟอราบิก้า และด้วยสภาพอากาศหนาวเย็นจึงทำให้ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพดี และได้ปริมาณผลผลิตสูง ทั้งนี้กาแฟฟอราบิก้าของที่นี่เริ่มเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ความต้องการกาแฟฟอราบิก้าเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นโอกาสดีที่เกษตรกรจะพัฒนาการเพาะปลูกให้ดียิ่งขึ้นในพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัด การศึกษาค้นคว้าได้กำหนดชนิดของการพัฒนาเครื่องดื่มที่มีโอกาสทางการตลาดสูงมาก คือ กาแฟฟอราบิก้า

4) กลุ่มข้าวและพืชไร่ การศึกษาพบว่า มีข้าวและพืชไร่ทั้งหมด 9 ชนิด ได้แก่ ข้าวไร่ หน่อไม้ ข้าวพองและข้าวเจ้า ข้าวญี่ปุ่น ข้าวแดง ข้าวดำ ข้าวแดงพองและข้าวมีบางแดง ข้าวไร่เป็นพืชที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อการเข้าทำลายของโรคและแมลง จึงได้เปรียบกว่าข้าวชนิดอื่น ๆ การจัดการง่าย ไม่ต้องการดูแลมากนัก ทำให้เกษตรกรในชุมชนจะทำการเพาะปลูกข้าวไร่ให้เป็นอาหารหลัก นอกจากนั้นแล้วข้าวไร่เริ่มเป็นที่สนใจของคนทั่วไปมากยิ่งขึ้น ด้วยข้าวสารและข้าวกล้องที่บอกถึงประโยชน์และคุณค่าทางอาหารที่สูง จากการที่ข้าวไร่มีพื้นที่ปลูกจำกัดและคนในชุมชนต้องการบริโภคข้าวในปริมาณมากและต่อเนื่องทุกวัน ถือเป็นโอกาสของเกษตรกรที่จะปลูกข้าวไร่เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับคนในชุมชนที่ไม่สามารถทำการผลิตได้ จึงเป็นพืชที่มีความแข็งแรงและทนทานต่อโรคและแมลงเป็นอย่างมาก จึงได้เปรียบกว่าพืชชนิดอื่น ๆ อีกทั้งยังสามารถผลิตในพื้นที่ที่มีปริมาณน้ำน้อยและแห้งแล้ง จึงเป็นพืชที่มีความต้องการบริโภคทั้งในและนอกชุมชนอย่างสม่ำเสมอตลอดทั้งปี เนื่องจากเป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหารขึ้นหลากหลายชนิด (ส่วนใหญ่ชุมชนในแม่ฮ่องสอนมีเชื้อสายจีน) อีกทั้งผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรมมีความต้องการมาก นอกจากนั้นแล้วจึงสามารถนำไปแปรรูปได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งหากเกษตรกรสามารถเข้าถึงตลาดได้ จะสามารถเพาะปลูกได้ดีตลอดทั้งปี การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สรุปได้ว่าชนิดของข้าวและพืชไร่ที่มีโอกาสทางการตลาดสูงมีจำนวน 2 ชนิด ได้แก่ ข้าวไร่และข้าวเจ้า

5) กลุ่มสัตว์ การศึกษาพบว่า มีสัตว์ทั้งหมด 13 ชนิด ได้แก่ หนูขาว ไก่ขาว ปลาบิลิต ไก่ดำ หนูดำ วัช ปลาช่อน ไก่วง ปลาหมึก กุ้ง หอยและเป็ด ไก่ดำเป็นสัตว์ที่สามารถเลี้ยงง่าย ใช้พื้นที่ในการเลี้ยงไม่กว้างมากนัก เช่น บริเวณบ้านหรือสวน จึงมีจำเป็นจะต้องใช้ในกรณีเร่งด่วนด้วย อีกทั้งอาหารของไก่ดำสามารถนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นส่วนประกอบและปรับใช้เพื่อลดต้นทุนการผลิต เมื่อไม่มียาสัตว์ดีและมีคุณภาพประโยชน์ในการบำรุงร่างกาย ช่วยเสริมสร้างความสะดวกสบาย จึงเป็นที่สนใจของชนวิสาหกิจและนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนจีน ไก่ดำเป็นสัตว์ที่ร้านอาหารและโรงแรมต้องการในปริมาณมากโดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ และที่สำคัญยิ่งกว่าที่ความต้องการบริโภคตลอดทั้งปี

คือการใช้ไก่สำหรับการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มชนชาติพันธุ์ อีกทั้งคนเชื้อสายจีนซึ่งอยู่ในพื้นที่ของแม่ฮ่องสอนเป็นจำนวนมากมีความต้องการไก่ค้ำมาทำเป็นอาหารเพื่อสุขภาพอีกด้วย นอกจากนั้นแล้วหน่วยงานภาครัฐก็ได้เข้ามาส่งเสริมทั้งการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่อง ผ่านงานวิจัยรูปแบบต่าง ๆ ส่วนหมูค้ำเป็นสัตว์ที่สามารถเลี้ยงง่ายและขึ้นเร็ว อีกทั้งอาหารของหมูค้ำสามารถนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นส่วนประกอบได้ เช่น หอยถั่วเขียว ที่มีปริมาณมากในชุมชน ทั้งนี้หากเลี้ยงหมูค้ำตามหลักของเกษตรทฤษฎีใหม่และเกษตรพอเพียงแล้ว จะสามารถผลิตลูกหมูได้ตลอดทุก ๆ 4 เดือน และนำหมูตัวโตไปสร้างรายได้เสริมหรือใช้ในการเกษตรของครัวเรือน ด้วยการให้หมูค้ำในการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มชนชาติพันธุ์ตลอดทั้งปี ซึ่ง ถึงแม้จะมีปริมาณไม่มากนัก แต่ก็สามารถสร้างตลาดจำหน่ายหมูค้ำในอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งหากเกษตรกรผู้เลี้ยงหมูค้ำขยายตลาดไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ที่มีการประกอบพิธีกรรมโดยใช้หมูค้ำในลักษณะเดียวกันได้ ก็จะสามารถขยายการผลาได้มากขึ้น การศึกษาสรุปได้ว่า ชนิดของสัตว์ที่มีโอกาสทางการตลาดสูงมีจำนวน 2 ชนิด ได้แก่ ไก่ค้ำและหมูค้ำ

5.2 โอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตร

1) โอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้ากลุ่มพืชผัก

ความได้เปรียบในด้านปัจจัยการผลิต โดยเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติ และภูมิอากาศที่เหมาะสมสำหรับปลูกผักบนพื้นที่สูง เช่น เบญจรงค์ ซึ่งเป็นผักชนิดใหม่และเริ่มเป็นที่นิยมบริโภคมากขึ้น เช่นเดียวกับยอดมะระหวาน จึงควรใช้ความได้เปรียบนี้ผลิตสินค้าให้เป็นสินค้ามีชื่อของดอยแม่ฮ่องสอน ทั้งนี้ ผู้บริโภคมีความต้องการยอดมะระหวานเป็นอย่างมาก เป็นที่ชื่นชอบและต้องการบริโภคโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน ส่วนผักอื่น ๆ เช่น มะเขือเทศทอด หริกขี้หนู กระถ่ำป่าปี้และผักกาดขาวเป็นผักที่บริโภคเป็นประจำอยู่แล้วอยู่แล้ว เกษตรกรควรทำการผลิตให้เพียงพอต่อการบริโภคของตลาดทั้งปี โดยวางแผนการผลิตอย่างต่อเนื่องและเหมาะสม

ผู้ประกอบการขนาดเล็กควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด เนื่องจากมีความต้องการบริโภคต่อเนื่องในชุมชนเป็นจำนวนมาก สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาในด้านการผลิต โดยสนับสนุนแรงงานและให้ความรู้ ตลอดจนเทคนิคการผลิตและการจัดการฟาร์ม ควรส่งเสริมด้านการตลาดร่วมด้วย จะช่วยแก้ไขปัญหากักตันตลาดได้

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า พืชผัก มีช่องทางทางการตลาด 7 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน 3) ร้านค้าในชุมชน 4) ร้านอาหาร/โรงแรมในชุมชน 5) ร้านค้านอกชุมชน 6) โรงแรม และ 7) โครงการหลวง และพบว่า มะเขือเทศทอด เบญจรงค์ กระถ่ำป่าปี้ ผักกาดขาวปี้ และยอดมะระหวาน มีโอกาสทาง

การตลาดสูงในการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการโรงแรม และร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนเพื่อทดแทนการนำเข้าจากนอกชุมชนโดยเฉพาะ ส่วนหลักที่ใหญ่ มีโอกาสในการตลาดที่สูงมากในการผลิตในชุมชนเพราะเกือบทั้งหมดนำเข้าจากนอกชุมชน

2) โอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้ากลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ สามารถปลูกไม้ผลที่ขึ้นบนพื้นที่สูงได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะพลับ/เชอร์รี่ พลับและเสาวรสหวาน ที่กำลังเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในขณะนี้ เช่นเดียวกับ สตรอเบอรี่ กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้นมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก นอกจากนี้ช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดมากแต่จำหน่ายไม่หมด ยังมีโรงงานแปรรูปพืชจุ่มจะรับซื้อผลผลิตในชุมชนในปริมาณสูงโดยเฉพาะพลับ/เชอร์รี่เพื่อรองรับผลผลิตที่ล้นตลาด มีหน่วยงานที่สนับสนุน ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาการผลิตเป็นหลัก เช่น สตรอเบอรี่และเสาวรสหวาน นอกจากนี้ไม้ผลบางชนิดได้ขยายตลาดไม่ไกลไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ เช่น พลับ/เชอร์รี่ ซึ่งพบว่าในปี 2557 มีการส่งออกไปยังพม่าผ่านชายแดนแม่สายเป็นจำนวนมาก

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า ไม้ผลและไม้ยืนต้น มีช่องทางการตลาด 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน และ 3) พ่อค้าคนกลาง กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น พบว่า พลับ/เชอร์รี่ มีโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางทั้งในและนอกชุมชนได้มาก เพราะกำลังการผลิตในปัจจุบันพบได้เพียง 6% ของผลผลิตของชุมชน ส่วนสตรอเบอรี่มีโอกาสด้านการตลาดที่สูง ในการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในชุมชน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว ส่วนพลับสามารถทำการตลาดผ่านพ่อค้าคนกลางได้สูงสุดถึง 99%

3) โอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้ากลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

พื้นที่ดอยแม่สลองมีความเหมาะสมสำหรับการปลูกกาแฟเพื่อรบบักให้ได้ดีคุณภาพดี เนื่องจากอยู่ในพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,200 เมตร กาแฟมีรสชาติดีเป็นพิเศษ ดอยมีความต้องการกาแฟรบบักทั้งในปริมาณมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กาแฟรบบักมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก ทั้งเรื่องของคุณภาพผลผลิต ปริมาณผลผลิตและราคผลผลิต คู่แข่งที่สำคัญคือ กาแฟผองช้าง แต่กาแฟจากแม่สลองมีคุณภาพที่ไม่แตกต่างจากดอยช้างมากนัก

กาแฟรบบักเป็นสิ่งที่ต้องการของพ่อค้าคนกลางและโรงงานผลิตกาแฟ เป็นจำนวนมาก ซึ่งสามารถจำหน่ายได้ทั้งหมดโดยไม่เหลือคงค้าง เพียงแต่ราคาขึ้นอยู่กับกลไกตลาด มีหน่วยงานที่สนับสนุน ได้แก่ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ซึ่งให้การส่งเสริมและพัฒนาทั้งการผลิตและการตลาด โดยมีเป้าหมายให้กาแฟรบบัก

ของชุมชนเป็นกาแฟที่มีคุณภาพและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากขึ้น และควรส่งเสริมให้เกษตรกร
ทำการผลิตเพื่อจำหน่ายเป็นเครื่องมือหนึ่งในชุมชนนอกเหนือจากการชงชา

4) โอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้ากลุ่มข้าวและพืชไร่

ตลาดข้าวมีการแข่งขันทางการตลาดสูงมาก เพียงแต่ข้าวไร่ได้เปรียบในเรื่องราคา
ที่ไม่แพงเท่ากับเกษตรกรที่ยากจนบนที่สูงที่สามารถซื้อหาเพื่อบริโภคได้ ข้าวไร่มีจุดขายตรง
คุณค่าทางอาหารที่สูงและต้นทุนการผลิตต่ำ ข้าวไร่มีศักยภาพสูงในการจำหน่ายให้กับ
ผู้บริโภคนอกชุมชนสูงถึง 90 % ถึงแม้ว่าปลูกข้าวไร่ได้ แต่ยอดขายลดลงไม่มีโรงสีข้าว ต้องส่งมาสีข้าว
ที่โรงงานในอำเภอแม่เมาะ มีโรงสีที่รับซื้อข้าวและส่งข้าวขึ้นไปขายยังพื้นที่แม่ฮ่องสอน เช่น ทำข้าว
แสงสุวรรณ อำเภอแม่เมาะ ยังไม่มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาส่งเสริมอย่างจริงจังในเรื่องนี้

ส่วนจึงเป็นอีกลักษณะหนึ่งที่สามารถทำการผลิตให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร
และโรงแรมได้สูงสุด 50 % สามารถทดแทนเชิงจากนอกชุมชนได้อีกหลายตัว ซึ่งถือว่าเป็นพืชที่มีโอกาส
ทางการตลาดสูงอีกชนิดหนึ่งหากผลิตได้มากขึ้น สามารถแปรรูปเป็นเชิงท่องเที่ยวได้เพราะตลาด
ในและนอกชุมชนยังมีความต้องการสูง

5) โอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้ากลุ่มสัตว์

สภาพชุมชนที่เป็นชนชาติพันธุ์และมีรายได้น้อย การเลี้ยงสัตว์จึงควรใช้ต้นทุนต่ำ
เกษตรกรสามารถเลี้ยงสัตว์ทั้งไก่ดำและหมูดำได้คือต้นทุนไม่สูงมากและมีการจัดการง่าย ไม่ยุ่งยาก
สามารถปรับตัวเติบโตชุมชน เช่น ต้มก๋วยเตี๋ยว มาดัดแปลงเป็นอาหารสัตว์ได้ เป็นการลดต้นทุนการผลิต
และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร อีกทั้งตลาดในและนอกชุมชนยังมีความต้องการมาก โดยเฉพาะ
นักท่องเที่ยว การแข่งขันทางการตลาดของสินค้าทั้งสอง โดยเฉพาะหมูดำซึ่งมีคู่แข่งคือหมูขาว
ส่วนไก่ดำมีคู่แข่งคือไก่พันธุ์ทั่วไป ทั้งนี้หากมองอีกมุมหนึ่งไก่ดำจะมีคุณค่าทางอาหารสูงกว่าไก่พันธุ์
หรือไก่ชนิดอื่น ๆ จึงเป็นที่นิยมของผู้คนที่รักสุขภาพ ส่วนหมูดำได้เปรียบกว่าหมูขาวตรงที่
คนบนดอยหรือกลุ่มชนชาติพันธุ์นิยมนำหมูดำไปประกอบพิธีกรรมทางศาสนาตลอดทั้งปี

ในส่วนไก่ดำนั้นก็มีผู้ประกอบการขนาดเล็กรับซื้อและนำไก่ดำเพื่อส่งออกไปจำหน่าย
ยังจังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการขยายโอกาสทางการตลาดมากขึ้น หน่วยงานที่สนับสนุนจึงจาก
สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
คณะเกษตรศาสตร์ เกษตรอำเภอ จังหวัดเชียงราย เข้ามาส่งเสริมการผลิต ไก่ดำ โดยเฉพาะการ
ส่งเสริมและพัฒนาในส่วนขอระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อรองรับตลาดในช่วงฤดู
หนาวที่นักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่นิยมบริโภคไก่ดำเป็นอาหารบำรุงสุขภาพ

5.3 แนวทางการสร้างโอกาสทางการตลาด

1) ผู้บริโภคในชุมชน เป็นช่องทางหนึ่งของการสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับเกษตรกร เพื่อให้ประชาชนในชุมชนแต่ละองสามารถบริโภคสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและเป็นการสร้างระบบตลาดเกษตรในชุมชน ทั้งนี้เกษตรกรอาจรวมกลุ่มกันเพื่อจัดทำการตลาดขึ้น เพื่อผลิตสินค้าเกษตรออกจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ดังนี้

1.1) กลุ่มพืชผักนั้น มะเขือเทศถือเป็นพืชที่ควรทำการผลิตให้มากขึ้น เพื่อทดแทนการนำเข้าจากนอกชุมชน ถือว่าเป็นพืชที่มีโอกาสทางการตลาดสูงมาก ส่วนผักอื่นๆ ได้แก่ พริกชี้ฟ้า กะหล่ำปลีและผักกาดขาวปลี เป็นผักที่บริโภคเป็นประจำสม่ำเสมอ เกษตรกรสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายได้ นอกจากนี้ผักที่สามารถสร้างตลาดได้มากขึ้น คือ ยอดมะระหวาน ซึ่งผู้บริโภครู้จักและนิยมบริโภคมากขึ้น จนได้พัฒนากับผักชนิดใหม่อีกอย่างเช่นมีสองเต้า ที่มีเยื่อบริโภคมากขึ้นเช่นกัน จึงเห็นได้ว่าสำหรับผักชนิดใหม่ ๆ นั้น ทางสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคมากขึ้น เช่น เบนคอส เพื่อให้ผู้บริโภคและผู้ขายก่อนที่จะส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเพื่อจำหน่าย

1.2) กลุ่มไม้ผลและไม่อินทรีย์ ควรมีการส่งเสริมให้เพิ่มการผลิตส้ม/เชอร์รี่ และสตรอเบอรี่ให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นไม้ผลที่ผู้บริโภคในชุมชนมีความต้องการบริโภค นอกเหนือจากนั้น ยังยังเป็นที่สนใจชนิดใหม่สำหรับผู้บริโภคมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

1.3) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่มอื่น ๆ กาแฟอาบิก้า มีการผลิตจำนวนมาก แต่ผู้บริโภคในชุมชนยังไม่นิยมบริโภค ควรส่งเสริมให้มีการแปรรูปเป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ในชุมชน

1.4) กลุ่มข้าวและพืชไร่ พบว่า ข้าวหอมมะลิเป็นข้าวที่ผู้บริโภคในชุมชนมีความต้องการมากจนหมดจากข้าวไร่ ดังนั้นหากมีการส่งเสริมให้ปลูกข้าวหอมมะลิได้ จะสามารถลดการนำเข้าจากนอกชุมชน หากพื้นที่บนดอยไม่สามารถทำการผลิตได้ ควรทำการผลิตร่วมกับเกษตรกรในพื้นราบ ถ้าเกษตรกรและส่งเสริมและผลักดันให้ชุมชนแต่ละองเป็นตัวแทนทางหนึ่งที่ทำได้

1.5) กลุ่มสัตว์ หน่วยงานเป็นค้ำใจให้ผู้บริโภคในชุมชนนิยมบริโภคมาก เช่นเดียวกับการไก่ดำ ที่มีปริมาณความต้องการมากตลอดทั้งปี โดยเฉพาะช่วงที่มีเทศกาลและพิธีกรรมต่าง ๆ หากสามารถวางแผนการผลิตให้รองรับกับปริมาณความต้องการของผู้บริโภคในชุมชนได้ ก็จะช่วยลดการนำเข้าจากนอกชุมชนได้

2) ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน เป็นช่องทางการสร้างโอกาสทางการตลาดและจัดจำหน่ายให้กับเกษตรกรในสัดส่วนที่สูงมาก เนื่องจากช่องทางนี้มีปริมาณการรับซื้อสินค้าทางการเกษตรในปริมาณสูงและสม่ำเสมอตลอดทั้งปี มีแผนการใช้สินค้าเกษตรในการประกอบอาหารและจำหน่ายให้กับลูกค้าของร้านที่ชัดเจน หากเกษตรกรสามารถรวมกลุ่ม

เพื่อทำการตลาดโดยวางแผนการขนส่งสินค้าให้กับร้านอย่างชัดเจนให้กับช่องการนี้จะเป็นระบบจะสามารถเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับเกษตรกรได้มากขึ้น ดังนี้

2.1) กลุ่มพืชผัก กล้วยปลีเป็นผักที่ผู้ประกอบการใช้ในปริมาณมาก หากสามารถเพิ่มการผลิตให้มากพอที่จะลดการนำเข้าจากเหล่าปลีจากนอกชุมชนได้มาก นอกจากนี้อังมีมะเขือเทศตอ เบบ็องเต้และพริกชี้หนู ที่ผู้ประกอบการใช้ในปริมาณมากขึ้น หากสามารถให้เกษตรกรเพิ่มการผลิตได้ ก็ไม่จำเป็นต้องซื้อจากนอกชุมชนและราคาที่แพง เนื่องจากไม่ต้องจ่ายค่าขนส่ง ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนและซื้อวัตถุดิบผลิตจากเกษตรกรได้มากขึ้น

2.2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ผู้ประกอบการมีความต้องการผลไม้และไม้ประดับเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในเทศกาลท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจีนนิยมบริโภคมาก หากเกษตรกรสามารถผลิตผลไม้และไม้ประดับได้ จะทำให้ผู้ประกอบการซื้อผลไม้และไม้ประดับการช่วยเหลือเกษตรกรด้วยอีกทางหนึ่ง

2.3) กลุ่มยานพาหนะและเครื่องมือ การเช่ารถจักรยาน เป็นสินค้าที่ผู้ประกอบการเริ่มมีความสนใจจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้ใช้ในการแปรรูปทำกานสด หากสามารถผลิตกานสดที่มีคุณภาพและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนแม่ฮ่องสอนได้ ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาได้มากขึ้น

2.4) กลุ่มข้าวและพืชไร่ ผู้ประกอบการมีความต้องการข้าวหอมมะลิในปริมาณมาก สม่่าละหมื่นล่อตังก็ปี ดังนั้นหากเกษตรกรสามารถผลิตข้าวหอมมะลิที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนแม่ฮ่องสอนและมีคุณภาพดี จะสามารถลดการนำเข้าจากนอกชุมชนได้

2.5) กลุ่มสัตว์ หมูขาว เป็นสัตว์ที่ผู้ประกอบการมีความต้องการปริมาณมากเพื่อประกอบอาหารและแปรรูปจำหน่าย หากสามารถส่งเสริมให้เกษตรกรเลี้ยงหมูขาวได้ ก็จะสามารถเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่ง ส่วนไก่ดำการเพิ่มปริมาณการผลิตให้มากขึ้น เพื่อลดการสั่งซื้อไก่ดำแซ่แซ่จากห้างแมคโครในจังหวัดเชียงรายได้ ทั้งนี้ปัจจุบันไก่ดำยังมีบริเวณที่ไม่เพียงพอับความต้องการของผู้ประกอบการ

3) นักท่องเที่ยวในชุมชน เป็นช่องทางการค้าของทางหนึ่งของเกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าเกษตรที่เป็นสินค้าเฉพาะและพิเศษของชุมชนแม่ฮ่องสอน เกษตรกรควรสร้างโอกาสทางการตลาดให้กับชุมชนโดยสร้างสินค้าเกษตรให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและชื่นชอบ จนตัดสินใจซื้อเพื่อบริโภคหรือนำไปเป็นของฝากที่ขึ้นชื่อของชุมชนแม่ฮ่องสอน ได้แก่

3.1) กลุ่มพืชผัก ควรผลิตพืชผักที่นักท่องเที่ยวสามารถนำกลับไปเป็นของฝากและเป็นเอกลักษณ์ของแม่ฮ่องสอน เช่น ยอดมะระหวาน เป็นต้น

3.2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ควรเพิ่มการผลิตไม้ผลและไม้ยืนต้นที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อเป็นของฝากได้ เช่น พลับ/เงาะ ฝรั่งเบอร์รี่และเสาวรสหวาน เป็นต้น โดยเฉพาะ

เสารสหวานสามารถแปรรูปเป็นน้ำสารละลายนำกลับไปเป็นของฝากได้ด้วย หรือแม้แต่พัม/เชอรี่ และสตอร์เบอร์ก็สามารถนำไปแปรรูปเป็นน้ำผลไม้หรือผลไม้บดแห้งได้

3.3) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ควรผลิตกาแฟร่าบิก้าให้ได้คุณภาพดี เพื่อสามารถจำหน่ายเป็นของฝากให้นักท่องเที่ยวได้ เพิ่มช่องทางและโอกาสทางการตลาดให้กาแฟร่าบิก้าให้เป็นสัญลักษณ์ของชุมชนแม่ฮ่องสอน เช่น กาแฟแก้ว กาแฟหิ้วบดหรือกาแฟพร้อมดื่ม เป็นต้น

3.4) กลุ่มข้าวและพืชไร่ ข้าวไร่ ถือเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนแม่ฮ่องสอน ควรผลิตให้ได้คุณภาพ เพื่อจำหน่ายเป็นของฝากให้นักท่องเที่ยว

4) ตลาดโครงการหลวง

ตลาดโครงการหลวง คือ ตลาดที่รัฐบาลได้กำหนดให้เกษตรกรนำผลผลิตมาขาย ซึ่งได้กำหนดไว้ตามแผนการส่งเสริมกับเกษตรกร มีการรับซื้อผลผลิตมาวางขายที่จากพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงมาตลอด มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 สินค้าที่รับซื้อ ได้แก่ เบบี๋คอส พืชเลย์ เบบี้อย่างดี เป็นต้น

4.1) กลุ่มพืชผัก เบบี้อย่างดี เบบี๋คอสและพืชเลย์ เป็นผักที่โครงการหลวงรับซื้อจากเกษตรกร หากสามารถผลิตให้ได้คุณภาพก็จะได้ราคาที่ดี ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย

4.2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น เสารสหวาน สตอร์เบอร์และอื่นๆ เป็นผลไม้ที่มีความนิยมและโครงการหลวงรับซื้อผลผลิตในราคาดี เกษตรกรควรเพิ่มการผลิตและผลิตให้ได้คุณภาพเพื่อจะได้ราคาดีที่เพิ่มขึ้น

5) พ่อค้าคนกลาง

พ่อค้าคนกลาง คือผู้ที่ทำการรวบรวมสินค้าเกษตรในปริมาณมากเพื่อนำไปจำหน่ายยังผู้ประกอบการทั้งในและนอกชุมชน ส่วนใหญ่เป็นผู้บ้านหมู่บ้าน หรือคนรุ่นใหม่ที่อพยพมาจากการค้าขาย ส่วนใหญ่มีเชื้อชาติจีนและอาข่า

5.1) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ควรส่งเสริมให้เพิ่มการผลิตพัม/เชอรี่ เนื่องจากมีโอกาสทางการตลาดสูงมาจากชายแดนไทย-พม่า โดยเฉพาะในเขตแม่ฮ่องสอน ที่ผู้บริโภคเริ่มเป็นที่นิยมและพ่อค้าคนกลางสามารถกระจะสินค้าได้มากและปริมาณมากขึ้น

5.2) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม ควรเพิ่มการผลิตกาแฟร่าบิก้าให้เพิ่มขึ้น เพื่อให้พ่อค้าคนกลางสามารถกระจะสินค้าได้มากขึ้นส่งผลให้ปริมาณในการรับซื้อจะเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ต้องใส่ใจในเรื่องคุณภาพของกาแฟด้วย

5.3) กลุ่มสัตว์ ไก่ดำ เป็นสัตว์ที่พ่อค้าคนกลางมีความต้องการปริมาณมาก โดยเฉพาะช่วงเทศกาลท่องเที่ยวและมีพิธีกรรม หากเพิ่มปริมาณการผลิตได้ พ่อค้าคนกลาง

จะสามารถกระจายสินค้าได้มากขึ้น โดยเฉพาะสามารถกระจายสินค้าไปยังต่างจังหวัด เช่น นครราชสีมา

6) รตเร่

รตเร่ คือ ร้านขายของชำเคลื่อนที่ ที่รับซื้อสินค้าที่เป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหาร ใช้รตเร่ขนส่งหรือรถจักรยานยนต์เป็นพาหนะในการบรรทุกสินค้า เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ในหมู่บ้านต่าง ๆ ของชุมชนแม่สลอง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในชุมชน ส่วนใหญ่จะจำหน่ายสินค้ากลุ่มพืชผัก โดยเฉพาะผักกาดขาวเป็นหลักและพืชท้องถิ่น เป็นสินค้าที่เริ่มมีความต้องการมาก หากชุมชนแม่สลองสามารถผลิตสินค้าให้ได้ปริมาณที่เพียงพอจะสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และโอกาสทางการตลาดมากขึ้น



บทที่ 6

สรุปผลการวิจัย

6.1 ชนิดสินค้าเกษตรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดชนิดสินค้าเกษตรเป็น 5 กลุ่ม เพื่อนำไปกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มพืชผัก กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม กลุ่มข้าวและพืชไร่ และกลุ่มสัตว์ มีรายละเอียดของชนิดสินค้าเกษตรในกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่เก็บข้อมูลเพื่อทำการสำรวจโอกาสทางการตลาดทั้งภายในและภายนอกชุมชนของสินค้าเกษตรในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงแม่ละออง มีรายละเอียดดังนี้

6.1.1 ชนิดสินค้าเกษตร

1) กลุ่มพืชผัก

การศึกษาพบว่า มีพืชผักทั้งหมด 51 ชนิด ได้แก่ มะเขือเทศสีด พริกชี้ฟ้า กะหล่ำปลี ผักกาดขาวปลี แปะชีงอင့် ยอดมะระหวาน มะนาว มะเขือเจ้าพระยา กระเทียม ยอดหัวล้านเตา ผักชี ราชูขี้ดินหอม เติลหอม มะเขือเทศเนื้อ บัวแดง แครอท หอมขาว อังกอก มะเขือยาว ใซอญ กระบี่ พริกหวาน หัวไชเท้า หอมหัวใหญ่ ขึ้นฉ่าย ตะไคร้ เบญจคอส หอมแดง ข่า ดอกหอม ส้มกุ่ม แดงกวา บล๊อคโคบี้ กะหล่ำตอก กวางตุ้ง ผักบุ้ง ผักกาดเขียวปลี ถั่วฝักยาว พริกชี้ฟ้า มะเขือม่วงก้านเขียว พริกทอง กรีนไคค ยอดผักหวาน ผักเนื้ ถั่วลิ้นเตา แครอท พิลเลย์ ชะอม มะเขือม่วงก้านดำและถั่วหวาน การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดชนิดของพืชผักที่มีโอกาสทางการตลาดสูงที่ควรศึกษา จำนวน 6 ชนิด ได้แก่ มะเขือเทศสีด พริกชี้ฟ้า กะหล่ำปลี ผักกาดขาวปลี แปะชีงอင့်และยอดมะระหวาน

2) กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

การศึกษาพบว่า มีไม้ผลและไม้ยืนต้น ทั้งหมด 25 ชนิด ได้แก่ พลับ/เชอร์รี่ พลับ แดงโม สับประรด ส้ม มะม่วง สาลี่ แดงไทย แอปเปิ้ล ฝรั่ง แผลตามูปลี สตรอเบอรี่ เงาะ ลิ้นจี่ พุทรา ลองกอง เสาวรสเปรี้ยว เคนปูลเบอรี่ ขมิ้น-พ้อ เสาวรสหวาน มังคุด อะโวคาโด มะขามหวาน และมะขามป้อม การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดชนิดของไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีโอกาสทางการตลาดสูงที่ควรศึกษา จำนวน 4 ชนิด ได้แก่ พลับ/เชอร์รี่ พลับ สตรอเบอรี่และเสาวรส

3) กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

การศึกษาพบว่า มีกาแฟและเครื่องดื่มทั้งหมด 3 ชนิด ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า ชาอู่หลงและชาอัสสัม การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดชนิดของกาแฟและเครื่องดื่มที่มีโอกาสทางการตลาดที่ควรศึกษา จำนวน 1 ชนิด ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า

4) กลุ่มข้าวและพืชไร่

การศึกษาพบว่า มีข้าวและพืชไร่ทั้งหมด 9 ชนิด ได้แก่ ข้าวไร่ หน่อไม้ ข้าวหอมมะลิ จิง ข้าวญี่ปุ่น ถั่วแดง ถั่วดำ ถั่วแดงหลวงและถั่วเขียวแดง การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดชนิดของข้าวและพืชไร่ที่มีโอกาสทางการตลาดที่ควรศึกษา จำนวน 2 ชนิด ได้แก่ ข้าวไร่และจิง

5) กลุ่มสัตว์

การศึกษาพบว่า มีสัตว์ ทั้งหมด 13 ชนิด ได้แก่ หนูขาว ไก่ขาว ปลาไนสโตนั้ ไข่เต่า ไข่ไก่ ไข่ปลา ปลาดุก ปลาช่อน ไก่แดง ปลาหมึก กุ้ง หอยและเบ็ด การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดชนิดของสัตว์ที่มีโอกาสทางการตลาดที่ควรศึกษา จำนวน 2 ชนิด ได้แก่ ไก่ดำและหมูดำ

6.1.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนตัวอย่างของสินค้าเกษตร ผู้ผลิตและผู้บริโภค

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ประชากร 25 กลุ่มบ้าน ใน 15 หมู่บ้าน ของตำบลแม่สลองนอก ตำบลแม่สลองในและตำบลป่าฝาง ในอำเภอแม่ฟ้าหลวงและอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย จำนวน 2,003ครัวเรือน 16,620 คน

ตัวอย่างที่ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (speculative random sampling) จำนวน 11 หมู่บ้าน (หมู่บ้านในเขตตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จำนวน 10 หมู่บ้าน และหมู่บ้านในเขตตำบลป่าฝาง อำเภอแม่จัน จำนวน 1 หมู่บ้าน) โดยคัดเลือกจากตัวอย่างที่มีความพร้อมในการให้ข้อมูล และสามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจ ทั้งนี้ได้คัดเลือกตลาดสินค้าสัตว์เป็นตลาดเป้าหมายของการศึกษาเพราะเป็นตลาดในชุมชนที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและเป็นตลาดหลักในการจับจ่ายใช้สอยของคนในชุมชน โดยการแบ่งประเภทผู้ตอบแบบสอบถามเป็น 4 ประเภท จำนวน 159 ตัวอย่าง ได้แก่ 1) เกษตรกรผู้ผลิต จำนวน 21 ราย 2) พ่อค้าคนกลาง จำนวน 5 ราย 3) ผู้บริโภค จำนวน 86 ราย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริโภคในชุมชนและผู้บริโภคนอกชุมชน 4) ร้านค้า/ผู้ประกอบการ จำนวน 41 ราย แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ร้านค้าในชุมชน ร้านอาหาร/โรงแรมในชุมชน ร้านค้านอกชุมชนและโรงแรม

6.2 ลักษณะความต้องการสินค้าเกษตรของผู้บริโภค

การวิจัยในครั้งนี้จำแนกความต้องการสินค้าเกษตรของผู้บริโภคในพื้นที่ชุมชนแม่สลองออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริโภคในชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น พ่อค้าคนกลาง ตลาดโครงการหลวง และตลาดนอกชุมชน โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

6.2.1 ผู้บริโภคในชุมชน คือ ผู้บริโภคที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนแม่สลอง ซื้อสินค้าเกษตรเพื่อการบริโภคในครัวเรือน รวมถึงเพื่อการบริโภคในหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงเรียน หน่วยงานของรัฐ โดยมีได้ซื้อเพื่อจำหน่ายต่อ ลักษณะของผู้บริโภคในชุมชน ประกอบอาชีพเกษตรกรรม รับจ้างค้าขาย มีหลายชนเผ่าได้แก่ ไทย จีน อาข่า ลัวะ ไทยใหญ่ ลาหู่ เมี่ยนและสิฮู

มีความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก ได้แก่ ผักกาดขาวปื๊ กวางตุ้ง มะเขือเทศห่อ ฟักทอง ผักบุ้ง ยอดมะระหวาน โสนงู เบบี๋คอศ ชะอมและปวยเล้ง กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ ส้ม แอปเปิ้ล สตรอเบอรี่และพลับเชอรี่ กลุ่มกานพลูและเครื่องเทศ ได้แก่ ข่าขุ่ยหลงและข่าอีตัม กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิและข้าวไร่ กลุ่มสัตว์ ได้แก่ หมูดำ หนุฮาว ไก่ดำ ปลานิลและไก่ขาว

6.2.2 ผู้ประกอบการท้องถิ่น คือ ผู้ที่รับซื้อสินค้าเกษตรในพื้นที่ชุมชนแม่ฮ่องสอน เพื่อการจำหน่ายหรือนำไปประกอบอาหารเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านขายของชำ ครัว ผู้ประกอบการร้านอาหารและโรงแรม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ร้านขายของชำ คือ ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเกษตรให้กับผู้บริโภคในชุมชน ได้แก่ ผงผัก ผิงหมี่และร้านขายข้าวสาร เป็นต้น ลักษณะของร้านขายของชำในตำบลแม่ฮ่องสอน ส่วนใหญ่เป็นคนจีนและฮ่าจิ้น มีความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก ได้แก่ กะหล่ำปลี มะเขือเทศห่อ เบบี๋คอศ พริกชี้หนู ยอดมะระหวาน มะเขือเจ้าพระยา มะนาว กระเทียม ผักกาดขาวปื๊และยอดถั่วสันเตา กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ แอปเปิ้ลและสับปะรด กลุ่มกานพลูและเครื่องเทศ ได้แก่ ข่าขุ่ยหลงและข่าอีตัม กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิและขิง กลุ่มสัตว์ ได้แก่ หนุฮาว ไก่ดำ ไก่ขาวและปลานิล

2) ครัว คือ ร้านขายของชำเคลื่อนที่ที่รับซื้อสินค้าส่งมอบกระเป๋าสตางค์หรือจานยนต์ ใช้บรรทุกสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในหมู่บ้านต่าง ๆ ในชุมชนแม่ฮ่องสอน ลักษณะของผู้ประกอบการเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนและนอกชุมชน มักซื้อสินค้าเกษตรจากตลาดคนกลุ่มชน มาตระเวนขายให้กับผู้บริโภคในชุมชน มีความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก ได้แก่ ผักกาดขาวปื๊ มะเขือเทศห่อ แดงขาว กวางตุ้ง มะนาว กะหล่ำปลีและพริกชี้หนู กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ แอปเปิ้ล แดงโมและสาลี่ กลุ่มสัตว์ ได้แก่ หนุฮาว ไก่ขาวและเบบี๋ว

3) โรงแรม คือ ผู้ประกอบการห้องพักที่มีบริการร้านอาหาร โดยการซื้อสินค้าเกษตรมาประกอบอาหารให้กับนักท่องเที่ยวจากนอกชุมชนที่เข้ามาใช้บริการ ลักษณะของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนจีนที่อาศัยอยู่ในชุมชน มีฐานะดีและเป็นเจ้าของไร่ชา มีความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก ได้แก่ กะหล่ำปลี มะเขือเทศห่อ เบบี๋คอศ พริกชี้หนู ยอดมะระหวาน มะเขือเจ้าพระยา มะนาว กระเทียม ผักกาดขาวปื๊และยอดถั่วสันเตา กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ แดงโมและสับปะรด กลุ่มกานพลูและเครื่องเทศ ได้แก่ ข่าขุ่ยหลงและข่าอีตัม กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิและขิง กลุ่มสัตว์ ได้แก่ หนุฮาว ไก่ดำ ไก่ขาวและปลานิล

4) ร้านอาหาร คือ ร้านที่ซื้อสินค้าเกษตรมาเพื่อประกอบอาหารจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั้งในชุมชนและนอกชุมชน ลักษณะของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนจีนดูนนานที่มีความสามารถในการทำอาหาร คำนึงถึงความสะอาดและความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน

มีความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก ได้แก่ กะหล่ำปลี มะเขือเทศห่อ เบปี่ฮ่องเต้ พริกชี้ฟ้า ยอดมะระหวาน มะเขือเจ้าพระยา มะนาว กระเทียม ผักกาดขาวปลีและยอดถั่วคันเคา กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ แครนและสับปะรด กลุ่มกาแฟและเครื่องเทศ ได้แก่ ข่าทุเรียนและขมิ้นชัน กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิและข้าว กลุ่มสัตว์ ได้แก่ หนุขาว ไก่ดำ ไก่ขาวและปลาฉี่

6.2.3 พ่อค้าคนกลาง คือ ผู้ที่ทำการรวบรวมสินค้าเกษตรในปริมาณมากเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ประกอบการในชุมชนและนอกชุมชน ลักษณะของพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าในหมู่บ้านหรือเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจและมีพรสวรรค์ด้านการค้าขาย มักเป็นคนจีนและอาช่าจีน มีความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ พลับ/เชอร์รี่และพลับ กลุ่มกาแฟและเครื่องเทศ ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ หนุขาว กลุ่มสัตว์ ได้แก่ หนุขาว

6.2.4 ตลาดโครงการหลวง คือ ตลาดที่รับซื้อสินค้าเกษตรของเกษตรกรตามข้อตกลงกับ สวท. โดยกำหนดแผนการผลิตที่ส่งเสริมให้กับเกษตรกร เพื่อนำไปขายต่อหรือส่งโรงงานแปรรูปและผลิตเกษตร เช่น กาแฟของโครงการหลวง มีความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก ได้แก่ เบปี่ฮ่องเต้ เบปี่ฮ่องเต้และฟิดเลย์ กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ สตรอเบอรี่ กลุ่มกาแฟและเครื่องเทศ ได้แก่ กาแฟอาราบิก้า

6.2.5 ตลาดนอกชุมชน คือ ผู้รับซื้อสินค้าเกษตรที่อยู่นอกพื้นที่ชุมชนแม่ฮ่องสอน ซึ่งมีเข้านักท่องเที่ยวจากนอกชุมชน ลักษณะของผู้ประกอบการเป็นพ่อค้าชาวปักษ์หรือชาวสง มีความต้องการสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก ได้แก่ มะเขือเทศห่อ กะหล่ำปลี ผักกาดขาวปลี พริกชี้ฟ้า ยอดมะระหวาน กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น ได้แก่ พลับ/เชอร์รี่และสตรอเบอรี่ กลุ่มข้าวและพืชไร่ ได้แก่ ข้าวไรซ์และข้าวหอมมะลิ กลุ่มสัตว์ ได้แก่ หนุขาว หนุดำและไก่ดำ

6.3 ปริมาณความต้องการและศักยภาพทางการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้านเกษตรของชุมชนแม่ฮ่องสอนในตลาดต่าง ๆ

การศึกษาค้นคว้านี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลปริมาณความต้องการสินค้าเกษตรจากตัวแทนตลาด 5 กลุ่ม ในชุมชนแม่ฮ่องสอนรวมทั้งสิ้น 138 ราย ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้บริโภคในชุมชน จำนวน 56 ราย กลุ่มผู้บริโภคนอกชุมชน จำนวน 30 ราย กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหาร ทั้งในและนอกชุมชน จำนวน 41 ราย กลุ่มพ่อค้าคนกลาง จำนวน 5 ราย และกลุ่มรถเร่ (รถยนต์และรถจักรยานยนต์) จำนวน 6 ราย มีรายละเอียดของปริมาณความต้องการในตลาดประเภทต่าง ๆ ที่แสดงถึงศักยภาพในการทำการตลาดของสินค้าดังกล่าว มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 6.1 ปริมาณความต้องการพืชผักของผู้บริโภค

ปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ปี 2557 (กก./ปี)								
ลำดับ	ชนิด	ผู้บริโภคในชุมชน	ผู้บริโภคนอกชุมชน	ผู้ประกอบการโรงแรม/ ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน	พ่อค้าคนกลาง	รวม	ร้อยละ	
1	มะเขือเทศห่อ	60	862	6,750	-	1,560	9,232	22.94
2	กะหล่ำปลี	20	367	7,050	-	312	7,749	19.25
3	ผักกาดขาวปื	116	619	3,750	-	1,872	6,357	15.79
4	เบบี๋ฮ่องเต้	-	94	6,057	-	-	6,151	15.28
5	พริกชี้หนู	6	711	4,800	-	-	5,517	13.71
6	ยอดมะเขือหวาน	36	450	4,755	-	-	5,241	13.02
	รวม	238	3,103	33,162	0	3,744	40,247	100.00
	ร้อยละ	0.59	7.71	82.40	0.00	9.30	100.00	

หมายเหตุ : จากการสำรวจผู้บริโภค 138 ราย

จากตารางที่ 6.1 แสดงปริมาณความต้องการพืชผักของผู้บริโภคทั้ง 5 กลุ่ม ในปี 2557 ได้แก่ ผู้บริโภคในชุมชน ผู้บริโภคนอกชุมชน ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน พ่อค้าคนกลางและรถเร่ ในปี 2557 พบว่า พืชผักที่มีปริมาณความต้องการมากที่สุด คือ มะเขือเทศห่อ ใบปริมาณ 9,232 กิโลกรัม (ร้อยละ 22.94) รองลงมา ได้แก่ กะหล่ำปลี ปริมาณ 7,749 กิโลกรัม (ร้อยละ 19.25) ผักกาดขาวปลี ปริมาณ 6,357 กิโลกรัม (ร้อยละ 15.79) เบบี๋ฮ่องเต้ ปริมาณ 6,151 กิโลกรัม (ร้อยละ 15.28) พริกชี้ฟ้า ปริมาณ 5,517 กิโลกรัม (ร้อยละ 13.71) และยอดมะระหวาน ปริมาณ 5,241 กิโลกรัม (ร้อยละ 13.02) โดยผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน มีสัดส่วนมากที่สุด ร้อยละ 82.40 รองลงมา คือ รถเร่ ร้อยละ 9.30 ผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 7.71 และผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 0.59 ตามลำดับ



ตารางที่ 6.2 ปริมาณความต้องการไม้ผลและไม้ยืนต้นของผู้บริโภค

ลำดับ	ชนิด	ปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ปี 2557 (กก./ปี)						
		ผู้บริโภคในชุมชน	ผู้บริโภคนอกชุมชน	ผู้ประกอบการโรงแรม/ ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน	พ่อค้าคนกลาง	รอด	รวม	ร้อยละ
1	พื้/มะขวิด	15	43	-	90000	-	90,058	94.55
2	พื้		38	-	5000	-	5,038	5.29
3	สตรอเบอรี่	22	128	-	-	-	150	0.16
	รวม	37	209	0	95,000	0	95,246	100.00
	ร้อยละ	0.04	0.22	0.00	99.74	0.00	100.00	

หมายเหตุ : จากการสำรวจผู้บริโภค 138 ราย

จากตารางที่ 6.2 แสดงปริมาณความต้องการไม้ผลและไม้ยืนต้นของผู้บริโภคทั้ง 5 กลุ่ม ในปี 2557 ได้แก่ ผู้บริโภคในชุมชน ผู้บริโภคนอกชุมชน ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน พ่อค้าคนกลางและรอด ในปี 2557 พบว่า ไม้ผลและไม้ยืนต้นที่มีปริมาณความต้องการมากที่สุด คือ พื้/มะขวิด ในปริมาณ 90,058 กิโลกรัม (ร้อยละ 94.55) รองลงมา คือ สตรอเบอรี่ ปริมาณ 150 กิโลกรัม (ร้อยละ 0.16) โดยพ่อค้าคนกลางมีส่วนมากที่สุด ร้อยละ 99.74 รองลงมา คือ ผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 0.22 และผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 0.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.3 ปริมาณความต้องการการก่และเครื่องต้นของผู้บริโภค

ปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ปี 2557 (กก./ปี)								
ลำดับ	ชนิด	ผู้บริโภคใน ชุมชน	ผู้บริโภคนอก ชุมชน	ผู้ประกอบการโรงแรม/ ร้านอาหารทั้งในและ นอกชุมชน	พ่อค้าคน กลาง	รวม	ร้อยละ	
1	กาแฟอาราบิก้า (กะลา)	-	-	1,060	20,000	-	21,060	100.00
	รวม	0	0	1,060	20,000	0	21,060	100.00
	ร้อยละ	0.00	0.00	5.03	94.97	0.00	100.00	

หมายเหตุ : จากการสำรวจผู้บริโภค 138 ราย

จากตารางที่ 6.3 แสดงปริมาณความต้องการการก่และเครื่องต้นของผู้บริโภคทั้ง 5 กลุ่ม ในปี 2557 ได้แก่ ผู้บริโภคในชุมชน ผู้บริโภคนอกชุมชน ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน พ่อค้าคนกลางและรวม ในปี 2557 พบว่า การก่และเครื่องต้นที่มีปริมาณความต้องการมากที่สุด คือ กาแฟอาราบิก้า (กะลา) ในปริมาณ 21,060 กิโลกรัม (ร้อยละ 100) โดยพ่อค้าคนกลางมีส่วนมากที่สุด ร้อยละ 94.97 รองลงมา คือ ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 5.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.4 ปริมาณความต้องการข้าวและพืชไร่ของผู้บริโภค

ปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ปี 2557 (กบ./ปี)								
ลำดับ	ชนิด	ผู้บริโภคใน ชุมชน	ผู้บริโภคนอก ชุมชน	ผู้ประกอบการโรงแรม/ ร้านอาหารทั้งในและ นอกชุมชน	พ่อค้าคน กลาง	รอด	รวม	ร้อยละ
1	ข้าวไร่	1,140	30,495	-	-	-	31,635	63.31
2	ข้าวหอมมะลิ	2,400	5,403	7,350	-	-	15,153	30.33
3	ชิง	-	1,020	2,160	-	-	3,180	6.36
	รวม	3,540	36,918	9,510	0	0	49,968	100.00
	ร้อยละ	7.08	73.88	19.03	0.00	0.00	100.00	

หมายเหตุ : จากการสำรวจผู้บริโภค 138 ราย

จากตารางที่ 6.4 แสดงปริมาณความต้องการข้าวและพืชไร่ของผู้บริโภคทั้ง 5 กลุ่ม ในปี 2557 ได้แก่ ผู้บริโภคในชุมชน ผู้บริโภคนอกชุมชน ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน พ่อค้าคนกลางและรอด ในปี 2557 พบว่า ข้าวและพืชไร่ที่มีปริมาณความต้องการมากที่สุด คือ ข้าวไร่ ในปริมาณ 31,635 กิโลกรัม (ร้อยละ 63.31) รองลงมา ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ปริมาณ 15,153 กิโลกรัม (ร้อยละ 30.33) และชิง ปริมาณ 3,180 กิโลกรัม (ร้อยละ 6.36) โดยผู้บริโภคนอกชุมชนมีส่วนในการบริโภคมากที่สุด ร้อยละ 73.88 ของทั้งหมด คือ ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 19.03 และผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 7.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.5 ปริมาณความต้องการสัตว์ของผู้บริโภค

ปริมาณความต้องการของผู้บริโภค ปี 2557 (กก./ปี)								
ลำดับ	ชนิด	ผู้บริโภคในชุมชน	ผู้บริโภคนอกชุมชน	ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน	พ่อค้าคนกลาง	โรงเี	รวม	ร้อยละ
1	หมูขาว	24,000	186,100	285,000	38,000	1560	534,660	74.04
2	หมูดำ	30,000	152,000	-	-	-	182,000	25.20
3	ไก่ดำ	144	1,048.5	4,275	-	-	5,467.5	0.76
	รวม	54,144	339,148.5	289,275	38,000	1,560	722,128	100.00
	ร้อยละ	7.50	46.97	40.06	5.26	0.22	100.00	

หมายเหตุ : จากการสำรวจผู้บริโภค 138 ราย

จากตารางที่ 6.5 แสดงปริมาณความต้องการสัตว์ของผู้บริโภคทั้ง 5 กลุ่ม ในปี 2557 ได้แก่ ผู้บริโภคในชุมชน ผู้บริโภคนอกชุมชน ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน พ่อค้าคนกลางและโรงเี ในปี 2557 พบว่า สัตว์ที่มีปริมาณความต้องการมากที่สุด คือ หมูขาว ในปริมาณ 534,660 กิโลกรัม (ร้อยละ 49.89) รองลงมา ไก่ดำ ปริมาณ 355,029 กิโลกรัม (ร้อยละ 33.13) และหมูดำ ปริมาณ 182,000 กิโลกรัม (ร้อยละ 16.98) โดยผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนมีส่วนมากที่สุด ร้อยละ 53.19 รองลงมา คือ ผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 38.07 และผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 5.05 พ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 3.55 และโรงเี ร้อยละ 0.15 ตามลำดับ

6.4 ศักยภาพการผลิต

การผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มพืชผัก จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า เบบี่คอสม มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 6,450 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 6,850 กิโลกรัมในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.20) รองลงมา คือ เบบี่ยอแล้ ผัก 400 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 4,350 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 987.50) พืช ผัก 300 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 4,190 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 1,296.50) ผัก ผัก 1,500 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 3,300 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 120) มะเขือเทศเนื้อ ผัก 412 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,612 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 291.26) ตะบั่ว ผัก 870 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,470 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 68.97) ยอดมะระหวาน ผัก 700 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,210 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 72.86) มะเขือเทศหัว ผัก 350 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 950 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 171.43)

การผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า พันธ์/เชอรี่ มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 29,800 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 5,450 กิโลกรัมในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 81.71) รองลงมา คือ ลิ้นจี่ ผัก 2,500 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 4,000 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 60.00) สดรเบอรี่ ผัก 700 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,060 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 51.43) ท้อ ไม่มีผลผลิต ในปี 2556 แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 1,030 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 103,000.00) อุ่น ไม่มีผลผลิต ในปี 2556 แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 900 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 90,000.00) บัวะ ไม่มีผลผลิต ในปี 2556 แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 400 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 40,000.00) เสาวรสเปรี้ยว ผัก 400 กิโลกรัม ในปี 2556 และผลิตในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 เสาวรสหวาน ผัก 150 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 160 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.67) พืช ผัก 120 กิโลกรัม ในปี 2556 และผลิตในปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 และตะบั่วเบอรี่ ไม่มีผลผลิต ในปี 2556 แต่มีผลผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 40 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4,000.00)

ปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มการแปรรูปและเครื่องดื่ม จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า กาแฟอาราบิก้า มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 9,000 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 10,400 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.56) รองลงมา คือ ชาอู่หลง ผัก 100 กิโลกรัม ในปี 2556 และผลิตปริมาณเท่ากันในปี 2557

การผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มข้าวและพืชไร่ จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า ข้าวไร่ มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 27,495 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 10,395 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดร้อยละ 62.19) ข้าว ผัก 1,640 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 1,680 กิโลกรัม ในปี 2557

(เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.44) ถั่วแดงและถั่วแดงหลวง ผลสด 30 กิโลกรัม ในปี 2556 เพิ่มขึ้นเป็น 830 กิโลกรัม ในปี 2557 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 2,666.67)

การผลิตสินค้าเกษตรกลุ่มสัตว์ จากเกษตรกร 21 ราย พบว่า หนูดำ มีปริมาณการผลิตมากที่สุด 1,120,000 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 1,070,000 กิโลกรัมในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 4.46) รองลงมา คือ หนูสุ่น ผลสด 150,000 กิโลกรัม ในปี 2556 และผลิตปริมาณที่เท่ากัน ในปี 2557 ไก่ดำ ผลสด 2,529 กิโลกรัม ในปี 2556 ลดลงเป็น 2,524.5 กิโลกรัม ในปี 2557 (ลดลงร้อยละ 2.60)

6.5 โอกาสทางการตลาดภายในและภายนอกชุมชน

ผลการศึกษาประกอบไปด้วยข้อมูลการผลสดทั้งภายในและภายนอกชุมชน ช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชน รวมถึงความต้องการซื้อผู้ประกอบการในแต่ละช่องทาง ที่จะแสดงถึงโอกาสทางการตลาดสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชน อธิบายได้ตามกลุ่มสินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม ดังนี้

6.5.1 กลุ่มพืชผัก

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของมะเขือเทศห่อ พบว่า ในปี 2557 มะเขือเทศห่อผลสดในชุมชน จำนวน 950 กิโลกรัม (100%) ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชนมากที่สุด ร้อยละ 85 รองลงมาคือ ผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 10 และผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 5 ส่วนมะเขือเทศห่อผลสดนอกชุมชน จำนวน 8,262 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 80 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน และอีกร้อยละ 20 ให้นำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั้งในและนอกชุมชน จะเห็นว่ามะเขือเทศห่อผลสดในชุมชนไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นเกษตรกรสามารถเพิ่มกำลังการผลิตมะเขือเทศห่อได้ยาก จะทำให้ช่วยลดการนำเข้ามะเขือเทศห่อจากนอกชุมชนได้

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของพริกขี้หนู พบว่า ในปี 2557 มีการนำเข้าพริกขี้หนูจากนอกชุมชนทั้งหมด 5,517 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 87 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน รองลงมา คือ ผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 10 และผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 3 หากในชุมชนมีการส่งเสริมให้ผลิตพริกขี้หนูที่มีคุณภาพภายในชุมชนได้ก็จะสามารถช่วยลดการนำเข้าพริกขี้หนูจากภายนอกชุมชนได้

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของกะหล่ำปลี พบว่า ในปี 2557 กะหล่ำปลีผลสดในชุมชนส่งตรงถึงผู้บริโภคในชุมชนทั้งหมด ร้อยละ 100 และมีกะหล่ำปลีที่ผลิตจากนอกชุมชนจำนวน 7,437 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 76 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 20 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน และร้อยละ 4 ระบุว่าเป็นผู้นำเข้า

มาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคทั้งในและนอกชุมชน ดังนั้นหากในชุมชนสามารถผลิตกะหล่ำปลีที่มีคุณภาพส่งให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ก็จะช่วยลดการนำเข้าจากแหล่งผลิตจากนอกชุมชน

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของผักกาดขาวปลี พบว่า ในปี 2557 ผักกาดขาวปลีผลิตในชุมชนส่งตรงถึงผู้บริโภคในชุมชนทั้งหมด ร้อยละ 100 และมีผักกาดขาวปลีที่ผลิตภายนอกชุมชนจำนวน 6,357 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 60 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 10 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน และร้อยละ 30 रहेเป็นผู้นำเข้ามาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคทั้งในและนอกชุมชน ดังนั้นหากในชุมชนสามารถผลิตกะหล่ำปลีที่มีคุณภาพส่งให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ก็จะช่วยลดการนำเข้าจากแหล่งผลิตจากนอกชุมชน

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของเบบี่ฮ่องเต้ พบว่า ในปี 2557 เบบี่ฮ่องเต้ที่ผลิตในชุมชนจำนวน 4,350 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 79 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 19 ส่งถึงโครงการหลวง และร้อยละ 2 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน นอกจากนี้เบบี่ฮ่องเต้ที่ผลิตนอกชุมชน จำนวน 1,801 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 41 ของที่ผลิตในชุมชน ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ดังนั้น หากในชุมชนสามารถเพิ่มกำลังการผลิตเบบี่ฮ่องเต้ เพื่อส่งให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชนได้ จะสามารถช่วยลดการนำเข้าเบบี่ฮ่องเต้จากนอกชุมชนได้

ตลาดภายในและภายนอกชุมชนของยอดมะระหวาน พบว่า ในปี 2557 ยอดมะระหวานผลิตในชุมชน จำนวน 1,210 กิโลกรัม (100%) ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 60 ส่งถึงผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 30 และส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน ร้อยละ 10 นอกจากนี้ยังมียอดมะระหวานจากนอกชุมชน จำนวน 4,031 กิโลกรัม ส่งให้ผู้ประกอบการถึงร้อยละ 80 และร้อยละ 20 ถึงผู้บริโภคนอกชุมชน ดังนั้น ควรเพิ่มการผลิตยอดมะระหวานในชุมชนเพิ่มขึ้น เพื่อจะได้ลดการนำเข้ายอดมะระหวานจากนอกชุมชน

6.5.2 กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของพริก/เชอร์รี่ พบว่า ในปี 2557 พริก/เชอร์รี่ที่ผลิตนอกชุมชน จำนวน 84,608 กิโลกรัม ส่งถึงพ่อค้าคนกลางทั้งหมด ร้อยละ 100 และพริก/เชอร์รี่ที่ผลิตในชุมชน 5,450 กิโลกรัม คิดเป็น ร้อยละ 6 ของที่ผลิตนอกชุมชน โดยร้อยละ 97 ของพริก/เชอร์รี่ที่ผลิตในชุมชน ส่งถึงพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 2 ส่งถึง ผู้บริโภคนอกชุมชน และร้อยละ 1 ถึงผู้บริโภคในชุมชน

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของพลับ โดยพบว่า ในปี 2557 พลับในชุมชนจำนวน 5,038 กิโลกรัม ส่งถึงพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 99 และผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 1

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของสหกรณ์ฯ พบว่า ในปี 2557 สหกรณ์ฯ
ที่ผลิตในชุมชน จำนวน 1,060 กิโลกรัม ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน ร้อยละ 98 และผู้บริโภคในชุมชน
ร้อยละ 2 ดังนั้นจึงควรเพิ่มการผลิตสหกรณ์ฯ เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภคนอกชุมชน
ให้มากขึ้น

6.5.3 กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของกาแฟอาราบิก้า พบว่า ในปี 2557
กาแฟอาราบิก้าที่ผลิตในชุมชน จำนวน 10,400 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 90 ส่งถึงพ่อค้าคนกลาง
ทั้งในและนอกชุมชน และอีกร้อยละ 10 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน

6.5.4 กลุ่มข้าวและพืชไร่

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของข้าวไร่ พบว่า ในปี 2557 ข้าวไร่ที่ผลิต
ในชุมชน จำนวน 10,395 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 90 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน และอีกร้อยละ 10
ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของข้าวหอมมะลิ พบว่า ในปี 2557
ข้าวหอมมะลิมาจากการผลิตนอกชุมชน จำนวน 15,153 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 49 ส่งถึง
ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 36 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน และอีกร้อยละ
15 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน โดยข้าวหอมมะลิเป็นพืชที่สามารถรวมได้ร่วมกับพืชนอกชุมชน
ได้

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของพืชไร่ พบว่า ในปี 2557 พืชไร่ที่ผลิตในชุมชน
จำนวน 1,680 กิโลกรัม (100%) ร้อยละ 50 ส่งถึง ผู้บริโภค และอีกร้อยละ 50 ส่งถึงผู้ประกอบการ
โรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ส่วนพืชไร่ที่ผลิตนอกชุมชน จำนวน 1,500 กิโลกรัม ส่งถึง
ผู้ประกอบการโรงแรม/ร้านอาหารทั้งในและนอกชุมชน ร้อยละ 90 และผู้บริโภคนอกชุมชน
อีกร้อยละ 10

6.5.5 กลุ่มสัตว์

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของไก่ดำ พบว่า ในปี 2557 ไก่ดำที่ผลิต
ในชุมชน จำนวน 1,683 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 90 ส่งถึงพ่อค้าคนกลาง และอีกร้อยละ 10
ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน ส่วนไก่ดำที่ผลิตนอกชุมชน จำนวน 3,784.5 กิโลกรัม โดยร้อยละ 70 ส่งถึง
พ่อค้าคนกลาง และอีกร้อยละ 30 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน

การตลาดภายในและภายนอกชุมชนของหมูดำ พบว่า ในปี 2557 หมูดำที่ผลิต
ผลิตในชุมชน จำนวน 182,000 กิโลกรัม (100%) โดยร้อยละ 84 ส่งถึงผู้บริโภคนอกชุมชน และอีกร้อยละ
ร้อยละ 16 ส่งถึงผู้บริโภคในชุมชน

6.6 แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตร

การสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรมีแนวทางต่าง ๆ ตามตามกลุ่มสินค้า ดังนี้

6.6.1 กลุ่มพืชผัก

1) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของของพืชผัก

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า พืชผัก มีช่องทางการตลาด 7 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน 3) ร้านค้าในชุมชน 4) ร้านอาหาร/โรงแรมในชุมชน 5) ร้านค้านอกชุมชน 6) รถเร่ และ 7) โครงการหลวง โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรในพื้นที่โครงการฯของโครงการหลวงแม่สลอง ดังนี้ กลุ่มพืชผัก พบว่า มะเขือเทศสีด เบบี้อย่างดี กะหล่ำปลี ผักกาดขาวปลีและยอดมะระหวาน มีโอกาสทางการตลาดสูงในการจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการโรงแรมและร้านอาหาร ทั้งในและนอกชุมชนเพื่อทดแทนการนำเข้ามะเขือเทศจากนอกชุมชนสูงถึง 80%, 79%, 76%, 60% ตามลำดับ ส่วนพริกชี้ฟ้า มีโอกาสในการตลาดที่สูงมากในการผลิตในชุมชนและเกือบทั้งหมดนำเข้าจากนอกชุมชน

2) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของของไม้ผลและไม้ยืนต้น

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า ไม้ผลและไม้ยืนต้น มีช่องทางการตลาด 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน และ 3) พ่อค้าคนกลาง โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรในพื้นที่โครงการฯของโครงการหลวงแม่สลอง ดังนี้ กลุ่มไม้ผลและไม้ยืนต้น พบว่า พืชผักผลไม้ มีโอกาสทางการตลาดในการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางทั้งในและนอกชุมชนได้มาก เพราะกำลังการผลิตในปัจจุบันพบได้เพียง 6% ของผลผลิตของชุมชน ส่วนสตรอเบอร์รี่มีโอกาสทางการตลาดที่สูงในการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในชุมชน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว ส่วนกล้วยสามารถทำการตลาดผ่านพ่อค้าคนกลางได้สูงสุดถึง 99%

3) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของของกาแฟและเครื่องดื่ม

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอกชุมชนพบว่า กาแฟและเครื่องดื่ม มีช่องทางการตลาด 2 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน และ

2) พ่อค้าคนกลาง โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตร ในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง ดังนี้ กลุ่มกาแฟและเครื่องดื่ม พบว่า กาแฟอาราบิก้า มีศักยภาพสูงสุดในการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางทั้งในและนอกชุมชนสูงถึง 50 %

4) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของ ของข้าวและพืชไร่

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอก ชุมชนพบว่า สินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม มีช่องทางการตลาด 5 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน 3) ร้านค้าในชุมชน 4) ร้านอาหาร/โรงแรมในชุมชน และ 5) ร้านค้านอกชุมชน โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาดที่แตกต่างกันตามกลุ่ม ผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้า เกษตรในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง ดังนี้ กลุ่มข้าวและพืชไร่ พบว่า ข้าวไร่ มีศักยภาพสูงสุดในการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคนอกชุมชนสูงถึง 90 % ส่วนข้าวพุดและลิ้นจี่ควรสร้าง โอกาสให้กับสินค้าที่ผลิตร่วมกับตลาดในอำเภอฝางและอำเภอแม่อาว ส่วนซึ่งสามารถทำการผลิต ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหาร/โรงแรมได้สูงสุด 50 % สามารถพัฒนาขึ้นจากนอกชุมชนได้ อีกเล็กน้อย

5) แนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของ สัตว์

ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดของสินค้าเกษตรทั้งภายในและภายนอก ชุมชนพบว่า สินค้าเกษตรทั้ง 5 กลุ่ม มีช่องทางการตลาด 3 ช่องทาง ได้แก่ 1) ผู้บริโภคในชุมชน 2) ผู้บริโภคนอกชุมชน และ 3) พ่อค้าคนกลาง โดยสินค้าเกษตรในแต่ละกลุ่ม มีช่องทางการตลาด ที่แตกต่างกันตามกลุ่มผู้บริโภค เพื่อกำหนดแนวทางในการสร้างโอกาสทางการตลาดและช่องทาง การจัดจำหน่ายของสินค้าเกษตรในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง ดังนี้ กลุ่มสัตว์ พบว่า ไก่ดำมีศักยภาพสูงสุดในการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางสูงถึง 90 % และสามารถพัฒนา ไปสู่จากนอกชุมชนได้เล็กน้อย