



รายงานฉบับสมบูรณ์
(Final Report)

โครงการวิจัยศักยภาพด้านการตลาด
ในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง
Marketing Potential Research
in Royal Project Extension Area

แผนงานวิจัย : ด้านการตลาดของสินค้าบนพื้นที่สูงและการพัฒนาความเข้มแข็งของ
ระบบงานวิจัย

นฤมล กิณภักกรณ์ และคณะ

สนับสนุนทุนวิจัยโดย สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

รายงานฉบับสมบูรณ์

(Final Report)

โครงการวิจัยศักยภาพด้านการตลาด
ในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง
Marketing Potential Research
in Royal Project Extension Area

แผนงานวิจัย : ด้านการตลาดของสินค้าบนพื้นที่สูงและการพัฒนาความเข้มแข็งของ
ระบบงานวิจัย

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- | | |
|------------------------------|--------------------------------------|
| 1. รศ. ดร. นฤมล กิมภากรณ์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 2. รศ. อรชร มณีสงฆ์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 3. ผศ. ดร. ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4. ดร. วิสุทธธ จิตอารี | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 5. น.ส. กอบลาภ จันทรศัพท์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |

กันยายน 2559

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) ที่สนับสนุนงบประมาณ ประจำปี พ.ศ.2559 เพื่อวิจัยในโครงการวิจัยศักยภาพด้านการตลาดในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง รุ่นน้ำปิง

การดำเนินการวิจัยมีบางส่วนได้หาทราบได้จากความร่วมมือ ของเจ้าหน้าที่สถาบันวิจัย และพัฒนาพื้นที่สูง เจ้าหน้าที่โครงการขยายผลโครงการหลวง ทั้ง 11 แห่ง เจ้าหน้าที่ฝ่ายการผลิต และตลาด พ่อค้าคนกลางทั้งระดับการค้าส่ง และปลีก เกษตรกร พนักงานราชการ และผู้บริหารที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ และให้ข้อมูลต่างๆ รวมทั้งการต้อนรับ และอำนวยความสะดวกในระหว่างการเก็บข้อมูลให้แก่คณะผู้วิจัยเป็นอย่างดี คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณศูนย์วิศวกรรมเพื่อการจัดการ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่ให้การสนับสนุนการใช้อุปกรณ์สนับสนุนการดำเนินการวิจัย ของพี่แหว่ต่ง ๆ รวมถึงสถานที่ในการดำเนินการจัดทำวิจัย จนโครงการนี้สำเร็จลงไปด้วยดี ขอขอบพระคุณเจ้าของเอกสารและงานวิจัยทุกท่าน ที่คณะผู้วิจัยได้นำมาอ้างอิงในการวิจัย จนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงไปด้วยดี

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2559



คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	นางณัฐมล คิมภากรณ์
ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ)	Narumon Kimpakorn, Ph.D.
คุณวุฒิ	ปริญญาเอก
ตำแหน่ง (ทางวิชาการ/ราชการ)	รองศาสตราจารย์
หน่วยงาน	ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่อยู่	239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
โทรศัพท์/โทรสาร	053-94-2135
E-mail	narumon.chan@gmail.com

นักวิจัยร่วมโครงการ

- | | |
|-----------------------------|--|
| ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) | นางอรชร มณีสงฆ์ |
| ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) | Orachom Maneesong |
| คุณวุฒิ | ปริญญาเอก |
| ตำแหน่ง (ทางวิชาการ/ราชการ) | รองศาสตราจารย์ |
| หน่วยงาน | ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| ที่อยู่ | 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ |
| โทรศัพท์/โทรสาร | 053-94-2103 |
| E-mail | omaneesong@yahoo.com |
- | | |
|-----------------------------|--|
| ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย) | นายชัยวุฒิ ตั้งสนชัย |
| ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ) | Chaiwuthi Tangsomchai |
| คุณวุฒิ | ปริญญาเอก |
| ตำแหน่ง (ทางวิชาการ/ราชการ) | ผู้ช่วยศาสตราจารย์ |
| หน่วยงาน | ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| ที่อยู่ | 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ |
| โทรศัพท์/โทรสาร | 053-94-2103 |
| E-mail | chaiwuthk@gmail.com |

3. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	นายวิสูตร จิตอารี
ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ)	Wisutorn Jitaree
คุณวุฒิ	ปริญญาเอก
ตำแหน่ง (ทางวิชาการ/ราชการ)	อาจารย์
หน่วยงาน	ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่อยู่	239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
โทรศัพท์/โทรสาร	053-94-2103
E-mail	wisutorn.jg@nu.ac.th

4. ชื่อ-สกุล (ภาษาไทย)	นางสาวกมลชนก จันทศิริ
ชื่อ-สกุล (ภาษาอังกฤษ)	Koblarp Chandrasapth
คุณวุฒิ	ปริญญาโท
ตำแหน่ง (ทางวิชาการ/ราชการ)	อาจารย์
หน่วยงาน	ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่อยู่	239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
โทรศัพท์/โทรสาร	053-94-2103
E-mail	Koblarp_c@hotmail.com



บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาวิจัยศักยภาพด้านการตลาดในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง ซึ่งเป็นพื้นที่ดำเนินงานของ สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 4 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดของครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง 2) เพื่อศึกษาข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง 3) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง และ 4) เพื่อวิเคราะห์และจัดทำกลยุทธ์และ แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง

ผลการศึกษาจำแนกได้ ออกเป็น 4 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การวิจัยคือ

1) ผลการศึกษารัฐธรรมนูญและการตลาดของครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่ขยายผลโครงการหลวง โดยผลการศึกษาภาพรวมการดำเนินงานเปรียบเทียบกับ ปี 2557 และ 2558 พบว่าในด้านจำนวนการส่งเสริมเกษตรกร พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงไโน มีจำนวนเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมเพิ่มขึ้นมากที่สุด และพื้นที่ที่เกษตรกรได้รับการส่งเสริมมีจำนวนลดลงคือ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ะลอส และพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงป่าเมป ในด้านพื้นที่เพาะปลูก พื้นที่ที่มีปริมาณพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นมากที่สุด คือ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงไโน และพื้นที่ที่มีปริมาณการเพาะปลูกลดลงมากที่สุด คือ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งซอด ในด้านปริมาณขาย (กิโลกรัม) พื้นที่ที่มีปริมาณผลผลิตจำหน่ายมากที่สุดคือ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงไโน และพื้นที่ที่มีปริมาณจำหน่ายผลผลิตลดลงมากที่สุด คือ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งซอด ในด้านมูลค่าขาย (บาท) พื้นที่ที่มีมูลค่าขายผลผลิตมากที่สุด คือ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงไโน และพื้นที่ที่มีมูลค่าขายผลผลิตลดลงมากที่สุด คือ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางหินฝน ด้านช่องทางจำหน่าย ผัก ผลไม้ ดอกไม้ไม่กระด้าง ได้สรุปเป็นแผนภาพ แสดงในภาพที่ 1 ผลการศึกษาศักยภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่ในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง โดยพิจารณาจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลผลิตรวมพบว่า พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงไโน มีมูลค่าสูงเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ะลอส พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงป่ากล้วย พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงคอกบู่ พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยเม็ก พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงผาแดง พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งซอด พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางหินฝน พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงป่าเมป พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางมะเเ และพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน ตามลำดับ

ภาพที่ 1 สรุปช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง



2) ผลการศึกษาความต้องการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง กลุ่มน้ำบึงในผลผลิต 3 ประเภท ได้แก่ พืชผัก ไม้ผล และไม้ดอก ในระดับคำสั่งค้าปลีกและในด้านการต้องการของผู้บริโภค

โดยผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาดพืชผัก จากการสอบถามคนกลางระดับค้าส่งและค้าปลีก และการสัมภาษณ์ผู้รวบรวมผลผลิตทางการเกษตร บริเวณตลาดเมืองใหม่ ตลาดแม่ใจ ตลาดรับซื้อเชิงเขา ในช่วงเดือน สิงหาคม 2559 ทางผู้รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรมีข้อเสนอแนะว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมงานมีบทบาทอย่างมาก ในการมีส่วนช่วยทำให้ผลผลิตมีคุณภาพ ทำให้เกษตรกรมีผลผลิตที่มีคุณภาพส่งมอบให้กับเกษตรกร และทำให้จำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้นตามมา จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าส่ง พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในการซื้อขายผลผลิตได้แก่ ปัญหาที่ไม่ได้รับสินค้าครบถ้วนตามที่สั่งซื้อ การซึ่งอาจเกิดจากเกษตรกรไม่สามารถผลิตได้ทัน และปัญหาผลผลิตที่เกิดได้ในปริมาณน้อยกว่าปกติในช่วงฤดูฝน ในส่วนของผู้ค้าปลีก พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นในการซื้อขายผลผลิตได้แก่ ปัญหาขายผลผลิตไม่หมดมักจึงสูญไม่สดใหม่ ซึ่งมีการแก้ไขโดยการตัดแต่งใหม่ และปัญหาผลผลิตที่จำหน่ายได้ในปริมาณน้อยกว่าปกติในช่วงฤดูฝน และจากการสัมภาษณ์ผู้รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรพบว่า โดยส่วนใหญ่จะพบปัญหาพืชผักไม่ได้คุณภาพตามที่กำหนด แต่เกษตรกรมีความเข้าใจว่าผลผลิตได้มาตรฐานตามที่สั่งซื้อแล้ว เกษตรกรบางรายจึงไม่ยอมจำหน่ายผลผลิตตามที่ได้รับซื้อเพราะมีราคาให้

สรุปข้อมูลด้านผู้บริโภคพืชผักพบว่า ผู้บริโภคส่วนมาก ร้อยละ 47.92 เลือกซื้อพืชผักท้องถิ่น จากเกษตรกรในพื้นที่อื่น เช่น ผลัดกันดินตลาดทั่วไป ตลาดชุมชน ไม่ได้สนใจแหล่งที่มา โดยให้ความสำคัญกับความสะดวกของพืชผักมากที่สุด โดยจะซื้อประจำอย่างน้อย อาทิตย์ละ 1 ครั้ง ที่ตลาดทั่วไป เช่น ตลาดวโรรส ตลาดคันสาย ตลาดคันพะยอม และซื้อพืชผักทั้ง ผักไร้สาร ผักอินทรีย์และ ผักทั่วไปตามการรับรู้ของผู้บริโภคตลอดทั้งปีแล้วแต่ความสะดวก ประเภทผักที่นิยมบริโภคมากที่สุดคือผักสด ร้อยละ 50 และผักปรุงให้สุกร้อยละ 48

ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาดไม้ผล พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นสำหรับผู้รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเพราะเป็นเกษตรกรที่ติดต่อซื้อขายกันมานาน โดยจะมีรุ่นที่เกิดการเสียหายบางครั้ง ซึ่งผู้รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรจะหักน้ำหนักในส่วนที่เสียหายและแจ้งกลับไปยังเกษตรกร สำหรับปัญหาที่เกิดขึ้นในการซื้อขายผลผลิตของผู้ค้าส่งไม้ผล ปัญหาไม่ได้รับสินค้าครบถ้วนตามที่ต้องการ ปริมาณผลผลิตมีน้อย ซึ่งอาจเกิดจากเกษตรกรไม่สามารถผลิตได้ทัน ผลไม้บางชนิดไม่มีจำหน่ายในทุกฤดู ซึ่งจะมีออกตามฤดูกาลเท่านั้น และปัญหาในการรับซื้อผลผลิตจากโครงการขยายผลโครงการหลวงคือ ช่องทางในการเข้าไปเลือกซื้อสินค้าแบบ ทำให้เลือกซื้อสินค้าลำบาก ข้อเสนอแนะจากผู้ค้าส่งสำหรับโครงการขยายผลโครงการหลวง คือมีระบบการจัดคิวเวลาในการซื้อ ควรให้ทุกรายที่ไปซื้อได้รับผลไม้เท่าเทียมกัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในการซื้อขายผลผลิตของผู้ปลูก ไม้ผล ปัญหาที่ผู้ปลูกขายสินค้าไม่หมดทำให้สินค้าเน่าเสีย และต้องทิ้งโดยเปล่าประโยชน์ ทั้งนี้ผู้ค้าปลีกได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ผลไม้บางชนิดสามารถนำไปออกเลือกขายได้ในส่วนของผลผลิตในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองล้าน เกษตรกรจะนำมาจำหน่ายในตลาดใกล้หมู่บ้าน และจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่งหรือผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคที่แวะเวียนมาซื้อ

ข้อมูลด้านผู้บริโภคไม้ผล พบว่า ผลไม้ที่มีนิยมนิยมมากที่สุดคือ ผลไม้สดคิดเป็นร้อยละ 92.5 โดยให้ความสำคัญกับ ความสะอาดของผลไม้มากที่สุด ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลไม้เป็นประจำอย่างน้อยอาทิตย์ละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 90 และมีจะเลือกซื้อผลไม้จากซูเปอร์มาร์เก็ตร้อยละ 80 โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ ซื้อผลผลิตทั้ง ผลไม้ไร้สาร ผลไม้อินทรีย์และ ผลไม้ทั่วไปตามการรับรู้ของผู้บริโภคละกันไปแล้วแล้วละดวง ร้อยละ 35.56

ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาดไม้ประดับ และดอกไม้สด พบว่า ผลผลิตของโครงการขยายผลโครงการหลวงเป็นสินค้าเกรดดี มีคุณภาพสูง แต่บางครั้งยังมีมาตรฐานการคัดเลือกที่สูงกว่าที่เกษตรกรประมาณการไว้ เกษตรกรไม่มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตเมื่อสินค้าไม่ผ่านเกณฑ์ จึงให้ข้อเสนอแนะให้หาตลาดรองรับ สินค้าโครงการขยายผลโครงการหลวงเป็นที่รับรู้ว่ามีคุณภาพดี แต่ในบางคราวก็ไม่สามารถหาซื้อได้ โดยจำต้องซื้อจากเกษตรกรที่ขายสินค้าเกรดต่ำลงมาเล็กน้อย ผู้รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคยังคงมีความนิยมดอกไม้้อย่างต่อเนื่อง ฉะนั้นจึงอยากให้นักธุรกิจยังคงผลิตดอกไม้สดมาเสนอ เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้ดีและเป็นการสร้างอาชีพให้คนในพื้นที่อีกด้วย จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าส่งดอกไม้สดพบว่าปัญหาใน กลุ่มที่ทำไม้สินค้าแบบและไม้ของเสียปริมาณมาก ทำให้จำเป็นต้องซื้อผลผลิตที่ไม่ได้คุณภาพเพื่อนำมาจำหน่าย บางคราวเกษตรกรบางรายมีสัญญาซื้อขายแล้วนำไปจำหน่ายให้กับเจ้าอื่นแทน เป็นปัญหาการแบ่งลูกค้า อีกทั้งสภาพตลาดค่อนข้างจะซบเซา ราคาผลผลิตจึงตกต่ำลง สินค้าที่ขนส่งไปจำหน่ายที่ปากคลองตลาด ไม่สามารถวางขายได้ เพราะทางปากคลองตลาดไม่มีการจัดสรรพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าให้ สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งเนื่องจากผลผลิตที่ออกในบางฤดูล้นตลาด ตลาดไม่มีที่รองรับ เกษตรกรเดือดร้อนไม่มีช่องทางการจำหน่าย หรือระบายสินค้า ในส่วนของผู้ค้าปลีกดอกไม้สด พบปัญหาที่ไม่สามารถจำหน่ายผลผลิตได้หมด แต่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้โดยการนำดอกไม้ที่ไม่สามารถจำหน่ายได้มาจัดซื้อเพื่อจำหน่าย และเป็นแหล่งรายได้ดีอีกทางหนึ่ง

สรุปข้อมูลด้านผู้ซื้อไม้ดอกพบว่า ซื้อดอกไม้ในตลาดสดทั่วๆไป ร้อยละ 41.03 รองลงมาร้อยละ 30.77 ซื้อทั้ง 3 ประเภทตามการรับรู้ของผู้บริโภค คือ ดอกไม้ปลูกด้วยวิธีสาร ดอกไม้อินทรีย์ และดอกไม้ในตลาดสด ทั่วๆไปร้อยละ 10.67 และส่วนน้อยจะซื้อดอกไม้เป็นประจำ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง และส่วนใหญ่ ซื้อจากตลาด ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 97.5 เช่น ตลาดหัวจรส ตลาดต้นลำไย ตลาดต้นพยอม โดยส่วนมาก นิยมซื้อเป็นมัดหรือ เป็นกำไปประกอบพิธี เพื่อไปจัดเองคิดเป็น ร้อยละ 42.50

3) ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดในพื้นที่ที่โครงการขยายผลโครงการหลวงขุนน้ำปิง พบว่า ปริมาณความต้องการของตลาดและปริมาณผลผลิต พืชผัก ไม้ผล และไม้ดอกไม้ประดับ พบว่า (1) ศักยภาพ ตลาดสำหรับพืชผักในพื้นที่ภาคเหนือ ประมาณการได้เป็น 451,085.25 ตันต่อปี สัดส่วนปริมาณการผลิตรวม ของพืชผักในพื้นที่ภาคเหนือ คิดเป็น 224,647.2 ตันต่อปี ปริมาณผลผลิตพืชผักในพื้นที่โครงการขยายผล โครงการหลวงขุนน้ำปิง ที่ได้รับการส่งเสริมในช่วงปี พ.ศ.2558 รวม 629.095 ตันต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 0.28 ของปริมาณการผลิตรวมของพืชผักในพื้นที่ภาคเหนือ (2) ศักยภาพตลาดสำหรับผลไม้ในพื้นที่ภาคเหนือมี อยู่ประมาณ 1,176,922.4 ตันต่อปี สัดส่วนปริมาณการผลิตรวมของผลไม้ในพื้นที่ภาคเหนือ คิดเป็น 589,752.2 ตันต่อปี ปริมาณผลผลิตผลไม้ในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงขุนน้ำปิง ที่ได้รับการส่งเสริม ในช่วงปี พ.ศ.2558 รวม 76.999 ตันต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 0.013 ของปริมาณการผลิตรวมของผลไม้ใน พื้นที่ภาคเหนือ (3) ไม้ดอกไม้ประดับได้รับการส่งเสริมให้เป็นไม้เศรษฐกิจของประเทศไทยคือ กล้ายไม้ รองลงมา คือ กุหลาบ ดาวเรือง เบญจมาศ เมอเป้ รา ลิลลี่ แกลดิโอลัส เฟิร์น สับปะรดสี และนกกัที่ จังหวัด เชียงใหม่พื้นที่ปลูกไม้ดอกไม้ประดับ 4115.25 ไร่ (2555) โดยเฉพาะอำเภอมะแมร์ (พื้นที่ปลูกประมาณ 1,700 ไร่) และแม่ว่ง (พื้นที่ปลูกประมาณ 1,200 ไร่) ปริมาณผลผลิตดอกไม้ในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง ขุนน้ำปิง ที่ได้รับการส่งเสริมในช่วงปี พ.ศ.2558 รวม 347,735 บาทต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 14.29 ของ ปริมาณการผลิตรวมของดอกไม้ในเชียงใหม่ ตลาดสำหรับผลผลิตกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับในพื้นที่ภาคเหนือ พบว่า ความต้องการในการบริโภคไม้ดอกไม้ประดับในพื้นที่ภาคเหนือ ปัจจุบันความนิยมใช้ไม้ตัดดอก ไม้ดอก กระถาง และไม้ตัดใบได้เพิ่มขึ้น

ผลการศึกษาศักยภาพทางเศรษฐกิจของผลผลิตในพื้นที่ที่โครงการขยายผลโครงการหลวงขุนน้ำปิง โดยพิจารณาจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลผลิตรวม พบว่า พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงใน มี มูลค่าสูงเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ แม่ะฮอด ปากฮ้วย ดอยปูย ห้วยเป้า ผาแดง โหล่จอด ปางหินฝน ป่าแม่ ป่ามะโอ และคลองอาน ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ ได้ศึกษาโดยคำนึงปัจจัยอื่นๆนอกเหนือจาก มูลค่าทาง เศรษฐกิจของผลผลิตรวมด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีทัศน์ขององค์กร สามารถนำข้อมูลข้างต้นมา วิเคราะห์ร่วมกัน โดยเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในโดยใช้ แนวคิด ห่วงโซ่คุณค่า เพื่อกำหนดจุดแข็ง และจุดอ่อน ประกอบกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก นำมาประกอบเป็นโอกาสและอุปสรรค ได้ดังนี้

พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงมีจุดแข็งในด้าน 1) ด้านความชำนาญของเกษตรกรในพื้นที่ 2) ด้านความร่วมมือและเครือข่ายในชุมชนพื้นที่ 3) ด้านระบบการส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่ 4) ด้านสภาพทางภูมิอากาศและพื้นที่ อย่างไรก็ตามพบว่า พื้นที่ต่างๆภายใต้การดำเนินงานของโครงการขยายผลโครงการหลวงมีน้ำบึง

พื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงมีจุดอ่อนในด้าน 1) ด้านสภาพของเกษตรกรและครัวเรือนในพื้นที่ 2) ด้านระบบการส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่ 3) ด้านสภาพพื้นที่และดิน

ด้านโอกาสที่เป็นแรงผลักดันบวกให้กับพื้นที่ขยายผลโครงการหลวงมีน้ำบึง มีดังต่อไปนี้ 1) ความเกี่ยวข้องกับพื้นที่ใกล้เคียงกับโครงการหลวง ทำให้พื้นที่ที่มีโอกาสได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากภาครัฐและโครงการหลวง และภาคเอกชนต่างผลิตสินค้าโครงการหลวง ซึ่งช่วยให้ผลผลิตจากพื้นที่โครงการขยายผลฯ ที่อยู่ภายใต้การส่งเสริมของโครงการหลวงมีโอกาสได้รับการยอมรับมากขึ้น 2) การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้านความต้องการของผู้บริโภคด้านคุณภาพ การแปรรูป ความสดใหม่ ความปลอดภัยด้านอาหาร การมีสินค้าอย่างสม่ำเสมอ 3) บางพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสำหรับพัฒนาสู่การท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆทั่วไป 4) หน่วยงานทั้งภาคเอกชนและภาครัฐหลายแห่งมีความสนใจในการพัฒนาพื้นที่สู่ของประเทศไทย เพื่อให้คุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่เหล่านั้นดีขึ้น

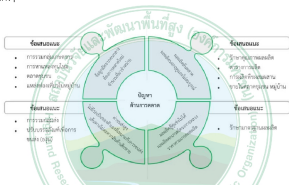
ด้านอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงมีน้ำบึงมีดังนี้ 1) เนื่องจากพื้นที่แปรรูปพืชผลการเกษตรส่วนใหญ่จะแปรรูปและจำหน่ายภายใต้ชื่อหรือหมายเลขการค้าของตัวเอง ผู้ประกอบการที่รับจ้างแปรรูปมีน้อย จึงทำให้เกษตรกรไม่มีทางเลือกในการจัดการผลผลิตการเกษตร 2) การสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐด้านเงินทุนเพื่อการพัฒนาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องด้านการเกษตรสำหรับรายเล็กยังมีอย่างจำกัด 3) การแข่งขันในตลาดสินค้าเกษตรอยู่ในระดับที่รุนแรง

ข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ในส่วนของตลาดพืชผัก และไม้ผลยังคงมีความต้องการในตลาด (Demand) แม้ว่าจะมีแนวโน้มที่ผลผลิตด้านการเกษตร (Supply) มีแนวโน้มที่ลดลงเนื่องจากปัจจัยต่างๆ แต่ความต้องการที่มีแนวโน้มมากขึ้น และการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีผลผลิตคุณภาพจำนวนมาก และผลผลิตนำเข้าจากประเทศจีนและประเทศเพื่อนบ้าน ในระยะยาวทางผู้ศึกษาเห็นว่าทางสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงต้องเร่งพัฒนาเพื่อลดจุดอ่อนหลายประการ ได้แก่ ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการผลิต การกระจายสินค้า และการสร้างตราผลิตภัณฑ์

ตลาดสำหรับผลผลิตกลุ่มไม้ดอกไม่ประดับในพื้นที่ภาคเหนือพบว่า ความต้องการในการบริโภคไม้ดอกไม่ประดับในพื้นที่ภาคเหนือ ปัจจุบันความนิยมใช้ไม้ตัดดอก ไม้ดอกกระถาง และไม้ตัดใบได้เพิ่มมากขึ้น แต่ปัญหาคือ การพัฒนาการปลูก(กระบวนการปลูก) การขนส่ง ในช่วงฤดูฝน ตลอดจนการลดจำนวนการผลิตหรือรักษามาตรฐานการผลิตในช่วงฤดูที่ดอกไม้อื่นตลาด การจำหน่ายอาจต้องพึ่งพาคนกลางเพื่อนำไปจำหน่ายตลาดในกรุงเทพ เนื่องจากตลาดต้องขึ้นในระดับผู้บริโภคซื้อจำนวนไม่มากนักต่อครั้ง ร้อยละ 26.74 ของผู้บริโภคซื้อดอกไม้เป็นประจำ อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ดอกไม้ที่มีนิยชมากที่สุดคือ ดอกบัว ถึงร้อยละ 75

จากความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้านความต้องการของผู้บริโภคด้านคุณภาพ การแปรรูป ความสดใหม่ ความปลอดภัยด้านอาหาร การมีสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ประกอบกับการศึกษาปัญหาด้านการตลาดหลักที่พบในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงขุนน้ำปิง ได้แก่ ราคาของผลผลิตผันผวน ผู้ผลิตไม่มีอำนาจและความสามารถในการต่อรองราคา การแข่งขันในตลาดสินค้าเกษตรอยู่ในระดับที่รุนแรง และอำนาจการกำหนดราคาเป็นของพ่อค้าคนกลางโดยส่วนมาก ดังแสดงในภาพที่ 2

ภาพที่ 2 แสดงข้อสรุป ปัญหา และข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาในระยะสั้น สำหรับปัญหาด้านการตลาดต่างๆ



4) ผลการวิเคราะห์และจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงขุนน้ำปิง ในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มคุณค่า ของ พืช ผัก ผลไม้ ของโครงการขยายผลโครงการหลวงขุนน้ำปิง ทั้งระบบ ได้แก่

การยกระดับผลิตภัณฑ์ (Product Upgrading)

- พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบใหม่ๆ ให้ความสำคัญสอดคล้องกับสถานการณ์ของแต่ละพื้นที่ การพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ สร้างตราผลผลิตสำหรับแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนสำหรับพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวแล้ว เพื่อสร้างโอกาสการขายและการตลาดต่อเนื่องแก่เกษตรกรในพื้นที่
- ยกระดับศูนย์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ สร้างตราผลิตภัณฑ์ (Brand) เป็นของหมู่บ้านเพื่อการสร้างรายได้จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยว

- (3) กระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในกลุ่มเกษตรกร สร้างกลุ่ม เพื่อรวบรวมและจำหน่ายผลผลิต เพื่อสร้างอำนาจต่อรอง และสร้างกลุ่มเพื่อจำหน่ายและแปรรูปผลิตภัณฑ์และส่วนที่จำหน่ายไม่หมดหรือคุณภาพฐานภายใต้ความลึกซึ้งของชุมชน โดยขอความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ
- (4) ปรับลดการใช้สารเคมีเพื่อปรับตัวผู้ความต้องการของตลาดที่ต้องการสินค้าปลอดภัยเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มโอกาสทางการตลาดในอนาคต
- (5) เจ้าหน้าที่สร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรมีความเอาใจใส่ในการเพาะปลูก เพื่อการสร้างรายได้ที่มากขึ้น จากการผลิตผลผลิตที่ตรงกับความต้องการตลาด และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่และเกษตรกรด้วยความไว้วางใจที่เกษตรกรมีให้ไปแล้ว ซึ่งเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น ที่ก่อให้เกิดการทำงานอย่างเต็มที่และการเพาะปลูกผลผลิตของเกษตรกร ส่งผลถึงผลผลิตที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน เพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร
- (6) วางแผนการผลิตพืชผัก ผลไม้ ดอกไม้ แผนร่วมกับฝ่ายการตลาดโครงการหลวง มีการวางแผนการปลูกพืชที่เหมาะสมกับในแต่ละบริบทของพื้นที่และสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้ มีการวางแผนร่วมกับทางเนื่องจากมูลนิธิโครงการหลวงมีบุคลากร วัสดุอุปกรณ์ และใกล้ชิดกับลูกค้า

การยกระดับกระบวนการผลิต (Process Upgrading)

- (1) การวางแผนการผลิต ทั้งชนิดและปริมาณที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพการตลาด ความสามารถของเกษตรกร และความเหมาะสมของสภาพของพื้นที่เป็นหลัก
- (2) การพัฒนามาตรฐานการผลิต การรับรองมาตรฐานการผลิต รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ และขนานตามตลาดต้องการ
- (3) การบริหารจัดการด้านต้นทุนการผลิต ด้วยการใช้ข้อมูลสารสนเทศด้านการจัดการแปลงเพาะปลูกและการควบคุมคุณภาพผลผลิต พัฒนา ส่งเสริม และนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยในกระบวนการเพาะปลูก เพื่อคุณภาพผลผลิตที่ดีขึ้น เช่นการผลิตในโรงเรือน การจัดการระบบน้ำ เพื่อประหยัดทรัพยากรต่างๆ และส่งเสริมให้มีการบันทึกต้นทุนต่างๆ
- (4) การจัดเก็บข้อมูลภูมิปัญญาชาวบ้าน ฐานข้อมูลเกษตรกร ทั้ง ชนิด ปริมาณ พื้นที่เพาะปลูก และความเชี่ยวชาญของเกษตรกรทุกคนในพื้นที่ ทั้งที่ได้รับการส่งเสริมและไม่ได้รับการส่งเสริมจากสถาบันฯ เพื่อการพัฒนาฐานความรู้ให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อนำมาวิเคราะห์และวางแผนการผลิตให้เหมาะสมสำหรับแต่ละพื้นที่ต่อไป และให้ประกอบการพิจารณาหาเงินช่วยเหลือหรือแหล่งทุนระยะสั้นให้ สำหรับเกษตรกรที่มีความตั้งใจ มีฝีมือให้ดูแลตัวเองได้โดยไม่ต้องพึ่งทุนจากคนกลาง

- (5) เสริมความแข็งแกร่งให้แก่งานกลุ่มเกษตรกรรมมากขึ้น โดยการสร้างเครือข่ายภายในชุมชนเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้และอำนาจการต่อรอง ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรในการรวบรวม คัดแยก จัดการเศษของเหลือ และจำหน่ายผลผลิต
- (6) ส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดระบบการจัดการ และความสามารถของพื้นที่ ที่ประสบความสำเร็จในการรวมกลุ่มของเกษตรกร (Best Practice) ให้กับพื้นที่อื่นๆ ในการนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ตนเอง เพื่อยกระดับคุณภาพของผลผลิต และกำหนดวิธีการจัดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตที่คุณภาพต่ำกว่ามาตรฐาน อันจะนำไปสู่การจัดการการส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่โครงการฯ อย่างเป็นระบบ สร้างความเข้มแข็งเพิ่มอำนาจการต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง และสามารถกำหนดตลาดของตนเองได้ต่อไปในอนาคต

เพิ่มมูลค่าการผลิตสูงขึ้น (Functional Upgrading)

- (1) การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำผลการวิจัยของโครงการหลวงหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และเหมาะสมกับการเพาะปลูกในแต่ละพื้นที่ พืชของปลูกและส่งเสริมหากมีการตอบรับของตลาด
- (2) สนับสนุนให้มีการจดทะเบียน สิทธิบัตรผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกระบวนการต่างๆ
- (3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการวิจัยเกี่ยวกับการใช้ระบบสารสนเทศด้านจัดการแปลงเพาะปลูก
- (4) การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการอบรมด้านการจัดการเกษตรสมัยใหม่ ทั้งหัวหน้าศูนย์ เจ้าหน้าที่ศูนย์ ผู้ประสานงานศูนย์ ตลอดจนถึงการอบรมและให้ความรู้แก่เกษตรกรในพื้นที่
- (5) มุ่งเน้นการนำผลวิจัย เพื่อพัฒนาสายพันธุ์จากทางโครงการหลวง และแหล่งวิชาการอื่นๆ ที่เหมาะสมกับพื้นที่ และความต้องการของผู้บริโภคภาค ทดลองกระบวนการผลิตที่เหมาะสมในพื้นที่ เพื่อถ่ายทอดแก่เกษตรกรต่อไป
- (6) การยกระดับศักยภาพการจัดการมูลค่าเพิ่มตลอดโซ่อุปทาน ต้องคำนึงถึง การพัฒนาบุคลากร (Personnel Development) บุคลากรในหน่วยงานควรได้รับการศึกษา ฝึกฝน อบรมอย่างสม่ำเสมอ ให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และความต้องการของหน่วยงาน

สรุปกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตและการตลาดในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่เมือง ทั้ง 11 พื้นที่ ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะกลยุทธ์ระยะสั้น		ข้อเสนอแนะกลยุทธ์ระยะยาว	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
<p>1) โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน</p> <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการทดลองปลูกพืชจากกรณีวิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์ของมูลนิธิโครงการหลวงเพื่อเมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการตลาด ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการบันทึกข้อมูลต้นทุนและรายได้อิงข้อมูลและครอบครัว 	<ul style="list-style-type: none"> ให้ความรู้เกษตรกรในด้านการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและมาตรฐานด้านการจัดการเบื้องต้น สนับสนุนให้เกษตรกรมีการรวบรวมผลผลิตระหว่างเกษตรกรภายในพื้นที่เพื่อปลูก ก่อนการจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลาง ปรับปรุงคุณภาพและยื่นขอใบรับรอง GAP ให้กับเมล็ดพันธุ์ทางการเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการประยุกต์ใช้การจัดการเกษตรสมัยใหม่ด้วยการนำองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและภูมิปัญญาชาวบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและสร้างอำนาจการต่อรองทางการค้า

	พืชที่ควรส่งเสริม	หมายเหตุ
พืชผัก	กล้วยหอม ผักกาดขาวปลี ผักกาดก้านแดง ผักชีต้นหอม	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่มีความใกล้เคียงกับตลาด และแหล่งรับซื้อ ทำให้คุณภาพพืชผักที่ส่งไปตลาดมีความสดใหม่ ได้รับผลกระทบจากกระแสวิกฤตการขนส่งและระยะทางน้อยกว่าศูนย์กระจายอื่นๆที่อยู่ห่างไกล จากผลสำรวจผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคหรือตลาด ต้องการความสดใหม่ และคุณภาพของผักเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ
ไม้ผล	องุ่น มะม่วง	<ul style="list-style-type: none"> ทำให้ดีต่อผู้บริโภค หากมีการส่งเสริมด้านการบรรณาการปลูก ความรู้ในการปลูกใหม่ๆ มาพร้อมกับความร่วมมือของเกษตรกรจะพัฒนาคุณภาพของผลผลิตและทำให้มีความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค และมีความมั่นคงด้านราคาได้
อื่นๆ	เมล็ดพันธุ์แปรรูป	<ul style="list-style-type: none"> ด้วยสภาพพื้นที่ที่มีความจำกัด ทำให้พืชบางชนิดที่ไม่เหมาะสมที่จะปลูก การสนับสนุนเกษตรกรให้มีการรวมกลุ่ม ในการนำเมล็ดพันธุ์มาแลกเปลี่ยนกันเพื่อแปรรูป จะสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกรนอกจากการเกษตร

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ	สาเหตุ
โครงการชดเชยผลโครงการหลวงคลองปาน	
- ความรู้ด้านระบบการบันทึกต้นทุน	- เกษตรกรมีภาระหนี้สินมาก เพื่อหาทุนเริ่มต้นทุนที่แท้จริงของการปลูกพืชแต่ละชนิด เพื่อให้สามารถเลือกปลูกพืชที่ไร้ผลกระทบสูง ช่วยลดปัญหาหนี้สินและการขาดทุนหมุนเวียนในสมาคม
- การวางระบบการจัดการน้ำ	- ในระยะ 2 ปี 3 ปีที่ผ่านมาที่เป็นการไม่มีการชลประทาน และมีแนวโน้มว่าจะขาดแคลน



ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้เข้าร่วมอื่น		ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้ระดมทุน	
การเสวนา	การติดตาม	การเสวนา	การติดตาม
<p>2) โครงการขยายผลโครงการหลวงดอยฮ่อม</p> <ul style="list-style-type: none"> ไม่ทำแนะนำ คู่มือเรื่องโรคและแมลงศัตรูพืช อบรมให้ความรู้วิธีปลูกและดูแลรักษาแบบใหม่ โดยใช้ระบบแปลงสาธิต ตั้งใจให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อใช้แรงงานร่วม และอำนาจต่อรองด้านการค้าขาย จัดทำฐานข้อมูลเกษตรกร บันทึกการส่งเสริมที่เคยได้รับ ความก้าวหน้า และจัดทุนจากโครงการฯ/โครงการหลวงให้ใช้ต่อเนื่อง หรือทุนส่งเสริม 	<ul style="list-style-type: none"> พยายามให้เกษตรกรรักปลูกพืชอินทรีย์ในบ้าน สร้างกลุ่ม ช่วยเหลือ หากเหลือไม่มีอาหารแปรรูป สดๆ รสดี ส่ง ออกรกตลาดจากคนกลาง สร้างเครือข่ายภาคีบ้าน สร้างตลาดสินค้าอินทรีย์ของหมู่บ้าน สร้างเครือข่าย เกษตรกร ส่งเสริมการเชื่อมโยงร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ที่ดูแลนักท่องเที่ยว ต่อไปรับรอง GAP ของแปลงกว่า ๕๐ ไร่ 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างเกษตรกร เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ แบ่งปันข้อมูล เทคนิค ความสำเร็จ ปัญหา จัดทำเป็นหนังสือรายสัปดาห์ การปลูกพืชเกษตรอินทรีย์ และเป็นแหล่งเรียนรู้กรณีตัวอย่างที่มองเห็นแนวโน้ม 	<ul style="list-style-type: none"> คู่มือเล่มเล็กให้ได้อีกมาตรฐาน และเป็นขอมาตรฐานต่างๆ ลดการใช้สารเคมี และมีมาตรฐานรองรับ

พืชที่ควรส่งเสริม		หมายเหตุ
พืชผัก	แตงกวาญี่ปุ่น มะเขือเทศอินทรีย์	<ul style="list-style-type: none"> เป็นผักที่มีมูลค่าสูงที่สุดของวิสาหกิจโครงการหลวง ผักที่เกษตรกรเป็นพืชผัก ที่ตลาดมีความต้องการ และมีราคาแพง ลูกค้าที่ต่อเนื่องมีความสนใจในการปลูก เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจ
ไม้ผล	องุ่น	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้าที่ต่อเนื่องมีการปลูกแล้ว และพืชมีเนื้อหนา เป็นไม้ผลที่ตลาดต้องการ การเข้าไปส่งเสริมให้ความรู้ในการเพาะปลูกที่ถูกต้อง เพื่อให้เกษตรกรมีมาตรฐานและคุณภาพตามตลาดต้องการ จะสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทนลูกค้า การนำผลผลิตมาส่งจากกลุ่มเกษตรกรเพื่อนบ้านได้

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ	สาเหตุ
<p>โครงการขยายผลโครงการหลวงคอกบู่</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ เช่น การจัดงานกิจกรรมต่างๆ(Festival) ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างองค์การจำหน่ายสินค้าเกษตร และช่องทางในการหารายได้ใหม่ๆให้กับเกษตรกรนอกเหนือจากการทำเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> - ระยะเวลาที่ไม่ไกลจากตัวเมือง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยม เพราะมีเอกลักษณ์ของชนเผ่า และมีชีวิต การเข้าไปส่งเสริมและวิจัยโดยร่วมมือกับชุมชนจะช่วยให้สร้างความรู้ความเข้าใจบนฐานเอกลักษณ์ให้กับแหล่งผลิตในพื้นที่
<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาฐานผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อพัฒนาฐานผลิตภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ และมีเรื่องราวประจำพื้นที่ เพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่
<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมให้มีการจัดตั้ง แปลงสาธิตระบบการเพาะปลูกโดยวิธี หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ และสาธิตการปลูกพืชเมืองหนาวใหม่ ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาเป็นแปลงเพาะปลูกตัวอย่าง ให้เป็นสถานที่ดูงานของเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจากพื้นที่อื่นๆ และกลุ่มเกษตรกร หน่วยงานราชการ - ใหม่ๆที่สนใจ เนื่องจากระยะเวลาที่ไม่ไกลจากตัวเมือง และเป็นแหล่งท่องเที่ยว - การมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเป็นการเผยแพร่ความรู้และยังเพิ่มช่องทางการกระจายสินค้าการเกษตร สินค้าแปรรูปของชุมชนโดยตรงอีกด้วย

ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้เข้าร่วมอื่น		ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้ทรงเกียรติ	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
3) โครงการขยายผลโครงการหลวงปากฮ้าย			
<ul style="list-style-type: none">ให้คำแนะนำ ดูและเรื่องการให้สารเคมี และการใช้ยาฆ่าแมลงอบรมให้ความรู้วิธีการปลูก และการดูแลผลผลิตให้มีคุณภาพตามแบบบ้านใหม่ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และลดแรงกดดันจากสินค้าที่เข้ามาจากต่างประเทศส่งเสริมให้มีการปลูกพืชเมืองหนาวเพื่อการปลูกทดแทนด้านรายได้พืชชนิดที่แตกต่างจากพืชพื้นบ้านมุ่งใจให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้แรงงานร่วม และอำนาจต่อรองด้านการค้าขาย	<ul style="list-style-type: none">ส่งเสริมให้เกษตรกรกับที่ทำการพาณิชย์ และสหกรณ์ผู้ปลูก จะในการผลิตพืช แต่จะชนิดเพื่อเน้นพืชชนิดที่ได้เปรียบราคาดี หากแนวโน้มของราคาตลาดสูงอาจเพื่อปลูกพืชอื่น ผักกระหล่ำ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ เจ้าหน้าที่ฝ่ายผลิต และบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อ วาระระบบการรวบรวม และการขนส่งผลผลิตในคัสเตอร์	<ul style="list-style-type: none">สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างเกษตรกร เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ แบ่งปันข้อมูล เทคนิค ความรู้ความชำนาญนำความรู้ด้านการจัดการน้ำและฟาร์มสมัยใหม่ (Smart Farming) เข้ามาช่วยเรื่องเกษตรกรรม การเพาะปลูก การบริหารจัดการการให้น้ำ โดยให้น้ำเพียงพอต่อการปลูกไม้เศรษฐกิจและการผลิต ปลูกพืชให้เหมาะสมกับสภาพอากาศและสภาพพื้นที่ที่มีข้อจำกัดแบบหล่นน้ำ	<ul style="list-style-type: none">ดูแลผลผลิตให้ได้มาตรฐาน และยื่นขอมาตรฐานต่างๆสร้างมาตรฐานของพืชผักแต่ละชนิดลดการใช้สารเคมี และมีมาตรฐานรองรับเพื่อให้สามารถต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางได้เพราะมีมาตรฐานที่ชัดเจน

	พืชที่ควรส่งเสริม	สาเหตุ
พืชผัก	พริกหวาน กะหล่ำปลี หัวพริก มันฝรั่ง หอมใหญ่ หัวหอม การวมวิธีการปลูกให้มีความเหมาะสม	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นผักที่มีองค์ประกอบธาตุอาหารที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนา - เป็นพืชผักที่หาซื้อได้ง่ายและราคาไม่แพง - สามารถเก็บเกี่ยวได้เร็วและสามารถปลูกได้ตลอดทั้งปี - ราคาไม่แพง (หัวหอมใหญ่) - พืชที่ทนทานต่อโรคและแมลง
ไม้ผล	ทุเรียน ลำไย	<ul style="list-style-type: none"> - พืชที่มีความเหมาะสมกับสภาพอากาศ และดินในพื้นที่ - พืชที่ทนทานต่อโรคและแมลง - ผลไม้มีรสชาติอร่อยและเป็นที่นิยม - ผลไม้มีอายุการเก็บรักษาได้นาน

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ โครงการขยายผลโครงการหลวงปางกล้วย	สาเหตุ
- พัฒนาเกษตรกรพื้นที่ป่าปอกล้วย	- เนื่องจากแนวโน้มภูมิอากาศมีความถี่ของฝนตกที่ลดลง และค่าเฉลี่ยความเปลี่ยนแปลงของระดับน้ำใต้ดิน
- การบันทึกต้นทุนของเกษตรกร	- เกษตรกรขาดเงินทุนหมุนเวียนในการทำการเกษตร และมีการหนี้นอกระบบ การบันทึกต้นทุนจะช่วยให้เกษตรกรได้ทราบต้นทุนจริง



ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้เข้าร่วมอื่น		ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้ระดมทุน	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
<p>4) โครงการขยายผลโครงการหลวงปางมดไฟ</p> <ul style="list-style-type: none"> ประสานกับหน่วยงานอื่นๆในพื้นที่ ที่เกี่ยวข้องเพื่อวางระบบในการบริหารจัดการน้ำด้านการเกษตรแบบครบวงจร ให้คำแนะนำ ดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อม ใช้ระบบให้รางวัล เฉพาะกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง ให้มีได้รับสิทธิพิเศษด้านเงินทุน เงินกู้ยืมระหว่างการเกษตรแบบผสมผสาน เพื่อเสริมความเข้มแข็งของกลุ่ม 	<ul style="list-style-type: none"> รักษาความเข้มแข็งของกลุ่ม ส่งเสริมให้ไปพูดให้กลุ่มอื่นๆฟังปัจจัยคิด และความสำเร็จในกิจกรรมกลุ่ม จัดเป็นแหล่งศูนย์การเรียนรู้ขึ้นจริง ส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งผู้สนับสนุนต้องการ พัฒนาความสัมพันธ์ (Network) สำหรับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ต่อไปรับรอง GAP ของหลวงปางมดไฟ 	<ul style="list-style-type: none"> หาวิธีการใหม่ๆ ในการปลูกพืชให้ได้อะเอียดมากขึ้น ในพื้นที่ที่มีดินเค็มหรือในพื้นที่ที่น้อยลง เช่นการให้ปุ๋ยแบบเจาะรู จะช่วยให้การประหยัดน้ำได้ดียิ่งขึ้น สนับสนุนการปลูกพืชหมุนเวียนประเภทต่างๆ ทดแทนการปลูกข้าวโพด จัดทำฐานข้อมูลเกษตรกร บันทึกการส่งเสริมที่เคยได้รับ ความก้าวหน้า และจัดกลุ่มจากโครงการหลวงให้รู้ถึงประโยชน์ หรืออุปสรรค สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างเกษตรกร เจ้าหน้าที่ นักวิชาการ แม้เป็นข้อมูลเทคนิค ควรดูความชำนาญ จัดทำเป็นแหล่งสาธิตฟาร์มด้วยเรื่อง การปลูกพืชเกษตรสมัยใหม่ และเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวิถีชีวิตอย่างการรวมกลุ่ม การลดการใช้ปุ๋ยข้าวโพด การแก้ปัญหาการเผาข้าวโพด เป็นต้น 	<ul style="list-style-type: none"> ดูแลผลผลิตให้ได้มาตรฐาน และเป็นขอมาตรฐานต่างๆ ลดการใช้สารเคมี และมีมาตรฐานรองรับ เสนอแนะทางเลือกและผลประโยชน์ที่จะได้รับในการปลูกพืชทางเลือกใหม่ให้กับเกษตรกรในพื้นที่

	พืชที่ควรส่งเสริม	๑. สาเหตุ
พืชผัก	ผักกะน้า ถั่วเนาวะ	<ul style="list-style-type: none"> เป็นพืชที่ปลูกง่ายมีความต้องการ เกษตรกรมีความชำนาญในการเพาะปลูก และมีการร่วมมือกับภาครัฐในการหาพื้นที่ปลูกอย่างเพียงพอ สภาพพื้นที่เหมาะสมในการผลิตและการปลูกข้าวโพด แทนด้วยถั่วเนาวะ
ไม้ผล	อ้อย อโวคาโด	<ul style="list-style-type: none"> ตลาดมีความต้องการพืชเมืองหนาว สภาพพื้นที่มีความเหมาะสมในการปลูกไม้ผลเมืองหนาว

	พืชที่ควรส่งเสริม	สาเหตุ
		<ul style="list-style-type: none"> - พืชทนการปลูกพืชไร่ - ผลกระทบทางลบมีความซับซ้อนในการเพาะปลูก
ไม้ดอก	ช่อเรียบ	<ul style="list-style-type: none"> - มีตลาดรองรับที่แน่นอน (อุทยานหลวงราชพฤกษ์) - ดอกไม้เมืองหนาวอีกหลายพันธุ์ - สภาพพื้นที่เหมาะสำหรับการปลูกไม้ดอกเมืองหนาว - องค์การปลูกพืชไร่ ไบโกลการปลูกพืชชนิดอื่น

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ	สาเหตุ
โครงการขยายผลโครงการหลวงปางมะลอก	
<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมด้านทัศนการณ์ ถ้าทอโยมสีธรรมชาติ การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว - พัฒนากันฐานที่มีมาตรฐานและเปิดโอกาสอื่นๆ - พัฒนาระบบโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่อง 	<ul style="list-style-type: none"> - มีประเพณีและวัฒนธรรม ขนบจารีตประเพณี สามารถพัฒนาเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว - สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในพื้นที่และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป - สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในพื้นที่และตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

ข้อเสนอแนะกลุ่มยุทธศาสตร์อื่น		ข้อเสนอแนะกลุ่มยุทธศาสตร์บริหาร	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
<p>5) โครงการขยายผลโครงการหลวงอำเภอ</p> <ul style="list-style-type: none"> บันทึกข้อมูลการเพาะปลูกพืชแต่ละชนิดอย่างละเอียด ทั้งสภาพดิน น้ำ อากาศ ระยะเวลาดำเนินการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว ปริมาณผลผลิต รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น การอบรมให้ความรู้เกษตรกรในการเพาะปลูกพืชหลากหลายชนิดและความรู้ด้านการบริหารจัดการเชิงเบื้องต้น จากเกษตรกรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์สูงในการทำการเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำฐานข้อมูลเกษตรกรรายปีเพื่อผลการส่งเสริมเกษตรกรในแต่ละปี ทั้งจำนวนเกษตรกรที่ส่งเสริม จำนวนผลผลิต แหล่งจำหน่าย และมูลค่าของผลผลิต เจ้าหน้าที่ศูนย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาด และเกษตรกรร่วมกันวางแผนเพื่อ วางระบบการรวบรวม และการขนส่งผลผลิตในแต่ละรอบ 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาทักษะการบันทึกต้นทุนการผลิต ปัญหาทั้งด้านการตลาดและการผลิตสำหรับการวางแผนสร้างผลกำไร นำความรู้ ความเข้าใจในการนำผลผลิตมาจัดการจำหน่ายเชิงธุรกิจมาใช้ มีการให้ความรู้หรือถ่ายทอดองค์ความรู้ในการใช้สารเคมีที่ถูกต้อง การปลูกพืชที่เหมาะสมกับพื้นที่และฤดูกาล แล้วคิดเชิงกลยุทธ์ต่อช่วงที่ประสบความสำเร็จในการผลิตให้เกษตรกรได้ผลผลิตตรงตามคุณภาพที่วางไว้ (Best practice) เข้ามาถ่ายทอดความรู้ และเป็นแรงบันดาลใจให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> มีการพัฒนาเกษตรกรรายรายของแต่ละผลผลิตในกลุ่มเกษตรกรให้ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ส่งเสริมให้สร้างสหภาพหรือตัวแทนของกลุ่มที่มีความพร้อมจะสานต่องานการส่งเสริม

	ทิศทางการส่งเสริม	หมายเหตุ
โมเดล	<p>กลุ่ม เกษตรสวนหวาน สตรอเบอรี่</p> <ul style="list-style-type: none"> สังเกตพื้นที่เพาะปลูกการปลูกพืชเมืองหนาว สภาพพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ ปลูกพืชหมุนเวียนได้หลายชนิด เป็นพื้นที่ที่ใช้น้ำไม่ขาดแคลนเหมือนกับพื้นที่ที่ขาดแคลนน้ำในการเพาะปลูก ใช้พื้นที่ไม่มากในการเพาะปลูก เนื่องจากมีพื้นที่น้ำดีไม่ขาดแคลนน้ำในการเพาะปลูกได้ พื้นที่อยู่ใกล้ตัวเมือง 	
โมเดล	<p>ซิลเวียร์ เกษตรนิวกัมม์ บางพื้นที่</p> <ul style="list-style-type: none"> มีตลาดรองรับที่แน่นอน เกษตรกรมีความชำนาญอยู่แล้ว พื้นที่เหมาะสมในการปลูกไม้ดอกเมืองหนาว ไม้ดอกยังเป็นพืชขาดแคลนในตลาด พื้นที่มีน้ำเพียงพอในการเพาะปลูกไม้ดอก 	
อื่นๆ	กาแฟ และชา	<ul style="list-style-type: none"> สภาพพื้นที่เหมาะสมในการเพาะปลูก

	พืชที่ควรส่งเสริม	สาเหตุ
		<ul style="list-style-type: none"> - ไม่ต้องใช้ทรัพยากรเช่น น้ำ ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง และความใส่ใจในการดูแลมาก - เป็นพืชดั้งเดิมของเกษตรกร - อยู่ใกล้กับตลาด และมีตลาดรองรับ - พืชที่สร้างรายได้ดีให้กับเกษตรกร - ประชาชนมีแนวโน้มจะกินมากขึ้น

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ โครงการขยายผลโครงการหลวงปางมะโอ	สาเหตุ
<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมในการพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐานในการเพาะปลูก 	<ul style="list-style-type: none"> - แล้วยังในพื้นที่มีคุณภาพต่ำ ตะกอนไม่ได้ตามมาตรฐานที่ดีมาตรฐาน ส่งผลกระทบต่อราคา และไม่ สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตได้
<ul style="list-style-type: none"> - บันทึกข้อมูลต้นทุนของเกษตรกร 	<ul style="list-style-type: none"> - เกษตรกรขาดเงินทุนหมุนเวียน มีต้นทุนการเพาะปลูกของเกษตรกรในการทำการเกษตรสูงโดยจะขาดต้นทุนแรงงานและการขนส่ง
<ul style="list-style-type: none"> - วางระบบการจัดการน้ำ 	<ul style="list-style-type: none"> - เกษตรกรประสบปัญหาขาดแคลนน้ำ

ข้อเสนอแนะกลุ่มยุทธศาสตร์อื่น		ข้อเสนอแนะกลุ่มยุทธศาสตร์ยาว	
การผลิิต	การตลาด	การผลิิต	การตลาด
6) โครงการขยายผลโครงการหลวงปางพินน <ul style="list-style-type: none"> บันทึกข้อมูลการเพาะปลูกพืชแต่ละชนิดอย่างละเอียด ทั้งสภาพดิน น้ำ อากาศ ระยะเวลาการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว ปริมาณผลผลิต รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และการแก้ไขปัญหาในปัจจุบัน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเกษตรกรในพื้นที่และเจ้าหน้าที่อย่างเป็นประจำ 		<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการเก็บผลผลิตส่งไปจำหน่ายที่เมืองหนานจางหรือพัฒนาเมืองหนานจางเป็นโครงการหลวง เพื่อการเป็นแหล่งผลิตเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ พัฒนาฐานข้อมูลสารสนเทศที่สามารถเป็นแหล่งความรู้ให้กับเกษตรกรสำหรับการเพาะปลูกผลไม้ และเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้ที่เกี่ยวข้อง ปามาใช้วิเคราะห์ ประกอบการตัดสินใจด้านเงินและ การวางแผน สนับสนุนการรวบรวมกลุ่มของเกษตรกรให้ขยายเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้และการรวบรวมผลผลิต 	

	พืชที่ควรส่งเสริม	สาเหตุ
พืชผัก	มะเขือเทศอินทรีย์ หนึ่กหวาน มะเขือเทศเชอร์รี่	<ul style="list-style-type: none"> สภาพอากาศในพื้นที่เหมาะสมกับการปลูกพืชเมืองหนาวได้ตลอดทั้งปี มีแหล่งน้ำเพียงพอต่อการทำการเกษตร เป็นพืชที่ชาวชนบท และตลาดมีความต้องการ
ไม้ผล	องุ่น เสาวรสหวาน อโวคาโด	<ul style="list-style-type: none"> สภาพอากาศและพื้นที่เหมาะสมกับการปลูกพืชเมืองหนาว ซึ่งทำให้ได้เปรียบด้านราคา ตลาดมีความต้องการสินค้า ไม้ผลเมืองหนาว ซึ่งมีขาดแคลนในตลาด เกษตรกรมีความชำนาญในการเพาะปลูกพืชเมืองหนาว
ไม้ดอก	ช็อคโกแลตชาฮาวา ช็อคโกแลตโรเซต	<ul style="list-style-type: none"> สภาพพื้นที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกดอกไม้เมืองหนาว มีตลาดรองรับที่มีอยู่ ณ หากเกษตรกรได้มีการเรียนรู้เกี่ยวกับตลาดเพื่อการ ยังเป็นพืชส่งออก และชาวชนบทมีตลาดเมืองหนาว

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ โครงการขยายผลโครงการหลวงปางปัน	สาเหตุ
<ul style="list-style-type: none"> - ควรส่งเสริมให้มีการจัดการขยะปลูกไม้มีมาตรฐาน มีความปลอดภัย - ควรส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่ม และแบ่งปันความรู้ - ส่งเสริมให้มีการเพิ่มจำนวนในการผลิตต่อรอบให้มากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - เพื่อรองรับต่อความต้องการของตลาดที่มีแนวโน้มไปทางความต้องการพืชที่มีคุณภาพ สดใหม่ และปลอดภัย - เพื่อพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้มากขึ้น ทำให้เขาปลูกได้คุณภาพดีขึ้นเพื่อการเพาะปลูกที่มีประสิทธิภาพและได้ตามมาตรฐานที่ดีภาคีต้องการ เพื่อสร้างความสุขและยั่งยืนให้เกษตรกรและคนในชุมชน



ข้อเสนอแนะกลุ่มยุทธศาสตร์ระดับ		ข้อเสนอแนะกลุ่มยุทธศาสตร์ธรรมา	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
<p>7) โครงการขยายผลโครงการหลวงป่าเบญ</p> <ul style="list-style-type: none"> ให้คำแนะนำ ดูแลเรื่องโรคและแมลงอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในภาค ต้นกล้าที่ออกไม้พอกไม้การทาง อบรมให้ความรู้วิธีปลูกและดูแลรักษาแบบใหม่ๆ โดยใช้แบบแปลนชาติ ขอให้ให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อใช้แรงงานร่วม และอำนวยความสะดวกด้านการศึกษา 	<ul style="list-style-type: none"> พยายามให้ชาวสวนกับนักท่องเที่ยวไม่พบปะกัน สร้างกลุ่ม ขายสินค้าของทางแปรรูปผลิตภัณฑ์ส่ง ผู้ปกครองทางสวนคนกลาง สร้างสื่อรณรงค์ด้านราคา สร้างสวนผลิตพันธุ์ของหมู่บ้าน สร้างเรื่องราวเอกลักษณ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ คือผู้ปกครองที่ขอ ต่อไปรับรอง GAP ของแปลงกว่า 50 ไร่บนเชิงเขา พริกหวาน 	<ul style="list-style-type: none"> จัดทำฐานข้อมูลเกษตรกร บันทึกการส่งเสริมที่เกษตรกรได้รับ ความก้าวหน้า และจัดทุนจากโครงการทางด้านการสร้างวิถีชีวิตระยะสั้น หรือทุนส่งเสริม จัดทำแผนการผลิต ตารางการผลิตแก่เกษตรกรรายใหญ่ๆ หรือรายย่อย เพื่อให้ได้ผลผลิตพร้อมๆ กันจำนวนมากพอในการจำหน่ายหรือต่อรอง สร้างเครือข่ายองค์ความรู้ระหว่างเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ แลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้และความคิดเห็นในวงการเกษตรปลูก 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ภายใต้เครือข่ายเกษตรกรในพื้นที่เพื่อสร้างมาตรฐานและมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิต อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความเข้มแข็งในกลุ่มเกษตรกร ดูแลผลผลิตให้ได้มาตรฐานและเป็นมาตรฐานต่างๆ ลดการใช้สารเคมี และมีมาตรฐานรองรับ ส่งเสริมการปลูกกาแฟ พัฒนาเทคนิคการปลูกกาแฟ รักษามาตรฐาน GAP ของกาแฟ ลดการใช้สารเคมีในการปลูก

	พืชที่ควรส่งเสริม	สาเหตุ
พืชผัก	แตงกวาญี่ปุ่น และเขี้ยวแก้วดำ กระบี่ฮ่องหลง	<ul style="list-style-type: none"> เป็นพืชที่ตลาดมีความต้องการ และรสชาติแตกต่างกับที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน สามารถทำมาค้าขายได้ทั้งในเมืองและนอก และรสชาติแตกต่าง
ไม้ผล	องุ่น เลวาร์ด เกษตรอินทรีย์ สตรอเบอร์รี่	<ul style="list-style-type: none"> ผลไม้เมืองหนาวเป็นที่ต้องการของตลาด และรสชาติแตกต่าง จากผลไม้ที่พัฒนาการผลิตได้เป็นไปตามความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไปลงได้ และสร้างความแตกต่าง และลดการขาดทุนทางด้านการผลิตได้เป็นอย่างดี สามารถทำมาค้าขายได้ทั้งในเมืองและนอก และรสชาติแตกต่าง ได้เปรียบในสภาพพื้นที่สามารถปลูกไม้ผลเมืองหนาวได้ โดยในพื้นที่ราบอื่นๆ ไม่สามารถปลูกได้
ไม้ดอก	เดซี่เหลือง ช่อเวียร์ พิทูเนีย	<ul style="list-style-type: none"> มีการรวมกลุ่มของเกษตรกรในท้องที่ระยะสั้นกับตัวสวนกลาง มีตลาดรองรับที่แน่นอน (อุทยานหลวงราชพฤกษ์) และเป็นดอกไม้ที่ตลาดมีความต้องการ สภาพพื้นที่เพาะปลูกการปลูกไม้ดอกเมืองหนาว ได้ผลผลิตหลายชนิด สามารถปรับตัวตามความต้องการของตลาดได้

พืชที่ควรส่งเสริม	สาเหตุ
	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นแหล่งรายได้ให้กับเกษตรกรชนบทหลังจากการทำไร่ชา กาแฟ - เป็นพืชที่ใช้พื้นที่ในการเพาะปลูกไม่มาก เนื่องจากพื้นที่เองไม่สามารถขยายได้มากนักเพราะติดพื้นที่อุทยานแห่งชาติ

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ	สาเหตุ
โครงการขยายผลโครงการหลวงนำย	
<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีการทำเทคโนโลยีการผลิต และการนำความรู้ด้านมาตรฐานการผลิต และอาหารปลอดภัยเข้ามาช่วยเหลือ 	<ul style="list-style-type: none"> - ที่ดินมีปัญหาค่าดินสูงเกินไป เกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดการการเพาะปลูก - เพื่อลดต้นทุนและลดความเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลงไปของตลาด และผู้บริโภค - ลดต้นทุนจากพ่อค้าคนกลาง และลดการสูญเสียของเกษตรกร
<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนามาตรฐาน และคุณภาพในการผลิตที่สูงขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - ลดต้นทุนจากพ่อค้าคนกลาง และลดการสูญเสียของเกษตรกร



ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้เข้าร่วมอื่น		ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้เข้าร่วมชาว	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
<p>8) โครงการขยายผลโครงการหลวงผานนท</p> <ul style="list-style-type: none"> ให้คำแนะนำ ดูแลเรื่องโรคและแมลงอย่างเร่งด่วนรวมถึงบันทึกข้อมูลปัญหาและกรณีศึกษาที่เกิดขึ้น สนับสนุนระบบการผลิตในโรงเรือนเพื่อลดการจ้างแรงงานและการใช้น้ำ เสนอปรับการเพาะปลูกของเกษตรกรให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มี แล้วบันทึกข้อมูลการเพาะปลูกทุกกระบวนการ สนับสนุนการอบรมให้ความรู้เกษตรกรด้วยเกษตรกรผู้ประสบความสำเร็จในการทำการเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาหลักสูตรการผลิตและการควบคุมคุณภาพผลผลิต ให้ได้คุณภาพที่ดีเป็นมาตรฐาน วางระบบการรวบรวม จัดกระจายผลผลิตโดยเจ้าหน้าที่ศูนย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาด และเกษตรกรประสานงานร่วมกัน ต่อยอดรับรอง GAP ของมะม่วงและเสาวรส 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนให้เกษตรกรพัฒนาทักษะการจัดการการเกษตรสมัยใหม่และระบบส่วนใหญ่จะ 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาความสัมพันธ์กับมูลนิธิโครงการหลวง เพื่อหาซื้อเมล็ดพันธุ์จากโครงการหลวง ให้พื้นที่เป็นที่รู้จักในฐานะแหล่งปลูกให้กับโครงการหลวง พัฒนาการรวมกลุ่มของเกษตรกรเป็นเครือข่ายแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และสร้างอำนาจการต่อรองทางการค้า

	พืชที่ควรส่งเสริม	สภาพ
พืชผัก	แสดงว่าผู้ปลูก ขูกับ ครัวเรือน	<ul style="list-style-type: none"> ตลาดมีความต้องการมาก และอัตราผลตอบแทนไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ตลาดมีความต้องการพืชเมืองหนาว ซึ่งพื้นที่ทั่วไปไม่สามารถปลูกได้ เป็นพืชผักที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง พื้นที่สามารถปลูกพืชได้หลากหลาย ปรับตามความต้องการของตลาดได้ มีตลาดรองรับผลผลิตที่แน่นอน พืชที่ควรหลีกเลี่ยง เพราะราคาไม่แน่นอน (พืชผู้ปลูก)
ไม้ผล	เสาวรส ควรปรับปรุงมาตรฐานของผลผลิต	<ul style="list-style-type: none"> ไม่ควรส่งเสริม เพราะปลูกกันมาก เนื่องจากไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน และราคาลดลง

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ โครงการขยายผลโครงการหลวงตามคก	หมายเหตุ
- วางระบบการจัดการน้ำ	- ขาดแคลนน้ำในการ เพาะปลูก และน้ำไม่เพียงพอที่จะดำเนินการปลูกไม้เศรษฐกิจ
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร	- เกษตรกรมีอำนาจต่อรองและพื้นที่ขาดแคลนแรงงานในการว่าจ้างเพื่อช่วยดูแลการเพาะปลูก



ข้อเสนอแนะกลยุทธ์ระยะสั้น		ข้อเสนอแนะกลยุทธ์ระยะยาว	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
<p>9) โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮ่องสอน</p> <ul style="list-style-type: none"> เจ้าหน้าที่ควรเข้าหาชาวชนบทส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มการเพาะปลูก ใบพืชแต่ละชนิด เพื่อเป็นการแบ่งปันองค์ความรู้ การพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการเกษตร การอบรมให้ความรู้เกษตรกรในการเพาะปลูกพืชหลากหลายชนิดและความรู้ด้านการบริหารธุรกิจเบื้องต้น จากเกษตรกรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบความสำเร็จในการทำการเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาภาคฐานการผลิตและการควบคุมคุณภาพผลผลิต ให้อัตราคุณภาพที่ดีเป็นมาตรฐาน วางระบบการรวบรวม จุดกระจายผลผลิตโดยเจ้าหน้าที่ศูนย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาด และเกษตรกรประสานงานร่วมกัน 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการเป็นแหล่งท่องเที่ยวปลูกพืชเมืองหนาวจากการวิจัยและพัฒนาเมล็ดพันธุ์ โครงการพัฒนาเพื่อสร้างผลผลิตที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาความสัมพันธ์ (Brand) ให้กับพื้นที่สำหรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรม สร้างระบบมาตรฐานและการตรวจสอบคุณภาพของผลผลิตเพื่อยกระดับคุณภาพของผลผลิตในตรงกับความต้องการของตลาด สร้างความสัมพันธ์เชิงหุ้นส่วนกลยุทธ์กับมูลนิธิโครงการหลวงตั้งแต่การวางแผนการเพาะปลูกที่เหมาะสมเพื่อผลิตพืชที่มีช่องทางทางการจัดจำหน่ายและพึ่งพาเชื่อมโยงตลาดผลิตภัณฑ์โครงการหลวง

	พืชที่ควรส่งเสริม	สาเหตุ
พืชผัก	มะเขือเทศ พริกแดงญี่ปุ่น พวยญี่ปุ่น แดงขาวญี่ปุ่น	<ul style="list-style-type: none"> - สภาพอากาศเหมาะสมกับการปลูกพืชเมืองหนาว - เป็นพืชที่ใช้น้ำไม่มาก เนื่องจากสภาพพื้นที่ไม่สามารถระบายได้ - เป็นพืชที่ตลาดมีความต้องการอย่างมาก และยังมีขาดแคลน - แนวโน้มตลาดมีความต้องการสินค้าที่ปลอดภัย มีคุณภาพ ควรพัฒนาจุดแข็งทางด้านพื้นที่เพาะปลูกและความสำเร็จในการเพาะปลูกของเกษตรกร เพื่อยกระดับผลผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาด และลดการถูกกดราคา
ไม้ผล	เลวอร์สนาวา อุ่น เกทวิงเบอร์รี่	<ul style="list-style-type: none"> - สภาพพื้นที่เหมาะสมแก่การปลูกพืชเมืองหนาวหลายชนิดมีความต้องการ และยังมีขาดแคลน - ราบได้มาจากพืชไม้ยืนต้นหรือผลสุกมีที่การปลูกไม้ผลเมืองหนาวที่ใช้น้ำไม่มาก และเป็นที่ต้องการของตลาด โดยส่งเสริมให้ไม้ผลมีมาตรฐาน และได้คุณภาพตามตลาดต้องการ

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ โครงการขยายผลโครงการทวงม่นะตอ	สาเหตุ
- พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว	- มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นบริเวณพื้นที่โครงการ และพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ น้ำตกแม่กากรอง น้ำตกแม่กว่า น้ำตกตองที่เรียง น้ำตกแม่ขะภอ เพื่อว่าจะได้ - มีเอกลักษณ์หรือวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องที่สามารถพัฒนาเป็นจุดขายทางการตลาดได้
- พัฒนาศูนย์ผลิตสินค้า สร้างมาตรฐานการ ผลิตภัณฑ์ชุมชน	- สหกรณ์เป็นเอกลักษณ์ รับผิดชอบการผลิตสินค้าบริการการค้า และพัฒนาให้เป็นศูนย์ผลิตในพื้นที่



ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้เข้าร่วมอื่น		ข้อเสนอแนะกลุ่มผู้บริหาร	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
<p>10) โครงการขยายผลโครงการหลวงหัวเป่า</p> <ul style="list-style-type: none"> • ได้รับความรู้เกษตรกรเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเกษตรในภาพรวม และความรู้เกี่ยวกับตลาดผู้บริโภคคนสุดท้าย • บัณฑิตข้อมูลปัญหาที่เกิดขึ้นและวิธีการแก้ไขปัญหานั้นปัจจุบัน เก็บไว้เป็นฐานข้อมูลของพื้นที่ • สนับสนุนการปลูกพืชหมุนเวียน แส่นการปลูกครั้งละปริมาณมาก • ชวนให้ความรู้การจัดการเกษตรสมัยใหม่พัฒนาทักษะการนำผลไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่ 	<ul style="list-style-type: none"> • สนับสนุนให้มีการสมัครขึ้นฝึกซ้อมลูกค้าในต้นฤดู ต้นฤดูที่เขียวชอุ่ม ไปจนถึงการจำหน่ายผลผลิต ทั้งมูลค่าการขายปริมาณมาก และผู้บริโภค • เจ้าหน้าที่ศูนย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาด และเกษตรกรร่วมกันรวมกลุ่มเพื่อ วางระบบการรวบรวม และการขนส่งผลผลิตในแม่ฮ่องสอน 	<ul style="list-style-type: none"> • ให้ความสำคัญการจัดการฟาร์มเชิงนิเวศ (Smart Farming) มาประยุกต์ใช้ พัฒนาระบบการใช้ทรัพยากรน้ำ ปรับปรุงพื้นที่เพื่อการทำการเกษตรปลอดภัยและปลอดภัย • รวมถึงการร่วมกันสร้างเครือข่าย และมาตรฐานของพืชผักในกลุ่ม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความปลอดภัยกับพ่อค้าคนกลาง 	<ul style="list-style-type: none"> • ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มการเพาะปลูก เพื่อเป็นการแบ่งปันองค์ความรู้ การพัฒนาองค์ความรู้ทางการเกษตร • พัฒนาศูนย์ฐานการผลิตของพืชไร่ชนิดเพิ่มการจำหน่ายให้ได้กว้างขึ้นและได้ราคาที่สูงขึ้น เพิ่มอำนาจการต่อรองทางการค้า อีกทั้งยังสามารถให้ความรู้เกษตรกรในการนำช่องทางออนไลน์มาเป็นช่องทางเสริมในการขายปลีก เนื่องจากพื้นที่มีห่างไกลมาจากตัวเมืองภาคต้องมีการขนส่งไปยังลูกค้า

	พืชไร่สวนเสริม	หมายเหตุ
พืชผัก	<p>พืชผักญี่ปุ่น กะหล่ำปลี ผักกาดขาวปลี แดงขาวญี่ปุ่น คะน้าฮ่องสอน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นพืชที่ตลาดมีความต้องการสูง และเกษตรกรสนใจที่จะนำมาทำเป็นอาหารสุขภาพ และผู้บริโภค - พื้นที่ที่มีอยู่เหมาะสมกับพื้นที่ปลูกพืชได้หลากหลายชนิด ปริมาณความต้องการของตลาดได้ - เกษตรกรมีความรู้ในการเพาะปลูก และมีการนำมาตรฐานระบบครัวเรือน ทำให้องค์กรมีความรู้มีความเข้มแข็งและสามารถนำไปพัฒนาต่อได้ - มีน้ำชลประทานใช้ ซึ่งเอื้อให้เกิดการปลูกพืชผัก - อยู่ไม่ไกลจากตลาด และขนส่งสะดวก ทำให้อายุการเก็บรักษาสูง และได้เปรียบพื้นที่อยู่ใกล้เมืองมาก
ไม้ผล	<p>เสาวรสหวาน องุ่น มะม่วงน้ำดอกไม้</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ตลาดมีความต้องการไม้ผลเมืองหนาว เช่น องุ่น เสาวรสหวาน และเป็นสินค้าที่มีราคาแพง - เป็นพืชที่ปลูกในโรงเรือน และไม่มีศัตรูพืชมากนัก - เป็นที่ต่อจากของตลาด - มีมูลค่าทางการตลาดสูงและสามารถปลูกได้ทั้งหน้าร้อนและหน้าหนาว

	พืชที่ควรส่งเสริม	สาเหตุ
อื่นๆ	ปศุสัตว์ เช่น ไก่กระต๊อ ไข่ไก่ เป็ด หมู	<ul style="list-style-type: none"> - เกษตรกรมีรายได้เสริมนอกจากการทำการเกษตร ซึ่งจะช่วยให้มีเงินหมุนเวียนเพื่อมาลงทุนทำการเกษตรเพิ่มขึ้น - ส่งเสริมให้เกิดการเลี้ยงสัตว์ ควบคู่ไปกับการทำการเกษตร - สามารถพัฒนาเป็นปศุสัตว์ หรือเป็นแหล่งฝึกหัดในเชิงวิชาการได้เป็นอย่างดี โดยให้ระบบตามธรรมชาติให้ได้มากที่สุด ตามแนวโมเดลของศูนย์โคกหนองนาสร้างอาชีพอย่างยั่งยืน

กิจกรรมอื่นๆที่ควรปฏิบัติ	สาเหตุ
โครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยเป้า	
<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมให้เกษตรกรนำระบบการจัดการแปลงเพาะปลูก และการผลิต การออกใช้สารเคมี 	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดความรู้เรื่องเทคนิคการเพาะปลูกพืช การจัดการแปลง และการใช้สารเคมีอย่างมีประสิทธิภาพ - เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อจะได้ใช้ผลการดำเนินงาน และการดูแลรักษา - เพิ่มพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ พื้นที่ที่มีความยากในการปลูกพืชได้หลากหลายชนิด มีน้ำตลอดทั้งปี

ข้อเสนอแนะกลุ่มยุทธศาสตร์อื่น		ข้อเสนอแนะกลุ่มยุทธศาสตร์บริหาร	
การผลิต	การตลาด	การผลิต	การตลาด
11) โครงการขยายผลโครงการหลวง โหล่งขอด <ul style="list-style-type: none"> บันทึกข้อมูลการเพาะปลูกพืชแต่ละชนิดอย่างละเอียด ทั้งสภาพดิน น้ำ อากาศ ระยะเวลาการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยว ปริมาณผลผลิต รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และการแก้ไขปัญหาในปัจจุบัน การอบรมให้ความรู้เกษตรกรในการเพาะปลูกพืชหลากหลายชนิดและความรู้ด้านการบริหารธุรกิจเบื้องต้น จากเกษตรกรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบความสำเร็จในการทำการเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> วางระบบการรวบรวมผลผลิตโดยเจ้าหน้าที่ศูนย์ฯ เจ้าหน้าที่ร่วมตลาด และเกษตรกรประสานงานร่วมกัน เชื่อมโยงธุรกิจ GAP ของลำโพงและ มะเขือม่วง 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศที่สามารถเป็นแหล่งความรู้ให้กับเกษตรกรสำหรับการเพาะปลูกผลผลิต และเป็นศูนย์กลางข้อมูลอ้างอิงสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้เกี่ยวข้อง นำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจดำเนินงานและการวางแผน สานสัมพันธ์กับผู้มีวิสัยทัศน์ในพื้นที่ สร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่กับผู้ที่มีศักยภาพท้องถิ่น ซึ่งจะเกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และช่วยสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่ 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อสร้างอำนาจต่อรองทางการค้าและสร้างจุดรวบรวมและกระจายผลผลิต เสริมสร้างการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านการเพาะปลูกของเกษตรกรให้สามารถปลูกได้หลากหลายตลอดมีคุณภาพ

พืชที่ควรส่งเสริม		สภาพ
พืชผัก	มะเขือม่วง	<ul style="list-style-type: none"> เนื่องจากพื้นที่มีข้อจำกัดในการจัดการน้ำ และปลูกพืชได้ไม่กี่ชนิด ควรส่งเสริมให้มีการปลูกพืชเมืองหนาวที่ใช้น้ำน้อย พืชเมืองหนาวหลายชนิดมีความต้องการมาก และประชาชนสนใจ ส่งเสริมการปลูกพืชประเภท ผักโขม เนื่องจากสภาพพื้นที่ในการคมนาคมสะดวกกว่าพื้นที่ลาดชัน และเดินทางลำบาก หากปลูกพืชประเภทนี้จะได้ความสะดวกเป็นระยะทางที่มีผลต่อความสะดวกไม่มากนัก ระดับความสูงของพื้นที่เอื้อต่อการปลูกพืชเมืองหนาวบางชนิด
ไม้ผล	เสาวรส องุ่น ลำไย มะม่วง	<ul style="list-style-type: none"> เป็นพืชที่มีความต้องการของตลาด หากสามารถผลิตได้คุณภาพ เช่น ลำไย และมะม่วง มีตลาดต่างประเทศ เช่น จีน ระดับความสูงของพื้นที่ และเป็นพื้นที่ใช้น้ำน้อย และสามารถปลูกได้ทั้งฤดูร้อน และหนาว การปลูกในโรงเรือน และวางระบบการปลูกที่มีประสิทธิภาพเข้ามาช่วย กระทั่งลดปัญหาทางด้านกาดูแลที่ไม่ทั่วถึง สภาพดิน และสภาพอากาศที่ไม่เหมาะสม
ไม้ดอก	ปทุมมา	<ul style="list-style-type: none"> พื้นที่มีปัญหาด้านการขาดระบบการกระจายน้ำ การปลูกไม้ดอกควรเลือกปลูกในพื้นที่ที่มีการใช้ปริมาณน้ำเหมาะสมกับสภาพและข้อจำกัดของพื้นที่ เช่น ข้อจำกัดด้านระบบชลประทานในการขนส่ง

กิจกรรมที่ควรปฏิบัติ โครงการขยายผลโครงการหลวงโพธิ์เขตรอด	สาเหตุ
- ควรพัฒนาคุณภาพไม้ดอกมีคุณภาพ ตามฤดูกาลต้องการ	- เพื่อตอบสนองความต้องการของเกษตรกรชาวไร่ชาวนา ซึ่งเป็นแหล่งเก็บซื้อที่มั่นคงและลดเป็นข้อจำกัดที่สามารถจำหน่ายได้ในราคาเหมาะสม
- สนับสนุนการปลูกพืชของเกษตรกร	- เกษตรกรมีการเพิ่มพื้นที่ปลูกและเพิ่มทุนของตนเองในการทำการเกษตร
- วางระบบการใช้น้ำที่มีประสิทธิภาพ	- ขาดระบบการกระจายน้ำเพื่อใช้ในการเกษตรในช่วงหน้าแล้ง ส่งผลต่อการสร้างรายได้ในช่วงฤดูแล้ง



ข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้นี้พบว่า ในส่วนของตลาดพืชผัก และไม้ผลยังคงมีความต้องการในตลาด(Demand) แม้ว่าผลผลิตด้านการเกษตร (Supply) มีแนวโน้มที่ลดลงเนื่องจากปัจจัยต่างๆ แต่ความต้องการที่มีเงื่อนไขมากขึ้น การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีผลผลิตมีคุณภาพจำนวนมาก และผลผลิตนำเข้าจากประเทศจีนและประเทศเพื่อนบ้าน ในระยะยาวทางผู้ศึกษาเห็นว่าทางสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงต้องเร่งพัฒนาเพื่อลดจุดอ่อนหลายประการ ได้แก่ ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการผลิต การกระจายสินค้า และการสร้างตราผลิตภัณฑ์ โดยประเด็นท้าทายที่ทางสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงต้องดำเนินการควบคู่ไปใน 3 แนวทาง คือ การยกระดับผลิตภัณฑ์ (Product Upgrading) การยกระดับกระบวนการผลิต (Process Upgrading) และการยกระดับสู่กิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น (Function Upgrading) เพื่อความยั่งยืนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอนาคต



Executive Summary

This research is to study market potential in the Royal Project Extension Areas (RPEAs) within the Mae Ping river basin, operated by the Highland Research and Development Institute (Public Organization). The objectives of this research are: (1) to study production and market economy of farm households in the RPEAs; (2) to study the data of needs of agricultural product market of the RPEAs; (3) to study and analyze the market potential of the RPEAs; and (4) to analyze and create a marketing strategy and development plan for the RPEAs.

The result of this study consists of four parts as follows:

(1) The economic and marketing data of farm households in the RPEAs.

By concluding from the study of overall operations compared between year 2014 and 2015, the findings, in term of support, indicate that the Pang Dang area has the most increased number of farmers who received support from the RPEAs. Meanwhile, the number of farmers who received support from the RPEAs in the areas of Mae Ma Lor and Pa Pae have decreased. In the aspect of cultivated area, the Pang Dang Nai area has the most increased amount of cultivated area while the Long Kod area has the most decreased amount of cultivated area. Regarding to sales volume (kilogram), the area which has the most sales volume is the Pang Dang Nai area while the Long Kod area has the least sales volume. For sales value (baht), the Pang Dang Nai area has the most sales value while the Pang Hin Fon area has the least sales value. According to the summary of the distribution channels of the RPEAs three agricultural product groups which are vegetable crops, fruits, and flowers, as illustrated in the figure 1, the percentages of the three agricultural products group that distributed in each of the following distribution channel. The study of overall economic value of the total production of the RPEAs indicates that the Pang Dang Nai area has the highest number in terms of economic value, followed by Mae Ma Lor, Pa Klual, Doi Pui, Hual Pao, Pha Taek, Long Khot, Pang Hin Phon, Pa Pae, Pang Ma O, and Khlong Lan respectively.

Figure 1 illustrates a common distribution channel used by the RPEAs



(2) The data of the demand for agricultural product market of the RPEAs of three agricultural product groups which are vegetable crops, fruits, and flowers; in the wholesalers and retailers perspective, and the data of consumers' demand of these agricultural products.

The findings of the marketing channel study of vegetable crops, by interviewing the wholesalers, retailers, and middlemen in the area of Muang Mai Market, Mae Jo Market, and Chiang Dao Market, during August 2016, indicate that the middlemen response that the agricultural extension officers play the important role in helping the farmers to improve their product quality which will result in a higher sales price. Regarding to the wholesalers, a problem that often occur in trading is the incomplete acquiring of required products. This might be because farmers cannot produce the products in time. Another problem is the smaller amount of product sales than typical period during the rainy season. For the retailers, a problem that often occur in trading is the vegetables becoming not fresh as they cannot completely sell all of their products. Additional problem is also the smaller amount of product sales during the rainy season.

According to the data conclusion of consumers of vegetables, most consumers (47.92%) buy vegetables from local farmers at local markets and any markets in general, without interest in the products' source. The consumers mostly put the emphasis on the freshness of vegetables. They buy vegetables at least once a week at markets such as Waroros Market, Ton Lam Yai Market, and Ton Pa Yom Market. They also buy three sorts of vegetables; chemical-free vegetables, organic vegetables and common vegetables depend on their

convenience. Secondary, they only buy non-pesticide vegetables. The consumption preferences of vegetables are fresh vegetables (50%), and cooked vegetables (48%).

The findings of the marketing channel study of fruits indicate that a problem that often occur for the middlemen is the damage of grapes, in which the middlemen will deduct the weight of damaged portion and inform the farmers. Generally, there is no problem because the farmers are those who have traded with the middlemen for long time. Regarding to the wholesalers, a problem that often occur is the incomplete acquiring of required products and less amount of products. This might be because farmers cannot produce the products in time. Another problem is some fruits are not available for purchases as they can only be sourced seasonally. The acquiring of products from the Royal Project (RP) is also an additional problem because of narrow aisle which make them difficult to purchase. The suggestion from the wholesalers for the RP is to build a quota purchase system and distribute the products equally. For the retailers, a problem that often occur is that they cannot sell all products which result in rotten fruits and that they have to trash them without benefit. Additionally, the retailers also suggest that some fruits can be peeled before sales, and there should be the product quantity inspection/check for appropriately reducing in purchasing order.

According to the data conclusion of consumers of fruits, the most favored fruits are fresh fruits (92.5%). The consumers mostly put the emphasis on the freshness of fruits. They buy fruits once a week (90%), and often from supermarkets (80%). Most consumers buy all three sorts of fruits (35.56%) which are chemical-free products only, organic products only and products in common markets depend on their convenience.

The findings of the marketing channel study of ornamental (house plant) and fresh flowers indicate that the RP's products maintain high grade and quality. However, the evaluation standard is much higher than the farmers would expect and when their products are not qualified, they lack of channel of distribution. Therefore, they suggest the RP to find support market. Additional responses are that the RP's products' price is quite high and with high quality, they cannot split the products to sell separately. Also, the RP only sell their products to large stores so that they have to sort out low quality products. The RP's products are known for their high quality but sometimes they are not easily purchased and they have to buy lower grade merchandise from local vendors. The middlemen express their opinions that flowers are still favored by the consumers. Therefore, they want farmers to regularly produce flowers because it can generate good income as well as create jobs for local people.

From interviewing the wholesalers of fresh flowers, the products get rotten and discarded in large amount during the rainy season. So, they have to buy low quality products for sales. Occasionally, farmers violate the purchasing contract by selling the products to other wholesalers. It is a problem of stealing customers, bad market, and price drop. At the same time, products that are delivered to Pak Klong Ta Lad Market cannot be sold because there is no space for sales. Importantly, there is an oversupply of the products in some seasons which make it difficult to find a channel of distribution. For retailers of fresh flowers, a problem that often occur is that they cannot sell all products. However, this problem can be solved by rearranging the remained unsold flowers into bouquet which can be another income as well.

According to the data conclusion of consumers of flowers, the consumers buy flowers from general markets (41.03%) and secondary (30.77%), they buy all three sorts of flowers which are chemical-free flowers, organic flowers and flowers in common markets depend on their convenience. In addition, the finding indicate that the freshness of flowers is the most important factor for consumer purchasing preferences (26.74%). Most consumers regularly buy flowers at least once a week and mostly from general markets (97.5) such as Waroros Market, Ton Lam Yai Market, and Ton Pa Yom Market. Most consumers also tend to buy flowers in sheaf or bundle to rearrange by themselves (42.50%)

3) The analyzed result of the market potential analysis of the RPEAs found that (1) the potential market for vegetable crops in northern areas will be 451,085.25 tons per year. The estimated proportion of the total production of vegetables in the northern region was 224,647.2 tons per year and the total volume of vegetable production in the RPEAs that has been promoted in 2015 is 629,095 tons per year, which representing a 0.28 percent of the total production of vegetable crops in northern areas. (2) The potential market for fruit in northern areas will be 1,176,922.4 tons per year. The estimated proportion of the total production of fruits in the northern region was 589,752.2 tons per year and the total volume of vegetable production in the RPEAs that has been promoted in 2015 is 76.999 tons per year, which representing a 0.013 percent of the total production of vegetable crops in northern areas. (3) For the ornamental plants have been promoted as Thailand industrial crops are Orchid, Rose, Marigold, chrysanthemums, Gerbera, Lillie, gladiolus, Fern etc. According to the data, Chiang Mai Province has an area of growing flowers about 4115.25 Rai, especially in Mae Rim (area planted approximately of 1,700 Rai) and Mae Wang district (approximately of 1,200

Rail. The total volume of flowers production in the RPEAs that has been promoted in 2015 is 347,735 baht representing a 14.29 percent of the total production of flower crops in northern areas. The study shows that consumer demand for flowers in the northern areas, in recent years, the most popular items is the cut flowers, the potted flowering plants and the cut foliage flowers respectively.

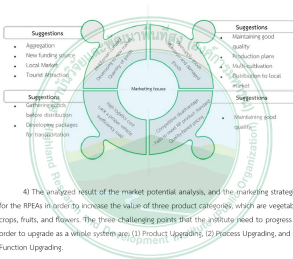
The analysis of the potential economic value in each of the RPEAs area, in terms of the economic production value, indicates that the Pang Dang Nai area has the highest number, in terms of economic value, followed by Mae Maior, Pa Klui, Doi Pui, Huai Pao, Pha Taek, Long Khot, Pang Hin Phon, Pa Pae, Pang Ma O, and Khlong Lan respectively. However, to better assess the potential of each area, this study also considered other factors, not just the economic value, that might affect the potentially in each area. In order to analyze the data, this study using the value chain concept to determine the strengths and weaknesses which is considered to be an internal environment and analyze the external environment by determining the opportunities and threats in each area.

According to the internal and external analysis, the RPEAs has strengths in terms of 1) the expertise of the farmers in the area 2) collaboration and networking in the area 3) a system to support the local farmers 4) the climate and space. However, the RPEAs has the weaknesses in terms of 1) the status of farmers and their households 2) the system to support farmers in the area 3) the limitations of land and the quality of soil. The opportunities that are considered to be positive forces for the RPEAs are as follows 1) a close-relationship to the Royal Project. 2) an increasing in demand for organic and safety crops 3) some areas have a potential for developing into tourist attractions 4) both private and public sector agencies are willing to cooperate with the RPEAs to make a betterment of people's lives. The barriers that affect the operation of the RPEAs are as follows: 1) those processing agricultural crops are mainly processed and sold under their own trademark. Thus, the farmers do not have or limit their options to manage their own agricultural products 2) a limitation of funds and the support from the government 3) an intense competition in agricultural market.

The research found that the Highland Research and Development Institute need to promptly excel in order to reduce the weakness in many fields which are research and development, production, distribution, and branding.

According to the marketing difficulties that this study found after analyzing the data from the farmers, wholesalers, retailers, and consumer. We group all of the marketing difficulties in the figure 2. The figure 2 shows the conclusions and the short-term recommendations for the RPEAs, in the area of marketing.

The figure 2 shows the conclusions and the short-term recommendations for the RPEAs, in the area of marketing.



4) The analyzed result of the market potential analysis, and the marketing strategies for the RPEAs in order to increase the value of three product categories, which are vegetable crops, fruits, and flowers. The three challenging points that the institute need to progress in order to upgrade as a whole system are: (1) Product Upgrading, (2) Process Upgrading, and (3) Function Upgrading.

For the Product Upgrading includes all of the followings strategies which are: 1) Development and create a new distribution channel; 2) Creating a local brand in area that has a potential to be a tourist destination; 3) Encouraging the cooperation among the farmers; 4) the reduction of chemical usage in order to adapt to the market needs of safe products for creating the diversity, and increase market opportunities in the future; 5) Agricultural extension officers build incentive for farmers who are attentive to cultivation in order to create more income; 6) Planning the production of vegetable crops, fruits, and flowers in conjunction with

the marketing team of The Royal Project. Planning to grow plants that are appropriate in the context of each area.

For the Process Upgrading includes all of the followings strategies which are; 1) Production planning, which considered the appropriateness of each type and quantity; 2) Creating a production standard and guarantee; 3) Managing the production cost by using the information system; 4) Developing a systematic database for knowledge management within the community; 5) the establishment of local network in order to exchange information, knowledge, and power of negotiation; 6) Promoting the exchange of the management system and the competencies of a successful area to other areas. Adapting the "Best Practice" to suit the context of each areas in order to enhance the quality of the output.

For the Functional Upgrading includes all of the followings strategies which are; 1) Encouraging every area to implement and testing the research results from Royal Project in order to find the suitable types of plants in their own area; 2) Supporting the registration of the patents and other related research processes; 3) Encouraging a research on the use of information systems in plantation; 4) Supporting training and educating about a modern agriculture on both farmers and the RPEAs officers; 5) Implementing the research on a development of the strains from Royal project in every area; 6) Upgrading the capacity of a value-added managing system in every aspect of the value-chain.

The study summarized the strategies, and the guidelines for the development in production and marketing in the following 11 areas.

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
1) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Khlong Lan			
<ul style="list-style-type: none"> Encouraging a trial garden/planting from a Royal Project works in order to improve a quality of its seed and strains to meet the market demand Educating and encouraging the farmers to record the cost of each production 	<ul style="list-style-type: none"> Educating the farmers about the behavior of final consumer and a basic of management Encouraging farmers to form their own group in order to increase a power to negotiate with wholesaler and retailers Improving a quality of its product in order to get a GAP standard 	<ul style="list-style-type: none"> Supporting the application of a modern agricultural management to the farmers by combining scientific knowledge, technologies, and local wisdom 	<ul style="list-style-type: none"> Supporting and forming a group of local farmers in order to exchange their knowledge and information

Khlong Lan	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Native Lettuce Coriander Chinese Cabbage White Radish	<ul style="list-style-type: none"> - Close to the markets and the points of purchase - Competitiveness of distance compared to other areas. - Freshness and quality of products are the main factors when making purchase decision.
Fruits	Grapes Mangoes	<ul style="list-style-type: none"> - Increasing the efficiency of cultivations by giving support and knowledge related to farming
Others	Agricultural and Food Products Processing	<ul style="list-style-type: none"> - Encouraging farmers to form cultivation groups in order to reduce pressure from middlemen
Other activities	Reasons for supporting these activities	
- Establishing an effective cost recording system	- Reduce production cost and increase profits	
- Planning for water management system	The trend in global water shortage	

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
<p>2) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Doi Pui</p> <ul style="list-style-type: none"> • Provide advice on diseases and insects in the rainy season • Educating the right way to plant by using the trial garden • Encouraging the farmers to form the groups • Developing a database to record all of the information 	<ul style="list-style-type: none"> • Establishing a direct channel to sell their own products • Creating their own local brands and stories • Supporting the tourism by cooperating with other agencies • Renewing GAP certification 	<ul style="list-style-type: none"> • Building network within the community in order to exchange knowledge and useful information • Establishing itself as a case-study for a smart farming plantation and modern agricultural plantation 	<ul style="list-style-type: none"> • Tracking and improving the products to meet up the national standard • Reducing the use of chemical and pesticide

Doi Pui	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Japanese cucumber Tomatoes	<ul style="list-style-type: none"> - One of the best-selling products from Royal Project shops - High demand products - Land and temperature are suitable for growing these crops
Fruits	Grapes	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - Suitable for growing winter fruits and vegetables
Other activities	Reasons for supporting these activities	
- Encouraging cultural tourism by creating events throughout the year in order to create a new revenue model for the farmers	<ul style="list-style-type: none"> - The area is not far from the city - Cultural uniqueness 	
- Developing a local brand	<ul style="list-style-type: none"> - Cultural and traditional uniqueness of the community 	
- Establishing itself as a case-study for modern agricultural plantations	<ul style="list-style-type: none"> - Create a direct channel to sell their own products 	

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
3) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Pa Kluai			
<ul style="list-style-type: none"> • Provide advice on the use of chemical and pesticide • Educating and training the farmers how to plant good crops and how to achieve a higher quality of crop production • Encouraging farmers planting winter plants • Encouraging the farmers to form the groups 	<ul style="list-style-type: none"> • Encouraging the farmers to record all of the information, especially their production and marketing problems • Planning the transportation in each round. 	<ul style="list-style-type: none"> • Building network within the community in order to exchange knowledge and useful information • Implementing a smart farming theory in the production planning in order to increase the efficiency in each production 	<ul style="list-style-type: none"> • Improving a quality of its product in order to get a GAP standard • Setting up their production and crops standard • Reducing the use of chemical and pesticide

Pa Kluai	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Bell pepper Brussels Sprouts Sweet peas Potatoes Radish	<ul style="list-style-type: none"> - One of the best-selling products from Royal Project shops - High demand products - Seasonal price fluctuation in radish
Fruits	Grapes Avocados	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - Suitable for growing winter fruits and vegetables - Use less water to grow
Other activities	Reasons for supporting these activities	
- Develop a product safety standard	- Consumer Issues in Quality and Safety of crops	
- Establishing an effective cost recording system	- Reduce production cost and increase profits	

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
4) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Pang Dong Nai			
<ul style="list-style-type: none"> • Coordination with other agencies in the area in order to create the efficient system for water management • Provide advice on the use of chemical and pesticide • Using a reward system with the potential farmers 	<ul style="list-style-type: none"> • Maintaining the strengths within each group • Supporting a knowledge about the tourism by cooperating with other related agencies • Creating their own local brand • Renewing GAP certification 	<ul style="list-style-type: none"> • Finding the new ways to get more yields within the same space • Supporting a crop rotation and a variety of crops • Establishing the database system • Building network within the community in order to exchange knowledge and useful information • Establishing itself as a case study for a smart farming plantation and modern agricultural plantation 	<ul style="list-style-type: none"> • Improving a quality of its product in order to get a GAP standard • Reducing the use of chemical and pesticide • Introducing other options and added benefits to the farmers that comply to plant the alternative crops

Pang Dang Nai	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Chinese Kales Red bamboo Beans	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - High level of competency skills in planting - Land suitable for planting Red bamboo Beans
Fruits	Grapes Avocados	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - Suitable for growing winter fruits and vegetables
flowers	Salvia	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - Suitable for growing winter flowers
Other activities	Reasons for supporting these activities	
<ul style="list-style-type: none"> - encouraging local handicrafts and cultural tourism - Establishing a local brand and the story behind its brand 	<ul style="list-style-type: none"> - Create a direct channel to sell their own products - Cultural and traditional uniqueness 	

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
5) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Pang Ma O			
<ul style="list-style-type: none"> Encouraging the farmers to record all of the information, especially, the detailed about the difficulties in marketing and production Educating farmers about the alternative plants and plantation 	<ul style="list-style-type: none"> Establishing the database to track the result in each year Planning the transportation in each round 	<ul style="list-style-type: none"> Educating and building skill for farmers to be able to record their own production cost Implementing a smart farming theory in the production planning in order to increase the efficiency in each production Provide an advice on the use of chemical and pesticide 	<ul style="list-style-type: none"> Setting up their production and crops standard Creating consistency by encouraging the creation of descendants or representatives of each groups.

Pang Ma O	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Fruits	Grapes Passion Fruits Strawberries	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - Land suitable for growing different types of crops - Less water usage - Using less space for planting - Close to the city and markets
Flowers	Salvia New Guinea Impatiens Zinnia micoe	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - Suitable for growing winter flowers - Plenty of water for cultivation
Others	Coffees and Tea leaves	<ul style="list-style-type: none"> - Use less resources - Local plants - Main revenue model - Near point of purchase and markets - The increasing number of people who consume coffee and tea in Thailand

Other activities	Reasons for supporting these activities
<ul style="list-style-type: none"> - Planning for water management - Establishing an effective cost recording system - Supporting quality of its production and setting up a crop's standard 	<ul style="list-style-type: none"> - Increasing value of its products - Reduce production cost and increase its profit - Reduce problems in water shortage

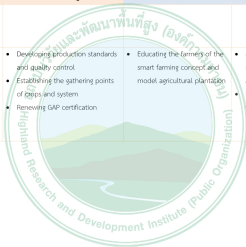
Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
6) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Pang Hin Phon			
<ul style="list-style-type: none"> • Recording the details of every production such as the condition of the soil, water, weather, climate, and etc. • Encouraging the knowledge exchanging within and across groups 	<ul style="list-style-type: none"> • Establishing the trial garden for winter crops 	<ul style="list-style-type: none"> • Developing the information system, which will be the hub of the knowledge for the farmers 	<ul style="list-style-type: none"> • Supporting the establishment of groups within the community

Pang Hin Phon	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Thomas tomatoes Bell pepper Cherry tomatoes	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - Temperature and land suitable for growing winter crops - Plenty of water for cultivation
Fruits	Grapes Passion Fruits Avocados	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - Suitable for growing winter fruits - High level of competency skills in planting
Flowers	Salvia Sahara Salvia Oasis	<ul style="list-style-type: none"> - Suitable for planting winter flowers - High demand for products
Other activities		Reasons for supporting these activities
<ul style="list-style-type: none"> - Supporting quality of its production and setting up a safety standard - Encouraging farmers to form groups - Increasing the number of cycles in planting 		<ul style="list-style-type: none"> - Increasing value of its products - Increasing skills and competency of the farmers - Adapting to changing consumer needs towards safe products - Reducing pressure on price

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
7) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Pa Pae			
<ul style="list-style-type: none"> • Advice urgently needed in the use of chemical and pesticide • Using the trial garden concept to teach farmers how to plant effectively • Encouraging the farmers to form the groups 	<ul style="list-style-type: none"> • Establishing a direct channel to sell their own products • Creating their own local brands and stores • Supporting the tourism by cooperating with other agencies • Renewing GAP certification 	<ul style="list-style-type: none"> • Developing the database to record all of the information related to the production and marketing • Planning for the crop's plantation in each round • Building the knowledge network within and across the community 	<ul style="list-style-type: none"> • Building a local brand • Reducing a use of chemical and pesticides • Supporting coffee plantation and techniques • Maintaining the GAP standard for coffee

Pa Pae	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Japanese Cucumbers Eggplant/Black Rods Kalaan	<ul style="list-style-type: none"> - High demand for winter products
Fruits	Grapes Passion Fruits Crape Gooseberries Strawberries	<ul style="list-style-type: none"> - High demand for winter products - Suitable for growing winter fruits
Flowers	Yellow Daisy Salvia Petunia	<ul style="list-style-type: none"> - Suitable for planting winter flowers - High demand for products - Can be another source of revenue - Use less space to plant
Other activities	Reasons for supporting these activities	
<ul style="list-style-type: none"> - Supporting quality of its production and setting up a safety standard by introducing new technology to the farmers 	<ul style="list-style-type: none"> - Adapting to changing consumer needs towards safe products - Reducing pressure on price 	

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
<p>8) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Pha Taek</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Advice urgently needed in the use of chemical and pesticide • Support production in greenhouses • Always educating and training the farmers 	<ul style="list-style-type: none"> • Developing production standards and quality control • Establishing the gathering points of crops and system • Renewing GAP certification 	<ul style="list-style-type: none"> • Educating the farmers of the smart farming concept and model agricultural plantation 	<ul style="list-style-type: none"> • Maintain and improving a relation between Pha Taek and Royal Project • Encouraging farmers to form their groups



Pha Taek	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Japanese Cucumbers Zucchini Katsuan	<ul style="list-style-type: none"> - High demand products - High in economic value - Land suitable for growing different types of crops
Other activities	Reasons for supporting these activities	
<ul style="list-style-type: none"> - Supporting water management system - Encouraging farmers to form groups 	<ul style="list-style-type: none"> - Increasing negotiation power of its farmer - Reducing pressure on price 	



Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
9) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Mae Malor			
<ul style="list-style-type: none"> Including the RPEAs staff in every aspect of supported planning Educating and training the farmers how to plant good crops and how to achieve a higher quality of crop production 	<ul style="list-style-type: none"> Setting up a production standard and quality control Establishing the gathering points of crops and system 	<ul style="list-style-type: none"> Establishing the trial garden for winter crops 	<ul style="list-style-type: none"> Building a local brand Establishing a quality control system for crops Establishing a relationship as a partner with a Royal project

Mae Malor	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Tomatoes Japanese Pumpkins Japanese Bunching Onions Japanese Cucumbers	<ul style="list-style-type: none"> - High demand for products - Less space used for planting - Suitable for growing winter plants - Increase in consumers concern about safety of products
Fruits	Passion fruits Grapes Grape Gooseberries	<ul style="list-style-type: none"> - High demand for winter products - Suitable for growing winter fruits - If the quality meets with the standard, this could be main revenue of this area
Other activities	Reasons for supporting these activities	
<ul style="list-style-type: none"> - Encouraging cultural tourism - Establishing a local brand and the story behind its brand 	<ul style="list-style-type: none"> - Reducing pressure on price - Create a direct channel to sell their own products - Cultural and traditional uniqueness will add value to its product 	

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
<p>10) The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Huai Pao</p> <ul style="list-style-type: none"> educating farmers about the overview of an agriculture situation and a buyer behavior of final consumer Recording marketing and producing difficulties within a community database Supporting an alternative crops plantation Educating and training a smart farming concept and modern agricultural production to the farmers 	<ul style="list-style-type: none"> Encouraging the farmers to record their production cost Planning the transportation in each round. 	<ul style="list-style-type: none"> Implementing a smart farming concept in the production Setting up an agreement and production standard within each group 	<ul style="list-style-type: none"> Promoting the integration of cultivation. In order to share knowledge. Developing a production standard for each plant

Huai Pao	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Japanese Pumpkins White Radish Japanese Cucumbers Kailan	<ul style="list-style-type: none"> - High demand for products - Abundant supply of water and quality of soil - Close to the markets
Fruits	Passion Fruits Grapes Mangoes	<ul style="list-style-type: none"> - High demand for winter products - Using less space for planting - High in economic value
Others	Livestock Black-bone chickens Earthworms Pigs	<ul style="list-style-type: none"> - Can be another source of revenue
Other activities		Reasons for supporting these activities
<ul style="list-style-type: none"> - Introducing smart farming techniques and encouraging farmers to reduce the use of chemicals and pesticide 		<ul style="list-style-type: none"> - Adapting to changing consumer needs towards safe products - Increasing skills and competency of the farmers - Increasing production efficiency

Short-term strategies		Long-term strategies	
Production	Marketing	Production	Marketing
(11 The Royal Project Extension Area (The Ping basin) Long Khot			
<ul style="list-style-type: none"> Recording the details of every production such as the condition of the soil, water, weather, climate, and etc. Educating farmers about the alternative plants and plantation 	<ul style="list-style-type: none"> Establishing the gathering points of crops and system Renewing GAP certification 	<ul style="list-style-type: none"> Developing of an information database so it can be a source of knowledge to the farmers. Building a relationship with farmers that have a potential. Encouraging a participation in every aspect of production. 	<ul style="list-style-type: none"> Encouraging a formation of a farmer group Strengthening skills and expertise within the farmers



Long Khot	Plants that should be supported	Reasons for supporting these plants
Vegetables	Japanese Cucumbers	<ul style="list-style-type: none"> - The elevation of the area suitable for growing winter crops. - Due to the remoteness of the area, growing non leafy vegetables could be a good choice in order to increase its competitiveness
Fruits	Passion fruits Grapes Longans Mangoes	<ul style="list-style-type: none"> - Using less water in planting - The elevation of the area suitable for growing both winter and summer plants - High demand for products - Using less space for planting
Flowers	Slam tulips	<ul style="list-style-type: none"> - Can be another source of revenue - Encouraging planting flowers that need less water
Other activities		Reasons for supporting these activities
<ul style="list-style-type: none"> - Improving the quality of flowers, in order to meet the demand of the market - Supporting a water management system - Establishing an effective cost recording system 		<ul style="list-style-type: none"> - Reduce production cost and increase profits - Increasing production efficiency

In conclusion, even though agriculture production is decreasing, due to environmental factors, there is still demand in vegetable and fruit market but with more complex purchasing condition. The market is also effected by importing goods from neighborhood country and large production company which bring the market into an intensive competition. Therefore, RPEAs is recommended to improve research and development, production management, distribution management and develop brand as in long term direction. The challenge is to proceed along with the aspects of product upgrading, process upgrading and function upgrading in order to obtain sustainable competitive advantages.



สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ	ก
คณะผู้วิจัย	ข
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
Executive Summary	ค
สารบัญ	๒๒
สารบัญตาราง	พพ
สารบัญรูปภาพ	วว
บทคัดย่อ	ชช
Abstract	ทท
บทที่ 1 บทนำ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสาร	5
1. แนวคิดด้านการบริหารจัดการธุรกิจ	5
2. แนวคิดการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM)	6
2.1 ทฤษฎีโซ่คุณค่า (Value Chain)	7
2.2 การนำ Value Chain มาประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ SWOT	8
3. แนวคิดทฤษฎี SWOT	11
4. หลักการบริหารเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม	13
4.1 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน	13
4.2 การยกระดับโซ่อุปทาน	13
4.3 การยกระดับมูลค่าเพิ่ม (Moving up the value chain)	14
5. สถานการณ์ภาคการเกษตรในประเทศไทย	18
5.1 สถานการณ์ด้านการผลิต (Supply)	18
5.2 สถานการณ์ด้านการบริโภคภายในและนอก (Demand)	20
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	23
1. การศึกษาข้อมูลเศรษฐกิจ การผลิต และการตลาดของพืชไร่ในเขตพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่แม่น้ำปิง	23
2. การศึกษาข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญ ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่แม่น้ำปิง	25
3. การวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่แม่น้ำปิง	28
4. การกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของโครงการขยายผลโครงการหลวงสู่แม่น้ำปิง	28
5. สถานที่ดำเนินการวิจัย	29
6. แผนการดำเนินงานตลอดโครงการ	29
7. ระยะเวลาการดำเนินงาน	30
8. ขอบข่ายงานในการดำเนินการวิจัย	30

บทที่ 4 ผลการวิจัย	31
ส่วนที่ 1	32
ข้อมูลเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดของครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง ลุ่มน้ำปิง	32
1. การศึกษาหาข้อมูลพื้นฐานพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงลุ่มน้ำปิง	34
1.1 โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอปางศิลา จังหวัดกำแพงเพชร	34
1.2 โครงการขยายผลโครงการหลวงดอยปุย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	48
1.3 โครงการขยายผลโครงการหลวงปางฮ้วย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	61
1.4 โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงโน อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	75
1.5 โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแม่โอ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	89
1.6 โครงการขยายผลโครงการหลวงปางหินฝน อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	104
1.7 โครงการขยายผลโครงการหลวงป่าแป๋ อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	118
1.8 โครงการขยายผลโครงการหลวงผาแดง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	133
1.9 โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สะอ อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่	143
1.10 โครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยเป้า อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	156
1.11 โครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งซอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	169
2. สรุปภาพรวมจำนวนเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม พื้นที่การปลูก ปริมาณและมูลค่าผลผลิต จำแนกตามพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงลุ่มน้ำปิง	183
3. การแยกวิเคราะห์ ปริมาณและยอดขาย จำแนกตามพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงลุ่มน้ำปิง	186
4. การเก็บรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดของครัวเรือนเกษตรกรในพื้นที่ โครงการขยายผล โครงการหลวงลุ่มน้ำปิง	199
ส่วนที่ 2	202
ก. ข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง ลุ่มน้ำปิง ข้อมูลการสัมภาษณ์คนกลางจำหน่ายพืช ผัก ไม้ผล และไม้ประดับไม้ดอก ในช่วงทางการตลาด	202
1. ผลการศึกษาช่องทางการตลาดสำหรับพืชผัก ผลไม้ ไม้ประดับและดอกไม้สด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	202
1.1 ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาด สำหรับตลาดผัก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	202
1.2 ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาด สำหรับตลาดผลไม้ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	208
1.3 ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาด สำหรับตลาดไม้ประดับและดอกไม้สด ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	213
2. ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาด สำหรับตลาดผัก และผลไม้ ในอำเภอลองลาน จังหวัด กำแพงเพชร	225
2.1 ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาด สำหรับตลาดผัก ในอำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร	225
2.2 ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาด สำหรับตลาดผลไม้ ในอำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร	227
ข. ข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าเกษตรสำคัญของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง ลุ่มน้ำปิง ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค ต่อการซื้อ พืชผัก ไม้ผล และไม้ดอกไม้ประดับ	228
1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อการซื้อพืชผัก	228

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อไม้ผล.....	231
3. ผลการศึกษาพฤติกรรมการซื้อไม้ดอก.....	234
บทที่ 5 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาด.....	237
1. การวิเคราะห์ปริมาณความต้องการของตลาดและปริมาณผลผลิต พืชผัก ไม้ผล และไม้ดอกไม้ประดับ.....	237
1.1 กลุ่มผลผลิตพืชผัก.....	237
1.2 กลุ่มผลผลิตผลไม้.....	238
1.3 กลุ่มผลผลิตไม้ดอกไม้ประดับ.....	238
2. การวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่หมู่บ้านโป่ง.....	240
3. ศักยภาพการจัดการด้านการตลาดในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง สู่หมู่บ้านโป่ง.....	248
3.1 โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองแสน.....	248
3.2 โครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยโป่ง.....	249
3.3 โครงการขยายผลโครงการหลวงปากฮ้วย.....	251
3.4 โครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงใน.....	253
3.5 โครงการขยายผลโครงการหลวงปางมะโอ.....	254
3.6 โครงการขยายผลโครงการหลวงปางหินฝน.....	256
3.7 โครงการขยายผลโครงการหลวงป่าเป๋.....	258
3.8 โครงการขยายผลโครงการหลวงผาแดง.....	259
3.9 โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ระดง.....	260
3.10 โครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยเป้ง.....	262
3.11 โครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งขอด.....	264
4. ภาพรวมศักยภาพด้านการตลาดทั้ง 11 ศูนย์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่หมู่บ้านโป่ง.....	265
4.1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยภาพรวมทั้ง 11 ศูนย์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่หมู่บ้านโป่ง.....	265
4.2 ข้อเสนอแนะภาพรวมทั้ง 11 ศูนย์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่หมู่บ้านโป่ง.....	268
4.3 การวิเคราะห์ศักยภาพและข้อเสนอแนะในการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดโดยภาพรวมทั้ง 11 ศูนย์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่หมู่บ้านโป่ง โดยประยุกต์จากแนวคิด Stan Shin' Smiling Curve.....	273
5. การจัดการประชุมเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการพัฒนาการทำงานด้านการพัฒนาศักยภาพการตลาดกับผู้ที่เกี่ยวข้อง.....	276
บทที่ 6 วิเคราะห์และจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาด้านการตลาด.....	277
1. การวิเคราะห์ผลการศึกษา เพื่อนำไปจัดทำข้อเสนอแนะกลยุทธ์.....	277
1.1 สรุปแนวโน้มความต้องการของผลผลิตทางการเกษตรในอนาคต (Demand).....	277
1.2 ด้านกำลังการผลิตของภาคการเกษตรในประเทศ (Supply).....	278
2. สรุปผลการศึกษาศักยภาพทางการตลาด.....	280
2.1 สรุปผลการศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดของครัวเรือน.....	280
2.2 สรุปผลการศึกษาศักยภาพความต้องการสินค้าเกษตรสำคัญของพื้นที่.....	281

3. ผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดในภาพรวม.....	285
3.1 กลยุทธ์ TOWS Matrix ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่หมู่บ้านโดยภาพรวม.....	285
3.2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่หมู่บ้านในภาพรวม โดยประยุกต์จากแนวคิด Stan Shin' Smiling Curve.....	292
4. ผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดในแต่ละพื้นที่.....	301
4.1 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองฮาน.....	301
4.2 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลดอยภูซ.....	306
4.3 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลปากกล้วย.....	312
4.4 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลปางแดงใจ.....	318
4.5 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลปางมะโฮ.....	324
4.6 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลปางหินฝน.....	329
4.7 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลปางเป.....	334
4.8 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลปางดก.....	340
4.9 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลแม่ทะล.....	346
4.10 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลห้วยเป้า.....	353
4.11 ข้อเสนอแนะจัดทำกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาในพื้นที่โครงการขยายผลโหล่งฮอด.....	359
5. สรุปผลการวิจัย.....	366
5.1 สรุปที่มาและความสำคัญ.....	366
5.2 สรุปข้อเสนอแนะด้านการตลาด.....	367
5.3 สรุปแนวทางการพัฒนาเพื่อยกระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดโซ่อุปทาน.....	368
5.4 สรุปข้อเสนอแนะด้านระบบการผลิต.....	370
5.5 สรุปการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการตลาดและข้อเสนอแนะการสร้างมูลค่าเพิ่มและ ความสามารถทางการตลาด.....	374
เอกสารอ้างอิง.....	376
ร่างแบบสัมภาษณ์เกษตรกร ในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่หมู่บ้าน.....	379
สรุปเปรียบเทียบแผนงานวิจัยกับผลงานวิจัย.....	384

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2. 1	แสดงการคาดการณ์ร้อยละการเติบโต (PERCENT YEAR-ON-YEAR GROWTH) ของผลผลิตพืชผัก ไม้ผล และไม้ดอก ในช่วงปี 2560 ถึง 2563	19
ตารางที่ 2. 2	แสดงการบริโภคต่อหัวในประเทศกำลังพัฒนา (ทีโอเอ็มต่อคน)	21
ตารางที่ 4. 1	แสดงพื้นที่เป้าหมายการดำเนินงานในการบริหารจัดการในระบอบธรรมาภิบาล	33
ตารางที่ 4. 2	แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอปางศิลา จังหวัดกำแพงเพชร	35
ตารางที่ 4. 3	สรุปข้อมูลผลตอบแทนและต้นทุนการเพาะปลูกตามชนิดพืชของเกษตรกรแต่ละราย ในโครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอปางศิลา จังหวัดกำแพงเพชร	40
ตารางที่ 4. 4	สรุปปริมาณการผลิตและการตลาดรายพืชของโครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอปางศิลา จังหวัดกำแพงเพชร ปี 2558 และ ปี 2559	42
ตารางที่ 4. 5	แสดงปริมาณผลผลิตโดยรวม ของโครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน	43
ตารางที่ 4. 6	แสดงปฏิทินการเพาะปลูกในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอปางศิลา จังหวัดกำแพงเพชร	44
ตารางที่ 4. 7	แสดงการใช้ที่ดินของโครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	50
ตารางที่ 4. 8	สรุปข้อมูลผลตอบแทนและต้นทุนการเพาะปลูกตามชนิดพืชของเกษตรกรแต่ละราย ในโครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	53
ตารางที่ 4. 9	สรุปปริมาณการผลิตและการตลาดรายพืชของโครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2558 และ ปี 2559	55
ตารางที่ 4. 10	แสดงปริมาณผลผลิตโดยรวมของโครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2557 ถึงปี 2559	56
ตารางที่ 4. 11	แสดงปฏิทินการเพาะปลูกในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงคลองลาน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	57
ตารางที่ 4. 12	แสดงการใช้ที่ดินของโครงการขยายผลโครงการหลวงปางกล้วย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	63
ตารางที่ 4. 13	สรุปข้อมูลผลตอบแทนและต้นทุนการเพาะปลูกตามชนิดพืชของเกษตรกรแต่ละราย ในโครงการขยายผลโครงการหลวงปางกล้วย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	65
ตารางที่ 4. 14	สรุปปริมาณการผลิตและการตลาดรายพืชของโครงการขยายผลโครงการหลวงปางกล้วย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2558 และ ปี 2559	67
ตารางที่ 4. 15	แสดงปริมาณผลผลิตโดยรวม ของโครงการขยายผลโครงการหลวงปางกล้วย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2557 ถึงปี 2559	68
ตารางที่ 4. 16	แสดงปฏิทินการเพาะปลูกในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงปางกล้วย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่	69
ตารางที่ 4. 17	แสดงการใช้ที่ดินของโครงการขยายผลโครงการหลวงปางแดงใน อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	77
ตารางที่ 4. 18	สรุปข้อมูลผลตอบแทนและต้นทุนการเพาะปลูกตามชนิดพืชของเกษตรกรแต่ละราย ในโครงการหลวงปางแดงใน อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	80

ตารางที่ 4. 39	สรุปปริมาณการผลิตและการตลาดรายพืชของโครงการขยายผลโครงการหลวงผาแดง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ปี 2558 และ ปี 2559.....	138
ตารางที่ 4. 40	แสดงปริมาณผลผลิตโดยรวมของโครงการขยายผลโครงการหลวงผาแดง อำเภอแม่แตง เชียงใหม่ปี 2557 ถึงปี 2559	139
ตารางที่ 4. 41	แสดงปฏิทินการเพาะปลูกในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงผาแดง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่	140
ตารางที่ 4. 42	แสดงการใช้ที่ดินของโครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮอด อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่	145
ตารางที่ 4. 43	สรุปข้อมูลผลตอบแทนและต้นทุนการเพาะปลูกตามชนิดพืชของเกษตรกรแต่ละราย ในโครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮอด อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่	148
ตารางที่ 4. 44	สรุปปริมาณการผลิตและการตลาดรายพืชของโครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮอด อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ปี 2558 และ ปี 2559	150
ตารางที่ 4. 45	แสดงปริมาณผลผลิตโดยรวม ของโครงการขยายผลโครงการหลวง แม่ฮอด อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ปี 2557 ถึงปี 2559	151
ตารางที่ 4. 46	แสดงปฏิทินการเพาะปลูกในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ฮอด อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่	152
ตารางที่ 4. 47	สรุปข้อมูลผลตอบแทนและต้นทุนการเพาะปลูกตามชนิดพืชของเกษตรกรแต่ละราย ในโครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยเป้า อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	159
ตารางที่ 4. 48	สรุปปริมาณการผลิตและการตลาดรายพืชของโครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยเป้า อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ ปี 2558 และ ปี 2559	161
ตารางที่ 4. 49	แสดงปริมาณผลผลิตโดยรวม ของโครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยเป้า อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ปี 2557 ถึง 2559.....	162
ตารางที่ 4. 50	แสดงปฏิทินการเพาะปลูกในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงห้วยเป้า	164
ตารางที่ 4. 51	แสดงการใช้ที่ดินของโครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	172
ตารางที่ 4. 52	สรุปข้อมูลผลตอบแทนและต้นทุนการเพาะปลูกตามชนิดพืชของเกษตรกรแต่ละราย ในโครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	175
ตารางที่ 4. 53	สรุปปริมาณการผลิตและการตลาดรายพืชของโครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ปี 2558 และ ปี 2559	177
ตารางที่ 4. 54	แสดงปริมาณผลผลิตโดยรวมของโครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ปี 2557 ถึงปี 2559	178
ตารางที่ 4. 55	แสดงปฏิทินการเพาะปลูกในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงโหล่งขอด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่	179
ตารางที่ 4. 56	แสดงจำนวนเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริม จำแนกตามพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงอุ่นน้ำบึง	183
ตารางที่ 4. 57	แสดงปริมาณขายผลผลิต จำแนกตามพื้นที่โครงการขยายผลขยายผลโครงการหลวงอุ่นน้ำบึง.....	184
ตารางที่ 4. 58	แสดงยอดขายผลผลิต จำแนกตามพื้นที่โครงการขยายผลขยายผลโครงการหลวงอุ่นน้ำบึง...	185

ตารางที่ 4. 59 แสดงผลต่างของจำนวนเกษตรกร จำนวนพื้นที่เพาะปลูก ปริมาณยอดขายและ มูลค่าการขายระหว่างปี พ.ศ. 2558 กับ 2557.....	186
ตารางที่ 4. 60 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงคลองลาน ปี พ.ศ. 2558.....	186
ตารางที่ 4. 61 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงดอยปู่ ปี พ.ศ. 2558.....	187
ตารางที่ 4. 62 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงปากห้วย ปี พ.ศ. 2558.....	188
ตารางที่ 4. 63 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงปางแดงใจ ปี พ.ศ. 2558.....	189
ตารางที่ 4. 64 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงปางมะโอ ปี พ.ศ. 2558.....	190
ตารางที่ 4. 65 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงปางน้ำเฒ่า ปี พ.ศ. 2558.....	191
ตารางที่ 4. 66 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงป่าแม่ ปี พ.ศ. 2558.....	192
ตารางที่ 4. 67 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงป่าสัก ปี พ.ศ. 2558.....	193
ตารางที่ 4. 68 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงแม่ละออง ปี พ.ศ. 2558.....	195
ตารางที่ 4. 69 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงห้วยเป้า ปี พ.ศ. 2558.....	196
ตารางที่ 4. 70 แสดงปริมาณและยอดขาย จำนวนตามประเภทผลผลิตของพื้นที่โครงการขายผล โครงการหลวงโหล่งซอ ปี พ.ศ. 2558.....	197
ตารางที่ 4. 71 เปรียบเทียบจำนวนเกษตรกรที่ส่งเสริม จำนวนพื้นที่ปลูก ปริมาณขาย และมูลค่าขาย ในพื้นที่โครงการขายผลโครงการหลวงทุ่งน้ำผึ้ง ระหว่างปี พ.ศ. 2557 และ 2558.....	198
ตารางที่ 4. 72 แสดงปริมาณและราคาเฉลี่ยของผักตามหัวเมือง.....	204
ตารางที่ 4. 73 แสดงปริมาณและราคาเฉลี่ยของผักตลอดทั้งปี.....	205
ตารางที่ 4. 74 แสดงค่าใช้จ่าย และรายได้จากการขายต่อวันโดยประมาณ.....	207
ตารางที่ 4. 75 แสดงปริมาณและราคาเฉลี่ยของผลไม้ตามหัวเมือง.....	210
ตารางที่ 4. 76 แสดงค่าใช้จ่าย และรายได้จากการขายต่อวันโดยประมาณ.....	212
ตารางที่ 4. 77 แสดงปริมาณและราคาเฉลี่ยของไม้ประดับตลอดทั้งปี.....	215
ตารางที่ 4. 78 แสดงปริมาณซื้อและราคาเฉลี่ยของไม้ประดับตลอดทั้งปี.....	219
ตารางที่ 4. 79 แสดงตัวอย่างราคาตามเกรดดอกไม้.....	222
ตารางที่ 4. 80 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภค.....	228
ตารางที่ 4. 81 แสดงประเภทของผักบริโภคเป็นประจำ และ ประเภทของผักที่นิยมบริโภคเป็นประจำ ต้องการแต่เพียงอย่างเดียว ชนิดราคา มีราคาสูง.....	229
ตารางที่ 4. 82 แสดงแหล่งซื้อผัก.....	230

ตารางที่ 4. 83 แสดงความสำคัญของปัจจัยในการเลือกซื้อผัก	230
ตารางที่ 4. 84 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลไม้	231
ตารางที่ 4. 85 ประเภทของผลไม้บริโภคเป็นประจำ และ ประเภทของผลไม้บริโภคเป็นประจํา เป็นที่ต้องการแต่หาซื้อยาก ขาดตลาด มีราคาสูง	232
ตารางที่ 4. 86 แหล่งเลือกซื้อผลไม้	233
ตารางที่ 4. 87 ความสำคัญของการปัจจัยในการเลือกซื้อผลไม้	233
ตารางที่ 4. 88 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลไม้	234
ตารางที่ 4. 89 แสดงประเภทของผลไม้ที่ผู้ซื้อนิยมเลือกซื้อ และ ประเภทของผลไม้ที่ผู้ซื้อนิยมเลือกซื้อ เป็นที่ต้องการแต่หาซื้อยาก ขาดตลาด มีราคาสูง	235
ตารางที่ 4. 90 แสดงแหล่งเลือกซื้อผลไม้	236
ตารางที่ 5. 1 แสดงพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่บึงที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจของแผนลิตรวม ในพื้นที่	241
ตารางที่ 5. 2 แสดงพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่บึงที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจของแผนลิต ประเภทพืชไร่ในพื้นที่	241
ตารางที่ 5. 3 แสดงพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่บึงที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจของแผนลิต ประเภทพืชผักในพื้นที่	242
ตารางที่ 5. 4 แสดงพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่บึงที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจของแผนลิต ประเภทไม้ดอกไม้ประดับในพื้นที่	244
ตารางที่ 5. 5 แสดงพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่บึงที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจของแผนลิต ประเภทไม้ดอกและการท่องเที่ยวในพื้นที่	246
ตารางที่ 5. 6 แสดงพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสู่บึงที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจของแผนลิต ประเภทกาแฟ ผักกอกนํ้าพริก หัตถกรรม ในพื้นที่	246
ตารางที่ 5. 7 แสดงการวิเคราะห์แผนภาพรวมทั้ง 11 ศูนย์ของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง สู่บึงบึงบัวด้วย SWOT และ TOWS MATRIX	269
ตารางที่ 6. 1 แสดงการบริโภคผักหัวในประเภทกำลังพัฒนา (กึ่งใหม่ด้อยคน)	278
ตารางที่ 6. 2 แสดงการคาดการณ์ร้อยละการเติบโต (PERCENT YEAR-ON-YEAR GROWTH) ของแผนลิต พืชผัก ไม้ผล และไม้ดอก ในช่วงปี 2560 ถึง 2563	278
ตารางที่ 6. 3 แสดงการวิเคราะห์กลยุทธ์การดำเนินงานโครงการขยายผลโครงการหลวงทดลองด้วย TOWS MATRIX	301
ตารางที่ 6. 4 แสดงการสรุปแนวทางยุทธวิธี (TACTIC) ไปสู่การปฏิบัติในการแก้ไขปัญหาดการตลาด และปัญหาการผลิต ปัจจุบันของโครงการขยายผลโครงการหลวงทดลอง	305
ตารางที่ 6. 5 แสดงการวิเคราะห์กลยุทธ์การดำเนินงานโครงการขยายผลโครงการหลวงด้วย TOWS MATRIX	306
ตารางที่ 6. 6 แสดงการสรุปแนวทางยุทธวิธี (TACTIC) ไปสู่การปฏิบัติในการแก้ไขปัญหาดการตลาด และปัญหาการผลิต ปัจจุบันของโครงการขยายผลโครงการหลวงดอย	311
ตารางที่ 6. 7 แสดงการวิเคราะห์กลยุทธ์การดำเนินงานโครงการขยายผลโครงการหลวงปากส้วด้วย TOWS MATRIX	312

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 2.1	แผนภาพแสดงองค์ประกอบกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมในโซ่คุณค่า (VALUE CHAIN).....	9
ภาพที่ 2.2	แสดงระดับความสำคัญของกิจกรรมจำแนกตามประเภทของกิจกรรมการผลิตแต่ละช่วงเวลา เพื่อประเมินค่าตลอดโซ่คุณค่า.....	15
ภาพที่ 2.3	แสดงหลักการยกระดับกิจกรรมภายใต้โซ่คุณค่า.....	16
ภาพที่ 3.1	แนวคิดการยกระดับมูลค่าเพิ่ม (MOVING UP THE VALUE CHAIN).....	28
ภาพที่ 4.1	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงหอยนางรม.....	46
ภาพที่ 4.2	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงหอยนางรม ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.....	49
ภาพที่ 4.3	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงหอยนางรม.....	59
ภาพที่ 4.4	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงปากฮ้วย ตำบลแม่ฮ้อย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่.....	62
ภาพที่ 4.5	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงปากฮ้วย.....	73
ภาพที่ 4.6	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง ตลอบนบ้นป่าแม่งอน ตำบลเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่.....	76
ภาพที่ 4.7	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงป่าแม่งอน.....	87
ภาพที่ 4.8	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง ตำบลแม่ฮ้อย อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่.....	90
ภาพที่ 4.9	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงป่าแม่งอน.....	102
ภาพที่ 4.10	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงป่าต้นฝั้น ตำบลป่าต้นฝั้น อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่.....	106
ภาพที่ 4.11	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงป่าต้นฝั้น.....	116
ภาพที่ 4.12	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงป่าแม่งอน ตำบลแม่ฮ้อย อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่.....	119
ภาพที่ 4.13	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงป่าแม่งอน.....	131
ภาพที่ 4.14	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงผาแดง ตำบลสบป่อง อากาศแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่.....	134
ภาพที่ 4.15	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงผาแดง.....	142
ภาพที่ 4.16	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวง บ้านแม่ละอ ตำบลนาหว้า อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่.....	144
ภาพที่ 4.17	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ละอ.....	154
ภาพที่ 4.18	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง ตลอบนบ้นป่าแม่งอน ตำบลเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่.....	157
ภาพที่ 4.19	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงหัวไร่.....	167
ภาพที่ 4.20	แสดงแผนที่การใช้ประโยชน์ที่ดินปี 2553 พื้นที่พัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงทุ่งน้ำปิง ตลอบนบ้นป่าแม่งอน ตำบลแม่ละอ อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่.....	171
ภาพที่ 4.21	ผังแสดงช่องทางการตลาดโครงการขยายผลโครงการหลวงหัวไร่.....	182

ภาพที่ 4. 22 แสดงจำนวนเกษตรกรจำนวนตามพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง สุ่มน้ำบึง ประจำปี พ.ศ. 2557 และ 2558.....	183
ภาพที่ 4. 23 แสดงปริมาณขายผลผลิต จำแนกตามพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง สุ่มน้ำบึง ประจำปี พ.ศ. 2557 และ 2558.....	184
ภาพที่ 4. 24 แสดงปริมาณขายผลผลิต จำแนกตามพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวง สุ่มน้ำบึง ประจำปี พ.ศ. 2557 และ 2558.....	185
ภาพที่ 4. 25 บรรยายภาพการเก็บข้อมูลในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงผาแดง.....	201
ภาพที่ 4. 26 บรรยายภาพการเก็บข้อมูลในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่ละฮ้อย.....	201
ภาพที่ 4. 27 บรรยายภาพการเก็บข้อมูลในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงป่าสัก.....	201
ภาพที่ 4. 28 แสดงช่องทางการตลาดสำหรับผู้ปลูกจากแหล่งจำหน่ายถึงผู้บริโภคจากการสัมภาษณ์คนกลาง.....	203
ภาพที่ 4. 29 แสดงช่องทางการตลาดสำหรับผู้ปลูกจากแหล่งจำหน่ายถึงผู้บริโภคจากการ สัมภาษณ์คนกลาง.....	209
ภาพที่ 4. 30 แสดงช่องทางการตลาดสำหรับผู้ปลูกจากแหล่งจำหน่ายถึงผู้บริโภคจากการสัมภาษณ์ คนกลาง.....	214
ภาพที่ 4. 31 แสดงช่องทางการตลาดสำหรับผู้ปลูกจากแหล่งจำหน่ายถึงผู้บริโภคจากการสัมภาษณ์ คนกลาง.....	218
ภาพที่ 4. 32 แสดงภาพรวมช่องทางการตลาดของผัก ผลไม้ และดอกไม้ ในจังหวัดเชียงใหม่.....	224
ภาพที่ 4. 33 แสดงภาพรวมช่องทางการตลาดผักและผลไม้ ในอำเภอคลอง จังหวัดกำแพงเพชร.....	227
ภาพที่ 5. 1 การวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสุ่มน้ำบึง โดยประยุกต์จากแนวคิด STAN SHIH' SMILING CURVE (SHIH, 1992).....	293
ภาพที่ 5. 2 แสดงข้อเสนอแนะประยุกต์จากแนวคิด STAN SHIH' SMILING CURVE.....	294
ภาพที่ 5. 3 บรรยายภาพการจัดประชุม.....	276
ภาพที่ 6. 1 การวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดของพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงสุ่มน้ำบึง โดย ประยุกต์จากแนวคิด STAN SHIH' SMILING CURVE (SHIH, 1992).....	293
ภาพที่ 6. 2 แสดงข้อเสนอแนะประยุกต์จากแนวคิด STAN SHIH' SMILING CURVE.....	294
ภาพที่ 6. 3 แผนภาพแสดงองค์ประกอบกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมในโซ่มูลค่า (VALUE CHAIN).....	298
ภาพที่ 6. 4 แสดงข้อสรุป ปัญหา และข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาในระดับ สำหรับปัญหา ด้านการตลาดต่างๆ.....	367

บทคัดย่อ

การศึกษาเพื่อวิจัยสภาพด้านการตลาดในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงขุนน้ำปิง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิต และการตลาดของผลผลิตการเกษตร 3 กลุ่มผลผลิต ได้แก่ พืชผัก ผลไม้ และไม้ดอก ในพื้นที่โครงการขยายผลโครงการหลวงขุนน้ำปิง ได้แก่ คลองลาน ตอข่อย ปากกล้วย ปางแดง ใน ปางมะโฮะ ปางพื้นฝน ปางเป๋ ผาแตก แม่ฆ้องฮ่อ หัวเข้เป้า และโหล่งซอด รวม 11 พื้นที่ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการสำรวจ รวบรวม วิเคราะห์ภาพรวมและสถานการณ์ การสัมภาษณ์และการพูดคุยในระดับกลุ่ม ตลอดจนรวบรวมข้อมูลสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทั้งระดับจังหวัด ภูมิภาค และในระดับประเทศ รวมทั้งจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลทางเศรษฐกิจ การผลิต และระบบการตลาดในปัจจุบันของครัวเรือนในพื้นที่โครงการขยายผล ข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าเกษตรที่สำคัญของพื้นที่ขยายผล ตลอดจนการนำผลการสำรวจข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์สภาพด้านการตลาด กำหนดกลยุทธ์และแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของพื้นที่ขยายผล

ผลการศึกษา ด้านช่องทางการตลาด โดยการสอบถามคนกลางระดับค้าส่งและค้าปลีก สำหรับตลาด พืชผัก ผลไม้ และไม้ดอก ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 60 ราย ในช่วงเดือนเมษายน ถึง พฤษภาคม 2559 พบว่า ผลการศึกษาด้านช่องทางการตลาด โดยการสอบถามคนกลางระดับค้าส่งและค้าปลีก ในช่วงเดือน เมษายน ถึง พฤษภาคม 2559 พบว่า ผลไม้ที่ขายได้แก่ มะม่วง เสาวรส ลำไย เคหเทศเบอร์รี่ สตรอเบอรี่ อโวคาโด ฝรั่ง (ไร้เมล็ด) และพริก โดยส่วนมากซื้อจากโครงการขยายผลโครงการหลวง และผู้ค้าส่งในตลาดเมืองใหม่ ซึ่งจะซื้อเป็นถุง ถุงละ 10 กิโลกรัม แล้วนำไปจำหน่ายต่อในตลาด ได้แก่ ตลาดแม่เหียะ ตลาดบ้านถาวร ตลาดคูคต บางรายส่งรถบรรทุกห้องเย็นไปจังหวัดอุดรธานี ข้อเสนอแนะสำหรับทางโครงการขยายผลโครงการหลวงคือ ปริมาณผลไม้ไม่เพียงพอต่อความต้องการในแต่ละวัน

ผลการศึกษา ด้านช่องทางการตลาด โดยการสอบถามคนกลางระดับค้าส่งและค้าปลีก สำหรับตลาด ผักในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 25 ราย ในช่วงเดือน เมษายน ถึง พฤษภาคม 2559 พบว่า ผักที่ขายได้แก่ คะน้าฮ่องกง ใบปลั่งฮ่องแก้ว กะหล่ำปลี ข้าวโพดหวาน พริกหวาน มะเขือเทศ ผักสลัดต่าง ๆ โดยส่วนมากเป็นการซื้อแบบคิดราคาจากผู้ผลิตโครงการหลวง และเกษตรกรนำมาขาย โดยจะซื้อเป็นถุง ถุงละ 10 กิโลกรัม แล้วนำไปจำหน่ายต่อที่ตลาดเมืองใหม่ ตลาดสวนวันธรรม และนำไปส่งที่ตลาดหนองดอกทองเสน ข้อเสนอแนะสำหรับทางโครงการขยายผลโครงการหลวงคือ ผลผลิตบางชนิดไม่ได้ผลิตจากทางโครงการขยายผลโครงการหลวงและไม่ได้สินค้าครบถ้วนตามที่ต้องการ

ผลการศึกษา ด้านช่องทางการตลาด โดยการสอบถามคนกลางระดับค้าส่งและค้าปลีก สำหรับตลาด ดอกไม้ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 7 ราย ในช่วงเดือน มิถุนายน 2559 พบว่า ตลาดไม้ประดับ ส่วนมากจะมีการสั่งซื้อมาจากกรุงเทพมหานคร ได้แก่ คนกลางในบริเวณจตุจักร สนามหลวง คลองสิริกิติ์ และนอกนั้นมาจากจังหวัดปทุมธานีเป็นส่วนใหญ่ โดยมีการซื้อจากผู้ปลูกในเชียงใหม่อย่างมาก ราคาดอกไม้คงตัว

เปลี่ยนแปลงน้อย ซึ่งจะอยู่ที่ประมาณต้นละ 10 บาท ลูกค้าตลาดไม้ประดับได้แก่ คนกลางจากที่อื่นๆ และส่วนงานราชการ ธุรกิจจัด Event และผู้บริโภคทั่วไป ในส่วนของตลาดค้าส่ง ค้าปลีก ดอกไม้สด พบว่า ดอกไม้สดส่วนมากมาจากแหล่งเพาะปลูกในเขตภาคเหนือตอนบน โดยแหล่งปลูกสำคัญ ได้แก่ แหล่งปลูกคอยอินทนนท์ หมู่บ้านขุนกลาง จะผลิตดอกเบญจมาศ เบญจีว่า ดอกเข้าพรรษา หน้าวัว บัวสวรรค์ คัตเตอร์ ไปงนอง แม้วิม จะผลิตดอก มินิเบญจีว่า กุหลาบ เจ้าพรรษา หน้าวัวบัวสวรรค์ คัตเตอร์ ถ้าเกอเม่แว้งจะผลิตดอกสร้อยทอง ส่วนบริเวณอำเภอแม่แตง บ้านแม่แสบ บริเวณแม่นะ จะผลิต ดอกสแตติสและอัมโบ้ สำหรับแหล่งปลูกบวกด้อย เชียงราย และ ลำปาง จะผลิต กุหลาบ กัลยไม้ จะซื้อจากสองแหล่งคือ เชียงใหม่และกรุงเทพฯ สำหรับดอกคาร์เนชั่น เกือบทั้งหมดสั่ง มาจากคนกลางจีน (คุณหมิง) และอัมโบ้ บางฤดูจะส่งจากจีนเช่นกัน ผลิตก้อนดอกไม้สดบางประเภทจะมีการคัดเกรดก่อนซื้อขาย ซึ่งราคาค้นแปรจะผันแปรไปตามเกรด โดยการคัดเกรดจะเป็นไปตามมาตรฐานตามต้องการของตลาด บางรายจะมีการลงทุนให้เกษตรกร และมารับผลผลิตเมื่อเก็บเกี่ยว ชำระใหม่เป็นรายเดือน

ในด้านความถี่ของการซื้อผู้บริโภค ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อการบริโภคผัก ผลไม้ และดอกไม้ จำนวน 120 ราย มาจากผัก 40 ผลไม้ 40 และดอกไม้ 40 ราย ช่วงเดือนมีนาคม 2559 โดยผู้ตอบส่วนมาก มีอายุ 20 ถึง 39 ปี รายได้ช่วง 10,000 ถึง 29,000 บาทต่อเดือน มากที่สุดพบว่า ด้านการบริโภคผัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก จะซื้อผักสดอาทิตย์ละ 1 ครั้ง จากตลาดชุมชนต่างๆ รองลงมาจะซื้อจากตลาดสดทั่วไป โดยจะซื้อทั้งผักไร้สาร ผักอินทรีย์ และผักทั่วไปละกันแล้วแต่สะดวก ผักที่บริโภคประจำได้แก่ แดงขาวญี่ปุ่น พริกหวาน พริกจินดา พริกทองขาว มะเขือม่วงก้านดำ เป็นต้น และผักที่เป็นที่ต้องการแต่มีจากตลาดได้แก่ อ้วกฮาว ก้วหวาน คะน้า และ คะน้าฮ่องกง เป็นต้น ปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อ ได้แก่ ความสด สถานที่จำหน่ายความสะดวก ขนาดและคุณภาพผัก ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับตราผลิตภัณฑ์ และการเป็นผักปลอดสารมากนัก ด้านผลไม้ พบว่า มีการซื้อประมาณอาทิตย์ละครั้ง ตามซูเปอร์มาร์เก็ต ตลาดสดทั่วไป และร้านแผง) ผลไม้ โดยไม่สนใจแหล่งที่มา และไม่สนใจว่าเป็นผักไร้สารตกค้างหรือเป็นผลไม้อินทรีย์ ผลไม้ที่นิยมบริโภคได้แก่ แดงโม สับปะรด ส้ม ผลไม้มีอุณหภูมิต่ำที่มีต้นได้แก่ องุ่น สาลี่ สตรอเบอร์รี่ กีวี และเสาวรส ผลไม้เมืองหนาวที่นิยมทั้งด้านการบริโภคผักผลไม้ได้แก่ องุ่นดำ (ไม่มีเมล็ด) สตรอเบอร์รี่ องุ่น เชอร์รี่ ลูกพีช ลูกพลับ อโวคาโด มีข้อพิพาทในการเลือกซื้อคือความสด ขนาดและคุณภาพของผลไม้ และสถานที่สะดวก ในส่วนของดอกไม้สด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจะซื้อดับปาดะ 1 ครั้งเช่นกัน โดยซื้อจากตลาดสดแบบเป็นดับปาดะเดียวกันแล้วไปจัดแจ่งกันเอง ไม่สนใจเรื่องยี่ห้อแม่ละ ดอกที่นิยมซื้อได้แก่ ดอกเบญจมาศ(ช่อ) กุหลาบ ดอกเบญจมาศ(เดี่ยว)ตามลำดับ ดอกไม้ที่ต้องการแต่มีขาดตลาดมีจำหน่ายน้อย ปัจจัยสำคัญในการซื้อได้แก่ ความสดของดอกไม้ สถานที่สะดวกในการซื้อ และราคาไม่ห่างจากท้องตลาดมาก

คำสำคัญ คับภาพด้านการตลาด, พื้นที่ขายผลโครงการหลวง, ไม้ผล, ไม้ดอก, พืชผัก

Abstract

This research is to study market potential in the Royal Project Extension Areas (RPEAs). The main objective of this study is to examine the situation of production, and marketing of three agricultural product groups—vegetable crops, fruits, and flowers—in the eleven study areas within the Mae Ping river basin. This study analyzes the merchant middlemen intermediaries and consumers' needs, in order to determine market potential and strategies for the RPEAs in study areas. The data gathering methods used in the study are; interviews, and focus groups discussion. In addition, secondary data from several sources such as census data, statistical reports, electronic data, and published data from both government and public sector, are also used to analyze the overall situation of this study.

The marketing channel study surveyed sixty wholesalers, retailers, and consumers in Chiang Mai and Kairaphang Phet province from April to June, 2015. The results of this study indicated that five of overall respondents are fruit wholesalers and retailers, who identified that the fruits they sell include mango, passion fruit, gooseberry, strawberry, avocado, seedless grape, and plum. The majority responded that these produce are sourced from the RPEAs and wholesalers from Muangmai market in quantities of ten-kilogram bags, and later resold at Mae Hea, Baan Ta Wai, Phu Doi market, or sent to refrigerated rooms in Uttaradit, by truck. From the findings, which show that the daily demand exceeds the supply, a suggestion for the RPEAs is to increase the fruit production in order to fulfill the daily demand of the market. Twenty-five of overall respondents are vegetable wholesalers and retailers, whose selling products include Chinese kale, baby Chinese kale, various types of lettuces, cabbage, sweet corn, bell pepper, and tomato. The majority responded that these produce are sourced from the RPEAs as well as other farmers in quantities of ten-kilogram bags, and later resold at Muangmai and Baan Sam markets, or sent to Nong Dok Song Len market. According to the findings, a suggestion is to expand the production of vegetables above, in which they are not yet produced by the RPEAs but appeared in high demand and sourced elsewhere. Seven of overall respondents are flower wholesalers and retailers, who sold ornamental (house plant) flowers. These produce were supplied from JJ, Sanamluang, Klong Silha markets in Bangkok, and Prachinburi, while few were sourced in Chiang Mai. The price of these flower plants have remained stable at about ten baht per unit. Consumers of these flower plants are mostly

government offices and event planning agencies. In addition, cut-flowers were sourced from Doi Inthanon, Kun Klang village, Pongyang, Mae Wang, Mae Rim, Chiang Rai, Lampang, and China. The price of these flowers vary according to their evaluated quality, grade, and the season. Cut-flowers farmers either are contracted for whole crops, elicit and take orders from merchant middlemen for picking up, or taking their harvests to market directly themselves.

In the aspect of customer demand, the study was conducted on surveying the customer's behavior of 120 people, who are 20-39 years old with 10,000 to 29,000 baht monthly income, in Chiang Mai City during March, 2016. The result of this study found that for vegetables, the consumers buy fresh vegetables once a week primarily from local markets and secondary from central markets. In general, they buy non-pesticide, organic, and other vegetables depending on the availabilities of products. Regular vegetables consumption are Japanese cucumbers, sweet peppers, pattypan squashes, Lumina pumpkins, and egg plants. Nonetheless, long beans, sweet beans, kale and Chinese kale, which are highly demanded, are usually short in supply. Consumer purchasing preferences for vegetables are freshness, size, quality, and the ease of locations of the stores. However, brands and pesticide usage on the products are not importantly taken into their consideration. For fruits, the consumers buy fruits once a week from supermarkets, central fresh markets, and street fruit vendors. As found in the case of vegetables, fruit consumers do not pay attention too much on brands and pesticide usage. Favored fruits are watermelons, pineapples, oranges, grapes, pears, strawberries, kiwis, and passion fruits. Cold climate fruits like seedless grapes, strawberries, grapes, cherries, and avocados are usually lack of supply. Likewise, freshness, size, quality, and buying locations are the main factors that affect the fruit consumers' buying decision. For flowers, the majority of consumers also buy flowers once a week mostly from fresh market. The flowers are usually purchased in the form of sheaves and then rearranged by the buyers. Pesticide usage is not concerned by most buyers in this case. The most popular flowers are; chrysanthemums, and following by roses, respectively. Typically, flowers are not insufficient in the market. Consumer purchasing preferences are freshness, and buying locations which have the reasonable price.

Keywords: Market potential, Royal Project Extension Area, Vegetable crops, Fruits, Ornamental flowers, Cut flowers