



# การประเมินผล

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย

พ.ศ. 2558 - 2564

ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์



ศูนย์ประเมินผล

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เอกสารประเมินผล เลขที่ 501

มกราคม 2565

CENTRE FOR PROJECT AND PROGRAMME EVALUATION

OFFICE OF AGRICULTURAL ECONOMICS

MINISTRY OF AGRICULTURE AND COOPERATIVES

EVALUATION PAPERS No. 501

JANUARY 2022

การประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564  
ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

โดย

ศูนย์ประเมินผล  
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร  
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

## บทคัดย่อ

การประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อให้ทราบถึงผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ โดยประยุกต์ใช้ Hierarchical Decision Model (HDM) เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ตามลำดับชั้น ตั้งแต่วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ และใช้วิธี Analytic Hierarchy Process (AHP) ในการวิเคราะห์และตัดสินใจภายใต้การให้คะแนนความสำคัญของผู้เกี่ยวข้อง เช่น ผู้บริหาร/ผู้แทนในคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ และคณะกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้ง ข้อมูลเชิงลึกจากเกษตรกรชาวสวนผลไม้ 7 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง และผู้ประกอบการ ตลอดจนข้อมูลผลการดำเนินงานจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการประเมิน พบว่า สามารถบรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์ ได้แก่ การสร้างเสถียรภาพราคาผลไม้ ทำให้ค่าเฉลี่ยของราคาที่เกษตรกรขายได้สูงกว่าต้นทุนการผลิต 20.81 บาทต่อกิโลกรัม มูลค่าของผลไม้มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.29 ต่อปี และเกษตรกรชาวสวนผลไม้มีผลตอบแทนสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 13,001.07 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 28,456.26 บาทต่อไร่ ในปี 2563 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด ส่วนการเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.76 ต่อปี สำหรับการพัฒนาคุณภาพผลไม้ที่ได้รับมาตรฐาน GAP ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีสัดส่วนจำนวนแปลงที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ถึงร้อยละ 72.87 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง

ส่วนผลการประเมินการดำเนินงานโครงการภายใต้กลยุทธ์ จำนวน 228 กิจกรรม/โครงการ ตามค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ บรรลุต่อระดับพันธกิจในระดับมากที่สุด ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา บรรลุในระดับมาก ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด บรรลุในระดับน้อย และยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการและเกษตรกร บรรลุในระดับน้อยที่สุด โดยพันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน และพันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผล บรรลุต่อระดับวิสัยทัศน์ในระดับมาก ส่วนพันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าผลผลิต พันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ และพันธกิจที่ 5 พัฒนาการและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง บรรลุในระดับปานกลาง ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญข้างต้น ส่งผลให้การบรรลุวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ที่ว่า “การเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล” บรรลุในระดับปานกลาง ที่ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.35 ซึ่งค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้ เนื่องจากผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของบางหน่วยงานไม่ปรากฏชัด ไม่สามารถระบุเป้าหมายและผลงานเฉพาะยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยได้ การดำเนินงานของแต่ละหน่วยงานทั้งหน่วยงานหลักและหน่วยงานสนับสนุน ยังคงเป็นการดำเนินงานตามภารกิจหลักของหน่วยงาน และยังไม่มีการบูรณาการ

ร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ชัดเจนที่จะผลักดันและสะท้อนถึงผลสัมฤทธิ์ของเป้าหมายของยุทธศาสตร์ ทั้งที่สามารถบรรลุเป้าหมายทุกข้อ ซึ่งส่วนหนึ่งมีผลจากราคาผลไม้ที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะทุเรียน อย่างไรก็ตาม จากการสนทนากลุ่มในพื้นที่ พบว่า การดำเนินงานบางกิจกรรม/โครงการ ส่งผลถึงเกษตรกรเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต ที่เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ สามารถพัฒนาการผลิตเองได้ โดยมีปัญหาเล็กน้อยในเรื่องแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต และสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน แต่จะมีปัญหามากในยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาดที่ต้องการให้ภาครัฐเข้าช่วยเหลือ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงที่มีปริมาณผลผลิตจำนวนมาก และปัญหาพ่อค้าคนกลาง (ล็อง) ที่เป็นผู้กำหนดราคาสินค้า

ข้อเสนอแนะในการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฉบับต่อไป ควรระบุเป้าหมายด้านการรับรองมาตรฐานให้ท้าทายและเกิดการพัฒนาหันต่อสถานการณ์ที่ประเทศคู่ค้ากำหนดให้ครอบคลุมพื้นที่แหล่งปลูกผลไม้สำคัญทั่วประเทศ มีการระบุหน่วยงานเจ้าภาพและหน่วยงานบูรณาการในแต่ละกลยุทธ์แยกตามชนิดผลไม้ให้ชัดเจน และเฉพาะเจาะจง เพื่อที่จะทำให้เกิดการผลักดันการพัฒนาเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และควรให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านการตลาดเพิ่มมากขึ้น การกำหนดกลยุทธ์รองรับผลผลิตล้นตลาดและราคาตกต่ำ ซึ่งต้องมีความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ รวมทั้งการประกันภัยผลผลิต นอกจากนี้ ควรมีจัดทำระบบการรายงานผลการดำเนินงานให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบรายงานผลการดำเนินงานเป็นประจำทุกเดือนต่อเนืองอย่างเป็นระบบ เพื่อติดตามผลการดำเนินงานและสามารถนำไปปรับแผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการให้สามารถบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

**คำสำคัญ:** การประเมินผลยุทธศาสตร์ แผนพัฒนา ผลไม้

## Abstract

The objective of this study is aimed to evaluate the outcomes of the fruit strategic plan in 2015 – 2021 which was implemented by the Ministry of Agriculture and Cooperatives. The study was evaluated by using Hierarchical Decision Model (HDM) as a model to identify the relationship between and among Hierarchical levels i.e., Vision, Missions, and Strategies, and using Analytic Hierarchy Process (AHP) as a method to compute the priority vectors provided by the committee of the fruit development and management or Fruit Board of each level which then were computed with project performance scores. In addition, focus groups and in-depth interviews were applied to this study in order to support the finding of the above quantitative analysis which covered seven fruits: Durian, Mangosteen, Rambutan, Longan, Lychee, Long Kong, and Mangoes.

In general, the strategic target goals were mostly achieved. Firstly, concerning fruit price stability, products prices were higher than the cost of production by 20.81 baht per kilogram. Consequently, farmer net income increased from 13,001.07 baht per rai in 2015 to 28,456.26 baht per rai in 2020. This increment was above the target goal. As a result of this, the growth rate of these seven fruits was increased by 12.29 percent per year. Secondly, the export value of fruit and its products between 2015 and 2020 was an increase of 24.76 percent per year. Lastly, in terms of the achievement of the fruits in GAP standard, the proportion of the numbers of farms that obtained GAP standard to the registers was at 72.87 percent per year.

The results also revealed that the output of 228 projects under priority vectors of each strategy resulted in the achieving of missions differently. As the five levels of measurement, Excellent, Good, Fair, Poor, and Very Poor, are conducted, the first and the fifth strategy affected the achieving of missions at the excellent level, followed by the third strategy which affected the achieving of missions at the good level. Meanwhile, the second and the fourth strategy affected the achievement of missions at the poor and very poor levels respectively. Accordingly, mission one (the increase of production efficiency), mission six (the development of product quality and its certificates), and mission seven (database and information technology development) affected the achievement of the vision of this fruit strategy at a good level. In the meantime, other missions affected the achieving of the vision only

at a fair level. Therefore, the vision of this fruit strategy, “Thailand is the center of tropical fruit producers and markets in recognition to the top quality of tropical fruit in the world”, was achieved at an only fair level. The reason was that the activities of a project in some agencies did not appear and those agencies could not report the outputs of the projects specifically because those activities were a normal job function of their agencies. Furthermore, each agency did not integrate successfully in order to work together for the strategic outcome. Nevertheless, the results from the focus group found that in some areas, some projects could benefit to farmers especially projects in the first strategy (product administration and management). On the other hand, projects in the second strategy (marketing administration and management) could not help farmer problems especially when there was an oversupply and the product prices were determined by middlemen.

Therefore, the study recommended that the next fruit strategy should specify more challenges and development of seven fruit product certificates prior in line with the demand of trade partner countries. There also should be an agency, the center of an integrated agency that takes responsibility for an integrated project. In addition, there should be a strategy of each fruit separately for more effective and efficient when doing project implementation. The marketing administration and management development should be taken as the priority to focus on especially oversupply and the low product prices. Crop insurance may be reviewed and put into the strategy. Finally, there should be a database and monitoring system in which implementation units can input the progress report and stakeholders can use this information in order to achieve the strategic vision effectively and efficiently in the long run.

**Keywords:** Strategic Evaluation, Plan, Fruits

## คำนำ

รายงานการประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ฉบับนี้ เป็นรายงานการประเมินผลในระดับแผนยุทธศาสตร์ที่ประยุกต์ใช้แนวคิด Hierarchical Decision Model (HDM) เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแต่ละระดับของยุทธศาสตร์ และคำนวณหาค่าน้ำหนักความสัมพันธ์ดังกล่าว โดยวิธีการ Analytic Hierarchy Process (AHP) แล้วนำไปวิเคราะห์ร่วมกับผลการดำเนินกิจกรรม/โครงการ ภายใต้กลยุทธ์ต่าง ๆ ร่วมกับการสนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ทั้ง 7 ชนิด (ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง) ในพื้นที่ เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ของยุทธศาสตร์

การรวบรวมข้อมูลในช่วงแรกเป็นไปด้วยความเรียบร้อย แต่ในช่วงหลังประสบปัญหาเนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ไม่สามารถเดินทางข้ามจังหวัดได้ จึงแก้ไขโดยใช้การประชุมออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันซูม (Zoom Application) ถึงแม้ว่าจะเป็น การสำรวจข้อมูลทางไกลผ่านเทคโนโลยีแบบออนไลน์ แต่ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ และจัดทำรายงาน และยิ่งไปกว่านั้น เกษตรกร เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานส่วนภูมิภาค และผู้ประเมินผล สามารถเข้าร่วมประชุมได้โดยไม่ต้องเดินทางไกล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการประชุมกับหน่วยงานและเกษตรกรผู้ปลูกลองกองในจังหวัดนราธิวาส ซึ่งมีข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากสถานการณ์ความมั่นคงในพื้นที่

รายงานการประเมินผลฉบับนี้ สำเร็จลงด้วยดีด้วยความร่วมมือและการให้ความอนุเคราะห์อย่างยิ่งของเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมพัฒนาที่ดิน องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร สำนักงานพาณิชย์จังหวัด และเจ้าหน้าที่ศูนย์/สำนัก/กอง ภายในสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร รวมถึงเกษตรกรชาวสวนผลไม้ และผู้ประกอบการ ที่ได้สละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารที่เป็นผู้แทนของหน่วยงานข้างต้นในคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ และคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย ที่ได้ให้น้ำหนักความสัมพันธ์แต่ละองค์ประกอบในยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นหัวใจของการประเมินผลฉบับนี้ จึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจทั่วไปในการวางแผนการปฏิบัติงาน และการวิจัยต่อไป

ศูนย์ประเมินผล  
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร  
มกราคม 2565

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ค
Abstract	จ
คำนำ	ช
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฅ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญของงานประเมินผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานประเมินผล	4
1.3 ขอบเขตของการประเมินผล	5
1.4 วิธีการประเมินผล	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานประเมินผล	18
<b>บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี</b>	<b>19</b>
2.1 การตรวจเอกสาร	19
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	22
<b>บทที่ 3 ข้อมูลการผลิตและการตลาดของผลไม้แต่ละชนิด</b>	<b>33</b>
3.1 การผลิตและการตลาดทุเรียน	33
3.2 การผลิตและการตลาดมังคุด	39
3.3 การผลิตและการตลาดเงาะ	44
3.4 การผลิตและการตลาดลองกอง	50
3.5 การผลิตและการตลาดลำไย	55
3.6 การผลิตและการตลาดลิ้นจี่	60
3.7 การผลิตและการตลาดมะม่วง	65
<b>บทที่ 4 ผลการประเมิน</b>	<b>69</b>
4.1 ผลการประเมินเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564	69
4.2 ผลการประเมินรายยุทธศาสตร์ภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564	81
4.3 ผลการประเมินในระดับพันธกิจ และวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564	118



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	<b>137</b>
5.1 สรุป	137
5.2 ข้อเสนอแนะ	140
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>143</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>145</b>
ภาคผนวกที่ 1 รายละเอียดยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564	147
ภาคผนวกที่ 2 แบบสัมภาษณ์	163
2.1 แบบสัมภาษณ์และเอกสารประกอบการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ	165
2.2 แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนกลาง	185
2.3 แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนภูมิภาค	203
2.4 ประเด็นสนทนากลุ่มเกษตรกร	213
2.5 แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	219
ภาคผนวกที่ 3 กลุ่มเป้าหมายตัวอย่าง	225
ภาคผนวกที่ 4 การคำนวณค่าน้ำหนักความสำคัญและอัตราส่วนความไม่สอดคล้อง	229
ภาคผนวกที่ 5 ผลการดำเนินกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564	249
ภาคผนวกที่ 6 ประมวลภาพการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และเกษตรกร	281

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย	1
ตารางที่ 1.2 อันดับผู้ส่งออกผลไม้ ระหว่างปี 2556 – 2562 ของประเทศไทย	2
ตารางที่ 1.3 เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตผลไม้สำคัญของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	3
ตารางที่ 1.4 ปริมาณผลผลิตผลไม้สำคัญ และราคาขายผลไม้ที่สำคัญที่เกษตรกรขายได้ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	3
ตารางที่ 1.5 การกำหนดจังหวัดตัวอย่าง	11
ตารางที่ 1.6 จำนวนเกษตรกรตัวอย่าง	13
ตารางที่ 1.7 จำนวนตัวอย่าง	14
ตารางที่ 1.8 ค่าน้ำหนักในการเปรียบเทียบเป็นรายคู่	15
ตารางที่ 1.9 การให้ค่าคะแนนผลการดำเนินงาน	16
ตารางที่ 1.10 การให้ค่าคะแนนในการวัดความพึงพอใจ	18
ตารางที่ 2.1 เมทริกซ์แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับวัตถุประสงค์	26
ตารางที่ 2.2 การคำนวณค่าลำดับความสำคัญ (Priority Vectors) ในระดับวัตถุประสงค์	27
ตารางที่ 2.3 เมทริกซ์แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับเป้าหมาย เมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ( $O_1$ )	38
ตารางที่ 2.4 การคำนวณค่าความสำคัญ (Priority Vectors) ในระดับเป้าหมายที่มีต่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ( $O_1$ )	28
ตารางที่ 2.5 องค์ประกอบของการสนทนากลุ่ม	32
ตารางที่ 3.1 จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตทุเรียนในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	34
ตารางที่ 3.2 พื้นที่ และผลผลิตของทุเรียนในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563	35
ตารางที่ 3.3 จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตมังคุดในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563	39
ตารางที่ 3.4 พื้นที่ และผลผลิตของมังคุดในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563	40
ตารางที่ 3.5 จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตเงาะในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563	44
ตารางที่ 3.6 พื้นที่ และผลผลิตของเงาะในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563	46
ตารางที่ 3.7 จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตลองกองในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563	50
ตารางที่ 3.8 พื้นที่ และผลผลิตของลองกองในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563	51
ตารางที่ 3.9 จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตลำไยในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	55
ตารางที่ 3.10 พื้นที่ และผลผลิตของลำไยในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563	56
ตารางที่ 3.11 จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตลิ้นจี่ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	60
ตารางที่ 3.12 พื้นที่ และผลผลิตของลิ้นจี่ในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563	61
ตารางที่ 3.13 จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตมะม่วงในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.1 ราคาที่เกษตรกรขายได้ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	70
ตารางที่ 4.2 ต้นทุนการผลิตของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	71
ตารางที่ 4.3 ส่วนต่างระหว่างราคาที่เกษตรกรขายได้และต้นทุนการผลิตของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	72
ตารางที่ 4.4 มูลค่าของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	73
ตารางที่ 4.5 ผลตอบแทนแทนสุทธิของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	74
ตารางที่ 4.6 มูลค่าการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	76
ตารางที่ 4.7 พื้นที่ที่ขอการรับรองและได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	80
ตารางที่ 4.8 ผลการดำเนินโครงการ/กิจกรรมภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1	83
ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 1	84
ตารางที่ 4.10 ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 1	85
ตารางที่ 4.11 ปัญหาและอุปสรรคที่พบภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1	91
ตารางที่ 4.12 ผลการดำเนินโครงการ/กิจกรรมภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2	94
ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 2	95
ตารางที่ 4.14 ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 2	96
ตารางที่ 4.15 ปัญหาและอุปสรรคที่พบภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2	103
ตารางที่ 4.16 ผลการดำเนินโครงการ/กิจกรรมภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3	105
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 3	106
ตารางที่ 4.18 ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 3	107
ตารางที่ 4.19 ผลการดำเนินโครงการ/กิจกรรมภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4	110
ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 4	111
ตารางที่ 4.21 ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 4	112
ตารางที่ 4.22 ผลการดำเนินโครงการ/กิจกรรมภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5	115
ตารางที่ 4.23 ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 5	116

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 1	119
ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 2	120
ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 3	122
ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 4	123
ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 5	124
ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 6	126
ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 7	127
ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละพันธกิจต่อวิสัยทัศน์	133
ตารางที่ 4.32 ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละพันธกิจต่อวิสัยทัศน์	134

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	6
ภาพที่ 1.2 แสดงการประยุกต์ใช้ HDM ในการประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์	17
ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจตามลำดับขั้น	24
ภาพที่ 2.2 แสดงตัวอย่างสร้างแผนภูมิโครงสร้างของเรื่องที่จะศึกษา	26
แผนภูมิที่ 3.1 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตทุเรียนของประเทศไทย ปี 2563	36
แผนภูมิที่ 3.2 แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของทุเรียนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	37
แผนภูมิที่ 3.3 แสดงราคาทุเรียนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	38
แผนภูมิที่ 3.4 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตมังคุดของประเทศไทย ปี 2563	41
แผนภูมิที่ 3.5 แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของมังคุดของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	42
แผนภูมิที่ 3.6 แสดงราคามังคุดของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	43
แผนภูมิที่ 3.7 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตเงาะของประเทศไทย ปี 2563	47
แผนภูมิที่ 3.8 แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของเงาะของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	48
แผนภูมิที่ 3.9 แสดงราคาเงาะของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	49
แผนภูมิที่ 3.10 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตลองกองของประเทศไทย ปี 2563	52
แผนภูมิที่ 3.11 แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของลองกองของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	53
แผนภูมิที่ 3.12 แสดงราคาลองกองของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	54
แผนภูมิที่ 3.13 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตลำไยของประเทศไทย ในปี 2563	57
แผนภูมิที่ 3.14 แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของลำไยของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	58
แผนภูมิที่ 3.15 แสดงราคาลำไยของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	59
แผนภูมิที่ 3.16 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตลิ้นจี่ของประเทศไทย ปี 2563	62
แผนภูมิที่ 3.17 แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของลิ้นจี่ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	63
แผนภูมิที่ 3.18 แสดงราคาลิ้นจี่ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	64
แผนภูมิที่ 3.19 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตมะม่วงของประเทศไทย ปี 2563	66

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิที่ 3.20 แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของมะม่วงของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	67
แผนภูมิที่ 3.21 แสดงราคามะม่วงของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563	68
ภาพที่ 4.1 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 1	84
ภาพที่ 4.2 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 2	96
ภาพที่ 4.3 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 3	106
ภาพที่ 4.4 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 4	111
ภาพที่ 4.5 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 1	119
ภาพที่ 4.6 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 2	121
ภาพที่ 4.7 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 3	122
ภาพที่ 4.8 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 4	123
ภาพที่ 4.9 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 5	125
ภาพที่ 4.10 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 6	126
ภาพที่ 4.11 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 7	127
ภาพที่ 4.12 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 1 ต่อแต่ละพันธกิจ	128
ภาพที่ 4.13 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 2 ต่อแต่ละพันธกิจ	129
ภาพที่ 4.14 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 3 ต่อแต่ละพันธกิจ	130
ภาพที่ 4.15 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 4 ต่อแต่ละพันธกิจ	130
ภาพที่ 4.16 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 5 ต่อแต่ละพันธกิจ	131
ภาพที่ 4.17 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละพันธกิจต่อวิสัยทัศน์	133
ภาพที่ 4.18 แสดงผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบในยุทธศาสตร์ พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564	135

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญของงานประเมินผล

ผลไม้ นับว่าเป็นสินค้าเกษตรที่สำคัญทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่งของประเทศไทย โดยในปี 2562 ประเทศไทย มีพื้นที่ปลูกผลไม้ประมาณ 7.3 ล้านไร่ มีมูลค่าผลผลิต 160,126 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 42.47 (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2562) สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมากและเป็นที่ยอมรับโลกกัน อย่างแพร่หลายในต่างประเทศ จากการที่ผลไม้ของไทยมีความหลากหลายและมีรสชาติที่โดดเด่น จึงเป็นที่ต้องการในตลาดต่างประเทศ จะเห็นได้จากปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์มีแนวโน้ม ที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2558 ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น 2,724,620 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่า 106,184,099 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 3,625,963 เมตริกตัน คิดเป็นมูลค่า 167,331,297 ล้านบาท ในปี 2562 หรือคิดเป็นปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 33.08 และ 57.59 ตามลำดับ (ตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย

ปี พ.ศ.	ปริมาณ (เมตริกตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2558	2,724,620	106,184,099
2559	2,838,036	125,844,571
2560	3,440,486	142,608,539
2561	3,255,223	142,310,092
2562	3,625,963	167,331,297
<b>อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)</b>	<b>33.08</b>	<b>57.59</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562

จากปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้และผลิตภัณฑ์ของไทยสู่ตลาดโลกที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงดังกล่าวข้างต้น ทำให้อันดับการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยขยับตัวสูงขึ้นจากอันดับที่ 22 ของโลกในปี 2558 มาเป็นอันดับที่ 9 ของโลกในปี 2562 (ตารางที่ 1.2) โดยมีตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ ประเทศในภูมิภาคอาเซียน และประเทศจีน ซึ่งชนิดผลไม้ของไทยที่เป็นที่นิยมในต่างประเทศ ได้แก่ ทุเรียน มังคุด และลำไย โดยประเทศไทย ครองความเป็นผู้นำการส่งออกผลไม้ชนิดดังกล่าวอันดับหนึ่งของโลก (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2562)

ตารางที่ 1.2 อันดับผู้ส่งออกผลไม้ ระหว่างปี 2556 – 2562 ของประเทศไทย

ปี	อันดับผู้ส่งออก
2558	22
2559	20
2560	14
2561	14
2562	9

ที่มา: ศูนย์พาณิชย์กรรมระหว่างประเทศ, 2562

จากกระแสความนิยมรับประทานผลไม้ของไทยที่ทำให้ปริมาณความต้องการในตลาดต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุเรียนและลำไย ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีการส่งออกไปจำหน่าย ณ ต่างประเทศมากที่สุด ทำให้เกษตรกรในประเทศมีการปรับตัวการผลิต โดยหันมาปลูกไม้ผลที่สำคัญดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่ให้ผลผลิตของทุเรียน ลำไย และมังคุด มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ในขณะที่เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่ให้ผลผลิตของเงาะ ลองกอง ลิ้นจี่ และมะม่วง มีแนวโน้มคงที่หรือลดลงเล็กน้อย ในช่วงเวลาเดียวกัน (ตารางที่ 1.3) การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่ให้ผลผลิตส่งผลให้ปริมาณการผลิตของผลไม้ดังกล่าวเพิ่มขึ้นหรือลดลงไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการในตลาดต่างประเทศ ดังนั้น หากผลไม้ชนิดใดมีปริมาณผลผลิตสูงก็จะทำให้ราคาผลไม้ชนิดนั้นปรับตัวลดลงตามกลไกของตลาด (ตารางที่ 1.4) และเนื่องจากผลไม้เป็นสินค้าเกษตรที่เน่าเสียง่าย เกษตรกรส่วนใหญ่จึงจำหน่ายสินค้าขึ้นปฐมภูมิ (ผลสด) หากเกษตรกรไม่สามารถจำหน่ายผลผลิตได้ ต้องทำการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อยืดอายุของสินค้า และจำหน่ายตามความต้องการของผู้บริโภค เช่น ลำไยอบแห้ง เป็นต้น ซึ่งหากต้องใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์แปรรูปที่มีราคาแพง จะเป็นอุปสรรคของเกษตรกรที่ไม่สามารถทำได้ ดังนั้น เกษตรกรจึงจำเป็นต้องจำหน่ายให้ผู้รับซื้อในราคาถูกลง หรือจำหน่ายให้แก่โรงงานอุตสาหกรรมเพื่อทำการแปรรูปต่อไป



ตารางที่ 1.3 เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตผลไม้สำคัญของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

ปี	เนื้อที่ยืนต้น (พันไร่)							เนื้อที่ให้ผล (พันไร่)						
	ทุเรียน	มังคุด	เงาะ	ลองกอง	ลำไย	ลิ้นจี่	มะม่วง	ทุเรียน	มังคุด	เงาะ	ลองกอง	ลำไย	ลิ้นจี่	มะม่วง
2558	779	479	277	355	1,524	134	Na	623	422	261	328	1,363	127	1,971
2559	849	465	265	323	1,572	123	Na	632	417	249	301	1,409	120	1,965
2560	894	462	256	293	1,578	112	Na	646	417	243	274	1,452	119	1,968
2561	952	456	239	269	1,616	114	Na	680	421	224	254	1,512	109	879
2562	1,010	450	233	246	1,686	109	Na	729	427	214	236	1,537	103	890
2563	1,070	449	231	229	1,730	106	Na	798	430	211	223	1,584	100	891

หมายเหตุ: Na คือ ไม่ปรากฏข้อมูล

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

๖

ตารางที่ 1.4 ปริมาณผลผลิตผลไม้สำคัญ และราคาขายผลไม้สำคัญที่เกษตรกรขายได้ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

ปี	ผลผลิต (พันตัน)							ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)						
	ทุเรียน	มังคุด	เงาะ	ลองกอง	ลำไย	ลิ้นจี่	มะม่วง	ทุเรียน	มังคุด	เงาะ	ลองกอง	ลำไย	ลิ้นจี่	มะม่วง
2558	619	222	285	124	1,032	51	2,582	46.96	34.87	22.07	33.10	28.57	15.77	23.45
2559	549	187	191	111	878	31	2,560	62.96	35.56	34.20	42.91	33.24	27.59	35.99
2560	665	228	248	51	1,201	47	2,877	71.81	40.10	25.39	39.75	22.35	20.22	32.84
2561	763	186	260	75	1,246	48	1,390	78.16	43.57	23.14	36.87	26.72	22.15	29.76
2562	1,025	353	280	119	1,176	23	1,290	99.86	29.02	25.82	35.34	26.31	40.01	28.74
2563	1,116	337	270	74	1,182	34	1,321	102.15	39.63	23.48	38.69	22.28	22.78	22.46

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้มีกรอบทิศทางการพัฒนาการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการผลไม้อย่างเป็นระบบ มีเอกภาพ และสามารถแก้ไขปัญหาผลไม้ได้อย่างยั่งยืน เกษตรกรชาวสวนผลไม้มีความมั่นคงในอาชีพ รายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เพิ่มมูลค่าของผลไม้ไทยและขยายการส่งออกให้มากขึ้น และมีฐานข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงได้ ซึ่งดำเนินการภายใต้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ แบ่งออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการและเกษตรกร และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาเสถียรภาพราคาผลไม้ไม่น้อยกว่า 7 ชนิด เพื่อให้เกษตรกรมีราคาขายโดยค่าเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต มีรายได้และเพิ่มผลตอบแทนให้แก่เกษตรกรเป้าหมายผู้ปลูกไม้ผลเศรษฐกิจหลัก โดยมีกำไรสุทธิเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 11,000 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 14,300 บาทต่อไร่ ในปี 2564 เพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปให้มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี และพัฒนาผลไม้คุณภาพที่ได้มาตรฐาน GAP ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของแปลงที่ขอการรับรอง GAP ของไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันและด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ด้านการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม และด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อการพัฒนา และแผนปฏิรูปประเทศด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้น ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 มีความสำคัญต่อการพัฒนาผลไม้ไทยอย่างมาก เนื่องจากภายใต้ยุทธศาสตร์กำหนดให้มีการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหาอุปสรรคทั้งด้านการผลิต การตลาด การวิจัย และระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาองค์กรและเกษตรกร ตลอดจนความสอดคล้องกับแผนและยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ และมีการใช้งบประมาณจำนวนมาก ซึ่งส่งผลต่อการกินคืออยู่ดีและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของเกษตรกร และการพัฒนาภาคการเกษตรของประเทศไทย ประกอบกับคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย ในการประชุมหารือแนวทางการจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2565 – 2569 เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2562 ได้มีมติมอบหมายให้สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ตลอดจนการดำเนินงานโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบผลสัมฤทธิ์ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานยุทธศาสตร์ ดังนั้น จึงได้ประเมินผลยุทธศาสตร์ดังกล่าว

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานประเมินผล

เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินงานยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

### 1.3 ขอบเขตของการประเมินผล

1.3.1 พื้นที่เป้าหมาย ครอบคลุมพื้นที่ที่มีการดำเนินงานโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 77 จังหวัด

1.3.2 ประชากรเป้าหมายแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1) ผู้เชี่ยวชาญ (ผู้บริหาร/ผู้แทนของหน่วยงาน) ที่เกี่ยวข้องด้านผลไม้ในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งอยู่ในคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ และคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย

2) เจ้าหน้าที่ แบ่งออกเป็น

(1) เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลางในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

(2) เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ในระดับจังหวัดในพื้นที่เป้าหมาย และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็นฝ่ายเลขานุการในคณะกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาเกษตรกรอันเนื่องมาจากผลิตผลการเกษตรระดับจังหวัดในพื้นที่เป้าหมาย

3) เกษตรกรชาวสวนผลไม้ 7 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง ในพื้นที่เป้าหมาย

4) ผู้ประกอบการในพื้นที่เป้าหมาย

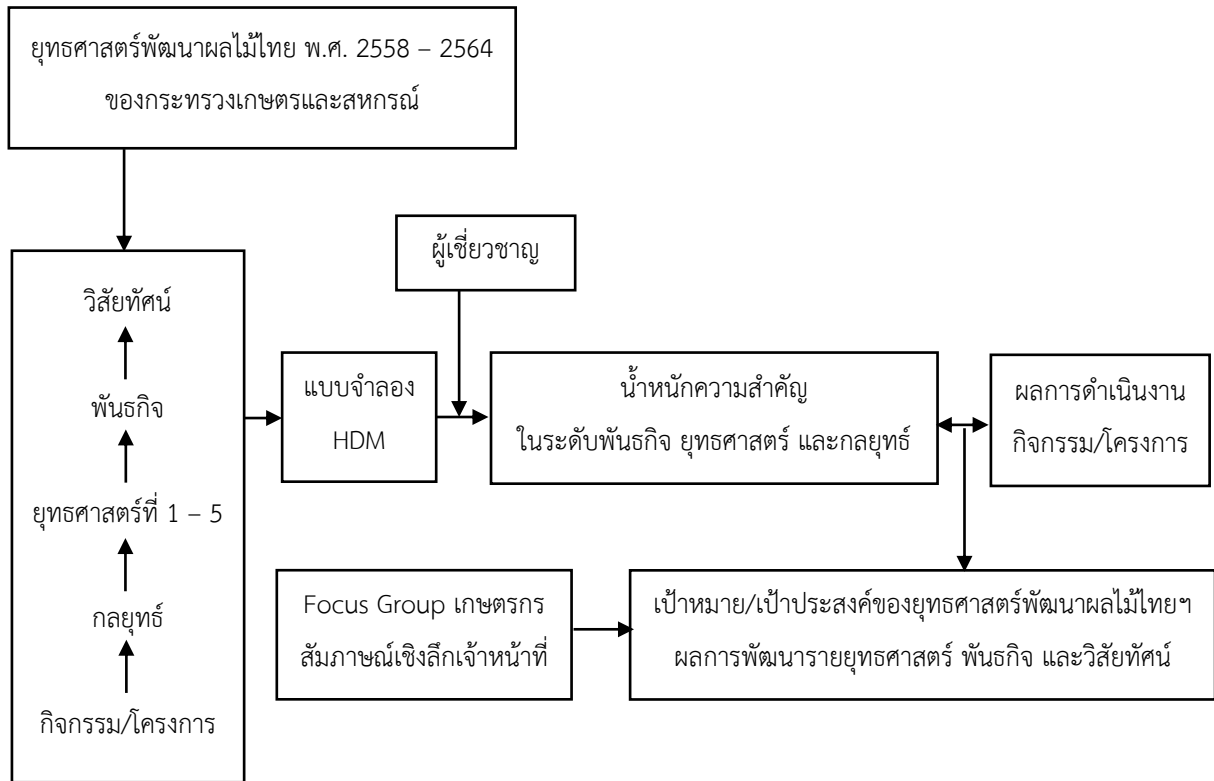
1.3.3 ระยะเวลาข้อมูล ใช้ข้อมูลผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ฯ จำนวน 6 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 – 2563

### 1.4 วิธีการประเมินผล

1.4.1 กรอบแนวคิดในการประเมินผล ประยุกต์ใช้ Hierarchical Decision Model (HDM) เป็นกรอบในการประเมินผลแต่ละชั้นของยุทธศาสตร์ โดยระดับชั้นที่ 1 คือ วิสัยทัศน์ ระดับชั้นที่ 2 คือ พันธกิจ ระดับชั้นที่ 3 คือ ยุทธศาสตร์ ระดับชั้นที่ 4 คือ กลยุทธ์ และระดับชั้นที่ 5 คือ กิจกรรม/โครงการ ซึ่งแบ่งขั้นตอน/กระบวนการในการประเมินออกเป็น 3 ส่วน หลัก ๆ คือ การสร้างแบบจำลอง Hierarchical Decision Model (HDM) การประเมินผลการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ และการสนทนากลุ่ม

การสร้างแบบจำลอง HDM นั้น จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ของกิจกรรม/โครงการ กลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ พันธกิจ และวิสัยทัศน์ ตามแผนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฯ ที่กำหนดไว้ และให้ผู้เชี่ยวชาญ (ผู้บริหารหรือผู้แทนของหน่วยงาน) ซึ่งอยู่ในคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ และคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย ให้นำหนักความสัมพันธ์แต่ละองค์ประกอบในยุทธศาสตร์ เพื่อมาคำนวณร่วมกับผลการดำเนินงานในระดับกิจกรรม/โครงการในแต่ละกลยุทธ์ตามตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ ซึ่งเมื่อคำนวณผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักจากระดับล่างสุด (กิจกรรม/โครงการ) ขึ้นไปจนถึงระดับบนสุด (วิสัยทัศน์) ทำให้ทราบถึงผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ในภาพรวม โดยในแต่ละระดับจะเห็นผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นตามค่าน้ำหนักของการดำเนินงานนั้น ๆ ประกอบกับการสนับสนุนข้อมูลผลการดำเนินงานจากผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่ได้จากการสนทนากลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นตัวแทนเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ทำให้ทราบถึง

ผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ ระดับการบรรลุเป้าหมาย วิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ ตลอดจน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น โดยสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการประเมินผล ได้ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดการประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

1.4.2 ประเภทการประเมินผล การประเมินในครั้งนี้เป็นการประเมินผลระหว่างการดำเนินโครงการ (Ongoing evaluation) เนื่องจากยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 มีระยะเวลาการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 7 ปี ปัจจุบันดำเนินการมาแล้ว 6 ปี ซึ่งยังไม่สิ้นสุดโครงการ ทั้งนี้ การประเมินผลยุทธศาสตร์ดังกล่าว เพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของยุทธศาสตร์ ปัญหา และอุปสรรค ที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

1.4.3 ประเด็นและตัวชี้วัด จากการตรวจเอกสารและแนวคิดต่าง ๆ นำมากำหนดเป็นตัวชี้วัดเป้าประสงค์ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ ตามมาตรการ/กิจกรรม และแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ตัวชี้วัดเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

ประเด็น	ตัวชี้วัด	เกณฑ์ของการประเมินผล
การสร้างเสถียรภาพราคาผลไม้	- ราคาผลไม้ที่จำหน่ายได้ - มูลค่าจากการจำหน่ายผลไม้ - กำไรสุทธิของเกษตรกร	- ค่าเฉลี่ยของราคาไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต - เพิ่มขึ้น - ไม่ต่ำกว่า 14,300 บาทต่อไร่ ในปี 2564 ในสภาวะภูมิอากาศปกติ
การส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป	- มูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป	- อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี
การพัฒนาผลไม้คุณภาพ GAP	- จำนวนแปลงไม้ผลเศรษฐกิจหลักที่ได้รับรองมาตรฐาน GAP	- ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของแปลงที่ขอรับรอง GAP

2) ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต

ประเด็น	ตัวชี้วัด	เกณฑ์ของการประเมินผล
การพัฒนาคุณภาพผลผลิต	ร้อยละของการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ได้แก่ 1. การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการพัฒนาคุณภาพผลไม้ ทั้งในและนอกฤดู 2. การส่งเสริมการผลิตตามเขตความเหมาะสม (Zoning) 3. การส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์ 4. การส่งเสริมการพัฒนาการผลิตตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล 5. การส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพที่มีชื่อเสียงจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI)	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน

ประเด็น	ตัวชี้วัด	เกณฑ์ของการประเมินผล
การบริหารจัดการการผลิต	ร้อยละของการศึกษาความต้องการผลผลิตของตลาด ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน

### 3) ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด

ประเด็น	ตัวชี้วัด	เกณฑ์ของการประเมินผล
การพัฒนาตลาดในประเทศ	ร้อยละของการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ได้แก่ 1. เพิ่มประสิทธิภาพของตลาดกลางในแหล่งผลิต 2. เพิ่มปริมาณการรวบรวมและจำหน่ายผลผลิตคุณภาพผ่านสถาบันเกษตรกร 3. ส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายสินค้าไปยังตลาดนอกแหล่งผลิต 4. เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ 5. ส่งเสริมการสร้างช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่ 6. ส่งเสริมการสร้างระบบตลาดออนไลน์	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน
การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ	ร้อยละของการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ได้แก่ 1. สนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนในการดำเนินงานศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศ 2. สนับสนุนการรักษาและขยายตลาดเดิม 3. แก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า 4. พัฒนาเครือข่ายการส่งออกและระบบโลจิสติกส์	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน
การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป	ร้อยละของการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ได้แก่ 1. พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ 2. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้สดและแปรรูป	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน

ประเด็น	ตัวชี้วัด	เกณฑ์ของการประเมินผล
การส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์	ร้อยละของการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ได้แก่ 1. ประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตผลไม้คุณภาพดี 2. รณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน

#### 4) ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา

ประเด็น	ตัวชี้วัด	เกณฑ์ของการประเมินผล
วิจัยด้านการผลิต	ร้อยละของการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ได้แก่ 1. วิจัยการพัฒนาคุณภาพผลผลิต 2. วิจัยเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว 3. วิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน
วิจัยด้านการตลาด	ร้อยละของการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ได้แก่ 1. วิจัยพฤติกรรมการบริโภคผลไม้ 2. วิจัยระบบโลจิสติกส์ 3. วิจัยคุณค่าทางโภชนาการและการใช้ประโยชน์ของผลไม้	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน
การบริหารจัดการงานวิจัย	ร้อยละของการกำกับดูแล การรวบรวม การเข้าถึง และใช้ประโยชน์งานวิจัยและมีมาตรฐานรองรับงานวิจัย	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน

#### 5) ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการองค์กรและเกษตรกร

ประเด็น	ตัวชี้วัด	เกณฑ์ของการประเมินผล
การสร้างคามเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร	ร้อยละของการดำเนินกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ได้แก่ 1. จัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่าย 2. พัฒนาการองค์กรเกษตรกร/ภาครัฐ 3. พัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน
การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว	ร้อยละของการพัฒนาเกษตรกรรายใหญ่/ Smart Farmer	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน

## 6) ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ

ประเด็น	ตัวชี้วัด	เกณฑ์ของการประเมินผล
การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ	ร้อยละของการพัฒนาข้อมูลด้านการผลิต การตลาดที่ครอบคลุมผลไม้เมืองร้อนและกิ่งเมืองร้อน	ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของแผนการดำเนินงาน

## 1.4.4 การรวบรวมข้อมูล

1) วิธีการรวบรวมข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เป็นเครื่องมือ รวมถึงการรวบรวมจากเอกสารรายงานผลการดำเนินงาน และรายงานการศึกษาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1) การรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ส่วนกลาง เจ้าหน้าที่ส่วนภูมิภาค และผู้ประกอบการ ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างและแบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

(1.1) จัดทำแบบสัมภาษณ์ของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

(1.2) ดำเนินการสัมภาษณ์ในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

(1.3) ประมวลผลข้อมูลที่ได้ ตรวจสอบเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

(2) การรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่มในกลุ่มเกษตรกร เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างหรือเป็นการสัมภาษณ์แบบปลายเปิด ตามประเด็นยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย ซึ่งการสนทนากลุ่มประกอบด้วย ผู้ดำเนินการสนทนา 1 คน ผู้จัดบันทึกการสนทนา 2 คน ผู้สังเกตการณ์ 1 คน และเกษตรกรประมาณ 8 – 12 คน โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

(2.1) จัดกลุ่มย่อยเกษตรกรในพื้นที่เป้าหมาย

(2.2) ดำเนินการสนทนากลุ่มในประเด็นที่กำหนด

(2.3) บันทึกรายละเอียดที่สำคัญระหว่างการสนทนา โดยการจดบันทึก บันทึกเสียง และสังเกตลักษณะพฤติกรรมของผู้ร่วมการสนทนา

(2.4) จัดทำสรุปผลการสนทนาที่สำคัญของแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะลักษณะข้อมูลที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ จากบทสนทนา และแนวคิดที่สอดคล้องหรือแตกต่างกันระหว่างการสนทนา

นอกจากนี้ ในการตอบประเด็น/ตัวชี้วัดของเป้าหมายและเป้าประสงค์ จะรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานผลการดำเนินงาน รายงานการศึกษา รวมถึงเว็บไซต์ และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง



## 2) แหล่งข้อมูล ประกอบด้วย

(1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย โดยใช้แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

(1.1) ผู้เชี่ยวชาญ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) จากผู้บริหารหรือผู้แทนของหน่วยงานภายในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ และคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย จำนวน 8 หน่วยงาน ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมพัฒนาที่ดิน องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบในยุทธศาสตร์ ทักษะคิด ความพึงพอใจ รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) หน่วยงานละ 1 ราย ได้จำนวนตัวอย่าง 8 ราย (ภาคผนวกที่ 3)

(1.2) จังหวัดตัวอย่าง ใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยเริ่มจากการเลือกจังหวัดที่มีปริมาณผลผลิตผลไม้ทั้ง 7 ชนิดมากที่สุด 3 อันดับแรก และอยู่ในพื้นที่เป้าหมายยุทธศาสตร์ โดยบางจังหวัดมีผลไม้หลายชนิด และมีปริมาณมากอยู่ใน 3 อันดับ ทำให้ได้จังหวัดตัวอย่างจำนวน 14 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ พะเยา น่าน ลำพูน อุตรดิตถ์ ฉะเชิงเทรา จันทบุรี ตราด ระยอง ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี และนราธิวาส (ตารางที่ 1.5)

ตารางที่ 1.5 การกำหนดจังหวัดตัวอย่าง

ชนิดไม้ผล	จังหวัดตัวอย่าง		
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
1. ทูเรียน	จันทบุรี	ชุมพร	ระยอง
2. มังคุด	จันทบุรี	ชุมพร	นครศรีธรรมราช
3. เงาะ	จันทบุรี	ตราด	สุราษฎร์ธานี
4. ลองกอง	จันทบุรี	นราธิวาส	อุตรดิตถ์
5. ลำไย	จันทบุรี	เชียงใหม่	ลำพูน
6. ลิ้นจี่	เชียงใหม่	พะเยา	น่าน
7. มะม่วง	เชียงใหม่	ฉะเชิงเทรา	ประจวบคีรีขันธ์

หมายเหตุ: มะม่วง เดิมจังหวัดที่มีปริมาณผลผลิตมากเป็นอันดับ 3 คือ จังหวัดสมุทรสาคร แต่เนื่องจากช่วงสำรวจข้อมูลพื้นที่จังหวัดดังกล่าวมีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) อย่างมาก จึงมีข้อจำกัดในการลงพื้นที่ ดังนั้น จึงเลือกจังหวัดอันดับถัดไป คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แทน

ที่มา: จากการศึกษา

(1.3) เจ้าหน้าที่ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลาง และเจ้าหน้าที่ส่วนภูมิภาคของหน่วยงานสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

(1.3.1) เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลาง เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายแผนหรือเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน จำนวน 9 หน่วยงาน ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมพัฒนาที่ดิน กรมชลประทาน กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับแผนและผลการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ ทักษะ ทักษะ ความพึงพอใจ รวมถึงปัญหาในการดำเนินงาน โดยการใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) ได้จำนวนตัวอย่าง 9 ราย (ภาคผนวกที่ 3)

(1.3.2) เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนภูมิภาค เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ในระดับจังหวัดในจังหวัดที่ตกเป็นตัวอย่าง และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็นฝ่ายเลขานุการในคณะกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาเกษตรกรอันเนื่องมาจากผลิตผลการเกษตรระดับจังหวัดในจังหวัดที่ตกเป็นตัวอย่าง เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับแผน ผล ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานภายใต้แผนยุทธศาสตร์ รวมถึงทักษะและความพึงพอใจ โดยการใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) เลือกตัวอย่างเจ้าหน้าที่ 2 รายต่อจังหวัด ซึ่งรายชื่อ 1 คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรจังหวัด และรายชื่อ 2 คือ เจ้าหน้าที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัด จากจังหวัดตัวอย่าง 14 จังหวัด ได้จำนวนตัวอย่าง 28 ราย (ภาคผนวกที่ 3)

(1.3.3) เกษตรกร เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่มเกษตรกรในจังหวัดที่ตกเป็นตัวอย่างซึ่งมีทั้งหมด 14 จังหวัด โดยการใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) ในการเลือกกลุ่มเกษตรกร จังหวัดละ 1 กลุ่มต่อชนิดไม้ผล ได้กลุ่มในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) รวม 21 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มมีเกษตรกรประมาณ 8 – 12 ราย (ตารางที่ 1.6)

ตารางที่ 1.6 จำนวนเกษตรกรตัวอย่าง

จังหวัด	ชนิดไม้ผล	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1. เชียงใหม่	ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง	3
2. พะเยา	ลิ้นจี่	1
3. น่าน	ลิ้นจี่	1
4. ลำพูน	ลำไย	1
5. อุตรดิตถ์	ลองกอง	1
6. ฉะเชิงเทรา	มะม่วง	1
7. จันทบุรี	ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย	5
8. ตราด	เงาะ	1
9. ระยอง	ทุเรียน	1
10. ประจวบคีรีขันธ์	มะม่วง	1
11. ชุมพร	ทุเรียน มังคุด	2
12. นครศรีธรรมราช	มังคุด	1
13. สุราษฎร์ธานี	เงาะ	1
14. นราธิวาส	ลองกอง	1
<b>รวม</b>		<b>21</b>

ที่มา: จากการศึกษา

(1.3.4) ผู้ประกอบการ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) จากผู้ประกอบการรายใหญ่ในจังหวัดที่ตกเป็นตัวอย่าง เช่น ลิ้นจี่ (โรงคัดบรรจุผลไม้) ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปผลไม้ ผู้ประกอบการขนส่ง เป็นต้น โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) เลือกผู้ประกอบการ สมาคม หรือบริษัทจังหวัดละ 1 แห่ง ได้จำนวนตัวอย่าง 14 ราย

ดังนั้น สรุปจำนวนตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ (เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลางและส่วนภูมิภาค) เกษตรกร และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ได้ดังตารางที่ 1.7

ตารางที่ 1.7 จำนวนตัวอย่าง

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	หน่วยนับ
1. ผู้เชี่ยวชาญ	8	ราย
2. เจ้าหน้าที่		
2.1 เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลาง	9	ราย
2.2 เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนภูมิภาค	28	ราย
3. เกษตรกร	21	กลุ่ม
4. ผู้ประกอบการ	14	ราย

ที่มา: จากการศึกษา

(2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและรายงานผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 รวมถึงเว็บไซต์

#### 1.4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ใช้วิธีแบบผสม (Mixed Method) ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างการวิเคราะห์เชิงปริมาณและการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประยุกต์ใช้ Hierarchical Decision Model (HDM) มาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล เริ่มจากการเขียนโครงสร้างแบบจำลอง HDM ประกอบด้วย 5 ระดับชั้น (ภาพที่ 1.1) ได้แก่ ระดับชั้นที่ 1 คือ วิสัยทัศน์ ระดับชั้นที่ 2 คือ พันธกิจ ระดับชั้นที่ 3 คือ ยุทธศาสตร์ ระดับชั้นที่ 4 คือ กลยุทธ์ และระดับชั้นที่ 5 คือ กิจกรรม/โครงการ ซึ่งค่าน้ำหนักความสำคัญในระดับชั้นที่ 2 3 และ 4 จะกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ให้ค่าน้ำหนักความสำคัญ โดยจัดทำเปรียบเทียบเป็นคู่ ๆ และใช้ตัวเลข 1 – 9 แทนค่าน้ำหนัก (ตารางที่ 1.8) นำมาคำนวณโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ Analytic Hierarchy Process (AHP) และพิจารณาอัตราส่วนความไม่สอดคล้องร่วมด้วย เพื่อหาค่าน้ำหนักความสำคัญรวมของแต่ละองค์ประกอบในแต่ละระดับชั้น ซึ่งจะทำให้ได้ค่าน้ำหนักของพันธกิจทั้ง 7 พันธกิจ ค่าน้ำหนักของยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ และค่าน้ำหนักของกลยุทธ์ทั้ง 12 กลยุทธ์ ส่วนระดับชั้นที่ 5 คือ กิจกรรม/โครงการที่ดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์ จะใช้ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงเทียบกับแผนการดำเนินงาน คำนวณเป็นคะแนนผลงานของแต่ละกิจกรรม/โครงการ

ตารางที่ 1.8 ค่าน้ำหนักในการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ระดับ	ความหมาย	คำอธิบาย
ความเข้มข้น ของความสำคัญ		
1	สำคัญเท่ากัน	ผู้วิจัยให้ความคิดเห็นว่า ทั้ง 2 ประเภท ส่งผลต่อระดับที่สูงขึ้นในระดับเท่ากัน
3	สำคัญกว่าปานกลาง	ผู้วิจัยให้ความคิดเห็นว่าประเภทหนึ่งสำคัญกว่าอีกประเภทหนึ่งที่จะส่งผลต่อไปในระดับที่สูงขึ้นในระดับปานกลาง
5	สำคัญมากกว่า	ผู้วิจัยให้ความคิดเห็นว่าประเภทหนึ่งสำคัญกว่าอีกประเภทหนึ่งที่จะส่งผลต่อไปในระดับที่สูงขึ้นในระดับมาก
7	สำคัญว่ามากที่สุด	ผู้วิจัยให้ความคิดเห็นว่าประเภทหนึ่งสำคัญกว่าอีกประเภทหนึ่งที่จะส่งผลต่อไปในระดับที่สูงขึ้นในระดับมากที่สุด
9	สำคัญว่าสูงสุด	ผู้วิจัยให้ความคิดเห็นว่าประเภทหนึ่งสำคัญกว่าอีกประเภทหนึ่งที่จะส่งผลต่อไปในระดับที่สูงขึ้นในระดับสูงสุด
2, 4, 6, 8	อยู่ระหว่างระดับที่ได้ อธิบายมาแล้วข้างต้น	อยู่ระหว่างระดับที่ได้อธิบายมาข้างต้น

ที่มา: จากการศึกษา

เมื่อได้ค่าน้ำหนักขององค์ประกอบของยุทธศาสตร์ในแต่ละระดับชั้น (ระดับชั้นที่ 2 3 และ 4 ตามแผนภาพที่ 1.2) แล้ว จากนั้นทำการหาค่าคะแนนของแต่ละกิจกรรมในระดับชั้นที่ 5 ตามตัวชี้วัดโดยวัดจากร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงาน ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริงเทียบกับแผนการดำเนินงานที่ตั้งไว้ หากผลการดำเนินงานมีค่าเข้าใกล้ร้อยละ 100 แสดงว่า การดำเนินงานเกิดความสำเร็จมากขึ้น โดยมีวิธีการคิดดังนี้

$$\text{ดัชนีความสำเร็จ} = \frac{\text{ผลงานที่ทำได้}}{\text{เป้าหมายที่กำหนด}} \times 100$$

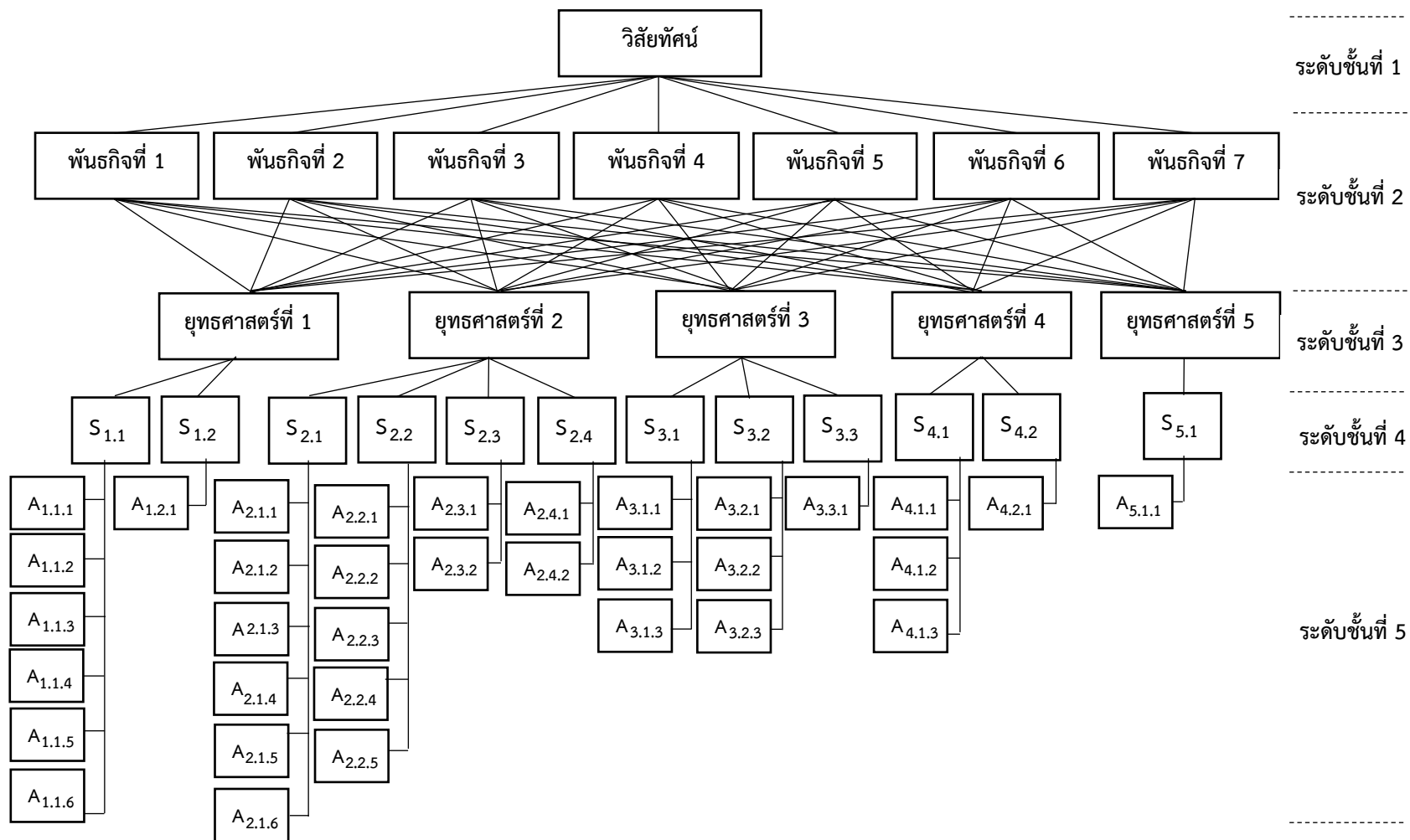
จากนั้นนำค่าร้อยละของผลการดำเนินงานของแต่ละกิจกรรม/โครงการมาแปลผลเป็นค่าคะแนนซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 5.00 (5 คะแนน คือ มีผลงานร้อยละ 100) เมื่อได้ค่าคะแนนครบทุกกิจกรรม/โครงการแล้ว จึงนำค่าคะแนนของทุกกิจกรรมภายใต้กลยุทธ์เดียวกันมาทำการหาค่าเฉลี่ยรวม ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 – 5.00 และแปลความหมายตามตารางที่ 1.9

ตารางที่ 1.9 การให้ค่าคะแนนผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงาน (ร้อยละ)	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
น้อยกว่า 20	1.00 – 1.80	การดำเนินกิจกรรมเกิดความสำเร็จในระดับน้อยที่สุด
20 – 39	1.81 – 2.60	การดำเนินกิจกรรมเกิดความสำเร็จในระดับน้อย
40 – 59	2.61 – 3.40	การดำเนินกิจกรรมเกิดความสำเร็จในระดับปานกลาง
60 – 79	3.41 – 4.20	การดำเนินกิจกรรมเกิดความสำเร็จในระดับมาก
80 ขึ้นไป	4.21 – 5.00	การดำเนินกิจกรรมเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

หมายเหตุ: การคำนวณคะแนนเป็นการแปลงจากร้อยละผลการดำเนินงานเป็นค่าคะแนน

เมื่อได้ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมของกิจกรรมภายใต้แต่ละกลยุทธ์แล้ว ต่อมานำค่าคะแนนที่ได้ คูณกับค่าน้ำหนักที่คำนวณได้ในระดับกลยุทธ์ไปจนถึงระดับพันธกิจ ซึ่งทำให้ทราบผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ต่อไป กล่าวคือ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ ข้อใดมีความสำคัญและสำคัญมากกว่าในระดับใดต่อองค์ประกอบในระดับชั้นบนถัดขึ้นไป เช่น เมื่อได้ค่าน้ำหนักความสำคัญในระดับชั้นยุทธศาสตร์ครบทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ จะทำให้ทราบว่ายุทธศาสตร์ไหนมีความสำคัญต่อแต่ละพันธกิจมากกว่ากัน นอกจากนี้ค่าคะแนนที่ได้แสดงถึง ผลสำเร็จของการดำเนินงานของแต่ละองค์ประกอบในยุทธศาสตร์ ทำให้ทราบว่าองค์ประกอบใดมีผลการดำเนินงานมากกว่ากันและมากกว่าระดับใด



หมายเหตุ: S<sub>1.1</sub>,...,S<sub>5.2</sub> หมายถึง กลยุทธ์ที่ 1 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ,..., กลยุทธ์ที่ 2 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 และ A<sub>1.1.1</sub>,...,A<sub>5.1.1</sub> หมายถึง กิจกรรม/โครงการที่ 1 ในกลยุทธ์ที่ 1 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ,..., กิจกรรม/โครงการที่ 1 ในกลยุทธ์ที่ 1 ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5

ภาพที่ 1.2 แสดงการประยุกต์ใช้ HDM ในการประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

สำหรับการวิเคราะห์ความพึงพอใจจะใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยแบ่งช่วงของค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังแสดงในตารางที่ 1.10

ตารางที่ 1.10 การให้ค่าคะแนนในการวัดความพึงพอใจ

ค่าคะแนน	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย	
1	1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่พอใจที่สุด
2	1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย	ไม่พอใจ
3	2.61 – 3.40	เฉย ๆ	เป็นกลาง
4	3.41 – 4.20	เห็นด้วยมาก	พอใจมาก
5	4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	พอใจมากที่สุด

(2) การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มเกษตรกร และการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนกลาง เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานส่วนภูมิภาค และผู้ประกอบการมาอธิบายสนับสนุนผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานประเมินผล

ผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการประเมินไปใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจปรับปรุงวางแผนกิจกรรม โครงการ กลยุทธ์ ยุทธศาสตร์ พันธกิจ ในการจัดทำแผนพัฒนาผลไม้ และแก้ไขปัญหา เพื่อให้เกิดความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น



## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี

#### 2.1 การตรวจเอกสาร

##### 2.1.1 การประเมินผลยุทธศาสตร์ทั่วไป

การประเมินผลยุทธศาสตร์มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากทำให้ทราบว่า การดำเนินงานตามกลยุทธ์ กิจกรรม โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้สามารถบรรลุเป้าหมายได้หรือไม่ หรือได้มากน้อยเพียงใด และเกิดปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานยุทธศาสตร์หรือไม่อย่างไร ซึ่งจากการตรวจเอกสารงานประเมินผลยุทธศาสตร์ที่ผ่านมา นั้น ส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินการดำเนินงาน ปัญหาอุปสรรค ซึ่งมีการกำหนดเกณฑ์และตัวชี้วัดเพื่อให้ทราบถึงผลสำเร็จของการดำเนินงาน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาอย่างง่าย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าผลรวม เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร (2554) ได้ทำการประเมินผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบฟอร์มรายงานความก้าวหน้าและรายงานผลสำเร็จในการดำเนินกิจกรรม โครงการ ตามยุทธศาสตร์องค์การตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2552 ถึงเดือนธันวาคม 2553 รวม 14 เดือน ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า หน่วยงานในกรมส่งเสริมการเกษตรร้อยละ 90.80 มีการขับเคลื่อนตามแผนยุทธศาสตร์ โดยดำเนินงานโครงการหรือกิจกรรมที่เลือกดำเนินงานมีผลสำเร็จอยู่ที่ร้อยละ 99.30 ข้อเสนอแนะจากการประเมินผล พบว่า ควรมีการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารทุกระดับต้องนำความคิดเชิงกลยุทธ์ไปใช้ในการบริหารและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความเข้าใจ และทักษะในการดำเนินการเชิงยุทธศาสตร์ และมีการสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน

เช่นเดียวกับ กรมการขนส่งทางบก (2561) ได้ทำการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์กรมการขนส่งทางบก พ.ศ. 2557 – 2561 (ประเมินผลครึ่งแผน พ.ศ. 2559 – 2561) ใช้วิธีการประเมินยุทธศาสตร์หน่วยงานที่คล้ายคลึงกับการประเมินผลยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมการเกษตร คือ มีการประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานภายในองค์กร แต่ที่แตกต่างกันคือ กรมการขนส่งทางบกประเมินผลสัมฤทธิ์ตามประเด็นยุทธศาสตร์ โดยมีการกำหนดตัวชี้วัดย่อยของเป้าประสงค์ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ ผ่านคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง และรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งในและนอกองค์กร ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า ในแต่ละปี (พ.ศ. 2559 – 2561) มีตัวชี้วัดใดที่เป็น/ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งบางตัวชี้วัดไม่มีข้อมูลเนื่องจากไม่ได้วางแผนรวบรวมข้อมูลไว้ล่วงหน้า บางตัวชี้วัดไม่ได้ระบุเป้าหมาย ยุทธศาสตร์ที่มีจำนวนแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมมากที่สุด คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาและส่งเสริมระบบขนส่งทางถนนให้มีความปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีจำนวน 54 แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม รองลงมาคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาและส่งเสริมระบบขนส่งทางถนนให้มีประสิทธิภาพและแข่งขันได้ จำนวน 51 แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างองค์กรให้มีสมรรถนะสูงและบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลจำนวน 22 แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม และยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาให้บริการรูปแบบอัจฉริยะจำนวน 9 แผนงาน/โครงการ/กิจกรรม โดยในภาพรวม

มีแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมที่ดำเนินการแล้วเสร็จร้อยละ 68 อยู่ระหว่างดำเนินการร้อยละ 22 ชะลอ/ยกเลิก ร้อยละ 5 และยังไม่ดำเนินการร้อยละ 5 ของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรมทั้งหมด

อีกทั้งรัฐวิทย์ เสงคราวิทย์ (2559) ได้ทำการประเมินแผนยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาการศึกษา แห่งชาติ พ.ศ. 2556 – 2559 ซึ่งมีการประเมินผลที่คล้ายคลึงกับทั้งสองเรื่องที่กำลังกล่าวมาข้างต้น แต่มีขั้นตอน ในการประเมินผลที่มีรายละเอียดเพิ่มขึ้นและซับซ้อนขึ้น คือ มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางด้านการประเมินผล 6 ทฤษฎี มากำหนดเป็นกรอบแนวคิด หลังจากนั้นจึงนำแนวคิดดังกล่าวไปสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ราย โดยใช้วิธีการเดลฟาย (Delphi method) เพื่อกำหนดตัวชี้วัด และเกณฑ์การประเมินผลให้มีความสอดคล้องและเป็นไปได้ จากนั้นนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อรวบรวม ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 19 ราย โดยเทคนิคเดลฟายประยุกต์ และนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม และแบบรวบรวมข้อมูลแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) เพื่อประเมินผลแผนยุทธศาสตร์ ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า ผลการดำเนินงานทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับดีมาก จำนวน 6 ตัวชี้วัด ระดับดี จำนวน 4 ตัวชี้วัด ระดับพอใช้ จำนวน 7 ตัวชี้วัด ระดับปรับปรุง จำนวน 8 ตัวชี้วัด ระดับควรปรับปรุงอย่างยิ่ง จำนวน 13 ตัวชี้วัด และยังไม่มีการดำเนินการ จำนวน 4 ตัวชี้วัด

นอกจากการประเมินผลยุทธศาสตร์องค์กรข้างต้นแล้ว สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2552) ได้ทำการประเมินผลแผนบริหารจัดการผลไม้ภาคใต้ ปี 2552 เพื่อประเมินผลการดำเนินงาน ผลได้ และ ผลกระทบระยะสั้น โดยใช้รูปแบบ MIOE ในการประเมินผล ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า การดำเนินงาน ตามมาตรการยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์เท่าที่ควร ส่วนผลกระทบของมาตรการด้านเศรษฐกิจ พบว่า มูลค่าผลไม้ ที่บริหารจัดการในโครงการประมาณ 513 ล้านบาท ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้านสังคมพบว่า องค์กร/สถาบันเกษตรกร และเกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาตามโครงการในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 3.38 และ 3.36 และผู้ประกอบการที่รับซื้อผลผลิตตามโครงการร้อยละ 73 มีความพึงพอใจ ต่อราคาและคุณภาพผลไม้ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 2.83 เนื่องจากได้รับสินค้าที่มีคุณภาพไม่แน่นอน คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน และไม่ตรงตามราคาที่กำหนดนอกจากนี้ยังมีงานประเมินผลแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา เกษตรอินทรีย์ ปี 2549 – 2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ปี 2551 – 2554 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2553) ว่าจ่างมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นที่ปรึกษาโดยการศึกษาที่ใช้แนวคิดลอจิคอลเฟรมเวิร์ค (Logical Framework) เป็นกรอบในการประเมินผล โดยการวิเคราะห์ความก้าวหน้าของกิจกรรม ความสอดคล้องของโครงการกับแผนฯ การวิเคราะห์ประสิทธิภาพ ประสิทธิผล การวิเคราะห์ผลกระทบ ตลอดจนการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประเมินผล โดยมีเกณฑ์ การประเมินผล 2 ประเภท คือ เกณฑ์การประเมินผลการดำเนินงานของแต่ละโครงการ/กิจกรรม ซึ่งมี 3 ระดับ คือ ต่ำกว่าเป้าหมาย เป็นไปตามเป้าหมาย และสูงกว่าเป้าหมาย และเกณฑ์การประเมินผลสำรวจเกษตรกร และผู้บริโภคที่มี 5 ระดับ คือ ไม่ดี (ร้อยละ 0 - 19) ปานกลาง (ร้อยละ 20 - 39) ดี (ร้อยละ 40 - 59) ดีมาก (ร้อยละ 60 - 79) ดีที่สุด (ร้อยละ 80 - 100) ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า การดำเนินงานโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ ปี 2549 – 2552 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 4 และ 5 สามารถดำเนินการได้สูงกว่าเป้าหมาย ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 1 และ 3 ดำเนินการได้ตามเป้าหมาย และผลการประเมินเกษตรกรพบว่า เกษตรกรร้อยละ 88.33 เห็นว่า

การได้รับการยอมรับจากภาครัฐเป็นปัจจัยในการตัดสินใจให้มีการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากเกษตรเคมี เป็นเกษตรอินทรีย์ มีเกษตรกรร้อยละ 65.00 ที่ได้รับการฝึกอบรมด้านเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่าง กลุ่มผู้ผลิตในระดับอำเภอหรือจังหวัด และมีเกษตรกรร้อยละ 24.20 ได้รับมาตรฐานรับรองเกษตรอินทรีย์ จากภาครัฐ ส่วนการสำรวจจากผู้บริโภค พบว่า มีผู้รับรู้นโยบายเกษตรอินทรีย์ร้อยละ 75.00 โดยมีเพียงร้อยละ 30.83 ที่ซื้อข้าวอินทรีย์เป็นบางครั้ง ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นประจำร้อยละ 89.74 ที่รู้จักข้อมูล กระบวนการผลิตและวิธีการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด และมีผู้บริโภคร้อยละ 57.25 ที่รู้จักมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์ของภาครัฐ

ล่าสุดสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2562) ได้ทำการประเมินผลยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตร อินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ระยะครึ่งยุทธศาสตร์) โดยการประยุกต์ใช้ การประเมินผลแบบมีส่วนร่วมและการประเมินผลโดยใช้ CIPP Model โดยการกำหนดตัวชี้วัดตามบริบท ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลผลิต ตามประเด็นยุทธศาสตร์เทียบกับเป้าหมาย ผลการประเมินผล ด้านบริบทชี้ให้เห็นว่าแนวทางการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ภายใต้ยุทธศาสตร์ฯ มีความสอดคล้องกับบริบท ของสถานการณ์ทั้งในและต่างประเทศ ส่วนการประเมินผลด้านปัจจัยนำเข้าพบว่า มีการใช้จ่ายงบประมาณ ภายใต้ยุทธศาสตร์ร้อยละ 46.22 และจำนวนเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานมีความเหมาะสม ส่วนการประเมินผล ด้านกระบวนการ พบว่า มีการชี้แจงแนวทางการดำเนินงานเฉลี่ย 1 – 2 ครั้งต่อปี และมีการบูรณาการทำงาน ร่วมกับหน่วยงานภายในและนอกกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 และการประเมินผล ด้านผลผลิตพบว่า หน่วยงานในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์สามารถดำเนินงานอยู่ระดับดีมากและ มีค่าความสำเร็จเฉลี่ย 91.98 ของเป้าหมาย นอกจากนี้ ยังพบว่าการดำเนินงานยุทธศาสตร์ในระยะครึ่งแผน สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในเรื่องของการเพิ่มพื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์ มีสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น มีเกษตรกรได้รับการรับรองมาตรฐานเพิ่มขึ้น และมีการยอมรับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระดับมาก

#### 2.1.2 การประเมินผลโดยใช้ Hierarchical Decision Model (HDM)

Tran (2013) ได้ทำการประเมินประสิทธิผลของพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการถ่ายทอดความรู้ และเทคโนโลยี ตลอดจนกลไกในการถ่ายทอดความรู้ดังกล่าว โดยประยุกต์ใช้แบบจำลอง Hierarchical Decision Model (HDM) ในการประเมินผลในแต่ละชั้น คือ กิจกรรมต่าง ๆ กลยุทธ์ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ที่จะส่งผลไปสู่ความสำเร็จตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยในการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี โดยใช้วิธีการ Analytic Hierarchy Process (AHP) ในการวิเคราะห์และตัดสินใจ ภายใต้การให้คะแนนความสำคัญของ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแต่ละระดับ เช่น ระดับผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณะ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิจัย ตลอดจนชุมชน ในการประเมินผลแต่ละชั้นข้างต้น ผลการประเมินชี้ให้เห็นว่า การจัดลำดับความสำคัญของยุทธศาสตร์ ในการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีของมหาวิทยาลัยมีความแตกต่างกันตามผลตอบแทนทางการเงิน ที่มหาวิทยาลัยได้รับและการให้บริการทางด้านความรู้ต่อชุมชน

นอกจากการใช้แบบจำลอง HDM และ AHP เพื่อประเมินพันธกิจของยุทธศาสตร์การพัฒนา ดังกล่าวข้างต้นแล้วนั้น Bing Wang et al., (2013) ได้ประยุกต์การใช้แบบจำลอง HDM และ AHP ในการจัดลำดับ และคัดเลือกโครงการสำหรับหน่วยงานที่ไม่แสวงหากำไร โดยการสร้างแบบจำลองแสดงลำดับชั้นความเชื่อมโยง

ยุทธศาสตร์จากบนลงล่าง คือ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และกิจกรรมโครงการ โดยการสัมภาษณ์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และคำนวณหาน้ำหนักของกิจกรรมโครงการที่มีความสำคัญ เชื่อมโยง และมีผลต่อพันธกิจมากที่สุด เพื่อเลือกเป็นโครงการในการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ต่อไป ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถเสนอทางเลือกให้ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจคัดเลือกโครงการที่มีความสำคัญที่สุดในการที่จะทำให้พันธกิจ และยุทธศาสตร์ของหน่วยงานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎี

### 2.2.1 แนวคิดการติดตามประเมินผล

การประเมินโครงการ หมายถึง กระบวนการเชิงระบบเพื่อการตรวจสอบหรือบ่งชี้ถึงประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของโครงการ ซึ่งจะช่วยให้ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ปรับปรุงและพัฒนาโครงการ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2557) โดยการประเมินสามารถจำแนกตามลำดับเวลา ของการดำเนินโครงการได้ 3 ประเภท คือ

1) การประเมินก่อนการดำเนินโครงการ (Intrinsic Evaluate) เป็นการประเมินที่อยู่ในขั้นตอนของการวางแผนโครงการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ก่อนลงมือดำเนินการจัดทำโครงการ

2) การประเมินระหว่างการดำเนินโครงการ (Ongoing Evaluation) เป็นการประเมินเพื่อศึกษาความก้าวหน้าของโครงการเป็นระยะ ๆ และติดตามว่าการดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้หรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไร เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินโครงการเพื่อให้ความเหมาะสมมากยิ่งขึ้นในช่วงการดำเนินงานต่อไป ซึ่งการประเมินระหว่างการดำเนินโครงการนี้ต้องอาศัย กลไกของระบบการนิเทศและการกำกับติดตามงานมาช่วย จึงจะทำให้การดำเนินงานโครงการและการประเมิน เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3) การประเมินหลังการดำเนินโครงการ (Pay-off Evaluation) เป็นการประเมินเมื่อการดำเนินโครงการเสร็จสิ้นแล้ว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตรวจสอบว่า ผลการดำเนินโครงการได้รับความสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงใด ตลอดจนการติดตามตรวจสอบผลกระทบหรือ ผลข้างเคียงว่ามีอะไรเกิดขึ้นตามมาอีกบ้าง

การประเมินผลยุทธศาสตร์ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมทางการบริหารเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ตัดสินใจว่าการดำเนินยุทธศาสตร์ที่ผ่านมาประสบความสำเร็จหรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรค ใด ๆ เพื่อจะได้ปรับปรุงและพัฒนายุทธศาสตร์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้น โดยขั้นตอน การประเมินผลยุทธศาสตร์เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการบริหารยุทธศาสตร์ เพราะการที่จะทำให้ ยุทธศาสตร์ประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากจะต้องอาศัยการกำหนดยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมและสอดคล้อง กับสภาพแวดล้อม การจัดโครงสร้างที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และการวางระบบการบริหารจัดการที่มี ประสิทธิภาพแล้ว ยังต้องอาศัยการประเมินผลยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่องและถูกต้อง (กรมการขนส่งทางบก, 2561) ซึ่งการติดตามและประเมินผลยุทธศาสตร์มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

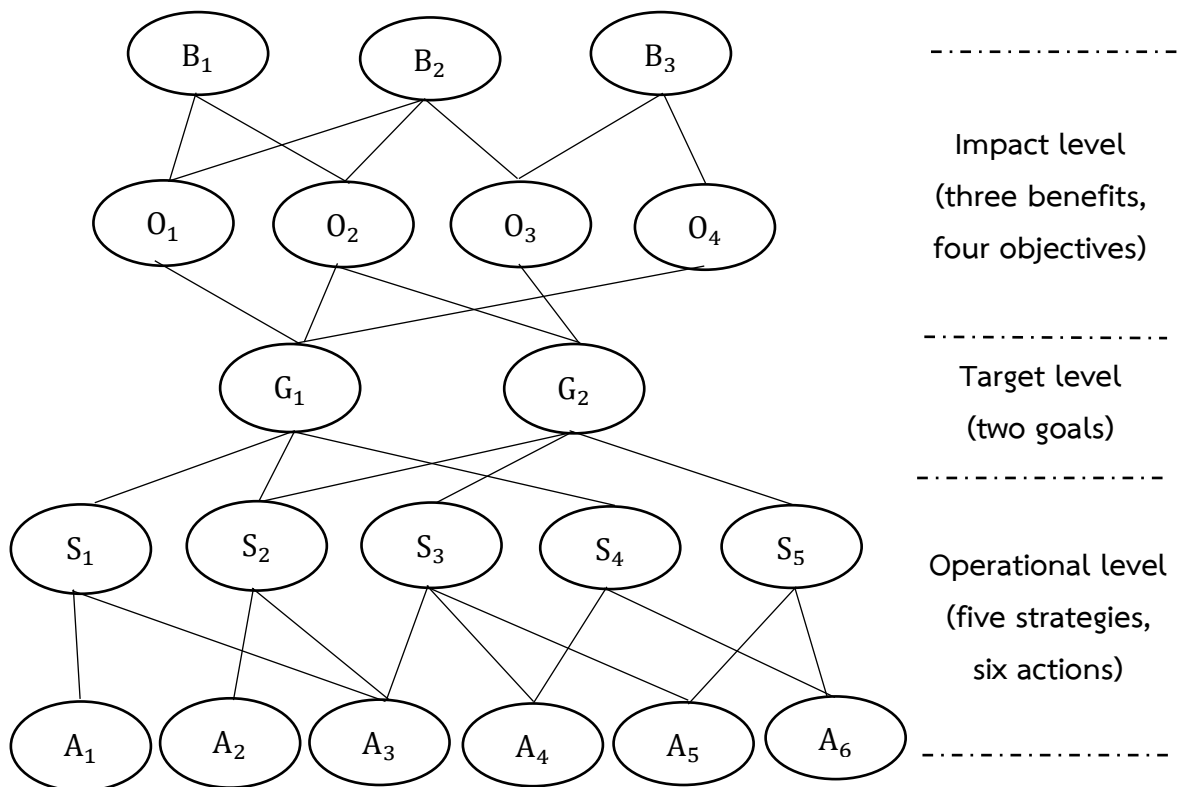
1) การติดตามผลการดำเนินการ เป็นการรวบรวมผลการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาของแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม สอดคล้องตามตัวชี้วัด ก่อนนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติ ควรมีการถ่ายทอดไปสู่ระดับบุคคล เพื่อให้เกิดความเข้าใจทั่วทั้งองค์กร การนำแผนยุทธศาสตร์ไปปฏิบัติควรได้รับการสนับสนุนจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสนับสนุนด้านการเงิน ทรัพยากรบุคคล เครื่องมือ เทคโนโลยี และระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ โดยมุ่งหวังให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล การติดตามผลดำเนินการจะช่วยให้ผู้บริหารทราบข้อมูลที่เป็นตัวบ่งชี้ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ซึ่งจะเป็ข้อมูลในการปรับเปลี่ยนแผนยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

2) การรายงานความก้าวหน้า หลังจากที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ภายใต้กรอบของตัวชี้วัดผลสำเร็จของการดำเนินงานในแต่ละช่วงเวลาแล้ว จะต้องทำรายงานสรุปเสนอต่อผู้บริหารเพื่อรับทราบความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานเป็นระยะ รวมทั้งควรส่งข้อมูลย้อนกลับให้แก่ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้รับผิดชอบแต่ละระดับปรับปรุงแก้ไขปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแนวทางที่เหมาะสม

3) การวัดผลและประเมินผล ประกอบด้วยกระบวนการย่อย 3 ขั้นตอน ได้แก่ เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ประเมินผลข้อมูล และนำเสนอผลการประเมิน การวัดผลและประเมินผลเป็นการประเมินความสำเร็จของการปฏิบัติงานตามแผนในแต่ละรอบเวลาที่กำหนด ซึ่งผลที่ได้จากการประเมินจะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กรต่อไป กระบวนการประเมินผลต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาแผนยุทธศาสตร์และการดำเนินงานขององค์กรมากกว่าการตำหนิหรือลงโทษหน่วยงานที่ดำเนินการผิดพลาด

### 2.2.2 แนวคิด Hierarchical Decision Model (HDM)

กระบวนการตัดสินใจตามลำดับชั้น (Hierarchical Decisions) เป็นกระบวนการที่ง่ายในการใช้อธิบายให้เห็นถึงลำดับชั้น ความเชื่อมโยง และความสำคัญ ตั้งแต่ระดับบนไปจนถึงระดับล่างสุด เช่น ยุทธศาสตร์ การพัฒนาต่าง ๆ ที่มีพันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กลยุทธ์ และกระบวนการ เพื่อให้ง่ายในการทำความเข้าใจ จึงแบ่งความสัมพันธ์ของความเชื่อมโยงในการตัดสินใจออกเป็น 3 ระดับ คือ ระดับผลกระทบ (Impact Level) ระดับเป้าหมาย (Target Level) และระดับปฏิบัติการ (Operational Level) ตามภาพที่ 2.1



ที่มา: Cleland and Kocaoglu, 1981

ภาพที่ 2.1 แสดงแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจตามลำดับชั้น

ระดับผลกระทบ (Impact Level) เป็นระดับสูงสุดของการตัดสินใจประกอบด้วยวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับซึ่งเป็นผลจากการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้วางไว้ เช่น ในแผนพัฒนาเครื่องยนต์ที่ต้องการไม่ให้เกิดมลภาวะทางอากาศ ดังนั้น วัตถุประสงค์ในที่นี้คือเครื่องยนต์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด หากทำได้ก็จะนำไปสู่สภาวะแวดล้อมที่ปราศจากมลพิษทางอากาศ ซึ่งในการเขียนวัตถุประสงค์ในแผนพัฒนาส่วนใหญ่จะเขียนไว้กว้าง ๆ ทำให้บางครั้งไม่สามารถวัดความสำเร็จของวัตถุประสงค์ได้อย่างชัดเจน จึงเป็นที่มาในแผนพัฒนาส่วนใหญ่จะมีการระบุเป้าหมายการพัฒนาไว้ เพื่อการวัดวัตถุประสงค์ของแผนฯ นั้นเอง

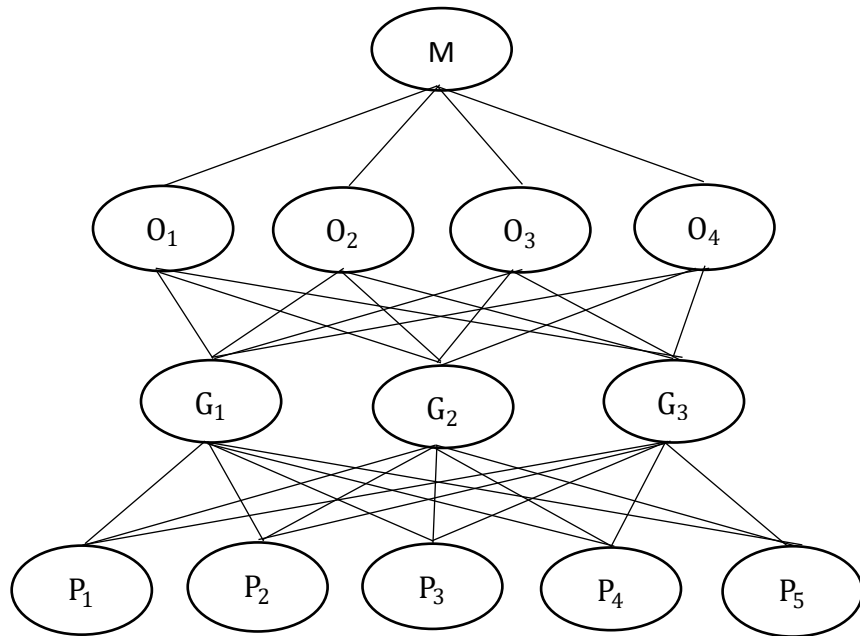
ระดับเป้าหมาย (Target Level) เมื่อวัตถุประสงค์สามารถกำหนดเป็นเป้าหมายได้แล้ว จะสามารถหาตัวชี้วัดมาวัดเป้าหมายได้ เช่น ในที่นี้รถที่สิ้นเปลืองพลังงานน้อย (20 กิโลเมตร/1 ลิตร) และไม่ปล่อยก๊าซอันตราย เช่น คาร์บอนมอนอกไซด์ (Carbon monoxide) ซึ่งตัวชี้วัดทั้งสองประเภทนี้ หากทำสำเร็จ จะส่งผลไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาที่ได้กล่าวข้างต้น

ระดับปฏิบัติการ (Operational Level) เป้าหมายต่าง ๆ ข้างต้นจะบรรลุได้ ก็ต่อเมื่อมีกลยุทธ์ในการดำเนินการที่ดี ในที่นี้กลยุทธ์ในการไปสู่เป้าหมาย คือ การเป็นรถที่สิ้นเปลืองพลังงานน้อย (20 กิโลเมตร/1 ลิตร) และไม่ปล่อยก๊าซอันตราย เช่น รูปทรงที่เป็นไปตามหลักพลศาสตร์ การใช้วัสดุน้ำหนักเบาในการหล่อเครื่องยนต์ ซึ่งทั้งหมดนี้จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์/กิจกรรมในระดับปฏิบัติการหนึ่ง ๆ อาจส่งผลไปสู่เป้าหมายได้มากกว่า 1 เป้าหมาย (ภาพที่ 2.1)

แบบจำลองการประเมินผลความสัมพันธ์ของลำดับขั้นการตัดสินใจนี้สามารถประเมินได้ โดยการกำหนดความสำคัญของตัวชี้วัดในแต่ละระดับ ซึ่งค่าที่ได้จะแสดงถึงความสำคัญและความสัมพันธ์ของทุกตัวชี้วัดทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้ (Cleland and Kocaoglu, 1981 และ Teknomo, 2020)

สมมติการพัฒนาพันธกิจที่ 1 มีวัตถุประสงค์การพัฒนา (Impact Level) อยู่ 4 ข้อ คือ  $O_1$   $O_2$   $O_3$  และ  $O_4$  มีเป้าหมาย (Target Level) 3 เป้าหมายคือ  $G_1$   $G_2$  และ  $G_3$  และในระดับปฏิบัติการ (Operational Level) มี 5 โครงการ คือ  $P_1$   $P_2$   $P_3$   $P_4$  และ  $P_5$  (ภาพที่ 2.2) การประเมินผลในแต่ละระดับทำได้โดยการใช้ดุลยพินิจ และวิจารณ์ญาณของผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ เป็นผู้ที่มีความชำนาญตัดสินใจในการให้คะแนนเป็นตัวเลข โดยการเปรียบเทียบแบบคู่ในแต่ละองค์ประกอบของแต่ละระดับ ซึ่งในที่นี้มี 3 ระดับ คือ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และโครงการ

ขั้นตอนที่ 1 สร้างแผนภูมิโครงสร้างของเรื่องที่จะศึกษา (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 แสดงตัวอย่างสร้างแผนภูมิโครงสร้างของเรื่องที่จะศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 สร้างตารางเมทริกซ์แสดงการจับคู่เปรียบเทียบและลำดับความสำคัญของวัตถุประสงค์ โดยการให้คะแนนวัตถุประสงค์แต่ละคู่ซึ่งมีคะแนนเท่ากับ 9 คะแนน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญในระดับนั้น ๆ เป็นผู้ให้คะแนน วิธีการให้คะแนน คือ หากผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ( $O_1$ ) มีผลหรือมีความสำคัญมากกว่า วัตถุประสงค์ที่ 2 ( $O_2$ ) สามเท่า ก็แสดงด้วยตัวเลข 3 ในแถวที่ 1 คอลัมน์ที่ 2 (ตารางที่ 2.1) ซึ่งตัวเลขในช่องสี่เหลี่ยมเป็นตัวเลขที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ ส่วนช่องสีขาวเป็นส่วนกลับของตัวเลขในช่องสี่เหลี่ยม ดังนั้น ตัวเลขในแถวที่ 2 คอลัมน์ที่ 1 คือ  $1/3 = 0.33$  ส่วนตัวเลขในช่องอื่นก็สามารถคำนวณได้โดยใช้หลักการเดียวกัน ตามตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เมทริกซ์แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์	$O_1$	$O_2$	$O_3$	$O_4$
$O_1$	1	3	7	9
$O_2$	0.33	1	5	7
$O_3$	0.14	0.20	1	3
$O_4$	0.11	0.14	0.33	1
รวม	1.58	4.34	13.33	20.00



ขั้นตอนที่ 3 การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์ลำดับความสำคัญ (Priority Vectors) ดังตารางที่ 2.2 โดยวิธีการ คือ

- คำนวณผลรวมตัวเลขในแต่ละคอลัมน์ของตารางที่ 2.1 แล้วนำผลรวมแต่ละเซลล์หารด้วยผลรวมที่คำนวณได้ในแต่ละคอลัมน์ ตัวอย่างเช่น ตัวเลข 0.63 (ตัวเลขในแถวที่ 1 คอลัมน์ที่ 1 ในตารางที่ 2.2) มาจาก  $1/1.58$  (จากตารางที่ 2.1) หรือตัวเลข 0.69 (ตัวเลขในแถวที่ 1 คอลัมน์ที่ 2 ในตารางที่ 2.2) มาจาก  $3/4.34$  (ตารางที่ 2.1)

- คำนวณผลรวมตามแถวในแต่ละแถว เช่น 2.30 มาจากผลรวมในแถวที่ 1 ( $0.63 + 0.69 + \dots + 0.45$ )

- คำนวณค่าลำดับความสำคัญ (Priority Vectors) โดยการนำผลรวมในแต่ละแถวหารด้วยจำนวนวัตถุประสงค์ ซึ่งในที่นี้ คือ 4 วัตถุประสงค์ จะได้ตัวเลข (Priority Vectors) ในคอลัมน์สุดท้าย เช่น 57.48 มาจาก  $2.30/4$

ตารางที่ 2.2 การคำนวณค่าลำดับความสำคัญ (Priority Vectors) ในระดับวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์	O <sub>1</sub>	O <sub>2</sub>	O <sub>3</sub>	O <sub>4</sub>	รวม	ลำดับความสำคัญ (Priority Vectors)
O <sub>1</sub>	0.63	0.69	0.53	0.45	2.30	57.48
O <sub>2</sub>	0.21	0.23	0.37	0.35	1.16	29.11
O <sub>3</sub>	0.09	0.05	0.08	0.15	0.36	8.99
O <sub>4</sub>	0.07	0.03	0.02	0.05	0.18	4.42
รวม	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	100.00

ค่าตัวเลขลำดับความสำคัญ (Priority Vectors) ที่คำนวณได้ดังกล่าวเป็นตัวเลขที่บอกว่า วัตถุประสงค์ในการพัฒนานี้ วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (Priority Vectors = 57.48) มีความสำคัญมากที่สุด ใน 4 วัตถุประสงค์ รองลงมา คือ วัตถุประสงค์ที่ 2 3 และ 4 ซึ่งมีค่า Priority Vectors = 29.11 8.99 และ 4.42 ตามลำดับ นอกจากนี้ค่าลำดับความสำคัญดังกล่าว ยังสามารถบอกได้อีกว่าวัตถุประสงค์ใดมีความสำคัญมากกว่าอีกวัตถุประสงค์หนึ่งเท่าไร เช่น ในกรณีนี้ วัตถุประสงค์ที่ 1 มีความสำคัญกว่าวัตถุประสงค์ที่ 4 ถึง 13.03 เท่า ในการพัฒนานี้ โดยคำนวณจาก  $57.48/4.42 = 13.00$

ขั้นตอนที่ 4 สร้างตารางเมทริกซ์แสดงการจับคู่เปรียบเทียบและลำดับความสำคัญในระดับเป้าหมาย (Target Level) ในแต่ละเป้าหมาย (G<sub>1</sub> G<sub>2</sub> และ G<sub>3</sub>) เทียบกับวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (O<sub>1</sub> O<sub>2</sub> O<sub>3</sub> และ O<sub>4</sub>) โดยใช้วิธีการเดียวกันกับในขั้นตอนที่ 2 แต่ครั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญจะให้คะแนนความสำคัญของเป้าหมายแต่ละคู่ ที่มีต่อวัตถุประสงค์แต่ละข้อ ดังนั้น ในขั้นตอนนี้จะมีตารางเมทริกซ์แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับเป้าหมายเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์แต่ละข้อ นั่นคือ มีตารางเมทริกซ์แสดงการเปรียบเทียบดังกล่าวอีก จำนวน 4 ตาราง คือ การเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับเป้าหมายเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (O<sub>1</sub>) การเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่

ระดับเป้าหมายเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ( $O_2$ ) การเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ ระดับเป้าหมายเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ( $O_3$ ) และการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ ระดับเป้าหมายเมื่อเทียบกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ( $O_4$ ) แสดงได้ดังตารางที่ 3 ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนเป้าหมายแสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับเป้าหมายเมื่อเทียบกับ วัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ตารางที่ 2.3 เมทริกซ์แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับเป้าหมายเมื่อเทียบกับ วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ( $O_1$ )

วัตถุประสงค์	$G_1$	$G_2$	$G_3$
$G_1$	1.00	1.00	7.00
$G_2$	1.00	1.00	3.00
$G_3$	0.14	0.33	1.00
<b>รวม</b>	<b>2.14</b>	<b>2.33</b>	<b>11.00</b>

เมื่อผู้เชี่ยวชาญให้น้ำหนักความสำคัญเป็นรายคู่ในระดับเป้าหมายที่มีต่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แล้ว จะสามารถคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์ลำดับความสำคัญ (Priority Vectors) ในระดับวัตถุประสงค์ได้เช่นเดียวกับวิธีการคำนวณในขั้นตอนที่ 3 ซึ่งจากตัวอย่างตามตารางที่ 2.3 จะได้ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 2.4 ทั้งนี้ อธิบายค่าลำดับความสำคัญ (Priority Vectors) สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 3 ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ทั้งหมด 4 ข้อ ดังนั้น จะต้องทำการคำนวณน้ำหนักความสำคัญเป็นรายคู่ในระดับเป้าหมายที่มีต่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 3 และ 4 ด้วย

ตารางที่ 2.4 การคำนวณค่าลำดับความสำคัญ (Priority Vectors) ในระดับเป้าหมายที่มีต่อวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ( $O_1$ )

วัตถุประสงค์	$G_1$	$G_2$	$G_3$	รวม	ลำดับความสำคัญ (Priority Vectors)
$G_1$	0.47	0.43	0.64	1.53	51.09
$G_2$	0.47	0.43	0.27	1.17	38.97
$G_3$	0.06	0.14	0.09	0.30	9.93
<b>รวม</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>3.00</b>	<b>100.00</b>

ขั้นตอนที่ 5 สร้างตารางเมทริกซ์แสดงการจับคู่เปรียบเทียบและลำดับความสำคัญในระดับปฏิบัติการ (Operational Level) ที่มี 5 โครงการ ( $P_1$   $P_2$   $P_3$   $P_4$  และ  $P_5$ ) เทียบกับเป้าหมายแต่ละข้อ ( $G_1$   $G_2$  และ  $G_3$ ) โดยใช้วิธีการเดียวกันกับในขั้นตอนที่ 2 หรือ 4 กล่าวคือ ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้คะแนนในระดับ

โครงการโดยการจับคู่โครงการแต่ละคู่ที่มีต่อเป้าหมายแต่ละข้อ ดังนั้น ในขั้นตอนนี้จะมีตารางเมทริกซ์แสดงการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ในระดับโครงการเมื่อเทียบกับเป้าหมายแต่ละข้อนั้นคือ จะมีตารางเมทริกซ์แสดงการเปรียบเทียบดังกล่าวอีกจำนวน 3 ตาราง คือ การเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับโครงการเมื่อเทียบกับเป้าหมายข้อที่ 1 ( $G_1$ ) การเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับโครงการเมื่อเทียบกับเป้าหมายข้อที่ 2 ( $G_2$ ) และการเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเป็นรายคู่ระดับโครงการเมื่อเทียบกับเป้าหมายข้อที่ 3 ( $G_3$ )

เมื่อดำเนินการในขั้นตอนที่ 5 เสร็จเรียบร้อยแล้ว ก็จะได้ค่าลำดับความสำคัญ (Priority Vector) ในทุกระดับชั้น และความน้ำหนักความเชื่อมโยงในแต่ละระดับชั้นไปสู่ชั้นที่สูงขึ้น ทำให้สามารถอธิบายถึงผลการดำเนินงานในระดับโครงการที่ส่งผลไปถึงระดับที่สูงขึ้นได้ต่อไป

จากนั้นก่อนที่จะนำค่าลำดับความสำคัญ (Priority Vector) ดังกล่าวไปทำการวิเคราะห์ในลำดับถัดไป จะต้องทำการตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.) ซึ่งเป็นการตรวจสอบผลการเปรียบเทียบว่ามีความสอดคล้องกันของเหตุและผลหรือไม่ ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คำนวณหาค่า  $\lambda_{\max}$  เป็นการนำผลรวมของค่าวิจฉัยของแต่ละเกณฑ์ในแต่ละแถวคูณผลรวมของค่าเฉลี่ยในแนวนอนในแต่ละแถว จากนั้นนำผลคูณที่ได้บวกกัน ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะเท่ากับจำนวนเกณฑ์ทั้งหมดที่นำมาเปรียบเทียบ โดยการวิจฉัยในเกณฑ์ต้องสอดคล้องกันอย่างสมบูรณ์ จะทำให้ค่า  $\lambda_{\max} = n$

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Consistency Index: C.I.) มีสมการ ดังนี้

$$C.I. = \frac{(\lambda_{\max} - n)}{(n - 1)}$$

ขั้นตอนที่ 3 เปิดตารางค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Consistency Index: R.I.) โดยที่ค่า R.I. เป็นค่าที่ขึ้นอยู่กับขนาดของเมทริกซ์ตั้งแต่  $1 \times 1$  จนถึง  $15 \times 15$

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
R.I.	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.59

ขั้นตอนที่ 4 คำนวณค่าความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.I.) เป็นการนำค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Consistency Index: C.I.) หารด้วยค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Consistency Index: R.I.) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ ดังนี้

$$C.R. = C.I. / R.I.$$

ซึ่งหากค่า C.R. ที่คำนวณได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ถือว่ายอมรับได้ และสามารถนำค่าดังกล่าวไปทำการวิเคราะห์ในลำดับถัดไปได้ แต่หากมากกว่า 0.10 ถือว่ายอมรับไม่ได้

### 2.2.3 การวัดทัศนคติ

มาตรวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) สร้างขึ้นโดย Rensis Likert ถือเป็นเครื่องมือการวัดข้อมูลเชิงคุณภาพที่นิยมใช้กันทั่วไป เพื่อใช้วัดตัวแปร อาทิ ทัศนคติ ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความพึงพอใจ เป็นต้น ซึ่งวิธีการได้มาของมาตรวัดลิเคิร์ตสเกล ต้องออกแบบสอบถามระดับความคิดเห็นในคำถามแต่ละข้อได้หลายระดับ (Rensis, 1932 อ้างถึงใน สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2560) ในการประเมินผลครั้งนี้ แบ่งคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดให้พึงพอใจมากที่สุด เท่ากับ 5 พึงพอใจมาก เท่ากับ 4 พึงพอใจปานกลาง เท่ากับ 3 พึงพอใจน้อย เท่ากับ 2 และพึงพอใจน้อยที่สุด เท่ากับ 1

การกำหนดเกณฑ์คะแนนเป็นช่วง มีวิธีคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนนเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนมาก} - \text{คะแนนน้อย}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

โดยที่ คะแนนมาก คือ คะแนนที่กำหนดมากที่สุด (5 คะแนน)

คะแนนน้อย คือ คะแนนที่กำหนดน้อยที่สุด (1 คะแนน)

จำนวนระดับ คือ ระดับการวัดที่กำหนด (5 ระดับ)

เกณฑ์การพิจารณาช่วงคะแนน โดยคะแนนเต็ม 5 จาก 5 ระดับ ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ยแต่ละระดับ คือ

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความเห็น/พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความเห็น/พึงพอใจในระดับน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความเห็น/พึงพอใจในระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความเห็น/พึงพอใจในระดับมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความเห็น/พึงพอใจในระดับมากที่สุด

### 2.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสนทนาในรูปแบบกลุ่ม (Focus Group)

การสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) หมายถึง การรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในประเด็นที่เฉพาะเจาะจง โดยมีผู้ดำเนินการสนทนาเป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนาเพื่อชักจูงให้กลุ่มเกิดแนวคิด ซึ่งการสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือการวิจัยที่มีคล้ายคลึงกับการสัมภาษณ์ แต่เป็นเทคนิคหนึ่งในการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบถึงข้อเท็จจริง ประสบการณ์ ความเชื่อ ความรู้ และปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยกระตุ้นให้เกิดทัศนคติและความคิดเห็นที่หลากหลายจากการสนทนาภายในเวลาที่กำหนดด้วยคำถามปลายเปิดที่ผู้วิจัยต้องการทราบ ซึ่งวัตถุประสงค์ที่ใช้การสนทนากลุ่ม (ดิฐุ เลขะกุล, 2560) คือ 1) เพื่อให้ได้ข้อมูลเบื้องต้นที่หลากหลายและแตกต่างของกลุ่มคนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน 2) เพื่อให้ได้ข้อมูลเปรียบเทียบพฤติกรรมของกลุ่มที่แตกต่างกัน 3) เพื่อใช้ในงานวิจัยที่ต้องการความรวดเร็ว เพราะสามารถทำได้ง่ายถ้ามีวิธีการบริหารจัดการที่ถูกต้อง และ 4) เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติของผู้ร่วมสนทนาในหัวข้อที่กำหนด รวมถึงวิธีการคิดและการเรียนรู้ในสถานการณ์นั้น ๆ โดยการสนทนากลุ่มมีขั้นตอนหลัก 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การกำหนดหัวข้อคำถามและวัตถุประสงค์ เป็นการกำหนดหัวข้อคำถามและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่าต้องการทำอะไร ประกอบด้วยมีการเตรียมผู้ดำเนินการสนทนาและผู้ช่วยเพื่อคอยอำนวยความสะดวก และการสังเกตพฤติกรรมในขณะสนทนา

2) ประชากรเป้าหมายหรือการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เป็นการกำหนดประชากรเป้าหมายที่ให้ข้อมูลที่ดีที่สุด มีความสัมพันธ์หรือสอดคล้องกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งทั่วไปอาจมีลักษณะร่วมบางอย่างที่คล้ายคลึงกัน เช่น เพศ อายุ แหล่งที่อยู่อาศัย ประสบการณ์การทำงาน เป็นต้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญต่อการจัดกลุ่ม การมีปฏิสัมพันธ์ภายในกลุ่ม และการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลจากผู้สนทนาที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การจัดกลุ่มไม่มีหลักการหรือข้อกำหนดที่แน่นอน ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับคำถามหลักของการวิจัย

3) มโนทัศน์ คำถาม และประเด็นเพื่อการซักถามต่อ คำถามส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยต้องกำหนดประเด็นที่สอดคล้องกับปัญหาการวิจัยประมาณ 3 – 4 ประเด็น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการเก็บข้อมูล และควรมีคำถามหลักประมาณ 5 – 6 คำถามต่อหนึ่งประเด็น นอกจากนี้ บางประเด็นที่มีความซับซ้อนหรือไม่ชัดเจนอาจใช้การถามต่อภายหลังจากที่ไม่มีผู้ร่วมสนทนาแล้วเพิ่มเติมแล้ว เพื่อให้เกิดความเข้าใจและให้ได้รายละเอียดมากขึ้น

4) การจัดการสนทนากลุ่ม แบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ

(1) การเริ่มต้นการสนทนากลุ่ม เป็นการสร้างสัมพันธภาพบนพื้นฐานความเท่าเทียมของทุกคน ก่อนเริ่มอาจมีการละลายพฤติกรรมตามเหมาะสมหรือรวบรวมข้อมูลภูมิหลังของผู้ร่วมสนทนา อธิบายวัตถุประสงค์ กำหนดกติกาพื้นฐาน และปรึกษาหารือร่วมกัน โดยไม่มีฝ่ายใดผิดหรือถูก

(2) การดำเนินการสนทนากลุ่ม อาจเริ่มการสนทนาจากประเด็นย่อยเชื่อมโยงสู่ประเด็นหลักของการสนทนากลุ่ม ผ่านกระบวนการกลุ่ม ผ่านกระบวนการเล่าเรื่อง และการนำเสนอ เพื่อให้ผู้ร่วมสนทนา ระบุมุมมอง ปัญหา และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ทั้งนี้ ผู้ดำเนินการสนทนา จะต้องแสดงความเป็นกลางและสามารถจัดการกับความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างการสนทนา

(3) การยุติการสนทนา เป็นการขอให้ผู้ร่วมสนทนาสรุปสิ่งที่ตนได้ให้ความเห็นหรือสะท้อนกระบวนการสนทนากลุ่มย่อย ซึ่งอาจเป็นข้อซักถามหรือแบบสอบถาม

5) การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผล และตีความ ถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญและยาก โดยเฉพาะการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มักจะไม่ใช่สถิติช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมากการรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม มักใช้การถอดเทปแบบคำต่อคำ และจึงนำคำตอบมาวิเคราะห์เพื่อนำไปเป็นข้อสรุป ทั้งนี้ อาจมีการยกคำพูดของผู้ร่วมสนทนาใส่ในรายงานเพื่ออ้างอิงหรือสนับสนุนการวิจัยในแต่ละประเด็น

ทั้งนี้ วิธีการออกแบบและดำเนินการสนทนากลุ่มมีคุณลักษณะที่สำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 องค์ประกอบของการสนทนากลุ่ม

องค์ประกอบ	การสนทนากลุ่ม
1. รูปแบบ	การร่วมประชุมเป็นกลุ่ม
2. ขนาด	8 – 12 คนต่อกลุ่ม
3. ระยะเวลา	1.30 ชั่วโมง ถึง 2 ชั่วโมง
4. จำนวนครั้งของการประชุมกลุ่ม	แล้วแต่กำหนด แต่ควรมากกว่า 1 ครั้ง
5. ผู้เข้าร่วมการประชุมกลุ่ม	คัดเลือกหรือเชิญผู้เข้าร่วมที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกัน
6. รูปแบบของข้อมูล	ข้อมูลการสนทนา รวมถึงน้ำเสียงที่ใช้
7. การเก็บรวบรวมข้อมูล	- การบันทึกเสียงการสนทนา - การถอดความจากการบันทึกเสียง
8. ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม	- มีความยืดหยุ่น แต่มุ่งความสนใจ - ใช้แนวทางการสัมภาษณ์ที่ปรับแต่งจากการประชุมกลุ่ม ครั้งก่อนหน้า
9. รูปแบบของการรายงานผล	- เลือกอ้างอิงข้อความ - วิเคราะห์ใจความหรือหัวข้อที่ปรากฏซ้ำ ๆ

ที่มา: Grudens – Schuck, N. และคณะ, 2004 อ้างแล้วใน ดิฐ เลชะกุล, 2560

### บทที่ 3

#### ข้อมูลการผลิตและการตลาดของผลไม้แต่ละชนิด

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอข้อมูลพื้นฐานการผลิตและการตลาดของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง ในช่วงปี 2558 – 2563 เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ และการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฯ โดยข้อมูลการผลิต ประกอบด้วยจำนวนครัวเรือนที่ปลูกผลไม้ พื้นที่ปลูก ปริมาณผลผลิต แหล่งผลิต และฤดูกาลผลิต ส่วนข้อมูลการตลาด ประกอบด้วยปริมาณการบริโภค ภายในประเทศ ปริมาณการส่งออก และราคา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 3.1 การผลิตและการตลาดทุเรียน

##### 3.1.1 การผลิต

##### 1) จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิต

ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 จำนวนครัวเรือน เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล ผลผลิตรวม และ ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากจำนวนครัวเรือนผู้ปลูกทุเรียนที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.98 ต่อปี เนื่องจากหลายปีที่ผ่านมา ราคาที่เกษตรกรขายได้อยู่ในเกณฑ์ดีและมีแนวโน้มสูงขึ้น เกษตรกรจึงปรับเปลี่ยนมาปลูกทุเรียนทดแทนการปลูกปาล์มน้ำมัน ยางพารา และไม้ผลชนิดอื่น ๆ แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรมีความสนใจปลูกเพิ่มขึ้น โดยจำนวนครัวเรือนผู้ปลูกทุเรียนเพิ่มขึ้นจาก 139,870 ครัวเรือน ในปี 2558 เป็น 152,101 ครัวเรือน ในปี 2563 และในช่วงเวลาเดียวกันเนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลเพิ่มขึ้นจาก 779,313 ไร่ และ 622,790 ไร่ เป็น 1,069,759 ไร่ และ 797,553 ไร่ ตามลำดับ หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.39 และ 5.03 ต่อปี ตามลำดับ ส่งผลให้ผลผลิตทุเรียนทั้งหมดของประเทศเพิ่มขึ้นจาก 618,601 ตัน ในปี 2558 เป็น 1,115,998 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.23 ต่อปี ทั้งนี้ ผลผลิตต่อไร่ของทุเรียนยังมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วย โดยในปี 2558 ประเทศไทย มีผลผลิตต่อไร่ของทุเรียนเท่ากับ 993 กิโลกรัมต่อไร่ และเพิ่มขึ้นเป็น 1,399 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.70 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ผลผลิตทุเรียนยังขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศในแต่ละปี จะเห็นได้จากปี 2559 ที่ผลผลิตทุเรียนมีปริมาณลดลง เนื่องจากสภาพภูมิอากาศที่ร้อน และบางช่วงมีฝนตก ทำให้ต้นทุเรียนที่กำลังออกดอกแตกเป็นใบอ่อนแทน และบางส่วนที่ติดผลอ่อนแล้วผลร่วง

ตารางที่ 3.1 จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตของทุเรียนในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

ปี พ.ศ.	จำนวนคร้วเรือน (คร้วเรือน)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2558	139,870	779,313	622,790	618,601	993
2559	137,408	849,036	631,655	548,642	869
2560	138,582	894,407	646,152	665,379	1,030
2561	146,071	952,493	679,566	762,567	1,122
2562	147,646	1,010,185	729,466	1,024,795	1,405
2563	152,101	1,069,759	797,553	1,115,998	1,399
<b>อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)</b>	<b>1.98</b>	<b>6.39</b>	<b>5.03</b>	<b>15.23</b>	<b>9.70</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

## 2) แหล่งผลิต

พื้นที่ปลูกทุเรียนของประเทศไทยกระจายอยู่ใน 6 ภาค ครอบคลุมพื้นที่ 39 จังหวัด โดยในปี 2563 มีพื้นที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ 1,069,759 ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต 797,553 ไร่ มีผลผลิตรวมทั้งประเทศ 1,115,998 ตัน และผลผลิตเฉลี่ย 1,399 กิโลกรัมต่อไร่ แม้ว่าประเทศไทยจะมีพื้นที่ปลูกทุเรียนกระจายอยู่ในหลายจังหวัด แต่แหล่งผลิตทุเรียนที่สำคัญนั้น อยู่ในภาคใต้และภาคตะวันออก โดยในปี 2563 ภาคใต้มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด คือ 586,398 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 54.82 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ รองลงมา คือ ภาคตะวันออก ซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 368,182 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 34.42 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ขณะที่ภาคเหนือ มีเนื้อที่ยืนต้น 44,139 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.13 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันตกมีเนื้อที่ยืนต้น 24,682 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.31 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคกลางมีเนื้อที่ยืนต้นทั้งหมด 24,511 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.29 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเนื้อที่ยืนต้น 21,847 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.04 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ทั้งนี้ ภาคที่มีผลผลิตรวมมากที่สุด คือ ภาคตะวันออก ซึ่งมีผลผลิตรวมทั้งสิ้น 552,198 ตัน คิดเป็นร้อยละ 49.48 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ รองลงมาคือ ภาคใต้ ซึ่งมีผลผลิตรวม 518,896 ตัน คิดเป็นร้อยละ 46.50 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ในขณะที่ภาคเหนือมีผลผลิตรวม 21,204 ตัน คิดเป็นร้อยละ 1.90 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันตกมีผลผลิตรวม 12,634 ตัน คิดเป็นร้อยละ 1.13 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคกลางมีผลผลิตรวม 5,573 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลผลิตรวม 5,494 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.49 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ (ตารางที่ 3.2)



สำหรับจังหวัดที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ จันทบุรี ชุมพร สุราษฎร์ธานี ระยอง ยะลา นครศรีธรรมราช ตราด ระนอง อุดรดิตถ์ และนราธิวาส จากการศึกษายังพบว่า เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผลผลิต และผลผลิตรวมของทุเรียนในจังหวัดจันทบุรี และชุมพร รวมกันมีประมาณกึ่งหนึ่งของเนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผลผลิต และผลผลิตรวมทั้งหมดของประเทศ

ตารางที่ 3.2 พื้นที่ และผลผลิตของทุเรียนในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563

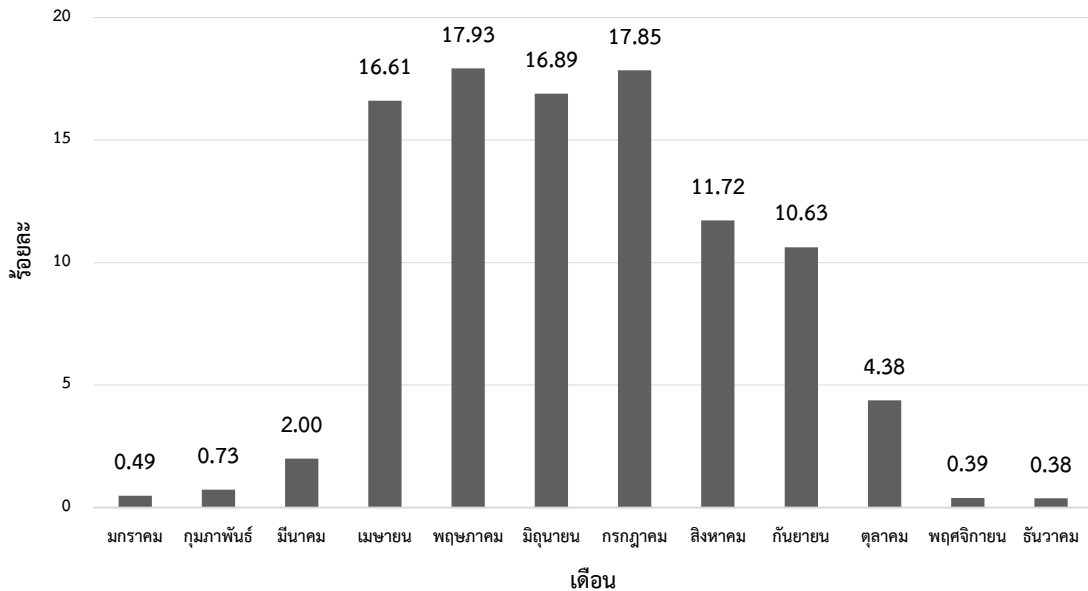
ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
	รวมทั้งประเทศ	1,069,759	797,553	1,115,998	1,399
	ภาคเหนือ	44,139	38,102	21,204	557
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21,847	6,476	5,494	848
	ภาคกลาง	24,511	10,600	5,573	526
	ภาคตะวันออก	368,182	291,427	552,198	1,895
	ภาคตะวันตก	24,682	12,955	12,634	975
	ภาคใต้	586,398	437,993	518,896	1,185
	รวม 10 จังหวัด	939,976	725,975	1,065,959	1,468
1	จันทบุรี	243,594	195,126	380,446	1,950
2	ชุมพร	232,011	196,158	315,552	1,609
3	สุราษฎร์ธานี	79,994	40,967	39,396	962
4	ระยอง	75,556	66,382	114,413	1,724
5	ยะลา	73,890	53,621	53,023	989
6	นครศรีธรรมราช	73,216	53,670	51,750	964
7	ตราด	45,239	27,683	55,176	1,993
8	ระนอง	44,014	31,197	25,847	829
9	อุดรดิตถ์	42,307	37,549	21,012	560
10	นราธิวาส	30,155	23,622	9,344	396

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

### 3) ฤดูกาลผลิต

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่มีผลผลิตตามฤดูกาล ทั้งนี้ผลผลิตขึ้นอยู่กับพื้นที่ปลูกและสภาพแวดล้อมของภูมิอากาศที่แตกต่างกัน ในประเทศไทยเกษตรกรจะเก็บเกี่ยวทุเรียนมากช่วงเดือนเมษายนถึงกรกฎาคม โดยในปี 2563 เดือนที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ พฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 17.93 ของผลผลิต

ทั้งฤดูกาลผลิต รองลงมาคือ กรกฎาคม มิถุนายน และเมษายน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 17.85 16.89 และ 16.61 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 3.1)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

### แผนภูมิที่ 3.1 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตทุเรียนของประเทศไทย ปี 2563

#### 3.1.2 การตลาด

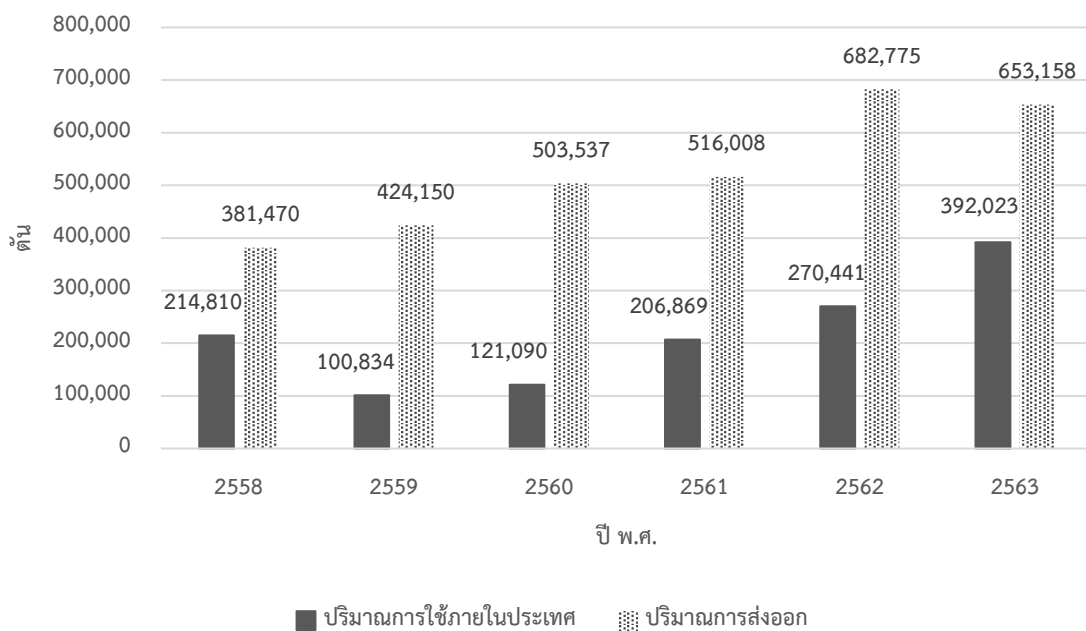
##### 1) ปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออก

ประเทศไทยถือว่าเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกทุเรียนรายใหญ่ของโลก ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 โดยประเทศไทยมีปริมาณการใช้ทุเรียนภายในประเทศ และปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 214,810 ตัน และ 381,770 ตัน ในปี 2558 เป็น 392,023 ตัน และ 653,158 ตัน ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.2) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.42 และ 12.56 ต่อปี ตามลำดับ

การใช้ทุเรียนเพื่อบริโภคและแปรรูปในประเทศ ตลอดจนการส่งออกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา จนถึงปี 2563 นั้น เนื่องจากกระแสนิยมในการบริโภคทุเรียนที่มีเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการพัฒนาด้านการตลาดที่มีช่องทางมากขึ้นถึงปัจจุบัน ทำให้เกษตรกรมีการจำหน่ายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊ก เป็นต้น ตลอดจนการขนส่งที่มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรสามารถกระจายสินค้าไปได้ในหลายจังหวัดทั่วประเทศ ซึ่งการบริโภคทุเรียนส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของผลสด แต่ในปี 2559 การใช้ทุเรียนเพื่อบริโภคและแปรรูปในประเทศลดลงจากปี 2558 เนื่องจากผลผลิตมีปริมาณลดลงส่งผลให้ราคาสูงขึ้น ประกอบกับตลาดในต่างประเทศมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การส่งออกทุเรียนเริ่มลดลงในปี 2563 กล่าวคือ จากปริมาณส่งออกจำนวน 682,775 ตัน ในปี 2562 ลดลงเหลือ 653,158 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงร้อยละ 4.34 เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้แต่ละประเทศมีมาตรการป้องกัน

การระบาดโดยการเปิด/ปิดด่านนำเข้าในฤดูกาลส่งออกอย่างเคร่งครัด ประกอบกับช่วงต้นเดือนสิงหาคม 2563 มีลมพายุในแหล่งผลิต ส่งผลให้ผลผลิตทุเรียนร่วง ทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดลดลงเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

การส่งออกทุเรียนไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น สามารถแบ่งประเภททุเรียนและผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกได้ 4 รายการ ได้แก่ 1) ทุเรียนสด ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ จีน ฮองกง และเวียดนาม 2) ทุเรียนแช่แข็ง ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ จีน และสหรัฐอเมริกา 3) ทุเรียนอบแห้ง ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ จีน ฮองกง และสหรัฐอเมริกา และ 4) ทุเรียนกวน ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ รัสเซีย โครเอเชีย และออสเตรเลีย ซึ่งรายการทุเรียนและผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ ทุเรียนอบแห้ง รองลงมาคือ ทุเรียนแช่แข็ง ทุเรียนกวน และทุเรียนสด ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ เวียดนาม และมาเลเซีย

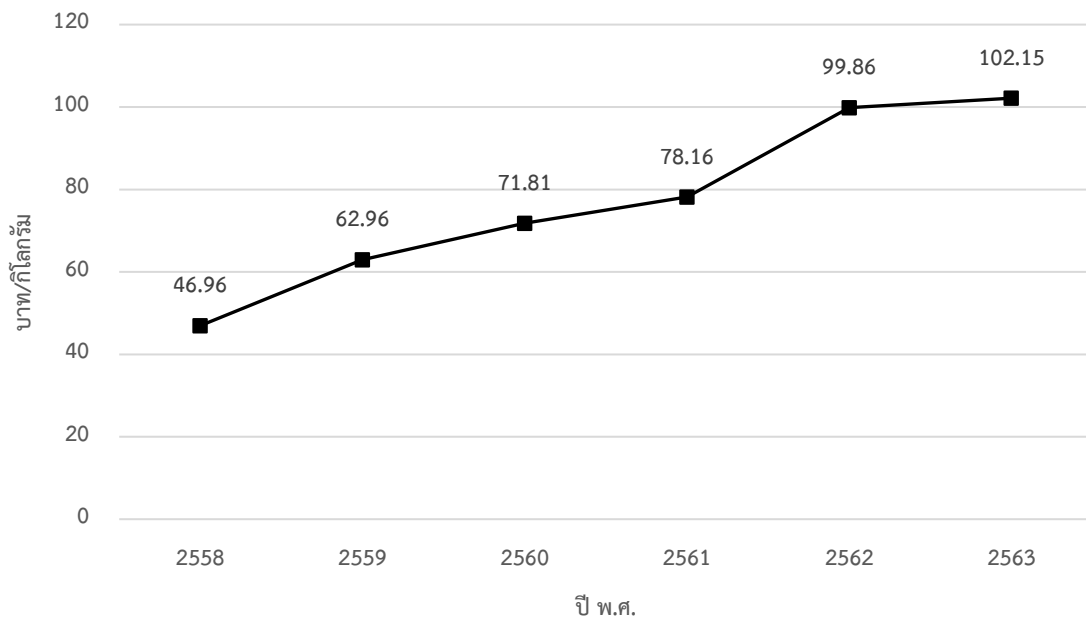


ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.2** แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของทุเรียนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

## 2) ราคา

ตั้งแต่ปี 2558 - 2563 ราคาทุเรียนที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยราคา  
ที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจาก 46.96 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2558 เป็น 78.16 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2561 และ  
ราคาขายเพิ่มสูงขึ้นอีกจนถึง 102.15 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.3) หรือราคาขายทุเรียนมีอัตรา  
การขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.53 ต่อปี ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ราคาขายทุเรียนเพิ่มขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งเนื่องจาก  
ความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงส่งผลให้ราคาอยู่ในเกณฑ์ดี



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.3** แสดงราคาทุเรียนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

### 3.2 การผลิตและการตลาดมังคุด

#### 3.2.1 การผลิต

##### 1) จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิต

ภาพรวมการผลิตมังคุดตั้งแต่ปี 2558 - 2563 ประเทศไทยมีจำนวนผู้ปลูกมังคุด และเนื้อที่ยืนต้นลดลงเล็กน้อย ในขณะที่เนื้อที่ให้ผล ผลผลิตรวม และผลผลิตต่อไร่มีปริมาณเพิ่มขึ้น กล่าวคือ จำนวนผู้ปลูกมังคุด และเนื้อที่ยืนต้นลดลงจาก 91,687 ครัวเรือน และ 478,664 ไร่ ในปี 2558 เป็น 85,993 ครัวเรือน และ 448,904 ไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 0.67 และ 1.23 ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่เนื้อที่ให้ผลเพิ่มขึ้นจาก 422,496 ไร่ ในปี 2558 เป็น 430,074 ไร่ ในปี 2563 เนื่องจากการขยายพื้นที่ปลูกในปี 2556 เริ่มทยอยให้ผลผลิต อีกทั้ง ผลผลิตมังคุดทั้งประเทศมีปริมาณเพิ่มขึ้นจาก 222,210 ตัน ในปี 2558 เป็น 336,860 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.43 ต่อปี ซึ่งเป็นผลมาจากประสิทธิภาพการผลิตมังคุดของเกษตรกรดีขึ้น คือ มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ที่เพิ่มขึ้นจาก 526 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 783 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นของผลผลิตต่อไร่ร้อยละ 10.90 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ในบางปี เช่น ปี 2559 2561 และ 2563 ผลผลิตมังคุดลดลง เนื่องจากปัญหาภัยแล้ง ฝนทิ้งช่วงนาน และมีฝนในช่วงมังคุดใกล้ออกดอกหรือออกดอกแล้ว ทำให้ดอกแตกเป็นใบอ่อนแทนการติดผล และบางส่วนดอกร่วง นอกจากนี้ ในปี 2562 ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีปริมาณเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 87.53 จากปี 2561 เนื่องจากมีฝนตกอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้นมังคุดมีความสมบูรณ์พร้อมสำหรับการออกดอก (ตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 3.3 จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตของมังคุดในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

ปี พ.ศ.	จำนวนคร้วเรือน (ครัวเรือน)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2558	91,687	478,664	422,496	222,210	526
2559	84,192	464,823	416,916	186,511	447
2560	84,244	461,563	417,000	228,011	547
2561	86,241	455,871	421,394	185,844	441
2562	85,906	449,562	426,679	352,800	827
2563	85,993	448,904	430,074	336,860	783
<b>อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)</b>	<b>- 0.67</b>	<b>- 1.23</b>	<b>0.48</b>	<b>11.43</b>	<b>10.90</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

## 2) แหล่งผลิต

พื้นที่ปลูกมังคุดของประเทศไทยกระจายอยู่ใน 5 ภาค ครอบคลุมพื้นที่ 24 จังหวัด โดยในปี 2563 มีพื้นที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ 448,904 ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต 430,074 ไร่ มีผลผลิตรวมทั้งประเทศ 336,860 ตัน และผลผลิตเฉลี่ย 783 กิโลกรัมต่อไร่ แม้ว่าประเทศไทยจะมีพื้นที่ปลูกมังคุดในหลายจังหวัด แต่แหล่งผลิตมังคุดที่สำคัญนั้น อยู่ในภาคใต้และภาคตะวันออก โดยในปี 2563 ภาคที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุดคือ ภาคใต้ซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 246,311 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 54.87 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ รองลงมาคือ ภาคตะวันออกซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 199,494 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 44.44 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ในขณะที่ภาคตะวันตกมีเนื้อที่ยืนต้น 1,656 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.37 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคกลางมีเนื้อที่ยืนต้น 1,031 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.23 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ และภาคเหนือมีเนื้อที่ยืนต้น 412 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.09 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ทั้งนี้ ภาคที่มีผลผลิตรวมมากที่สุดคือ ภาคตะวันออกซึ่งมีผลผลิตรวม 213,226 ตัน คิดเป็นร้อยละ 63.30 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ รองลงมาคือ ภาคใต้ซึ่งมีผลผลิตรวม 122,615 ตัน คิดเป็นร้อยละ 36.40 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันตกมีผลผลิตรวม 618 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.18 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคกลางมีผลผลิตรวม 339 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.10 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ และภาคเหนือมีผลผลิตรวมเพียง 62 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.02 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศเท่านั้น (ตารางที่ 3.4)

สำหรับจังหวัดที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ จันทบุรี นครศรีธรรมราช ชุมพร ตราด ระยอง นราธิวาส ระนอง พังงา พัทลุง และสุราษฎร์ธานี จากการศึกษาพบว่า เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตของมังคุดรวมกันของ 2 จังหวัด คือ จันทบุรี และนครศรีธรรมราช มีเนื้อที่มากกว่าครึ่งหนึ่งของเนื้อที่ปลูกมังคุดทั้งประเทศ ในส่วนของผลผลิต พบว่า ผลผลิตมังคุดรวมกันของทั้ง 2 จังหวัดดังกล่าว มีปริมาณเกินกว่าร้อยละ 50 ของผลผลิตทั้งหมด

ตารางที่ 3.4 พื้นที่ และผลผลิตของมังคุดในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
	รวมทั้งประเทศ	448,904	430,074	336,860	783
	ภาคเหนือ	412	383	62	162
	ภาคกลาง	1,031	703	339	482
	ภาคตะวันออก	199,494	196,742	213,226	1,084
	ภาคตะวันตก	1,656	1,420	618	435
	ภาคใต้	246,311	230,826	122,615	531
	รวม 10 จังหวัด	422,277	405,084	327,270	808
1	จันทบุรี	129,907	129,711	146,375	1,128
2	นครศรีธรรมราช	94,693	88,927	49,868	561
3	ชุมพร	50,575	50,198	38,119	759

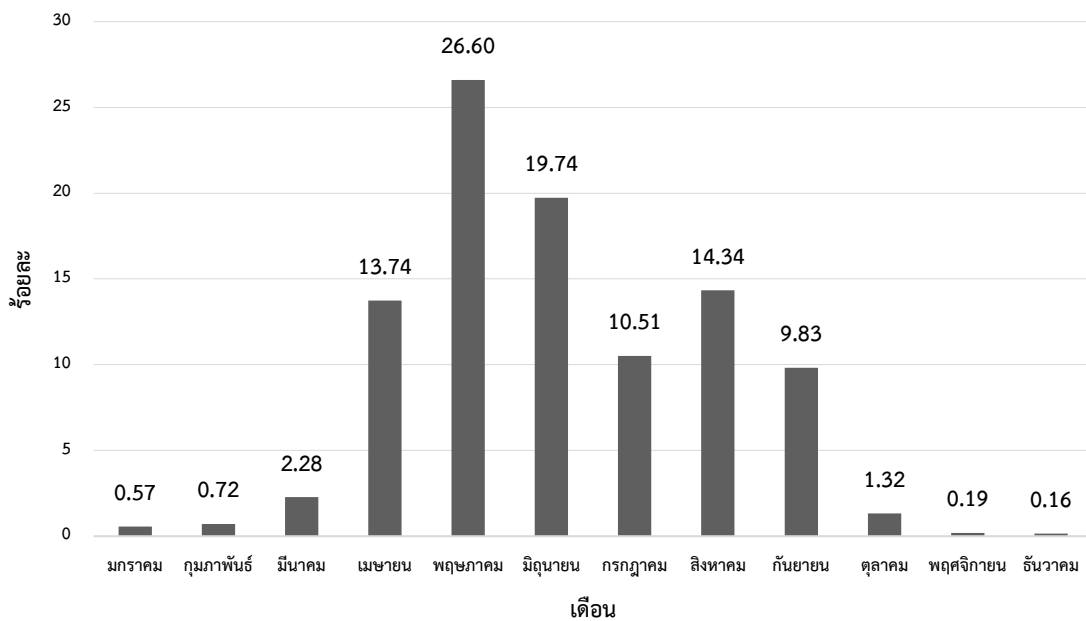
ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
4	ตราด	39,547	37,618	41,880	1,113
5	ระยอง	27,895	27,311	24,090	882
6	นราธิวาส	26,126	20,808	4,328	208
7	ระนอง	15,254	14,573	8,904	611
8	พังงา	13,237	12,790	4,035	315
9	พัทลุง	12,586	11,354	3,375	297
10	สุราษฎร์ธานี	12,457	11,794	6,296	534

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

### 3) ฤดูกาลผลิต

มังคุดเป็นผลไม้ที่มีผลผลิตตามฤดูกาล ทั้งนี้ผลผลิตขึ้นอยู่กับพื้นที่ปลูก และสภาพแวดล้อมของภูมิภาคที่แตกต่างกัน ผลผลิตมังคุดจะออกมากช่วงเดือนพฤษภาคม มิถุนายน และสิงหาคม โดยในปี 2563 เดือนที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ พฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 26.60 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต รองลงมา คือ มิถุนายน และสิงหาคม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 19.74 และ 14.34 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 3.4)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

แผนภูมิที่ 3.4 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตมังคุดของประเทศไทย ปี 2563

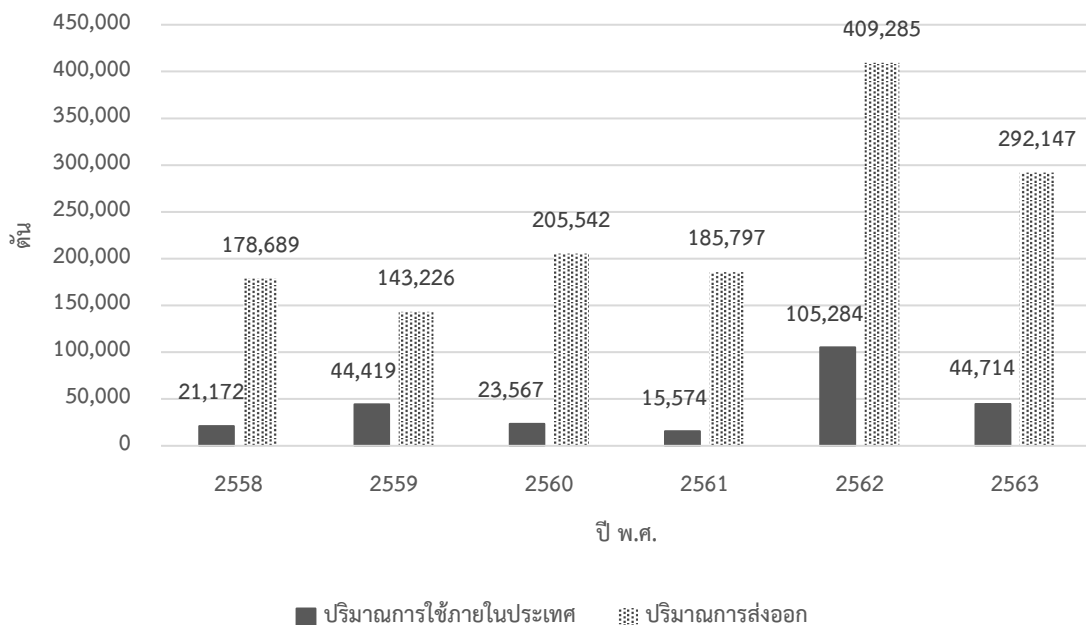
### 3.2.2 การตลาด

#### 1) ปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออก

ประเทศไทยถือว่าเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกมังคุดรายใหญ่ของโลก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 โดยประเทศไทยมีปริมาณการใช้มังคุดภายในประเทศและปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 21,172 ตัน และ 178,689 ตัน ในปี 2558 เป็น 44,714 ตัน และ 292,147 ตัน ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.5) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.40 และ 17.04 ต่อปี ตามลำดับ

การใช้มังคุดเพื่อบริโภคและแปรรูปในประเทศ ตลอดจนการส่งออกโดยภาพรวมสูงขึ้นสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งออกมังคุดที่เพิ่มสูงขึ้นถึง 409,285 ตัน ในปี 2562 เนื่องจากตลาดในต่างประเทศมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การใช้ภายในประเทศและการส่งออกมีการปรับตัวลดลงในปี 2563 เนื่องจากผลผลิตมีปริมาณลดลง ประกอบกับสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้แต่ละประเทศมีมาตรการป้องกันการระบาดโดยการเปิด/ปิดด่านนำเข้าในฤดูกาลส่งออกอย่างเคร่งครัด

การส่งออกมังคุดไปจำหน่ายต่างประเทศนั้น สามารถจำแนกกลุ่มมังคุดและผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกได้ 2 รายการ ได้แก่ 1) มังคุดสด ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ จีน เวียดนาม และฮ่องกง และ 2) มังคุดแช่แข็ง มีประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ เกาหลีใต้ ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกา ซึ่งรายการมังคุดและผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ มังคุดแช่แข็ง รองลงมาคือ มังคุดสด ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม



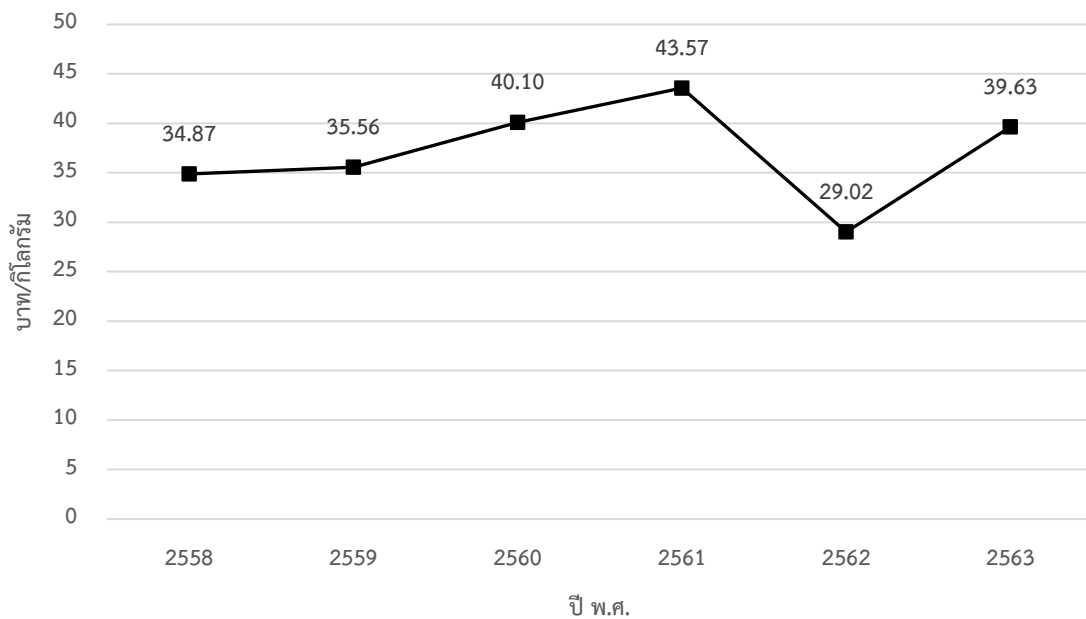
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.5** แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของมังคุดของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563



## 2) ราคา

ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ราคามังคุดที่เกษตรกรขายได้มีความผันผวนขึ้นลงในแต่ละปี แต่โดยภาพรวมราคาเพิ่มขึ้นจาก 34.87 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2558 เป็น 39.63 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.6) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.32 ต่อปี ปัจจัยที่ทำให้ราคาขายมังคุดที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อยนั้นส่วนหนึ่งเนื่องจากผลผลิตของเกษตรกรมีคุณภาพมากขึ้น และมังคุดของประเทศไทยเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในต่างประเทศ ประกอบกับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศมีความต้องการเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจีนซึ่งเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ อย่างไรก็ตาม ในปี 2562 ราคามังคุดตกต่ำ เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดมากกว่าปี 2561 ถึงร้อยละ 89.84



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.6** แสดงราคามังคุดของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

### 3.3 การผลิตและการตลาดเงาะ

#### 3.3.1 การผลิต

##### 1) จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิต

ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 จำนวนคร้วเรือน เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลของการผลิตเงาะ มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย ยกเว้น ผลผลิตรวม และผลผลิตต่อไร่ที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย โดยจำนวนคร้วเรือนผู้ปลูกเงาะ ลดลงจาก 53,046 คร้วเรือน ในปี 2558 เหลือ 43,013 ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 4.44 ต่อปี ในทำนองเดียวกันเมื่อคร้วเรือนเกษตรกรมีผู้ปลูกเงาะมีจำนวนลดลง ทำให้เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่ให้ผล มีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน กล่าวคือ เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลลดลงจาก 276,734 และ 260,697 ไร่ เป็น 230,775 และ 211,377 ไร่ หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 3.82 และร้อยละ 4.44 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากเกษตรกรโค่นต้นเงาะที่มีอายุมากและให้ผลผลิตน้อยลงทิ้ง และปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชที่ทำรายได้ และผลตอบแทนที่ดีกว่า เช่น พุรี เป็นต้น เนื่องจากราคาผลผลิตเงาะมีแนวโน้มตกต่ำ แต่การลดลงดังกล่าว ไม่ได้ทำให้ผลผลิตรวม และผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรผู้ปลูกเงาะลดลง เนื่องจากเกษตรกรยังมีการบริหารจัดการคุณภาพผลผลิตที่ดี ประกอบกับสภาพภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการออกดอกติดผล กล่าวคือ ผลผลิตรวม และผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรผู้ปลูกเงาะมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.72 และ 7.49 ต่อปี ตามลำดับ (ตารางที่ 3.5) อย่างไรก็ตาม ในปี 2559 ผลผลิตรวมและผลผลิตต่อไร่ลดลง เนื่องจากฝนทิ้งช่วง ส่งผลให้มังคุดขาดน้ำและติดดอกน้อย

ตารางที่ 3.5 จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตของเงาะในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

ปี พ.ศ.	จำนวนคร้วเรือน (คร้วเรือน)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2558	53,046	276,734	260,697	284,591	1,092
2559	51,655	264,551	248,838	190,570	766
2560	49,627	256,201	242,792	247,837	1,021
2561	46,666	239,335	223,618	259,770	1,162
2562	43,995	232,511	213,609	279,980	1,311
2563	43,013	230,775	211,377	270,053	1,278
<b>อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)</b>	<b>- 4.44</b>	<b>- 3.82</b>	<b>- 4.44</b>	<b>2.72</b>	<b>7.49</b>

หมายเหตุ: Na คือ ไม่ปรากฏข้อมูล

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

## 2) แหล่งผลิต

พื้นที่ปลูกเงาะของประเทศไทยกระจายอยู่ใน 6 ภาค ครอบคลุมพื้นที่ 42 จังหวัด โดยในปี 2563 มีพื้นที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ 230,775 ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต 211,377 ไร่ มีผลผลิตรวมทั้งประเทศ 270,053 ตัน และผลผลิตเฉลี่ย 1,278 กิโลกรัมต่อไร่ แม้ว่าประเทศไทยจะมีพื้นที่ปลูกเงาะในหลายจังหวัด แต่แหล่งผลิตเงาะที่สำคัญนั้น อยู่ในภาคตะวันออกและภาคใต้ โดยในปี 2563 ภาคที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุดคือ ภาคตะวันออก ซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 113,181 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 49.04 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ รองลงมาคือ ภาคใต้ ซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 74,681 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 32.36 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ขณะที่ภาคเหนือมีเนื้อที่ยืนต้น 25,062 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 10.86 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเนื้อที่ยืนต้น 8,946 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 3.88 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันตกมีเนื้อที่ยืนต้น 4,908 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 2.13 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ และภาคกลางมีเนื้อที่ยืนต้น 3,997 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.73 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ทั้งนี้ ภาคที่มีผลผลิตรวมมากที่สุดคือ ภาคตะวันออกซึ่งมีผลผลิตรวม 211,090 ตัน คิดเป็นร้อยละ 78.17 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ รองลงมาคือ ภาคใต้ซึ่งมีผลผลิตรวม 43,119 ตัน คิดเป็นร้อยละ 15.97 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ในขณะที่ภาคเหนือมีผลผลิตรวม 7,028 ตัน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลผลิตรวม 5,697 ตัน คิดเป็นร้อยละ 2.11 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันตกมีผลผลิตรวม 1,575 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.58 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ และภาคกลางมีผลผลิตรวม 1,544 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.57 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ (ตารางที่ 3.6)

สำหรับจังหวัดที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ จันทบุรี ตราด สุราษฎร์ธานี นราธิวาส นครศรีธรรมราช น่าน เชียงราย ระยอง พังงา และพัทลุง จากการศึกษาพบว่า เนื้อที่ยืนต้นเนื้อที่ให้ผล และปริมาณผลผลิตรวมของเงาะใน 3 จังหวัด คือ จันทบุรี ตราด และสุราษฎร์ธานี มีเนื้อที่ให้ผลประมาณร้อยละ 58 ของเนื้อที่ให้ผลผลิตทั้งหมดของประเทศ และผลผลิตรวมใน 3 จังหวัดดังกล่าว มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 83 ของผลผลิตรวมทั้งหมดของประเทศ และเป็นที่น่าสังเกตว่าผลผลิตต่อไร่ของจังหวัดจันทบุรี และตราดสูงกว่าค่าเฉลี่ยผลผลิตต่อไร่ของประเทศ

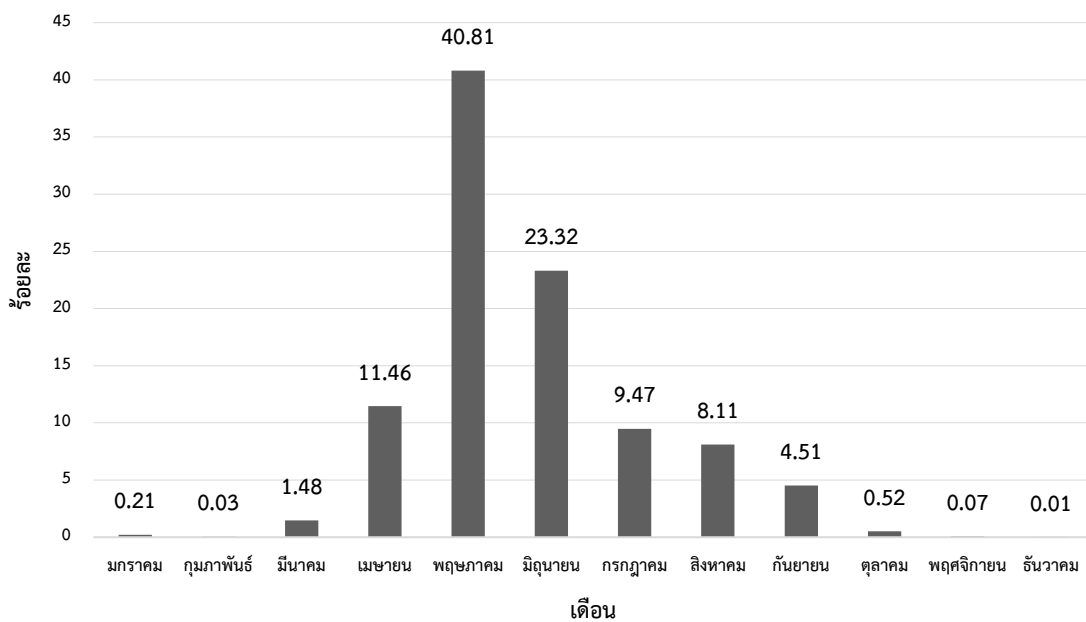
ตารางที่ 3.6 พื้นที่ และผลผลิตของเงาะในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
	รวมทั้งประเทศ	230,775	211,377	270,053	1,278
	ภาคเหนือ	25,062	17,399	7,028	404
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	8,946	6,648	5,697	857
	ภาคกลาง	3,997	2,645	1,544	584
	ภาคตะวันออก	113,181	109,154	211,090	1,934
	ภาคตะวันตก	4,908	3,073	1,575	512
	ภาคใต้	74,681	72,458	43,119	595
	รวม 10 จังหวัด	193,285	181,456	252,861	1,394
1	จันทบุรี	54,130	53,255	98,063	1,841
2	ตราด	53,526	50,472	104,248	2,065
3	สุราษฎร์ธานี	26,402	25,848	20,559	795
4	นราธิวาส	14,697	14,614	5,507	377
5	นครศรีธรรมราช	12,706	11,935	6,701	561
6	น่าน	11,869	6,963	2,363	339
7	เชียงราย	7,572	6,240	2,916	467
8	ระยอง	5,112	5,038	8,326	1,653
9	พังงา	3,962	3,797	2,204	580
10	พัทลุง	3,309	3,294	1,974	599

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

### 3) ฤดูกาลผลิต

เงาะเป็นผลไม้ที่มีผลผลิตตามฤดูกาล ทั้งนี้ผลผลิตขึ้นอยู่กับพื้นที่ปลูก และสภาพแวดล้อมของภูมิอากาศที่แตกต่างกัน เกษตรกรจะเก็บเกี่ยวเงาะมากช่วงเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน โดยในปี 2563 เดือนที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ พฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 40.81 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต รองลงมา คือ มิถุนายน และเมษายน คิดเป็นร้อยละ 23.32 และ 11.46 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 3.7)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

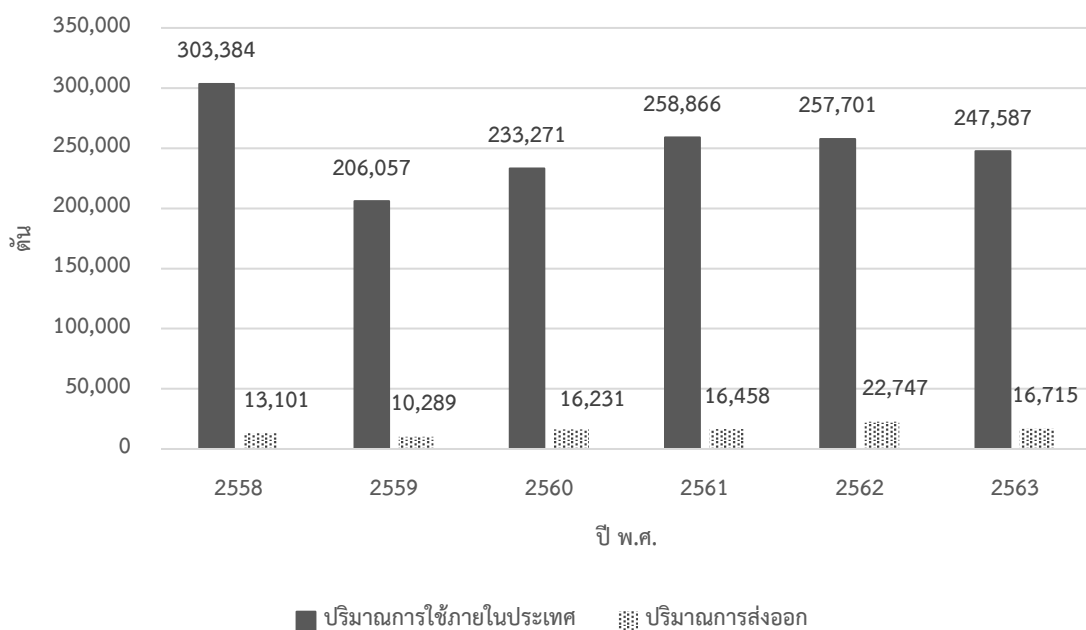
**แผนภูมิที่ 3.7** แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตเงาะของประเทศไทย ปี 2563

### 3.3.2 การตลาด

#### 1) ปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออก

ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ประเทศไทยมีปริมาณการใช้เงาะภายในประเทศลดลงจาก 303,384 ตัน ในปี 2558 เป็น 247,587 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยลดลงร้อยละ 0.69 ต่อปี ในขณะที่ปริมาณการส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 13,010 ตัน ในปี 2558 เป็น 16,715 ตัน ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.8) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.87 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ในปี 2559 ปริมาณการส่งออกลดลงร้อยละ 32.08 จากปี 2558 เนื่องจากสภาพอากาศที่แปรปรวน หนาวสลับฝน และฝนทิ้งช่วง ส่งผลให้มีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยกว่าปีที่ผ่านมา

การส่งออกเงาะไปจำหน่ายต่างประเทศนั้น สามารถกลุ่มเงาะและผลิตภัณฑ์ได้ 3 รายการ ได้แก่ 1) เงาะสด ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ เวียดนาม สเปน และเมียนมา 2) เงาะบรรจุภาชนะอัดลม ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ จีน เมียนมา และกัมพูชา และ 3) เงาะสดใส่สับประรดในน้ำเชื่อม ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และแคนาดา ซึ่งรายการเงาะและผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ เงาะบรรจุภาชนะ รองลงมา คือ เงาะสดใส่สับประรดในน้ำเชื่อม และเงาะสด ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ อินโดนีเซีย และเวียดนาม

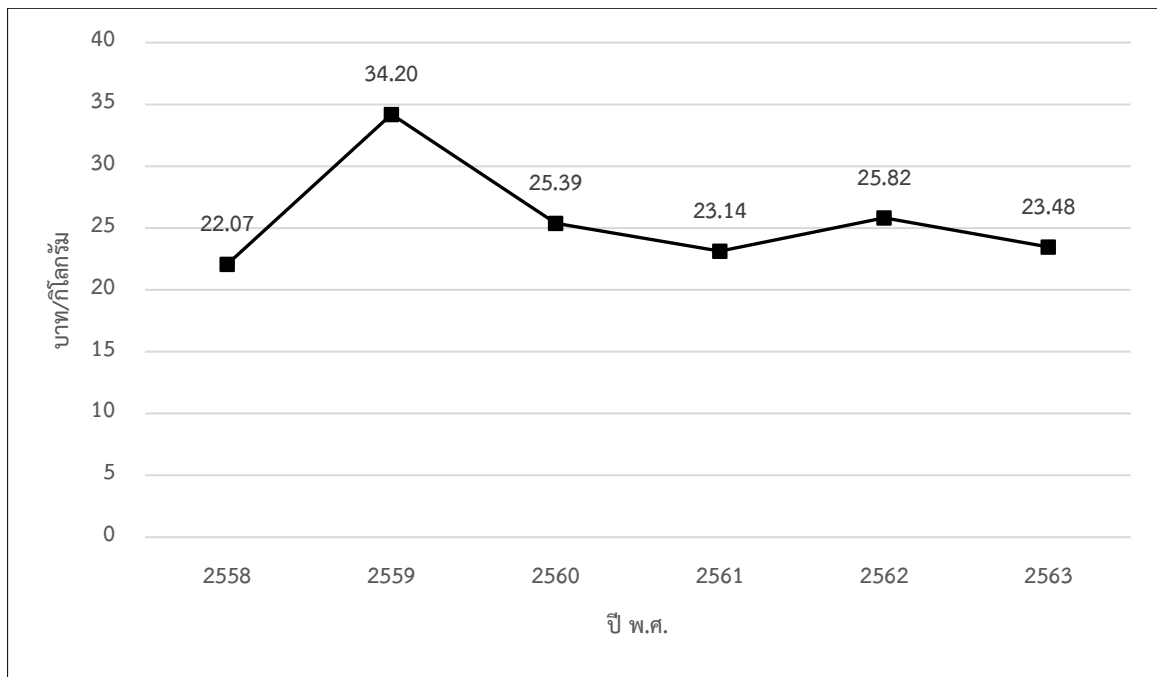


ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.8** แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของเงาะของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

## 2) ราคา

ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 แนวโน้มราคาเงาะค่อนข้างคงที่ มีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงไม่มากนัก ประมาณ 1 - 3 บาทต่อกิโลกรัม ยกเว้น ในปี 2559 โดยราคาเงาะที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจาก 22.07 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2558 และปรับตัวสูงขึ้นไปถึง 34.20 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2559 เนื่องจากปริมาณผลผลิตเงาะในปีนั้นลดลงจากปีที่ผ่านมาเกือบ 1 แสนตัน หลังจากนั้น เมื่อปริมาณผลผลิตเข้าสู่สภาวะปกติ ในแต่ละปีราคาเงาะก็ค่อนข้างคงที่ คือ อยู่ในช่วงประมาณ 23 - 25 บาทต่อกิโลกรัม (แผนภูมิที่ 3.9)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.9** แสดงราคาเงาะของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

### 3.4 การผลิตและการตลาดลองกอง

#### 3.4.1 การผลิต

##### 1) จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิต

ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 จำนวนคร้วเรือน เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล และผลผลิตรวมของการผลิตลองกองมีแนวโน้มลดลง โดยจำนวนคร้วเรือนผู้ปลูกลองกองลดลงจาก 108,912 คร้วเรือน ในปี 2558 เหลือ 74,461 คร้วเรือน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 7.57 ต่อปี ในทำนองเดียวกันเมื่อคร้วเรือนเกษตรกรผู้ปลูกลองกองมีจำนวนลดลง ทำให้เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตมีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน กล่าวคือ เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตลดลงจาก 354,693 และ 327,546 ไร่ ในปี 2558 เป็น 229,128 และ 223,017 ไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 8.45 และ 7.49 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมปลูกลองกองเป็นพืชแซมกับผลไม้ชนิดอื่น และระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาลองกองให้ผลผลิตน้อยไม่คุ้มกับการดูแล เกษตรกรจึงโค่นต้นลองกองบางส่วนซึ่งให้เกดพื้นที่ว่างในสวนเพื่อความสะดวกในการดูแลผลไม้หลัก และปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า เช่นทุเรียน เป็นต้น การลดลงของเนื้อที่ปลูกและเนื้อที่ให้ผลผลิต ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตลองกองในภาพรวมของประเทศลดลงจาก 123,733 ตัน ในปี 2558 เหลือ 74,358 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 5.44 ต่อปี ในขณะที่ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.19 ต่อปี (ตารางที่ 3.7) เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเอื้ออำนวย ทำให้ต้นลองกองออกดอกและติดช่อสมบูรณ์

ตารางที่ 3.7 จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตของลองกองในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

ปี พ.ศ.	จำนวนคร้วเรือน (คร้วเรือน)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2558	108,912	354,693	327,546	123,733	378
2559	102,547	322,793	300,688	111,011	369
2560	94,703	293,470	274,362	50,541	184
2561	86,660	268,545	254,231	74,635	294
2562	79,500	245,767	236,090	118,602	502
2563	74,461	229,128	223,017	74,358	333
<b>อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)</b>	<b>- 7.57</b>	<b>- 8.45</b>	<b>- 7.49</b>	<b>- 5.44</b>	<b>2.19</b>

หมายเหตุ: Na คือ ไม่ปรากฏข้อมูล

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563



## 2) แหล่งผลิต

พื้นที่ปลูกลองกองของประเทศไทยกระจายอยู่ใน 5 ภาค ครอบคลุมพื้นที่ 26 จังหวัด โดยในปี 2563 มีพื้นที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ 229,128 ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต 223,017 ไร่ มีผลผลิตรวมทั้งประเทศ 74,358 ตัน และผลผลิตเฉลี่ย 333 กิโลกรัมต่อไร่ แม้ว่าประเทศไทยจะมีพื้นที่ปลูกลองกองในหลายจังหวัด แต่แหล่งผลิตลองกองที่สำคัญอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทย โดยในปี 2563 ภาคที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด คือ ภาคใต้ ซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 145,867 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 63.66 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ รองลงมา คือ ภาคตะวันออก ซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 41,864 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.27 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคเหนือมีเนื้อที่ยืนต้น 30,397 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 13.27 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคกลางมีเนื้อที่ยืนต้น 9,475 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.14 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ และภาคตะวันตกมีเนื้อที่ยืนต้น 1,525 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.67 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ทั้งนี้ ด้วยภาคใต้มีเนื้อที่ให้ผลผลิตมากที่สุด ดังนั้น จึงมีปริมาณผลผลิตมากที่สุดด้วย เมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ กล่าวคือ มีผลผลิตรวม 34,396 ตัน คิดเป็นร้อยละ 46.26 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ รองลงมาคือ ภาคตะวันออกซึ่งมีผลผลิตรวม 22,647 ตัน คิดเป็นร้อยละ 30.46 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคเหนือมีผลผลิตรวม 11,651 ตัน คิดเป็นร้อยละ 15.67 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคกลางมีผลผลิตรวม 5,342 ตัน คิดเป็นร้อยละ 7.18 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ และภาคตะวันตกมีผลผลิตรวม 322 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.43 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ (ตารางที่ 3.8)

สำหรับจังหวัดที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ นราธิวาส จันทบุรี อุตรดิตถ์ ยะลา นครศรีธรรมราช ชุมพร สงขลา ปัตตานี สุราษฎร์ธานี และสุโขทัย จากการศึกษาพบว่า เนื้อที่ยืนต้นเนื้อที่ให้ผลผลิต และปริมาณผลผลิตใน 3 จังหวัด คือ นราธิวาส จันทบุรี และอุตรดิตถ์ มีเนื้อที่ให้ผลผลิตประมาณร้อยละ 41 ของเนื้อที่ให้ผลผลิตทั้งหมดของประเทศ และผลผลิตรวมใน 3 จังหวัดดังกล่าวมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 42 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ

ตารางที่ 3.8 พื้นที่ และผลผลิตของลองกองในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
	รวมทั้งประเทศ	229,128	223,017	74,358	333
	ภาคเหนือ	30,397	28,611	11,651	407
	ภาคกลาง	9,475	8,334	5,342	641
	ภาคตะวันออก	41,864	41,468	22,647	546
	ภาคตะวันตก	1,525	1,089	322	296
	ภาคใต้	145,867	143,515	34,396	240
	รวม 10 จังหวัด	187,994	183,184	59,058	322
1	นราธิวาส	36,047	35,755	4,355	122
2	จันทบุรี	30,188	29,934	16,534	552

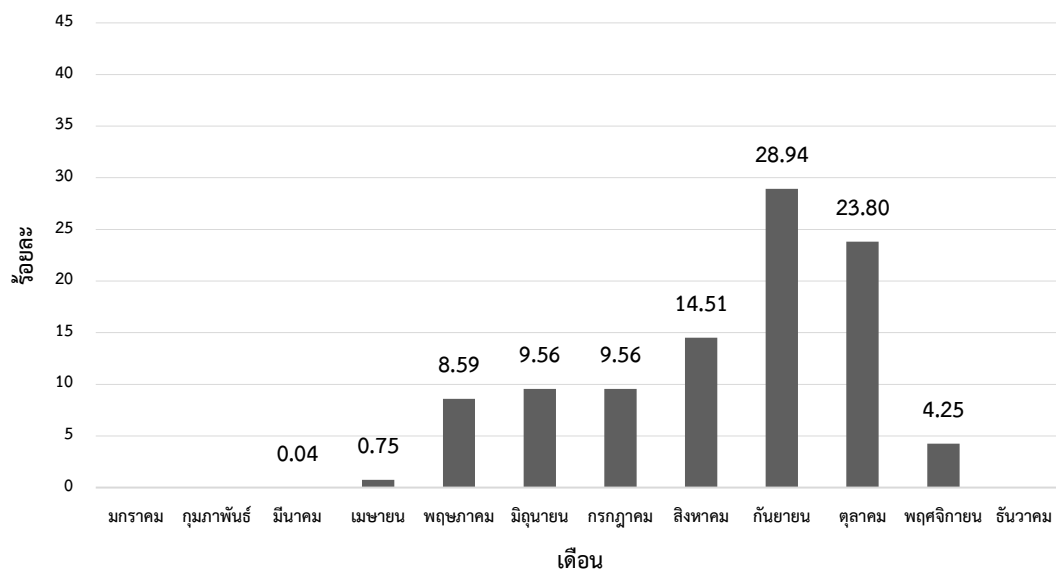
ตารางที่ 3.8 (ต่อ)

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
3	อุตรดิตถ์	27,150	25,466	10,669	419
4	ยะลา	23,458	22,866	1,086	47
5	นครศรีธรรมราช	15,138	14,838	4,826	325
6	ชุมพร	13,040	13,040	4,664	358
7	สงขลา	12,337	12,313	2,808	228
8	ปัตตานี	10,939	10,631	3,702	348
9	สุราษฎร์ธานี	10,259	10,044	5,096	507
10	สุโขทัย	9,438	8,297	5,318	641

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

### 3) ฤดูกาลผลิต

ลองกองเป็นผลไม้ที่มีผลผลิตตามฤดูกาล ทั้งนี้ผลผลิตขึ้นอยู่กับพื้นที่ปลูก และสภาพแวดล้อมของภูมิภาคที่แตกต่างกัน เกษตรกรจะเก็บเกี่ยวลองกองมากช่วงเดือนสิงหาคมถึงตุลาคม โดยในปี 2563 เดือนที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ กันยายน คิดเป็นร้อยละ 28.94 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต รองลงมา คือ ตุลาคม และสิงหาคม ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.80 และ 14.51 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 3.10)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

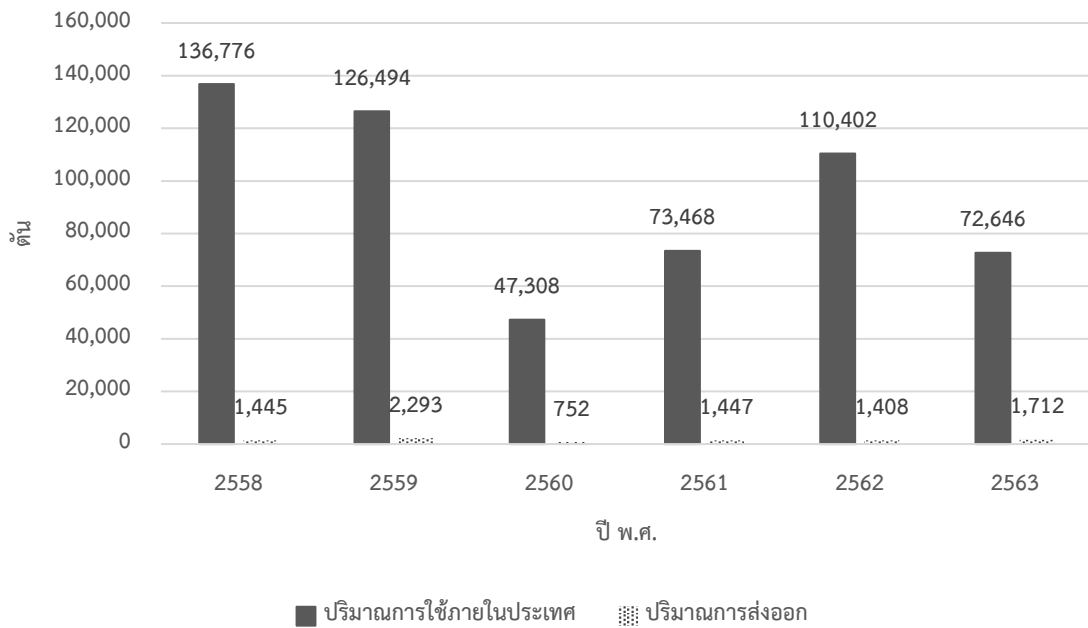
แผนภูมิที่ 3.10 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตลองกองของประเทศไทย ปี 2563

3.4.2 การตลาด

1) ปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออก

จากจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกลองกอง เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตลองกองของไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ที่มีแนวโน้มลดลง ซึ่งส่งผลให้ปริมาณผลผลิตลดลงด้วยเช่นกันดังที่กล่าวไปแล้วนั้น ผลผลิตดังกล่าวส่วนใหญ่จะเป็นการบริโภคและแปรรูปในประเทศ มีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศค่อนข้างน้อย ซึ่งการบริโภคและการใช้ภายในประเทศมีแนวโน้มลดลง กล่าวคือ มีปริมาณการใช้ภายในประเทศลดลงจาก 136,776 ตัน ในปี 2558 เป็น 72,646 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 8.56 ต่อปี ในขณะที่ปริมาณการส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย กล่าวคือ มีการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 1,445 ตัน ในปี 2558 เป็น 1,712 ตัน ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.11) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.11 ต่อปี เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่การส่งออกขยายตัวไม่มากนัก เนื่องจากปัญหาแมลงที่ติดไปกับข้อผล และอายุการเก็บรักษาค่อนข้างสั้น

การส่งออกลองกองไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น ส่วนจะอยู่ในรูปของผลสดเท่านั้น โดยประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ มาเลเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์ ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ มาเลเซีย

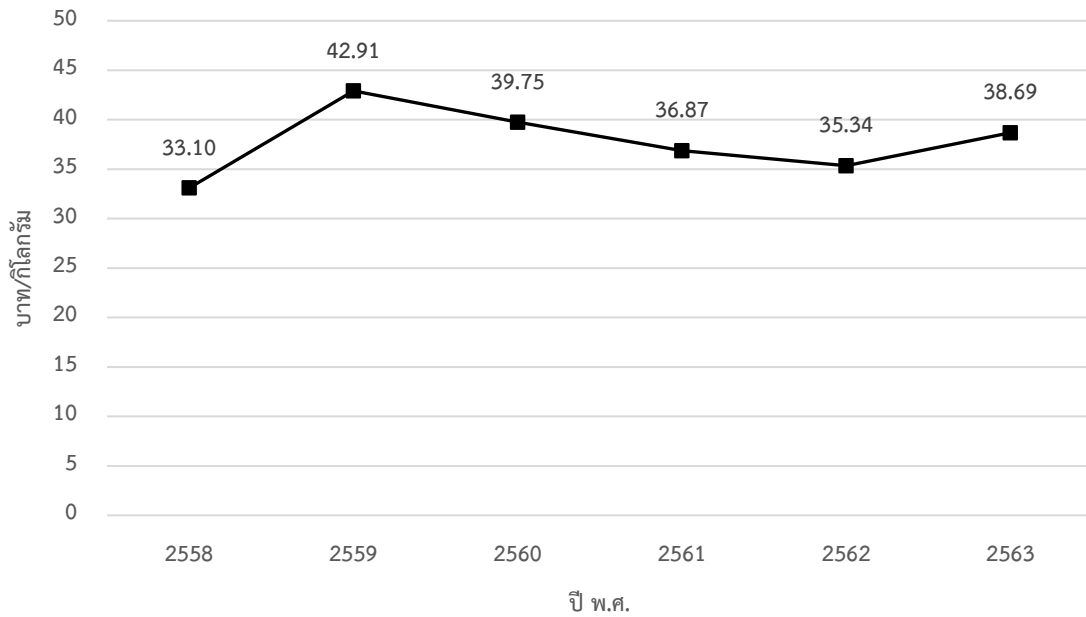


ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

แผนภูมิที่ 3.11 แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของลองกองของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

## 2) ราคา

ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ราคาที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ เพิ่มขึ้นจาก 33.10 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2558 เป็น 38.69 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.12) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.35 ต่อปี



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.12** แสดงราคาลองกองของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

### 3.5 การผลิตและการตลาดลำไย

#### 3.5.1 การผลิต

##### 1) จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิต

ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 จำนวนคร้วเรือน เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล ผลผลิตรวม และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของการผลิตลำไยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จะเห็นได้จากจำนวนคร้วเรือนผู้ปลูกลำไยเพิ่มขึ้นจาก 237,739 คร้วเรือน ในปี 2558 เป็น 251,448 คร้วเรือน หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.03 ต่อปี ส่งผลให้เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตลำไยเพิ่มขึ้นจาก 1,523,975 และ 1,362,621 ไร่ เป็น 1,730,299 และ 1,583,820 ไร่ มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.52 และ 3.06 ต่อปี ตามลำดับ ในช่วงเวลาเดียวกัน ส่งผลให้ผลผลิตรวมลำไยของประเทศเพิ่มขึ้นจาก 1,032,232 ตัน ในปี 2558 เป็น 1,182,462 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวของผลผลิตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.66 ต่อปี ส่วนปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.55 ต่อปี เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเอื้ออำนวยต่อการออกดอกติดผลของลำไย (ตารางที่ 3.9)

ตารางที่ 3.9 จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตของลำไยในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

ปี พ.ศ.	จำนวนคร้วเรือน (คร้วเรือน)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2558	237,739	1,523,975	1,362,621	1,032,232	758
2559	238,324	1,571,630	1,408,950	878,433	623
2560	241,455	1,577,612	1,451,714	1,200,804	827
2561	243,066	1,616,293	1,512,429	1,246,421	824
2562	244,186	1,686,119	1,537,320	1,176,361	765
2563	251,448	1,730,299	1,583,820	1,182,462	747
<b>อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)</b>	<b>1.03</b>	<b>2.52</b>	<b>3.06</b>	<b>4.66</b>	<b>1.55</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

##### 2) แหล่งผลิต

พื้นที่ปลูกลำไยของประเทศไทยกระจายอยู่ใน 6 ภาค ครอบคลุมพื้นที่ 71 จังหวัด โดยในปี 2563 มีพื้นที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ 1,730,299 ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต 1,583,820 ไร่ มีผลผลิตรวมทั้งประเทศ 1,182,462 ตัน และผลผลิตเฉลี่ย 747 กิโลกรัมต่อไร่ แม้ว่าประเทศไทยจะมีพื้นที่ลำไยในหลายจังหวัด แต่แหล่งผลิตลำไยที่สำคัญอยู่ในภาคเหนือและภาคตะวันออก โดยในปี 2563 ภาคที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด คือ ภาคเหนือซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 1,238,304 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 71.57 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ รองลงมา คือ ภาคตะวันออกซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 391,582 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 22.63 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ขณะที่ภาคตะวันตกมีเนื้อที่ยืนต้น 36,830 ไร่

คิดเป็นร้อยละ 2.13 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเนื้อที่ยืนต้น 34,117 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.97 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคกลางมีเนื้อที่ยืนต้น 29,035 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.68 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ และภาคใต้มีเนื้อที่ยืนต้น 431 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.02 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ทั้งนี้ ภาคที่มีผลผลิตรวมมากที่สุด คือ ภาคเหนือซึ่งมีผลผลิตรวม 789,350 ตัน คิดเป็นร้อยละ 66.75 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลผลิตรวม 330,841 ตัน คิดเป็นร้อยละ 27.98 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันตกมีผลผลิตรวม 22,864 ตัน คิดเป็นร้อยละ 1.93 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคกลางซึ่งมีผลผลิตรวม 20,879 ตัน คิดเป็นร้อยละ 1.77 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลผลิตรวม 18,315 ตัน คิดเป็นร้อยละ 1.55 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ และภาคใต้มีผลผลิตรวม 214 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.02 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ (ตารางที่ 3.10)

สำหรับจังหวัดที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน จันทบุรี เชียงราย พะเยา สระแก้ว น่าน ตาก ลำปาง และเลย จากการศึกษาค้นคว้า เนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่ให้ผลผลิตของ 4 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ลำพูน จันทบุรี และเชียงราย มีสัดส่วนถึงร้อยละ 78 ของเนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตทั้งหมดของประเทศ และมีปริมาณผลผลิตลำไยรวมคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 74 ของปริมาณผลผลิตลำไยรวมทั้งประเทศ

ตารางที่ 3.10 พื้นที่ และผลผลิตของลำไยในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
	รวมทั้งประเทศ	1,730,299	1,583,820	1,182,462	747
	ภาคเหนือ	1,238,304	1,109,048	789,350	712
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	34,117	30,965	18,315	591
	ภาคกลาง	29,035	24,706	20,879	845
	ภาคตะวันออก	391,582	382,879	330,841	864
	ภาคตะวันตก	36,830	35,849	22,864	638
	ภาคใต้	431	373	214	575
	รวม 10 จังหวัด	1,655,427	1,519,142	1,134,109	747
1	เชียงใหม่	451,723	406,183	342,543.00	843
2	ลำพูน	348,570	321,038	289,657.00	902
3	จันทบุรี	296,640	294,413	244,161.00	829
4	เชียงราย	246,135	219,137	95,428.00	435
5	พะเยา	96,780	79,737	31,716.00	398
6	สระแก้ว	82,256	77,120	76,592.00	993

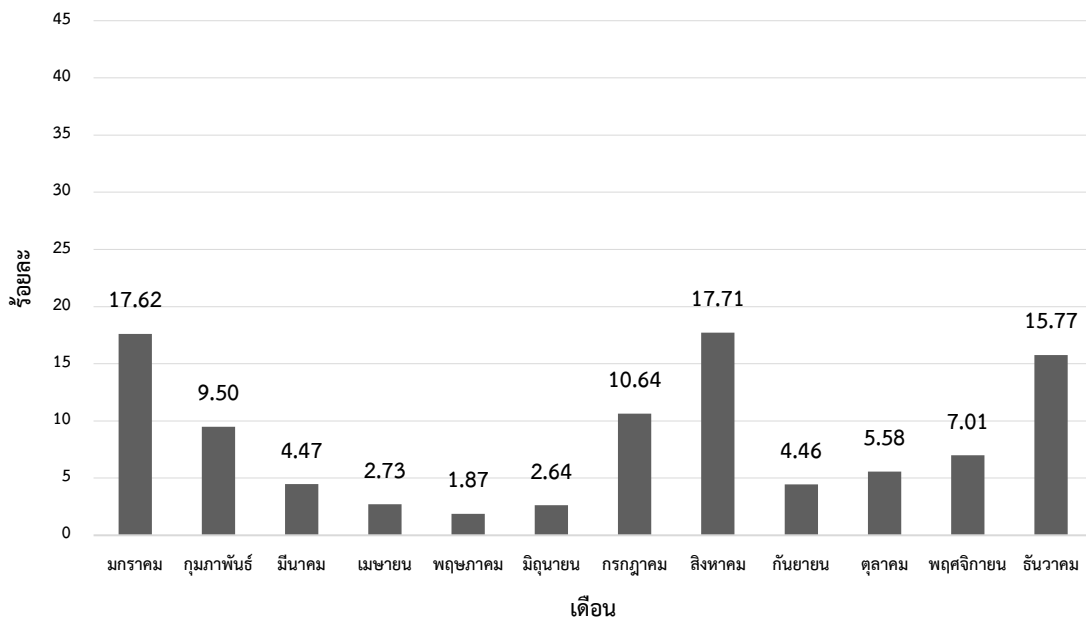
ตารางที่ 3.10 (ต่อ)

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
7	น่าน	64,407	57,119	22,016.00	385
8	ตาก	29,903	29,811	17,840.00	598
9	ลำปาง	23,371	19,170	5,651.00	295
10	เลย	15,642	15,414	8,505.00	552

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

### 3) ฤดูกาลผลิต

ลำไยเป็นผลไม้ที่มีผลผลิตตามฤดูกาล ทั้งนี้ผลผลิตขึ้นอยู่กับพื้นที่ปลูก และสภาพแวดล้อมของภูมิอากาศที่แตกต่างกันในแต่ละแหล่งผลิต แต่ด้วยองค์ความรู้ในปัจจุบันทำให้เกษตรกรสามารถผลิตลำไยนอกฤดูกาลผลผลิตได้ โดยใช้สารเคมีเป็นตัวกระตุ้นการออกดอก อย่างไรก็ตาม การกระตุ้นดังกล่าวต้องขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศในขณะนั้นด้วย ดังนั้น ผลผลิตลำไยในประเทศไทยจะสามารถผลิตได้ 2 ครั้ง คือ ช่วงต้นปี และกลางปี โดยผลผลิตช่วงต้นจะมีมากในเดือนมกราคม มีปริมาณผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 17.62 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต และผลผลิตช่วงที่ 2 อยู่ในเดือนสิงหาคม มีปริมาณผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 17.71 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต (แผนภูมิที่ 3.13)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

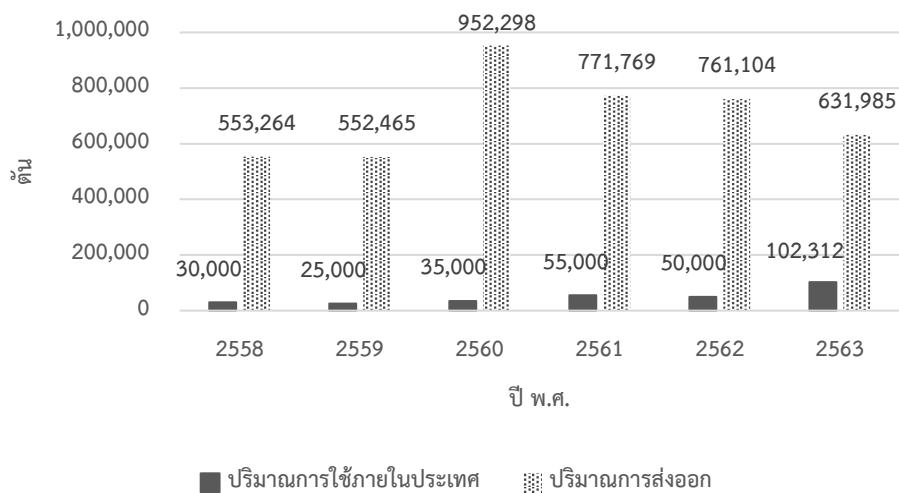
แผนภูมิที่ 3.13 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตลำไยของประเทศไทย ปี 2563

### 3.5.2 การตลาด

#### 1) ปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออก

ผลผลิตลำไยของประเทศไทยมากกว่าร้อยละ 90 ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ ส่วนที่เหลือร้อยละ 10 เป็นการบริโภคภายในประเทศ ข้อมูลการศึกษาความต้องการใช้และการส่งออกลำไยของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 พบว่า ทั้งปริมาณการใช้ในประเทศและการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น กล่าวคือ ประเทศไทยมีปริมาณการใช้ลำไยภายในประเทศเพิ่มขึ้นจาก 30,000 ตัน ในปี 2558 เป็น 102,312 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.09 ต่อปี เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่เพิ่มขึ้น และมาตรการส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทยของภาครัฐ นอกจากนี้ ปริมาณการส่งออกลำไยเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยเพิ่มขึ้นจาก 553,264 ตัน ในปี 2558 เป็น 631,985 ตัน ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.14) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.13 ต่อปี เนื่องจากปริมาณความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ปริมาณการส่งออกลำไยเริ่มลดลงตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นมา เนื่องจากผลผลิตลำไยของประเทศคู่ค้า (จีน และเวียดนาม) เพิ่มขึ้น จึงมีการนำเข้าลำไยจากประเทศไทยลดลง ประกอบกับสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้แต่ละประเทศมีมาตรการป้องกันการระบาด โดยการเปิด/ปิดด่านนำเข้าอย่างเคร่งครัด

ผลผลิตลำไยส่วนใหญ่ที่บริโภคภายในประเทศจะอยู่ในรูปลำไยสด ในขณะที่การส่งออกลำไยไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้น สามารถจำแนกกลุ่มลำไยและผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกได้ 4 รายการ ได้แก่ 1) ลำไยสด ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ เวียดนาม จีน และอินโดนีเซีย และ 2) ลำไยอบแห้ง ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ เวียดนาม จีน และเมียนมา 3) ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม ประเทศคู่ค้าสำคัญคือ มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซียและ 4) ลำไยแช่แข็ง ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ ฮองกง ญี่ปุ่น และเวียดนาม ซึ่งรายการลำไยและผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ ลำไยแช่แข็ง ลำไยบรรจุภาชนะอัดลม ลำไยอบแห้ง และลำไยสด ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ เวียดนาม และจีน



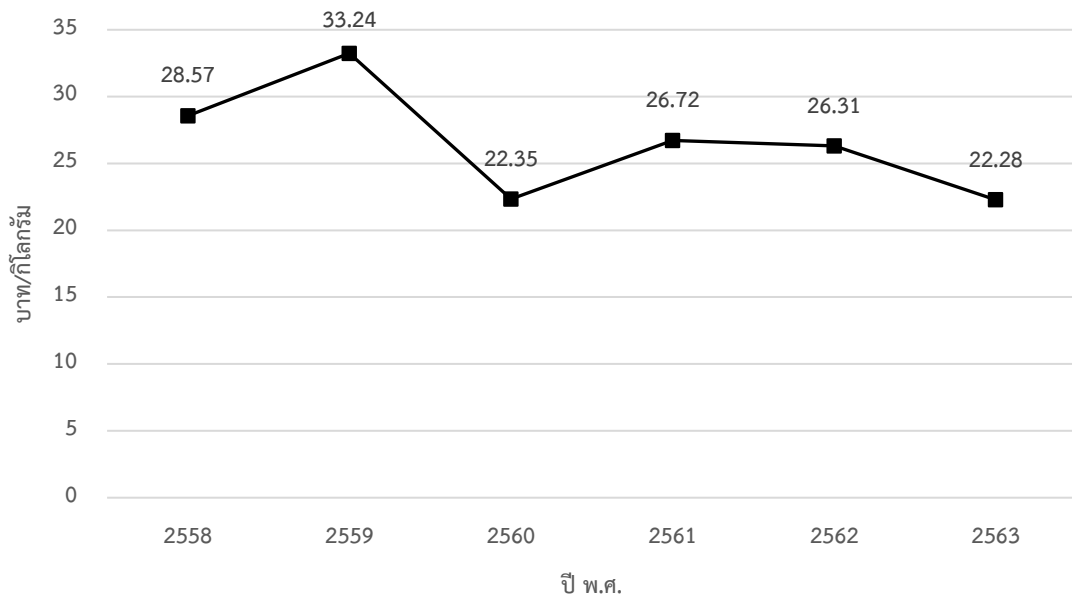
ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.14** แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของลำไยของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563



## 2) ราคา

ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ราคาที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มลดลง กล่าวคือ ลดลงจาก 28.57 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2558 เป็น 22.28 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.15) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 4.92 ต่อปี เนื่องจากปริมาณผลผลิตที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ราคาลดลง



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.15** แสดงราคาลำไยของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

### 3.6 การผลิตและการตลาดลิ้นจี่

#### 3.6.1 การผลิต

##### 1) จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิต

ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 จำนวนครัวเรือน เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผล ผลผลิตรวม และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของการผลิตลิ้นจี่มีแนวโน้มลดลง โดยจำนวนครัวเรือนผู้ปลูกลิ้นจี่ลดลงจาก 24,295 ครัวเรือน ในปี 2558 เหลือ 18,911 ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 5.42 ต่อปี ในทำนองเดียวกัน เมื่อครัวเรือนเกษตรกรมีการปลูกลิ้นจี่น้อยลง ทำให้เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตมีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน กล่าวคือ เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตลดลงจาก 133,789 และ 127,146 ไร่ ในปี 2558 เป็น 106,342 และ 99,978 ไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 4.42 และ 4.91 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากเกษตรกรได้มีการโค่นต้นลิ้นจี่และปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่ดีกว่า เช่น ลำไย เงาะ มะม่วง ส้มเขียวหวาน และมะม่วงหิมพานต์ เป็นต้น การลดลงของเนื้อที่ยืนต้นและเนื้อที่ให้ผลผลิต ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตในภาพรวมของประเทศลดลงจาก 51,213 ตัน ในปี 2558 เหลือ 33,997 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 8.04 ต่อปี การที่เกษตรกรปรับลดการปลูกและลดการปรับปรุงดูแลรักษาสวนลิ้นจี่ ประกอบกับสภาพภูมิอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย เนื่องจากลิ้นจี่จะติดดอกออกผลได้ดีในสภาพอากาศหนาว แต่ถ้าหากมีฝนในช่วงติดดอกก็จะทำให้ดอกร่วง และผลผลิตเสียหาย ทำให้ผลผลิตต่อไร่ลดลง ซึ่งจะเห็นได้จากผลผลิตต่อไร่ในปี 2558 มีจำนวน 403 กิโลกรัมต่อไร่ และลดลงเหลือ 340 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 3.28 ต่อปี (ตารางที่ 3.11)

ตารางที่ 3.11 จำนวนครัวเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตของลิ้นจี่ในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

ปี พ.ศ.	จำนวนครัวเรือน (ครัวเรือน)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2558	24,295	133,789	127,146	51,213	403
2559	23,145	122,774	120,116	31,267	260
2560	21,904	122,191	119,099	46,552	391
2561	19,499	113,723	109,234	48,027	440
2562	19,065	108,762	102,555	23,029	225
2563	18,911	106,342	99,978	33,997	340
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	- 5.42	- 4.42	- 4.91	- 8.04	- 3.28

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

## 2) แหล่งผลิต

พื้นที่ปลูกลิ้นจี่ของประเทศไทยกระจายอยู่ใน 5 ภาค ครอบคลุมพื้นที่ 20 จังหวัด โดยมีพื้นที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ 106,342 ไร่ เนื้อที่ให้ผลผลิต 99,978 ไร่ มีผลผลิตรวมทั้งประเทศ 33,997 ตัน และผลผลิตเฉลี่ย 340 กิโลกรัมต่อไร่ แม้ว่าประเทศไทยจะมีพื้นที่ปลูกลิ้นจี่ในหลายจังหวัด แต่แหล่งผลิตลิ้นจี่ที่สำคัญอยู่ในภาคเหนือของประเทศไทย โดยในปี 2563 ภาคที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด คือ ภาคเหนือซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 94,779 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 89.13 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ รองลงมา คือ ภาคกลางซึ่งมีเนื้อที่ยืนต้น 6,102 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.74 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเนื้อที่ยืนต้น 3,357 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 3.16 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันออกมีเนื้อที่ยืนต้น 1,664 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.56 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ และภาคตะวันตกมีเนื้อที่ยืนต้น 440 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.41 ของเนื้อที่ยืนต้นรวมทั้งประเทศ ทั้งนี้ ภาคที่มีผลผลิตรวมมากที่สุด คือ ภาคเหนือซึ่งมีผลผลิตรวม 30,004 ตัน คิดเป็นร้อยละ 88.26 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลผลิตรวม 1,412 ตัน คิดเป็นร้อยละ 4.15 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคกลางซึ่งมีผลผลิตรวม 1,299 ตัน คิดเป็นร้อยละ 3.82 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีผลผลิตรวม 1,245 ตัน คิดเป็นร้อยละ 3.66 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ ภาคตะวันตกมีผลผลิตรวม 36 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.11 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ (ตารางที่ 3.12)

สำหรับจังหวัดที่มีเนื้อที่ยืนต้นมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ เชียงใหม่ น่าน เชียงราย พะเยา สมุทรสงคราม ลำปาง นครพนม จันทบุรี เพชรบูรณ์ และเลย จากการศึกษาพบว่า เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผลผลิต และปริมาณผลผลิตใน 4 จังหวัด คือ เชียงใหม่ น่าน เชียงราย และพะเยา มีเนื้อที่ยืนต้นกว่าร้อยละ 86 ของเนื้อที่ยืนต้นทั้งหมดของประเทศ และมีเนื้อที่ให้ผลผลิตกว่าร้อยละ 75 ของเนื้อที่ให้ผลผลิตรวมทั้งประเทศ ทำให้ทั้ง 4 จังหวัดมีผลผลิตรวมกันสูงถึงร้อยละ 77 ของผลผลิตรวมทั้งประเทศ

ตารางที่ 3.12 พื้นที่ และผลผลิตของลิ้นจี่ในแหล่งผลิตที่สำคัญ ปี 2563

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
	รวมทั้งประเทศ	106,342	99,978	33,997	340
	ภาคเหนือ	94,779	89,440	30,004	335
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3,357	2,689	1,245	463
	ภาคกลาง	6,102	5,929	1,299	219
	ภาคตะวันออก	1,664	1,545	1,412	914
	ภาคตะวันตก	440	375	36	96
	รวม 10 จังหวัด	104,712	98,605	33,715	342
1	เชียงใหม่	48,420	44,169	20,015	453
2	น่าน	17,307	17,210	2,771	161

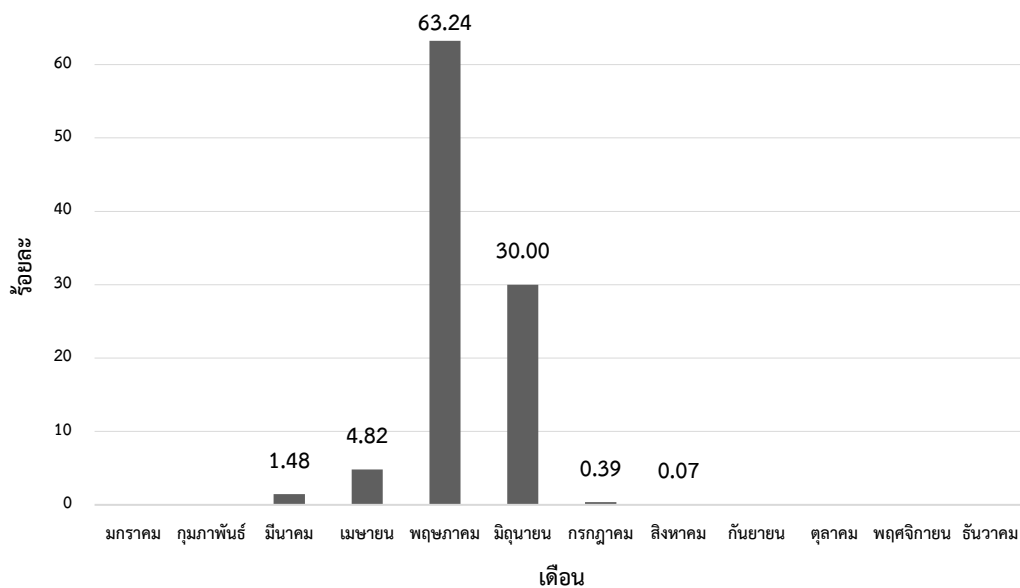
ตารางที่ 3.12 (ต่อ)

ลำดับที่	แหล่งผลิต	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
3	เขียงราย	13,397	13,369	3,261	244
4	พะเยา	12,616	11,714	3,378	288
5	สมุทรสงคราม	5,203	5,203	998	192
6	ลำปาง	2,410	2,410	473	196
7	นครพนม	2,191	1,711	907	530
8	จันทบุรี	1,664	1,545	1,412	914
9	เพชรบูรณ์	899	726	301	415
10	เลย	605	548	199	363

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

### 3) ฤดูกาลผลิต

ลิ้นจี่เป็นผลไม้ที่มีผลผลิตตามฤดูกาล ทั้งนี้ผลผลิตขึ้นอยู่กับพื้นที่ปลูก และสภาพแวดล้อมของภูมิภาคที่แตกต่างกัน ลิ้นจี่จะเริ่มติดดอกในช่วงต้นปี ซึ่งเป็นฤดูหนาวและเกษตรกรจะเริ่มเก็บเกี่ยวผลผลิตลิ้นจี่ประมาณปลายเดือนเมษายน และผลผลิตจะออกมากช่วงเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน โดยในปี 2563 เดือนที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ พฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 63.24 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต รองลงมา คือ มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต (แผนภูมิที่ 3.16)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

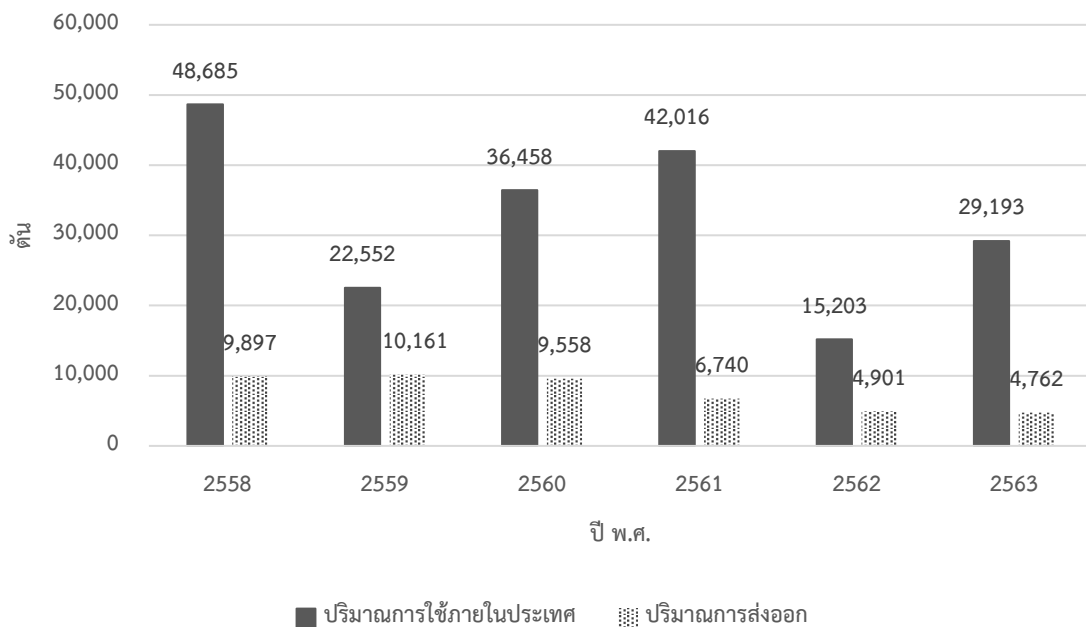
แผนภูมิที่ 3.16 แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตลิ้นจี่ของประเทศไทย ในปี 2563

### 3.6.2 การตลาด

#### 1) ปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออก

จากจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ เนื้อที่ยืนต้น และเนื้อที่ให้ผลผลิตลิ้นจี่ของไทยตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ที่มีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตลดลงด้วยเช่นกันดังที่กล่าวไปแล้วนั้น ผลผลิตดังกล่าวส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 70 จะเป็นการบริโภคและแปรรูปในประเทศ มีการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศค่อนข้างน้อย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ประเทศไทยมีปริมาณการใช้ลิ้นจี่ภายในประเทศและปริมาณการส่งออกลดลงจาก 48,685 ตัน และ 9,897 ตัน ในปี 2558 เป็น 29,193 ตัน และ 4,762 ตัน ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.17) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 9.77 และ 16.22 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากปริมาณผลผลิตลดลงและอายุการเก็บรักษาค่อนข้างสั้น

การส่งออกลิ้นจี่ไปจำหน่ายต่างประเทศนั้น สามารถจำแนกกลุ่มลิ้นจี่และผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกได้ 4 รายการ ได้แก่ 1) ลิ้นจี่สด ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ มาเลเซีย จีน และสิงคโปร์ และ 2) ลิ้นจี่บรรจุภาชนะอัดลม ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา เวียดนาม และมาเลเซีย 3) ลิ้นจี่อบแห้ง ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ อิสราเอล และสหราชอาณาจักร และ 4) ลิ้นจี่แช่แข็ง ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ อินโดนีเซีย รัสเซีย และญี่ปุ่น ซึ่งรายการลิ้นจี่และผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ ลิ้นจี่อบแห้ง ลิ้นจี่แช่แข็ง ลิ้นจี่บรรจุภาชนะอัดลม และลิ้นจี่สด ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ จีน และเวียดนาม

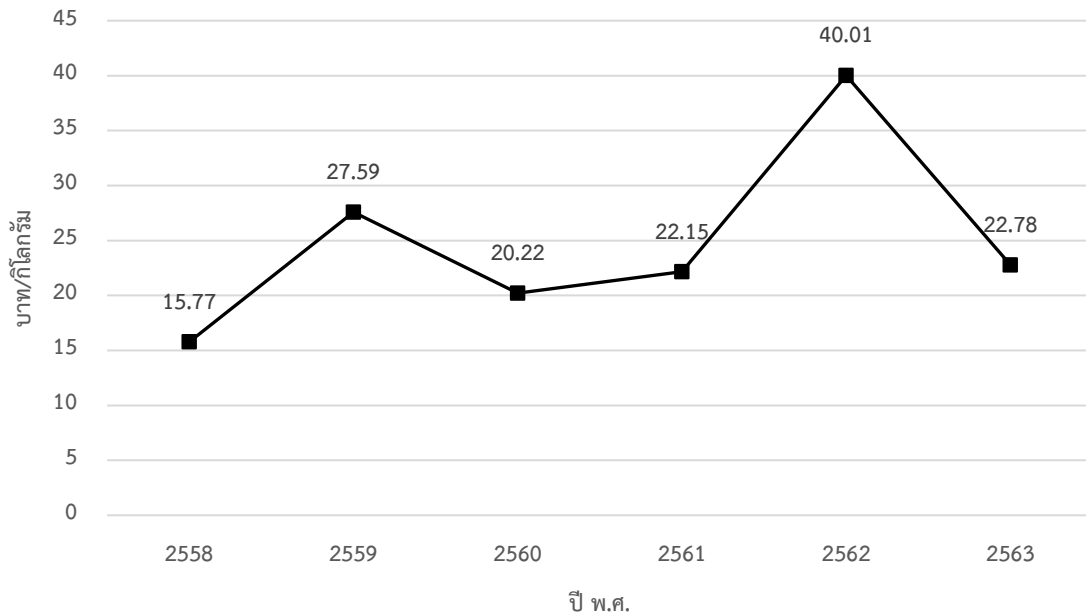


ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.17** แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของลิ้นจี่ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 - 2563

## 2) ราคา

ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ราคาสิ้นปีที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย กล่าวคือ ราคาที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจาก 15.77 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2558 เป็น 22.78 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.18) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.09 ต่อปี อย่างไรก็ตาม ในปี 2562 สิ้นปีมีราคาสูงถึง 40.01 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากผลผลิตในปีดังกล่าวมีปริมาณลดลง ซึ่งลดลงจากปี 2561 ถึงร้อยละ 52.05



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.18** แสดงราคาสินค้าของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

### 3.7 การผลิตและการตลาดมะม่วง

#### 3.7.1 การผลิต

##### 1) จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิต

ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 เนื้อที่ให้ผลของมะม่วง และผลผลิตรวมมีแนวโน้มลดลง โดยลดลงจาก 1,971,370 ไร่ และ 2,582,495 ตัน ในปี 2558 เป็น 890,578 ไร่ และ 1,320,728 ตัน ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ลดลงร้อยละ 18.49 และ 16.08 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากเกษตรกรโค่นต้นมะม่วงที่มีอายุมากและให้ผลผลิตน้อยทิ้ง ในขณะที่ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เพิ่มขึ้นจาก 1,310 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 1,483 กิโลกรัมต่อไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.95 ต่อปี (ตารางที่ 3.13) เนื่องจากปริมาณน้ำฝน และสภาพอากาศเอื้ออำนวยต่อการออกดอกติดผล จึงส่งผลให้ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่เพิ่มขึ้น

ตารางที่ 3.13 จำนวนคร้วเรือน พื้นที่ปลูก และผลผลิตของมะม่วงในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

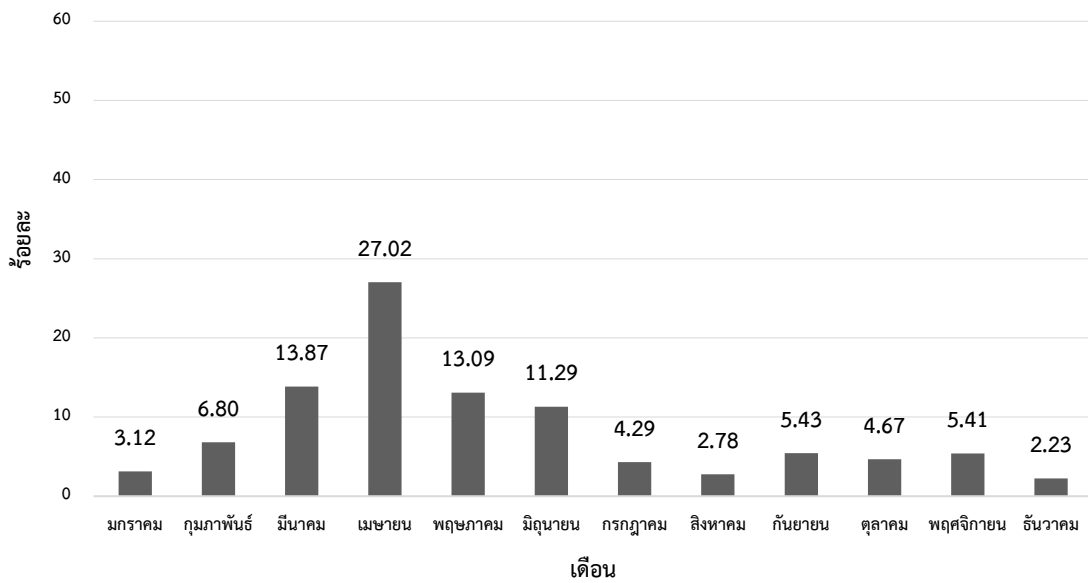
ปี พ.ศ.	จำนวนคร้วเรือน (คร้วเรือน)	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กก.)
2558	Na	Na	1,971,370	2,582,495	1,310
2559	Na	Na	1,964,662	2,559,955	1,303
2560	Na	Na	1,967,904	2,877,075	1,462
2561	Na	Na	878,592	1,390,812	1,583
2562	Na	Na	890,447	1,290,258	1,449
2563	Na	Na	890,578	1,320,728	1,483
<b>อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)</b>	<b>Na</b>	<b>Na</b>	<b>- 18.49</b>	<b>- 16.08</b>	<b>2.95</b>

หมายเหตุ: Na คือ ไม่ปรากฏข้อมูล

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561

## 2) ฤดูกาลผลิต

มะม่วงเป็นไม้ผลที่ให้ผลผลิตได้ตลอดปีขึ้นอยู่กับพื้นที่ปลูก และสภาพแวดล้อมของภูมิอากาศที่ต่างกันในแต่ละแหล่งผลิต อย่างไรก็ตาม ผลผลิตมะม่วงจะออกมากในช่วงเดือนมีนาคมถึงมิถุนายน ดังนั้น เกษตรกรจะเก็บเกี่ยวมะม่วงมากช่วงเดือนดังกล่าว จากการศึกษาพบว่า เดือนที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตมากที่สุด คือ เมษายน คิดเป็นร้อยละ 27.02 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต รองลงมา คือ มีนาคม และพฤษภาคม คิดเป็นร้อยละ 13.87 และ 13.09 ของผลผลิตทั้งฤดูกาลผลิต ตามลำดับ (แผนภูมิที่ 3.19)



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2561

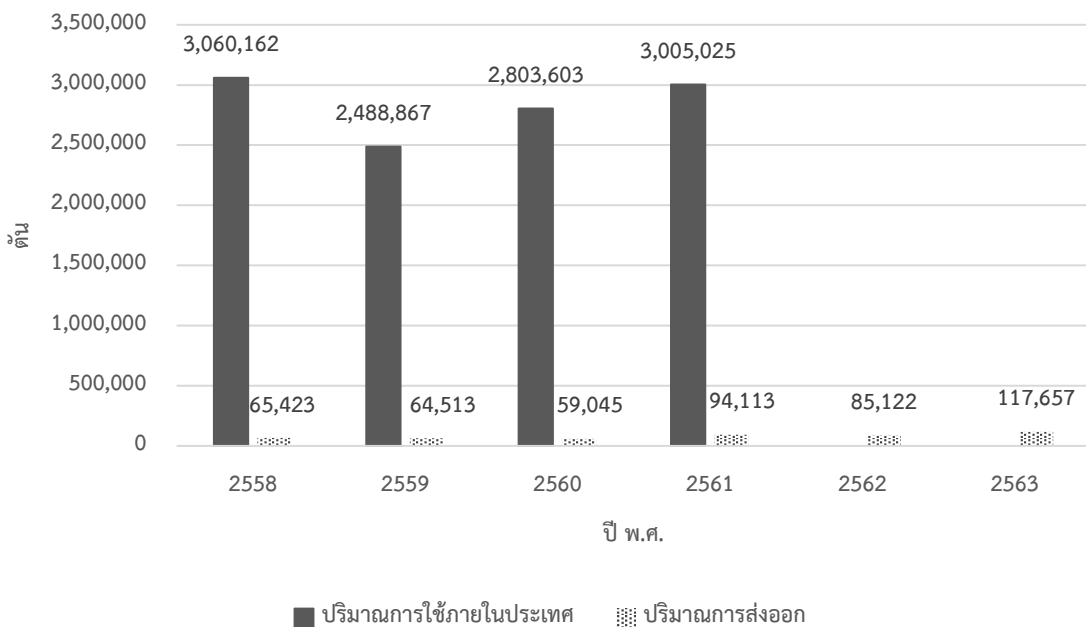
**แผนภูมิที่ 3.19** แสดงสัดส่วนผลผลิตในฤดูกาลผลิตมะม่วงของประเทศไทย ปี 2561



### 3.7.2 การตลาด

#### 1) ปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออก

ผลผลิตมะม่วงของประเทศไทยส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 97 เป็นการบริโภคและแปรรูปเพื่อใช้ภายในประเทศ ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 3 เป็นการส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศ จากการศึกษาตั้งแต่ปี 2558 – 2561 พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของปริมาณการใช้มะม่วงภายในประเทศเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.65 ต่อปี ส่วนปริมาณการส่งออกมะม่วงไปยังตลาดต่างประเทศตั้งแต่ปี 2558 – 2563 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 65,423 ตัน ในปี 2558 เป็น 117,657 ตัน ในปี 2563 (ตารางที่ 3.20) หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.85 ต่อปี เนื่องจากมะม่วงของประเทศไทยมีคุณภาพและรสชาติดี จึงเป็นที่ต้องการของตลาดในต่างประเทศ โดยประเภทมะม่วงที่ส่งออกสามารถจำแนกกลุ่มมะม่วงและผลิตภัณฑ์ได้ 4 รายการ ได้แก่ 1) มะม่วงสด ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เวียดนาม และจีน และ 2) มะม่วงบรรจุภาชนะอัดลม ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย 3) มะม่วงอบแห้ง ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และเยอรมนี และ 4) มะม่วงแช่แข็ง ประเทศคู่ค้าสำคัญ คือ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และเนเธอร์แลนด์ ซึ่งรายการมะม่วงและผลิตภัณฑ์ที่มีการส่งออกมากที่สุด คือ มะม่วงอบแห้ง มะม่วงแช่แข็ง มะม่วงบรรจุภาชนะอัดลม และมะม่วงสด ตามลำดับ ทั้งนี้ ประเทศคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกมะม่วง คือ ฟิลิปปินส์ และไต้หวัน



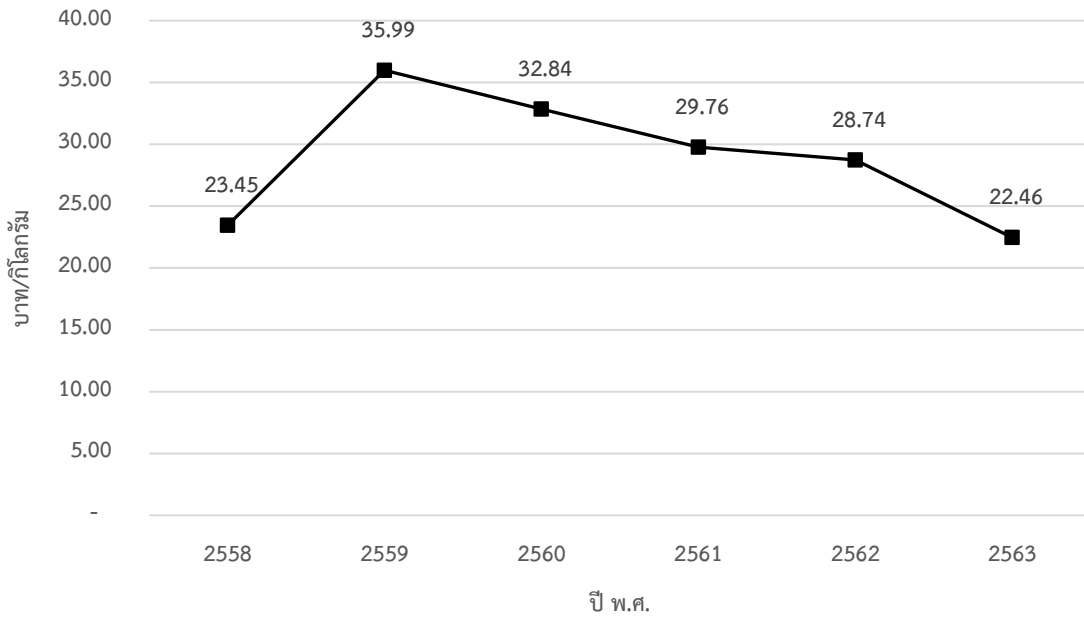
หมายเหตุ: ไม่ปรากฏข้อมูลปริมาณการใช้ภายในประเทศ ตั้งแต่ปี 2562 - 2563

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.20** แสดงปริมาณการใช้ภายในประเทศและการส่งออกของมะม่วงของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

## 2) ราคา

ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ราคามะม่วงที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มลดลง กล่าวคือ ลดลงจาก 23.45 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2558 เป็น 22.46 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2563 (แผนภูมิที่ 3.21) หรือมีอัตราการขยายตัวของราคาเฉลี่ยลดลงร้อยละ 2.79 ต่อปี โดยในปี 2559 ราคามะม่วงสูงขึ้นเป็น 35.99 บาทต่อกิโลกรัม เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตที่ลดลงจากปี 2558 ร้อยละ 0.87



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

**แผนภูมิที่ 3.21** แสดงราคามะม่วงของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

## บทที่ 4

### ผลการประเมิน

ในบทนี้จะเป็นการวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย การประเมินผลระดับเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ภาพรวม การประเมินผลรายยุทธศาสตร์ และการประเมินผลระดับพันธกิจ และวิสัยทัศน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 4.1 ผลการประเมินเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564

เป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 มี 3 ประการ ได้แก่ 1) การสร้างเสถียรภาพราคาผลไม้ 2) การเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป และ 3) การพัฒนาผลไม้คุณภาพที่ได้รับมาตรฐาน GAP ซึ่งผลการประเมินแต่ละเป้าหมายหรือเป้าประสงค์มีรายละเอียด ดังนี้

4.1.1 การสร้างเสถียรภาพราคาผลไม้ เป้าหมาย คือ ราคาที่เกษตรกรขายได้ไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิตมูลค่าเพิ่มขึ้น และผลตอบแทนสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 11,000 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 14,300 บาทต่อไร่ ในปี 2564

ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ราคาของผลไม้ทั้ง 7 ชนิดที่เกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ยกเว้นราคาเงาะ ลำไย และมะม่วงที่ลดลงเล็กน้อย (ตารางที่ 4.1) ซึ่งราคาที่เกษตรกรขายได้ของทุเรียนปรับตัวสูงขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2558 - 2563 โดยราคาขายทุเรียนสูงขึ้นจาก 46.96 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2558 เป็น 102.15 บาทต่อกิโลกรัม ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.53 ต่อปี สำหรับราคามังคุด ลองกอง และลิ้นจี่ ถึงแม้ในภาพรวมจะมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น กล่าวคือ มีอัตราการขยายตัวของราคาเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.32 0.35 และ 9.09 ต่อปี ตามลำดับ แต่ราคาขายของผลไม้แต่ละชนิดดังกล่าวในแต่ละปียังมีความผันผวน ในขณะที่ราคาที่เกษตรกรขายได้ของเงาะ ลำไย และมะม่วง มีแนวโน้มมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงร้อยละ 1.78 4.92 และ 2.79 ต่อปี ตามลำดับ ซึ่งราคาผลไม้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยเฉพาะผลไม้ที่มีการส่งออกมาก จะเห็นได้จากแม้ทุเรียนจะมีปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ราคาก็มีการปรับตัวสูงขึ้นทุกปีเช่นกัน เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปริมาณผลผลิตมีไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค จึงส่งผลให้ทุเรียนเป็นผลไม้เพียงชนิดเดียวที่ราคามีการปรับตัวสูงขึ้นทุกปี ตามที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 3

ตารางที่ 4.1 ราคาที่เกษตรกรขายได้ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม

ชนิดไม้ผล	2558	2559	2560	2561	2562	2563	อัตราการขยายตัว	
							เฉลี่ย	ต่อปี (ร้อยละ)
1. ทูเรียน	46.96	62.96	71.81	78.16	99.86	102.15	76.98	16.53
2. มังคุด	34.87	35.56	40.10	43.57	29.02	39.63	37.12	0.32
3. เงาะ	22.07	34.20	25.39	23.14	25.82	23.48	25.68	- 1.78
4. ลองกอง	33.10	42.91	39.75	36.87	35.34	38.69	37.78	0.35
5. ลำไย	28.57	33.24	22.35	26.72	26.31	22.28	26.58	- 4.92
6. ลิ้นจี่	15.77	27.59	20.22	22.15	40.01	22.78	24.75	9.09
7. มะม่วง	23.45	35.99	32.84	29.76	28.74	22.46	28.87	- 2.79

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

สำหรับต้นทุนการผลิตของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ในภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 มีแนวโน้มลดลง จากตารางที่ 4.2 หากพิจารณาต้นทุนการผลิตในแต่ละชนิดผลไม้ พบว่า ต้นทุนการผลิตของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด คือ ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง มีแนวโน้มลดลง โดยต้นทุนการผลิตของผลไม้ดังกล่าว มีอัตราการขยายตัวที่ลดลงร้อยละ 4.86 4.13 2.89 2.48 2.30 0.55 และ 1.34 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากภาครัฐมีการส่งเสริมการลดต้นทุนการผลิตให้แก่เกษตรกรซึ่งระบุไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ในเรื่องการลดต้นทุนการผลิต หรือการสนับสนุนปัจจัยการผลิต เป็นต้น

ตารางที่ 4.2 ต้นทุนการผลิตของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม

ชนิดไม้ผล	2558	2559	2560	2561	2562	2563	อัตราการขยายตัว	
							เฉลี่ย	ต่อปี (ร้อยละ)
1. ทูเรียน	15.72	18.34	16.06	15.10	13.71	13.37	15.38	- 4.86
2. มังคุด	18.24	19.27	17.67	19.64	15.23	15.31	17.56	- 4.13
3. เงาะ	9.51	12.86	10.18	9.72	9.35	9.46	10.18	- 2.89
4. ลองกอง	25.94	28.75	57.35	34.45	20.81	29.24	32.76	- 2.48
5. ลำไย	12.54	13.30	11.03	10.90	11.77	11.49	11.84	- 2.30
6. ลิ้นจี่	15.64	24.38	17.45	16.31	20.82	16.77	18.56	- 0.55
7. มะม่วง	6.19	6.07	5.65	5.42	5.95	5.75	5.84	- 1.34

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

เมื่อนำราคาที่เกษตรกรขายได้ (ตารางที่ 4.1) กับต้นทุนการผลิต (ตารางที่ 4.2) ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563 มาเปรียบเทียบเพื่อหาส่วนต่าง พบว่า โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยของราคาของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ที่เกษตรกรขายได้สูงกว่าต้นทุนการผลิต 20.81 บาทต่อกิโลกรัม โดยในปี 2558 - 2561 ราคาเฉลี่ยของผลไม้ที่เกษตรกรขายได้สูงกว่าต้นทุนการผลิตระหว่าง 14.43 - 21.26 บาทต่อกิโลกรัม แต่ในปี 2562 - 2563 ราคาเฉลี่ยของผลไม้ที่เกษตรกรขายได้สูงกว่าต้นทุนเฉลี่ยถึง 26.78 และ 24.30 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ (ตารางที่ 4.3) อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเปรียบเทียบราคาที่เกษตรกรขายได้และต้นทุนการผลิตของผลไม้แต่ละชนิด พบว่า ตั้งแต่ปี 2558 - 2563 ราคาของทุเรียน มังคุด เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วงที่เกษตรกรขายได้สูงกว่าต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 61.60 19.56 15.50 14.74 6.19 และ 23.03 บาทต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ส่วนลองกอง ในภาพรวมทั้ง 6 ปี ราคาที่เกษตรกรขายได้สูงกว่าต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 5.02 บาทต่อกิโลกรัม แต่ในปี 2560 เกษตรกรผู้ปลูกลองกองมีราคาขายได้ต่ำกว่าต้นทุนการผลิตเท่ากับ 17.60 บาทต่อกิโลกรัม

ตารางที่ 4.3 ส่วนต่างระหว่างราคาที่เกษตรกรขายได้และต้นทุนการผลิตของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563  
หน่วย: บาทต่อกิโลกรัม

ชนิดไม้ผล	2558	2559	2560	2561	2562	2563	เฉลี่ย
1. ทูเรียน	31.24	44.62	55.75	63.06	86.15	88.78	61.60
2. มังคุด	16.63	16.29	22.43	23.93	13.79	24.32	19.56
3. เงาะ	12.57	21.34	15.21	13.42	16.47	14.02	15.50
4. ลองกอง	7.16	14.16	- 17.60	2.42	14.53	9.45	5.02
5. ลำไย	16.03	19.94	11.31	15.82	14.54	10.79	14.74
6. ลิ้นจี่	0.13	3.21	2.77	5.84	19.19	6.01	6.19
7. มะม่วง	17.26	29.92	27.19	24.34	22.79	16.71	23.03
<b>เฉลี่ย</b>	<b>14.43</b>	<b>21.35</b>	<b>16.72</b>	<b>21.26</b>	<b>26.78</b>	<b>24.30</b>	<b>20.81</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

จากราคาที่เกษตรกรขายได้ (ตารางที่ 4.1) และปริมาณผลผลิตรวม (ในบทที่ 3) ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ดังกล่าวข้างต้น เมื่อคำนวณเป็นมูลค่าของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตามราคาที่เกษตรกรขายได้ พบว่า มูลค่าของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นจาก 22,902.35 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 39,217.99 บาทต่อไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.29 ต่อปี (ตารางที่ 4.4) และหากพิจารณามูลค่าของผลไม้แต่ละชนิดตั้งแต่ปี 2558 - 2563 พบว่า ผลไม้จำนวน 6 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลิ้นจี่ และมะม่วง มีมูลค่าเพิ่มขึ้น โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.80 11.26 5.58 2.55 5.51 และ 0.08 ต่อปี ตามลำดับ ในขณะที่ลำไยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าที่ลดลงร้อยละ 3.44 ต่อปี

ตารางที่ 4.4 มูลค่าของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

ชนิดไม้ผล	2558	2559	2560	2561	2562	2563	หน่วย: บาทต่อไร่
							อัตราการขยายตัว ต่อปี (ร้อยละ)
1. ทุเรียน	46,630	54,708	73,967	87,693	140,308	142,911	27.80
2. มังคุด	18,340	15,896	21,932	19,213	24,000	31,030	11.26
3. เงาะ	24,104	26,195	25,926	26,890	33,851	30,002	5.58
4. ลองกอง	12,511	15,833	7,314	10,840	17,741	12,885	2.55
5. ลำไย	21,656	20,708	18,481	22,018	20,127	16,644	- 3.44
6. ลิ้นจี่	6,355	7,174	7,908	9,745	9,002	7,745	5.51
7. มะม่วง	30,720	46,895	48,012	47,110	41,644	33,308	0.08
<b>เฉลี่ย</b>	<b>22,902.35</b>	<b>26,772.70</b>	<b>29,077.05</b>	<b>31,930.12</b>	<b>40,953.32</b>	<b>39,217.99</b>	<b>12.29</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

จากปริมาณการผลิต (ในบทที่ 3) ราคาของผลไม้ที่เกษตรกรขายได้ และต้นทุนการผลิตของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ดังกล่าวข้างต้น เมื่อคำนวณเป็นมูลค่าผลตอบแทนสุทธิของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด พบว่า ผลตอบแทนสุทธิของเกษตรกรชาวสวนผลไม้โดยภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นจาก 13,001.07 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 28,456.26 บาทต่อไร่ ในปี 2563 หรือมีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยตั้งแต่ปี 2558 - 2563 เท่ากับ 21,518.72 บาทต่อไร่ (ตารางที่ 4.5) และหากพิจารณาผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยของผลไม้แต่ละชนิดตั้งแต่ปี 2558 - 2563 พบว่า ทุเรียนมีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยมากที่สุด คือ 73,869.91 บาทต่อไร่ รองลงมา คือ มะม่วง และเงาะ มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 32,946.30 และ 16,783.16 บาทต่อไร่ ตามลำดับ ส่วนมังคุด และลำไยมีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ 11,549.02 และ 11,024.72 บาทต่อไร่ ตามลำดับ ส่วนผลไม้ที่มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อไร่ต่ำที่สุด 2 ลำดับสุดท้าย คือ ลองกอง และลิ้นจี่ ซึ่งมีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 2,641.19 และ 1,816.75 บาทต่อไร่ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ผลตอบแทนสุทธิของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563

หน่วย: บาทต่อไร่

ชนิดไม้ผล	2558	2559	2560	2561	2562	2563	เฉลี่ย
1. ทุเรียน	31,020.35	38,770.51	57,425.29	70,750.98	121,045.92	124,206.43	73,869.91
2. มังคุด	8,745.56	7,282.76	12,266.53	10,552.19	11,404.50	19,042.61	11,549.02
3. เงาะ	13,722.22	16,343.50	15,532.39	15,595.26	21,592.99	17,912.57	16,783.16
4. ลองกอง	2,707.57	5,233.33	- 3,238.20	711.49	7,296.51	3,146.44	2,641.19
5. ลำไย	12,150.19	12,422.23	9,355.34	13,036.85	11,122.94	8,060.78	11,024.72
6. ลิ้นจี่	51.44	834.88	1,084.80	2,568.89	4,317.09	2,043.40	1,816.75
7. มะม่วง	22,610.15	38,980.93	39,757.08	38,522.74	33,025.27	24,781.61	32,946.30
<b>เฉลี่ย</b>	<b>13,001.07</b>	<b>17,122.59</b>	<b>18,883.32</b>	<b>21,676.91</b>	<b>29,972.17</b>	<b>28,456.26</b>	<b>21,518.72</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

กล่าวโดยสรุป ผลการประเมินเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ในการสร้างเสถียรภาพราคาของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563 สรุปได้ว่า

1) ค่าเฉลี่ยของราคาที่เกษตรกรขายได้ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด สูงกว่าต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 20.81 บาทต่อกิโลกรัม และหากพิจารณาในแต่ละชนิดผลไม้ พบว่า ราคาที่เกษตรกรขายได้ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง สูงกว่าต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 61.60 19.56 15.50 5.02 14.74 6.19 และ 23.03 ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

2) มูลค่าของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตามราคาที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้นจาก 22,902.35 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 39,217.99 บาทต่อไร่ ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.29 ต่อปี ซึ่งหากพิจารณาในแต่ละชนิดผลไม้ พบว่า ผลไม้ 6 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลิ้นจี่ และมะม่วง มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.80 11.26 5.58 2.55 5.51 และ 0.08 ต่อปี ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ยกเว้น ลำไย ที่มีมูลค่าไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากมูลค่าของลำไยมีอัตราการขยายตัวที่ลดลงร้อยละ 3.44 ต่อปี

3) ผลตอบแทนสุทธิ โดยภาพรวมเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 13,001.07 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 28,456.26 บาทต่อไร่ ในปี 2563 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 118.88 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในแต่ละชนิดผลไม้ พบว่า มีเพียงผลไม้ 4 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ และมะม่วงเท่านั้น ที่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด กล่าวคือ ในปี 2558 ทุเรียน มังคุด เงาะ และมะม่วงมีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 31,020.35 8,745.56 13,722.22 และ 22,610.15 บาทต่อไร่ และเพิ่มขึ้นเป็น 124,206.43 19,042.61 17,912.57 และ 24,781.61 บาทต่อไร่ ตามลำดับ ในปี 2563 ส่วนลองกอง ลำไย และลิ้นจี่ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยของลองกอง และลิ้นจี่ ในปี 2558 เท่ากับ 2,707.57 และ 51.44 บาทต่อไร่ และเพิ่มขึ้นเป็น 3,146.44 และ 2,043.40 บาทต่อไร่



ในปี 2563 ตามลำดับ ส่วนลำไยมีผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ย 12,150.19 บาทต่อไร่ ในปี 2558 และลดลงเป็น 8,060.78 บาทต่อไร่ ในปี 2563 ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้

#### 4.1.2 การเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป

ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด เพิ่มขึ้นจาก 39,793 ล้านบาท ในปี 2558 เป็น 117,559 ล้านบาท ในปี 2563 หรือมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.76 ต่อปี (ตารางที่ 4.6) ทั้งนี้ หากพิจารณามูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ในผลไม้แต่ละชนิด พบว่า ผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการขยายตัวต่อปีของมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ทูเรียน มังคุด และลำไย ตามลำดับ โดยผลไม้ทั้ง 3 ชนิดดังกล่าวมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.38 34.03 และ 9.75 ต่อปี ส่วนลองกอง และมะม่วงมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.49 และ 8.61 ตามลำดับ ในขณะที่เงาะ และลิ้นจี่มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกลดลงร้อยละ 1.17 และ 8.38 ต่อปี เนื่องจากผลไม้ 2 ชนิดดังกล่าว มีอายุในการเก็บรักษาค่อนข้างสั้น ผลผลิตเสียหาย (ขนดำ ผิวดำ) ภายใน 3 วัน หากไม่มีการเก็บรักษาที่มีประสิทธิภาพ เช่น ห้องเย็นในที่ใช้สำหรับขนส่ง

กล่าวโดยสรุป เป้าหมายหรือเป้าประสงค์ในการเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป ให้มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี สรุปได้ว่า โดยภาพรวมมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 24.76 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด แต่หากพิจารณาในแต่ละชนิดผลไม้ พบว่า มีเพียงทูเรียน และมังคุดเท่านั้น ที่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ เนื่องจากผลไม้ 2 ชนิดดังกล่าวมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.38 และ 34.03 ต่อปี ในขณะที่ผลไม้ชนิดอื่น ๆ ได้แก่ เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วงยังไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนดได้ เนื่องจากลองกอง ลำไย และมะม่วงมีอัตราการขยายตัวของการส่งออกเพียง 9.49 9.75 และ 8.61 ต่อปี ตามลำดับ ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในขณะที่เงาะ และลิ้นจี่มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกที่ลดลงร้อยละ 1.17 และ 8.38 ต่อปี

ตารางที่ 4.6 มูลค่าการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 – 2563

หน่วย: ล้านบาท

ชนิดไม้ผล	2558	2559	2560	2561	2562	2563	อัตราการขยายตัว
							ต่อปี <sup>1/</sup> (ร้อยละ)
1. ทูเรียน	15,563	20,013	24,846	35,333	51,188	72,459	36.38
2. มังคุด	4,350	4,309	7,445	7,289	16,729	15,040	34.03
3. เงาะ	507	549	514	550	604	435	- 1.17
4. ลองกอง	26	34	31	46	32	47	9.49
5. ลำไย	15,813	20,722	32,830	28,765	30,474	24,709	9.75
6. ลิ้นจี่	384	406	411	342	286	266	- 8.38
7. มะม่วง	3,150	3,200	3,324	4,384	4,065	4,603	8.61
<b>รวม<sup>1/</sup></b>	<b>39,793</b>	<b>49,233</b>	<b>69,401</b>	<b>76,709</b>	<b>103,378</b>	<b>117,559</b>	<b>24.76</b>

ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563

<sup>1/</sup>จากการคำนวณ

#### 4.4.3 ผลไม้คุณภาพที่ได้รับมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP)

การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) หมายถึง แนวทางในการทำการเกษตรเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีและปลอดภัยตามมาตรฐานที่กำหนด โดยขบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค ปราศจากการปนเปื้อนของสารเคมีไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม มีการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ได้ผลผลิตสูงคุ้มค่าการลงทุน การผลิตตามมาตรฐาน GAP ก่อให้เกิดความยั่งยืนทางการเกษตร สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม (กรมวิชาการเกษตร, 2564) มาตรฐาน GAP เป็นมาตรฐานที่ครอบคลุมการผลิตสินค้าเกษตรอย่างครบวงจร ตั้งแต่ปัจจัยการผลิต การผลิต การเก็บเกี่ยว การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุหีบห่อ และการขนส่งการผลิต ซึ่งมาตรฐาน GAP สำหรับการผลิตสินค้าเกษตรมี 3 ประเภท ได้แก่ พืชผล ปศุสัตว์ และสัตว์น้ำ

การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP พืช) เป็นมาตรฐานการปฏิบัติที่ระบุรายละเอียดข้อกำหนดด้านการจัดการกระบวนการผลิตที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติที่ดีทางการผลิตพืชทุกชนิด โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สุขภาพ ความปลอดภัย และสวัสดิภาพของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ปลอดภัยจากศัตรูพืช เหมาะสมกับการบริโภคและมีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีการตรวจรับรองในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ แหล่งน้ำที่ใช้ในการผลิต พื้นที่ปลูก การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตคุณภาพ การผลิตให้ปลอดภัยจากศัตรูพืช การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว การเก็บรักษา และการขนย้ายผลิตภัณฑ์ภายในแปลงเพาะปลูก สุขลักษณะส่วนบุคคล และการบันทึกข้อมูลโดยผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ที่มีคุณภาพที่ได้รับมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี มีรายละเอียด ดังนี้ (ตารางที่ 4.7)

ในปี 2558 ผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีจำนวนแปลงที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ในภาพรวมร้อยละ 34.20 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายชนิดผลไม้ พบว่า ลิ้นจี่เป็นผลไม้ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP มากที่สุด โดยได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP คิดเป็นร้อยละ 70.36 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง รองลงมา ได้แก่ มังคุด มะม่วง และเงาะได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ประมาณร้อยละ 43 – 46 ของจำนวนแปลงที่ขอรับการรับรอง ส่วนทุเรียน ลองกอง และลำไยได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ประมาณร้อยละ 19 - 27 ของจำนวนแปลงที่ขอรับการรับรอง เท่านั้น

ปี 2559 ภาพรวมสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด เพิ่มขึ้นจากปี 2558 โดยผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP คิดเป็นร้อยละ 52.02 ของจำนวนแปลงที่ขอรับการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายชนิดผลไม้ พบว่า ผลไม้ทุกชนิด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย และมะม่วงมีสัดส่วนการรับรองมาตรฐาน GAP มากกว่าปี 2558 ยกเว้น ลิ้นจี่ ที่มีสัดส่วนการรับรองมาตรฐาน GAP ลดลง

ต่อมาในปี 2560 สัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของภาพรวมผลไม้ทั้ง 7 ชนิด และแยกเป็นรายชนิดผลไม้ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เพิ่มขึ้นทุกชนิด เนื่องจากปีดังกล่าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้กำหนดให้เป็นปีแห่งการยกระดับมาตรฐานการเกษตรสู่ความยั่งยืน มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น

สำหรับปี 2561 ภาพรวมสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด เพิ่มขึ้นจากปี 2560 โดยผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP คิดเป็นร้อยละ 83.94 ของจำนวนแปลงที่ขอรับการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายชนิดผลไม้ พบว่า ผลไม้ทุกชนิด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วงมีสัดส่วนการรับรองมาตรฐาน GAP มากกว่าปีที่ผ่านมา ยกเว้น เงาะ ที่มีสัดส่วนการรับรองมาตรฐาน GAP ลดลง

ในปี 2562 ภาพรวมสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ลดลงจากปี 2561 เพียงเล็กน้อยเท่านั้น (ประมาณร้อยละ 1) โดยผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP คิดเป็นร้อยละ 82.23 ของจำนวนแปลงที่ขอรับการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายชนิดผลไม้ พบว่า มังคุด เงาะ ลำไย และมะม่วงมีสัดส่วนการรับรองมาตรฐาน GAP มากกว่าปีที่ผ่านมา ในขณะที่ทุเรียน ลองกอง และลิ้นจี่ที่มีสัดส่วนการรับรองมาตรฐาน GAP ลดลงจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อย

สำหรับปี 2563 การได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด โดยภาพรวมมีจำนวนแปลงที่ได้รับการรับรอง GAP สูงกว่าปี 2562 ถึงร้อยละ 93.67 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง และหากพิจารณาการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ในแต่ละชนิดผลไม้ นั้น พบว่า มีผลไม้ 6 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วงที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP สูงกว่าทุก ๆ ปีที่ผ่านมา ในขณะที่มังคุดมีจำนวนแปลงที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ใกล้เคียงกับปี 2562

กล่าวโดยสรุป เป้าหมายหรือเป้าประสงค์ในการพัฒนาผลไม้คุณภาพที่ได้รับมาตรฐาน GAP ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของแปลงที่ขอการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้เศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด สรุปได้ว่า สัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ในภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 สามารถ

บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 72.87 ซึ่งมากกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ และหากพิจารณาเป็นรายปี พบว่า สัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิดในปี 2558 และ 2559 ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด ในขณะที่ในปี 2560 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP สูงถึงร้อยละ 80 – 93 ซึ่งมากกว่าเป้าหมายยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ หากพิจารณาเป็นรายชนิดผลไม้ พบว่า

1) ทูเรียน ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 70.03 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายปี พบว่า ในปี 2558 – 2559 ไม่บรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เพียงร้อยละ 27.49 และ 50.97 ตามลำดับ หลังจากนั้นตั้งแต่ปี 2560 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมายได้ กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 87.19 88.64 79.34 และ 96.15 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้มาก

2) มังคุด ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP สูงถึงร้อยละ 82.75 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายปี พบว่า ในปี 2558 ไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนด กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เพียงร้อยละ 46.08 หลังจากนั้นตั้งแต่ปี 2561 – 2563 สามารถดำเนินการได้สูงกว่าเป้าหมาย กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 61.37 78.34 82.86 89.11 และ 88.97 ตามลำดับ

3) เงาะ ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 79.60 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายปี พบว่า ในปี 2558 – 2559 ไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนด กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เพียงร้อยละ 43.21 และ 56.54 ตามลำดับ หลังจากนั้นตั้งแต่ปี 2560 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมายได้ กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 80.08 78.74 80.94 และ 98.79 ตามลำดับ

4) ลองกอง ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนด กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 59.60 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายปี พบว่า ในปี 2558 – 2559 ไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนด กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เพียงร้อยละ 20.03 และ 55.16 ตามลำดับ หลังจากนั้นตั้งแต่ปี 2560 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมายได้ กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 87.57 89.43 83.70 และ 98.24 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้มาก

5) ลำไย ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 53.73 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายปี พบว่า ตั้งแต่ปี 2558 – 2560 ไม่บรรลุเป้าหมายที่กำหนด กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 19.48 40.30 และ 58.44 ตามลำดับ ต่อมาในปี 2561 – 2563 มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เพิ่มขึ้นและสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยมีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 70.22 71.59 และ 85.90 ตามลำดับ

6) ลิ่นจี้ ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 72.79 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายปี พบว่ามีเพียงปี 2559 เท่านั้น ที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนด กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 53.30 ส่วนปีที่เหลือ ปี 2558 และ 2560 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 70.36 71.67 83.50 78.09 และ 91.10 ตามลำดับ

7) มะม่วง ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมาย กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 75.48 ของจำนวนแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งหากพิจารณาเป็นรายปี พบว่าในปี 2558 – 2559 ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนด กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 45.57 และ 51.12 ตามลำดับ แต่หลังจากนั้นในปี 2560 – 2563 สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ กล่าวคือ มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 78.39 82.14 84.23 และ 96.43 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด

ตารางที่ 4.7 พื้นที่ที่ขอการรับรองและได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ตั้งแต่ปี 2558 - 2563  
หน่วย: แปลง

ปี	รายการ	ทุเรียน	มังคุด	เงาะ	ลองกอง	ลำไย	ลิ้นจี่	มะม่วง	รวม
2558	ขอการรับรอง	21,529	3,492	5,795	2,336	5,610	4,116	1,534	44,412
	ผ่านการรับรอง	5,918	1,609	2,504	468	1,093	2,896	699	15,187
	ร้อยละ	27.49	46.08	43.21	20.03	19.48	70.36	45.57	34.20
2559	ขอการรับรอง	21,820	5,291	7,342	1,648	5,735	3,137	1,696	46,669
	ผ่านการรับรอง	11,122	3,247	4,151	909	2,311	1,672	867	24,279
	ร้อยละ	50.97	61.37	56.54	55.16	40.30	53.30	51.12	52.02
2560	ขอการรับรอง	17,974	4,442	5,718	1,287	4,237	3,304	1,527	38,489
	ผ่านการรับรอง	15,672	3,480	4,579	1,127	2,476	2,368	1,197	30,899
	ร้อยละ	87.19	78.34	80.08	87.57	58.44	71.67	78.39	80.28
2561	ขอการรับรอง	18,575	4,130	4,897	1,145	4,409	2,212	1,159	36,527
	ผ่านการรับรอง	16,465	3,422	3,856	1,024	3,096	1,847	952	30,662
	ร้อยละ	88.64	82.86	78.74	89.43	70.22	83.50	82.14	83.94
2562	ขอการรับรอง	12,599	13,623	7,055	865	4,045	2,209	1,325	41,721
	ผ่านการรับรอง	9,996	12,139	5,710	724	2,896	1,725	1,116	34,306
	ร้อยละ	79.34	89.11	80.94	83.70	71.59	78.09	84.23	82.23
2563	ขอการรับรอง	21,438	27,889	19,392	227	3,242	2,158	3,028	77,374
	ผ่านการรับรอง	20,613	24,814	19,157	223	2,785	1,966	2,920	72,478
	ร้อยละ	96.15	88.97	98.79	98.24	85.90	91.10	96.43	93.67
รวม	ขอการรับรอง	113,935	58,867	50,199	7,508	27,278	17,136	10,269	285,192
	ผ่านการรับรอง	79,786	48,711	39,957	4,475	14,657	12,474	7,751	207,811
	ร้อยละ	70.03	82.75	79.60	59.60	53.73	72.79	75.48	72.87

ที่มา: กรมวิชาการเกษตร, 2563

#### 4.2 ผลการประเมินรายยุทธศาสตร์ภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 มีการดำเนินงานภายใต้การขับเคลื่อน 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ในส่วนนี้จะเป็นการประเมินผลรายยุทธศาสตร์ โดยในแต่ละยุทธศาสตร์ประกอบด้วย ผลการประเมินตามกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มเกษตรกร เจ้าหน้าที่ในพื้นที่ และผู้ประกอบการ

อย่างไรก็ตาม การประเมินกิจกรรม/โครงการในแต่ละยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นการประเมินผลการดำเนินงานที่ทำได้เทียบกับแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ มีหน่วยงานผู้รับผิดชอบที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 จำนวน 9 หน่วยงาน ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมพัฒนาที่ดิน กรมส่งเสริมการเกษตร กรมชลประทาน กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ซึ่งจากการรวบรวมข้อมูล พบว่าบางหน่วยงาน เช่น กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ไม่มีการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ในขณะที่กรมชลประทาน ไม่มีการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์โดยตรง แต่มีการสนับสนุนการพัฒนาการเกษตร/ระบบชลประทานในภาพรวม ซึ่งสามารถขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยอยู่แล้วตามภารกิจหน้าที่ของหน่วยงาน หรือกรมส่งเสริมสหกรณ์ มีการดำเนินงานที่เป็นภารกิจหลักและสามารถสนับสนุนการพัฒนาตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยได้ แต่ไม่สามารถระบุแผนและผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ได้ ดังนั้น ในการประเมินผลครั้งนี้ หากไม่สามารถระบุแผนและผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ได้ จะกำหนดให้ผลการดำเนินงานมีค่าคะแนนเท่ากับ 0 และนำมาคำนวณรวมกับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์ด้วย (รายละเอียดผลการดำเนินกิจกรรม/โครงการในแต่ละกลยุทธ์และยุทธศาสตร์ ตามภาคผนวกที่ 5)

สำหรับงบประมาณเพื่อดำเนินงานตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย แต่ละหน่วยงานไม่มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินงานตามยุทธศาสตร์โดยเฉพาะ การดำเนินงานของหน่วยงานในแต่ละปีใช้การใช้จ่ายจากงบประมาณดำเนินการตามภารกิจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน โดยผลการประเมินตามกิจกรรมการดำเนินงานในแต่ละยุทธศาสตร์ มีดังนี้

#### 4.2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต

1) ผลการประเมินตามกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อน 2 กลยุทธ์ ซึ่งแต่ละกลยุทธ์ มีผลการดำเนินกิจกรรม/โครงการ (ตารางที่ 4.8) ดังนี้

(1) กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพการผลิต มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 6 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(1.1) การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการพัฒนาคุณภาพการผลิตผลไม้ ทั้งในและนอกฤดู มีการดำเนินงาน 6 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 103.26 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.2) การส่งเสริมการผลิตตามเขตความเหมาะสม มีการดำเนินงาน 1 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.3) การส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์ มีการดำเนินงาน 5 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 151.88 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.4) การส่งเสริมการพัฒนาการผลิตตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล มีการดำเนินงาน 4 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.5) การส่งเสริมการเฝ้าระวังและพัฒนาการเตือนภัยพิบัติด้านการเกษตร ไม่มีการรายงานผลดำเนินงาน

(1.6) การส่งเสริมการผลิตไม้ผลคุณภาพที่มีชื่อเสียงมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) มีการดำเนินงาน 1 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

ดังนั้น เมื่อรวมผลการดำเนินงานทั้งกลยุทธ์ พบว่า ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 มีการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 17 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 92.52 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 4.17 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมาก

(2) กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการการผลิต มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 1 ประเด็น คือ การศึกษาความต้องการผลิตของตลาดทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมีการดำเนินงาน 2 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด



ตารางที่ 4.8 ผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน		หน่วยงานที่ดำเนินงาน
		ร้อยละ	คะแนน	
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพผลผลิต</b>	<b>17</b>	<b>92.52</b>	<b>4.17</b>	1. กรมส่งเสริมการเกษตร
1. การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการพัฒนาคุณภาพผลผลิตผลไม้ทั้งในและนอกฤดู	6	103.26	5.00	2. กรมส่งเสริมสหกรณ์ 3. กรมพัฒนาที่ดิน
2. การส่งเสริมการผลิตตามเขตความเหมาะสม (Zoning)	1	100.00	5.00	4. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
3. การส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์	5	151.88	5.00	5. กรมวิชาการเกษตร
4. การส่งเสริมการพัฒนาการผลิตตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล	4	100.00	5.00	
5. การส่งเสริมการเฝ้าระวังและพัฒนาการเตือนภัยพิบัติด้านการเกษตร	0	0.00	0.00	
6. การส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพที่มีชื่อเสียงมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์	1	100.00	5.00	
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการการผลิต</b>	<b>2</b>	<b>100.00</b>	<b>5.00</b>	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
การศึกษาความต้องการผลผลิตของตลาด ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ	2	100.00	5.00	

หมายเหตุ: การคำนวณผลการดำเนินงานภาพรวมระดับกลยุทธ์กำหนดให้ในแต่ละกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์มีน้ำหนักเท่ากัน

ที่มา: จากการสำรวจ

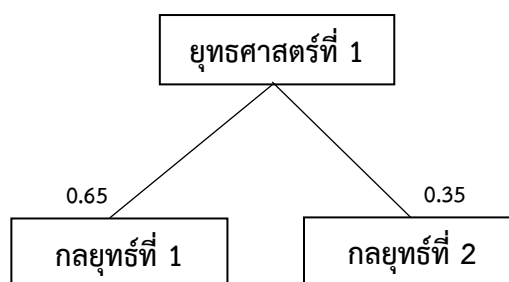
## 2) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต (ภาคผนวกที่ 4) พบว่า กลยุทธ์ที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 1 เป็นอันดับ 1 คือ กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพการผลิต คิดเป็นร้อยละ 65 และอันดับ 2 คือ กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการการผลิต คิดเป็นร้อยละ 35 (ตารางที่ 4.9 และภาพที่ 4.1) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.00 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่าข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 1

ผู้เชี่ยวชาญ	กลยุทธ์ที่ 1	กลยุทธ์ที่ 2	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.50	0.50	0.00
ท่านที่ 2	0.50	0.50	0.00
ท่านที่ 3	0.88	0.12	0.00
ท่านที่ 4	0.90	0.10	0.00
ท่านที่ 5	0.50	0.50	0.00
ท่านที่ 6	0.90	0.10	0.00
ท่านที่ 7	0.25	0.75	0.00
ท่านที่ 8	0.75	0.25	0.00
ค่าเฉลี่ย	0.65	0.35	0.00
ลำดับความสำคัญ	1	2	

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.1 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 1

### 3) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญ

จากผลการประเมินกิจกรรม/โครงการ และผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 1 ข้างต้น เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาวิเคราะห์ร่วมกัน จะได้ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการตามค่าน้ำหนักความสำคัญซึ่งพบว่า กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพผลผลิต และกลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการผลผลิต ซึ่งส่วนใหญ่สามารถดำเนินการได้ตามแผน และเมื่อคำนวณรวมกันกับค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ ทำให้การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต บรรลุในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าคะแนนรวม 4.46 (ตารางที่ 4.10)

**ตารางที่ 4.10** ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 1

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน (คะแนน)	น้ำหนัก	คะแนนรวม (1) x (2)
		(1)	(2)	(1) x (2)
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต</b>				<b>4.46</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพผลผลิต</b>	<b>17</b>	<b>4.17</b>	<b>0.65</b>	<b>2.71</b>
1. การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี การพัฒนาคุณภาพผลผลิตผลไม้ทั้งในและนอกฤดู	6	5.00		
2. การส่งเสริมการผลิตตามเขตความเหมาะสม (Zoning)	1	5.00		
3. การส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์	5	5.00		
4. การส่งเสริมการพัฒนาการผลิตตามมาตรฐาน สินค้าเกษตร ด้านไม้ผล	4	5.00		
5. การส่งเสริมการเฝ้าระวังและพัฒนา การเตือนภัยพิบัติด้านการเกษตร	0	0.00		
6. การส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพที่มี ชื่อเสียงมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI)	1	5.00		
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการการผลิต</b>	<b>2</b>	<b>5.00</b>	<b>0.35</b>	<b>1.75</b>
การศึกษาค้นคว้าความต้องการผลผลิตของตลาด ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ	2	5.00		

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มเกษตรกร และเจ้าหน้าที่ในพื้นที่

จากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพการผลิต และกลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการการผลิต แยกตามผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีรายละเอียด ดังนี้

##### (1) ทูเรียน

เกษตรกรส่วนใหญ่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการปลูกทุเรียนหลายสิบปี มีการพัฒนาตนเอง และได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งจากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ และมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยบูรพา และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์อย่างต่อเนื่อง องค์ความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอด เช่น การลดต้นทุนการผลิต การใช้เชื้อไตรโคเดอร์มาเพื่อจัดการโรคเน่าโคนเน่าในทุเรียน การใช้แอปพลิเคชันเพื่อติดตามการพยากรณ์อากาศ และการใช้เครื่องมือในการวัดอุณหภูมิ/ความชื้นใต้ทรงพุ่มใต้ดินในแปลงอัจฉริยะ เพื่อตรวจสอบค่าความชื้นของดิน ซึ่งจะทำให้ควบคุมการผลิตทุเรียนมีคุณภาพดีขึ้น อีกทั้ง ยังได้รับการสนับสนุนปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยหมัก โดโลไมท์ เป็นต้น ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP บางรายมีการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบและแบบผสมผสานโดยใช้สารเคมีร่วมกับอินทรีย์ นอกจากนี้เกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีได้มีการขอจดทะเบียน GI ทุเรียนพันธุ์จันทบุรี 1-9 กระจุกทอง นวลทองจันทร์ และทองลิ้นจี่ อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเกษตรกรยังคงประสบปัญหาในเรื่อง ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ และแหล่งน้ำที่ไม่เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก ทำให้ทุเรียนแตกใบอ่อนแทนการออกดอกหรือเมื่อออกดอกแล้วไม่ติดผลดอกร่วงจากต้น นอกจากนี้ ยังมีบางพื้นที่เพาะปลูกไม่มีเอกสารสิทธิ์ ทำให้ไม่สามารถขอใบรับรองมาตรฐาน GAP และไม่สามารถขอรับการสนับสนุนต่าง ๆ ได้ ขาดแคลนแรงงานในการตัดแต่งและโยกกิ่ง อัตราค่าจ้างแรงงานที่ค่อนข้างสูง แรงงานภาคการเกษตรส่วนใหญ่มีอายุมาก เกษตรกรบางรายยังขาดองค์ความรู้และแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในกระบวนการผลิต และปัญหาทุเรียนอ่อนออกสู่ตลาด ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้อาจารย์เข้ามาช่วยสนับสนุนแหล่งน้ำ คิดค้นนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อใช้ทดแทนแรงงานคน รวบรวมวิธีหรือแนวทางในการแก้ไขปัญหาในกระบวนการผลิต นอกจากนี้ เกษตรกรได้เสนอให้จัดทำแบบฟอร์มบันทึกข้อมูลวันบานดอกในแต่ละพื้นที่สำหรับใช้ในการวางแผนการผลิต เพื่อป้องกันทุเรียนอ่อนออกสู่ตลาด และเพื่อให้เกษตรกรสามารถมีแนวทางในการปฏิบัติที่เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน เนื่องจากหากทราบวันบานดอกแล้ว เกษตรกรจะสามารถประมาณการวันที่ทุเรียนสุกและช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้

##### (2) มังคุด

เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดนิยมปลูกมังคุดเป็นพืชแซมในสวนทุเรียน ซึ่งเกษตรกรผู้ปลูกมังคุดส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปลูกหลายสิบปี และมีการพัฒนาคุณภาพการผลิตของตนเองอย่างต่อเนื่อง

ตลอดจนได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด มหาวิทยาลัยบูรพา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการผลิต การผลิต การวิเคราะห์ดิน การแก้ไขปัญหาเนื้อแก้วยางไหล การใช้เครื่องวัดความชื้นในดิน เพื่อให้เกษตรกรสามารถให้น้ำได้ในปริมาณที่เพียงพอและตรงกับความต้องการของมังคุด เป็นต้น นอกจากนี้ หน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ยังมีการสนับสนุนปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ ตะกร้าหูเหล็ก เป็นต้น ให้แก่เกษตรกร ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP บางแปลง (ส่วนน้อย) มีการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบและแบบผสมผสานโดยใช้สารเคมีร่วมกับอินทรีย์ นอกจากนี้ เกษตรกรในจังหวัดชุมพรได้มีการเพิ่มมูลค่าผลผลิต โดยได้ยื่นขอจดทะเบียน GI มังคุดลุ่มน้ำหลังสวน อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเกษตรกรยังคงประสบปัญหาในเรื่องความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศที่เกิดจากมรสุมทำให้ผลผลิตได้รับความเสียหาย เกิดปัญหาเนื้อแก้วยางไหลทำให้ราคาผลผลิตตกต่ำ นอกจากนี้ พื้นที่เพาะปลูกของเกษตรกรบางรายไม่มีเอกสารสิทธิ์ทำให้ไม่สามารถขอใบรับรองมาตรฐาน GAP ได้ สำหรับปัญหาเร่งด่วนในปัจจุบัน คือ ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้มีการสกัดกั้นการเดินทางข้ามเขตจังหวัด ทำให้แรงงานไม่สามารถเข้ามารับจ้างในพื้นที่ได้ ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะขอให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาในเรื่องการขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต และทำการศึกษาวิจัย เพื่อแก้ไขปัญหาผลผลิตที่เกิดเนื้อแก้วยางไหลอันเป็นผลมาจากฝนตกมากในช่วงที่ผลผลิตเริ่มเก็บเกี่ยวได้

### (3) เงาะ

เกษตรกรผู้ปลูกเงาะส่วนใหญ่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการปลูกหลายสิบปี มีการพัฒนาตนเอง และได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การเพิ่มคุณภาพผลผลิต การกำจัดแมลงศัตรูพืช และการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP และมีการผลิตแบบผสมผสานโดยใช้สารเคมีร่วมกับอินทรีย์ นอกจากนี้ เกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานีร่วมกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี ได้มีการเพิ่มมูลค่าผลผลิตเงาะ โดยได้จดทะเบียน GI เงาะนาสาร ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น คือ ปลายขนสีเขียวรูปทรงของผลเป็นวงรี และเนื้อร่อนกรอบ อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเกษตรกรยังประสบปัญหาความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศส่งผลให้เงาะแตกใบอ่อน แทนการติดดอก ขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตทำให้เกษตรกรบางรายเริ่มโค่นต้นเงาะทิ้ง เกิดการระบาดของเพลี้ยแป้ง และแหล่งน้ำไม่เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ทำการศึกษาวิจัยเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพลี้ยแป้ง และวิธีการชะลอความสุกของผลผลิต เนื่องจากเมื่อผลผลิตออกมาพร้อมกันในปริมาณมาก ประกอบกับแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิตมีน้อย ส่งผลให้เกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิต

ไม่ทันและได้รับความเสียหาย นอกจากนี้ เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วผลของเงาะจะคงความสดและสวยได้ไม่เกิน 3 วัน หากมากกว่านั้นจะทำให้ขนของเงาะมีสีดำซึ่งไม่เป็นที่ต้องการของตลาด สำหรับปัญหาการขาดแคลนแหล่งน้ำ เกษตรกรต้องการให้ภาครัฐจัดหาแหล่งน้ำให้เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก

#### (4) ลองกอง

เกษตรกรผู้ปลูกลองกองส่วนใหญ่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการปลูกหลายสิบปี มีการพัฒนาตนเอง และได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัย ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการผลิต การพัฒนาคุณภาพผลผลิต และการใช้เชื้อไตรโคเดอร์มา เพื่อกำจัดเชื้อรา ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP และบางรายมีการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบและแบบผสมผสานโดยใช้สารเคมีร่วมกับอินทรีย์ แต่การทำตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบนั้นทำได้ยาก เนื่องจากผลผลิตที่ส่งออกไปยังตลาดในต่างประเทศต้องมีความสวยงามและปลอดจากแมลงศัตรูพืช ซึ่งหากพบผลผลิตจะถูกตีกลับทันที ส่งผลให้เกษตรกรมีความจำเป็นต้องใช้สารเคมีเพื่อกำจัดแมลงศัตรูพืชดังกล่าว นอกจากนี้ เกษตรกรในจังหวัดนราธิวาสได้มีการเพิ่มมูลค่าผลผลิตโดยได้จดทะเบียน GI ลองกองต้นหยงมัส อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเกษตรกรประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูกาลตัดแต่งดอกและเก็บเกี่ยวผลผลิต อัตราค่าจ้างแรงงานและต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ประกอบกับผลผลิตตกเกรดมีราคาตกต่ำ ทำให้เกษตรกรเริ่มโค่นต้นลองกองทิ้ง เกษตรกรบางรายพื้นที่เพาะปลูกไม่มีเอกสารสิทธิ์ทำให้ไม่สามารถขอใบรับรองมาตรฐาน GAP ได้ ปริมาณน้ำไม่เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก และปัญหาแมลงศัตรูพืชรบกวน เช่น ฝีมี่มวนหวาน เชื้อราขาว แมลงวันทอง เป็นต้น อีกทั้ง เกษตรกรในอำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี ประสบปัญหาช้างป่าบุกรุกพื้นที่เพาะปลูก ทำให้ผลผลิตได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมาก จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงาน หาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตตกเกรดให้มีราคาสูงขึ้น สนับสนุนและหาแนวทางในการควบคุมราคาปัจจัยการผลิต จัดหาแหล่งน้ำให้เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก และหาวิธีการในการแก้ไขปัญหาแมลงศัตรูพืช รวมถึงการประกันภัยผลผลิตหากได้รับความเสียหายจากสัตว์ป่า

#### (5) ลำไย

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการปลูกหลายสิบปี และได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ สถานีพัฒนาที่ดิน สำนักงานวิจัยและพัฒนาการเกษตร สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์จังหวัด และมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การเพิ่มคุณภาพผลผลิต การจัดการสวนผลไม้ การกำจัดแมลงศัตรูพืช การวิเคราะห์ดิน การผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์ และการจัดทำบัญชีครัวเรือน รวมถึงการจัดทำแผนการผลิตตั้งแต่ช่วงฤดูกาลออกดอกจนถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP มีการผลิตได้ทั้งในและนอกฤดู มีการผลิตแบบผสมผสานโดยใช้สารเคมีร่วมกับอินทรีย์

ในอัตราที่เหมาะสม แต่เกษตรกรยังไม่สามารถปลูกลำไยอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบได้ เนื่องจากสภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวย ส่งผลให้ผิวของผลผลิตไม่สวยและผลผลิตไม่ได้ขนาด นอกจากนี้ เกษตรกรในจังหวัดลำพูนมีการเพิ่มมูลค่าผลผลิต โดยได้จดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ลำไยพันธุ์เขียวเขียวลำพูน อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเกษตรกรประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวผลผลิต แหล่งน้ำไม่เพียงพอสำหรับการเพาะปลูกทำให้ผลผลิตมีขนาดเล็ก ราคาผลผลิตตกต่ำและมีความผันผวนตลอดเวลา เนื่องจากราคาถูกกำหนดโดยล้งจีน ผลผลิตล้นตลาดเนื่องจากลำไยสามารถปลูกได้ในพื้นที่หลายจังหวัดทั่วประเทศ ประกอบกับราคาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย ยา เป็นต้น มีราคาสูง ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาคาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวผลผลิต จัดหาแหล่งน้ำให้เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก กำหนดเกณฑ์การให้ราคาที่เป็นมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย หาแนวทางในการกระจายผลผลิตล่วงหน้า สนับสนุนห้องเย็นเพื่อเก็บรักษาและทำให้สามารถควบคุมปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดหากช่วงนั้นผลผลิตมีปริมาณมาก รวมทั้งควบคุมราคาปัจจัยการผลิตไม่ให้สูงเกินไป

#### (6) ลิ่นจี่

เกษตรกรผู้ปลูกลิ่นจี่ส่วนใหญ่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการปลูกหลายสิบปี มีการพัฒนาการผลิตและคุณภาพผลผลิต ตลอดจนได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และมหาวิทยาลัยพะเยา อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มปริมาณผลผลิต การเพิ่มคุณภาพผลผลิตการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์ การวิเคราะห์ดิน การแนะนำให้เกษตรกรเข้าร่วมในหลักสูตรผู้ตรวจแปลงเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (SDGsPGS) และการใช้กระดาษกลั่นตะไคร้เพื่อไล่แมลงศัตรูพืช เกษตรกรส่วนใหญ่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP และมีการผลิตแบบผสมผสานโดยใช้สารเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์ในอัตราที่เหมาะสม แต่เกษตรกรยังไม่สามารถปลูกลิ่นจี่อินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบได้ เนื่องจากปัญหาหอนอนเจาะขั้วจึงยังจำเป็นต้องใช้สารเคมีเพื่อป้องกันและกำจัดแมลงศัตรูพืชดังกล่าว นอกจากนี้ เกษตรกรในจังหวัดพะเยา ได้มีการขอจดทะเบียน GI ลิ่นจี่พันธุ์ฮงฮวยของแม่ใจ อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเกษตรกรยังคงประสบปัญหาในเรื่องพื้นที่ปลูกที่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ (พื้นที่ในป่าสงวน) สภาพภูมิอากาศแปรปรวน อากาศหนาวสลับฝนตก หรือบางพื้นที่แห้งแล้งทำให้มีปริมาณน้ำไม่เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก นอกจากนี้ จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในปัจจุบัน ทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิต ประกอบกับอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และแรงงานส่วนใหญ่มีอายุมาก ส่งผลให้เกษตรกรบางรายมีการโค่นลิ่นจี่ที่มีอายุมากทิ้ง และปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่นที่ให้ผลตอบแทนดีกว่า ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาคาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวผลผลิต คัดค้านพันธุ์ลิ่นจี่ที่มีความทนทานต่อความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ คัดค้าน

หรือสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ในการห่อผลผลิตและเก็บเกี่ยวผลผลิต รวมถึงการสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ และรณชนสงแบบห้องเย็นที่จะทำให้ผลผลิตคงความสดใหม่ได้นานขึ้น

#### (7) มะม่วง

เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงส่วนใหญ่มีความชำนาญและมีประสบการณ์ในการปลูกหลายสิบปี มีการพัฒนาตนเอง และได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมในการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัด และมหาวิทยาลัยมหิดล อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มคุณภาพผลผลิต การกำจัดแมลงศัตรูพืช การผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์ และการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในกระบวนการผลิต รวมถึงการอบรมศึกษาดูงาน ซึ่งเกษตรกรส่วนใหญ่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP มีการจัดทำแผนการผลิตตั้งแต่ช่วงฤดูกาลออกดอก จนถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยว มีการผลิตแบบผสมผสานโดยใช้สารเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์ในอัตราที่เหมาะสม แต่ยังไม่สามารถปลูกมะม่วงอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบได้ เนื่องจากปัญหาแมลงวันทองและต้องการควบคุมผลผลิตสำหรับมะม่วงนอกฤดู ทำให้เกษตรกรยังมีความจำเป็นต้องใช้สารเคมีในการเพาะปลูก นอกจากนี้ เกษตรกรในจังหวัดฉะเชิงเทราได้มีการเพิ่มมูลค่า โดยได้ขอจดทะเบียน GI มะม่วงพันธุ์ชายตึกและมะม่วงแรด อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการผลิตเกษตรกรประสบปัญหาในเรื่องพื้นที่เพาะปลูกของเกษตรกรบางรายไม่มีเอกสารสิทธิ์ ทำให้ไม่สามารถขอใบรับรองมาตรฐาน GAP ได้ ส่งผลให้เกษตรกรไม่สามารถจำหน่ายผลผลิตได้ เนื่องจากผู้รับซื้อบางรายรับซื้อผลผลิตเฉพาะเกษตรกรที่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP เท่านั้น นอกจากนี้ เกษตรกรบางรายยังประสบปัญหาความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศทำให้เกษตรกรควบคุมการผลิตมะม่วงนอกฤดูได้ยาก ประกอบกับแหล่งน้ำไม่เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก และแรงงานค่อนข้างหายากและมีอัตราค่าจ้างที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีความจำเป็นต้องจ้างแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญในการดูแลบริหารจัดการสวนมะม่วง และปัญหาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย ยา เป็นต้น มีราคาสูงขึ้น นอกจากนี้ เกษตรกรในอำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา ประสบปัญหาช้างป่าบุกรุกพื้นที่เพาะปลูก ส่งผลให้ผลผลิตได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงาน มีระบบเตือนภัยธรรมชาติให้เกษตรกรสามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า จัดหาแหล่งน้ำให้เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก และมีการประกันภัยผลผลิต หากได้รับความเสียหายจากภัยพิบัติทางธรรมชาติและสัตว์ป่าบุกรุก

อีกทั้ง จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนภูมิภาค พบว่า การยอมรับการใช้นวัตกรรม/เทคโนโลยีของเกษตรกรยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร โดยเฉพาะการตัดแต่งช่อดอกเพื่อการพัฒนาคุณภาพผลผลิต เนื่องจากเกษตรกรเกิดความเสียหายผลผลิตที่ต้องถูกตัดทิ้งไป อย่างไรก็ตาม มีเกษตรกรบางรายที่ยอมรับการใช้นวัตกรรม/เทคโนโลยีใหม่ ๆ แต่ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและทักษะในการตัดแต่งช่อดอกที่ถูกต้อง นอกจากนี้ มีข้อจำกัดในการซื้อวัสดุ/อุปกรณ์ในการสาธิต หรือสนับสนุนเครื่องมือ/เทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้แก่เกษตรกร จึงทำให้การใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ค่อนข้างมีข้อจำกัด รวมถึงการใช้งบประมาณค่อนข้างมีเวลาจำกัด ทำให้การช่วยเหลือ/สนับสนุนเกษตรกรในบางช่วงไม่ตรงกับช่วงเวลาเพาะปลูกของเกษตรกร



ดังนั้น ในการให้ความรู้หรือสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ แก่เกษตรกร ควรมีการปฏิบัติ ติดตาม และ ให้คำแนะนำเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกษตรกรเกิดความมั่นใจการปรับเปลี่ยน รวมถึงการใช้จ่ายงบประมาณ ควรมีความยืดหยุ่นเพื่อให้ตรงต่อช่วงระยะเวลาการผลิตของเกษตรกร

กล่าวโดยสรุปในยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการ มีความสำเร็จค่อนข้างมาก และเมื่อเชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักที่ผู้เชี่ยวชาญให้นำหนักไปยังกลยุทธ์ที่ 1 ถึงร้อยละ 65 ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนกิจกรรม/โครงการในกลยุทธ์ที่ 1 ที่มีอยู่ถึง 17 กิจกรรม/โครงการ ทำให้ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักได้คะแนน 4.46 คะแนน ซึ่งหมายถึง ยุทธศาสตร์ที่ 1 เกิดผลสำเร็จ ในระดับมากที่สุด ประกอบกับผลจากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้ มีการบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (Zoning) มีการผลิตตามมาตรฐาน GAP แต่การผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ยังมีข้อจำกัดอยู่บ้าง นอกจากนี้ หน่วยงานในพื้นที่มีการเฝ้าระวังและ เตือนภัยด้านการเกษตร ตลอดจนการสนับสนุนส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพที่มีชื่อเสียงจากแหล่งผลิตสำคัญ เฉพาะพื้นที่ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1 ที่สำคัญที่สุด คือ ความแปรปรวนของสภาพ ภูมิอากาศที่ทำให้ปริมาณและคุณภาพของผลผลิตไม่แน่นอนในแต่ละปี รองลงมา คือ การขาดแคลนแรงงาน ในการดูแลสวนผลไม้ พื้นที่เพาะปลูกไม่มีเอกสารสิทธิ์ ทำให้ไม่สามารถขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐได้ และ แหล่งน้ำไม่เพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูแล้ง ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่เหลือจะเป็นปัญหาเฉพาะด้าน ในแต่ละชนิดผลไม้ เช่น โรคพืช แมลงระบาด ช้างป่าบุกรุก เป็นต้น

#### ตารางที่ 4.11 ปัญหาและอุปสรรคที่พบภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

รายการ	ทุเรียน	มังคุด	เงาะ	ลองกอง	ลำไย	ลิ้นจี่	มะม่วง
ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ	●	●	●		●	●	●
แหล่งน้ำไม่เพียงพอ	●		●	●	●		●
พื้นที่เพาะปลูกไม่มีเอกสารสิทธิ์	●	●		●		●	●
ขาดแคลนแรงงานในการตัดแต่ง โยงกิ่ง และเก็บเกี่ยวผลผลิต	●	●	●	●	●	●	●
การระบาดของ COVID-19	●	●	●	●	●	●	●
โรคพืช/แมลงระบาด			●	●			
ปริมาณผลผลิตออกมากในบางช่วง ไม่กระจายตัว			●				
ช้างป่าบุกรุก				●			●
ราคาปัจจัยการผลิตสูง					●		●

ที่มา: จากการสำรวจ

#### 4.2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด

1) ผลการประเมินตามกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อน 4 กลยุทธ์ ซึ่งแต่ละกลยุทธ์ มีผลการดำเนินกิจกรรม/โครงการ (ตารางที่ 4.12) ดังนี้

(1) กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดในประเทศ มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 6 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(1.1) การเพิ่มประสิทธิภาพของตลาดกลางในแหล่งผลิต มีการดำเนินงาน 9 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 90.89 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.2) การเพิ่มปริมาณการรวบรวมและจำหน่ายผลผลิตคุณภาพผ่านสถาบันเกษตรกร มีการดำเนินงาน 8 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.3) การส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายสินค้าไปยังจังหวัดนอกแหล่งผลิต มีการดำเนินงาน 7 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.4) การเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

(1.5) การส่งเสริมการสร้างช่องทางตลาดรูปแบบใหม่ ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

(1.6) การส่งเสริมการสร้างระบบออนไลน์ ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

ดังนั้น เมื่อรวมผลการดำเนินงานทั้งกลยุทธ์ พบว่า ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 มีการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 24 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 48.48 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 2.43 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับน้อย

(2) กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 5 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(2.1) การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนในการดำเนินงานศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศ ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

(2.2) การสนับสนุนการเปิดตลาดใหม่ มีการดำเนินงาน 3 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(2.3) การสนับสนุนการรักษาและขยายตลาดเดิม ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

(2.4) การแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า มีการดำเนินงาน 4 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(2.5) การพัฒนาเครือข่ายการส่งออกและระบบโลจิสติกส์ มีการดำเนินงาน 2 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

ดังนั้น เมื่อรวมผลการดำเนินงานทั้งกลยุทธ์ พบว่า ภายใต้กลยุทธ์ที่ 2 มีการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 9 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 60.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.00 คะแนน กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับปานกลาง

(3) กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 2 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็น คือ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ และ 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้สดและแปรรูป ซึ่งทั้ง 2 ประเด็นดังกล่าว ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

(4) กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์ มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 2 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(4.1) การประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตผลไม้คุณภาพดี ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

(4.2) การรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ มีการดำเนินงาน 4 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

ดังนั้น เมื่อรวมผลการดำเนินงานทั้งกลยุทธ์ พบว่า ภายใต้กลยุทธ์ที่ 4 มีการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 4 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 50.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 2.50 คะแนน กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับน้อย

ตารางที่ 4.12 ผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน		หน่วยงานที่ดำเนินงาน
		ร้อยละ	คะแนน	
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดในประเทศ</b>	<b>24</b>	<b>48.48</b>	<b>2.43</b>	1. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
1. การเพิ่มประสิทธิภาพของตลาดกลางในแหล่งผลิต	9	90.89	4.56	2. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร
2. การเพิ่มปริมาณการรวบรวมและจำหน่ายผลผลิตคุณภาพผ่านสถาบันเกษตรกร	8	100.00	5.00	3. กรมส่งเสริมการเกษตร
3. การส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายสินค้าไปยังจังหวัดนอกแหล่งผลิต	7	100.00	5.00	
4. การเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ	0	0.00	0.00	
5. การส่งเสริมการสร้างช่องทางตลาดรูปแบบใหม่	0	0.00	0.00	
6. การส่งเสริมการสร้างระบบออนไลน์	0	0.00	0.00	
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ</b>	<b>9</b>	<b>60.00</b>	<b>3.00</b>	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
1. การสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนในการดำเนินงานศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศ	0	0.00	0.00	
2. การสนับสนุนการเปิดตลาดใหม่	3	100.00	5.00	
3. การสนับสนุนการรักษาและขยายตลาดเดิม	0	0.00	0.00	
4. การแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า	4	100.00	5.00	
5. การพัฒนาเครือข่ายการส่งออกและระบบโลจิสติกส์	2	100.00	5.00	
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้	0	0.00	0.00	
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้สดและแปรรูป	0	0.00	0.00	
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์</b>	<b>4</b>	<b>50.00</b>	<b>2.50</b>	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
1. การประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตผลไม้คุณภาพดี	0	0.00	0.00	
2. การรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ	4	100.00	5.00	

หมายเหตุ: การคำนวณผลการดำเนินงานภาพรวมระดับกลยุทธ์กำหนดให้ในแต่ละกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์มีน้ำหนักเท่ากัน

ที่มา: จากการสำรวจ

## 2) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์

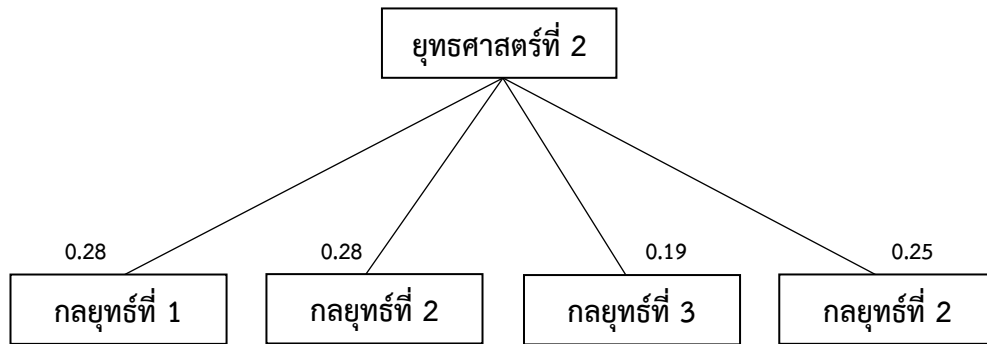
ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด (ภาคผนวกที่ 4) พบว่า กลยุทธ์ที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นอันดับ 1 มี 2 กลยุทธ์ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากัน คือ กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดในประเทศ และกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ ซึ่งมีค่าน้ำหนักความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 28 อันดับ 2 คือ กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 25 และอันดับ 3 คือ กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้และผลิตภัณฑ์แปรรูป คิดเป็นร้อยละ 19 (ตารางที่ 4.13 และภาพที่ 4.2) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.04 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องน่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

**ตารางที่ 4.13** ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 2

ผู้เชี่ยวชาญ	กลยุทธ์ที่ 1	กลยุทธ์ที่ 2	กลยุทธ์ที่ 3	กลยุทธ์ที่ 4	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.25	0.25	0.25	0.25	0.00
ท่านที่ 2	0.25	0.25	0.25	0.25	0.00
ท่านที่ 3	0.25	0.50	0.10	0.15	0.13
ท่านที่ 4	0.28	0.55	0.05	0.12	0.35
ท่านที่ 5	0.25	0.25	0.25	0.25	0.00
ท่านที่ 6	0.43	0.41	0.04	0.11	0.06
ท่านที่ 7	0.39	0.19	0.08	0.34	0.10
ท่านที่ 8	0.13	0.32	0.24	0.32	0.10
<b>ค่าเฉลี่ย<sup>1/</sup></b>	<b>0.28</b>	<b>0.28</b>	<b>0.19</b>	<b>0.25</b>	<b>0.04</b>
<b>ลำดับความสำคัญ</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.2 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 2

### 3) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญ

จากผลการประเมินกิจกรรม/โครงการ และผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 2 ข้างต้น เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาวิเคราะห์ร่วมกัน จะได้ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการตามค่าน้ำหนักความสำคัญซึ่งพบว่า กลยุทธ์การพัฒนาตลาดในประเทศ กลยุทธ์การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป และกลยุทธ์การส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์ ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน ซึ่งเมื่อกำหนดร่วมกับค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด บรรลุในระดับน้อย คิดเป็นค่าคะแนนรวม 2.15 คะแนน (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 2

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน (คะแนน)	น้ำหนัก	คะแนนรวม
		(1)	(2)	(1) x (2)
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด</b>				<b>2.15</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดในประเทศ</b>	<b>24</b>	<b>2.43</b>	<b>0.28</b>	<b>0.68</b>
1. การเพิ่มประสิทธิภาพของตลาดภายในแหล่งผลิต	9	4.56		
2. การเพิ่มปริมาณการรวบรวมและจำหน่าย	8	5.00		
ผลผลิตคุณภาพผ่านสถาบันเกษตรกร				
3. การส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายสินค้า	7	5.00		
ไปยังจังหวัดนอกแหล่งผลิต				
4. การเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลการนำเข้า	0	0.00		
ผลไม้จากต่างประเทศ				
5. การส่งเสริมการสร้างช่องทางการตลาด	0	0.00		
รูปแบบใหม่				
6. การส่งเสริมการสร้างระบบออนไลน์	0	0.00		

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน (คะแนน)	น้ำหนัก	คะแนนรวม
		(1)	(2)	(1) × (2)
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ</b>	<b>9</b>	<b>3.00</b>	<b>0.28</b>	<b>0.84</b>
1. การสนับสนุนและอำนวยความสะดวก ให้ภาคเอกชนในการดำเนินงานศูนย์กระจายสินค้า ในต่างประเทศ	0	0.00		
2. การสนับสนุนการเปิดตลาดใหม่	3	5.00		
3. การสนับสนุนการรักษาและขยายตลาดเดิม	0	0.00		
4. การแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านกฎระเบียบ การส่งออก/นำเข้า	4	5.00		
5. การพัฒนาเครือข่ายการส่งออกและระบบ โลจิสติกส์	2	5.00		
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สด และผลิตภัณฑ์แปรรูป</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>0.19</b>	<b>0.00</b>
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้	0	0.00		
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้สดและแปรรูป	0	0.00		
<b>กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการบริโภคผลไม้และ การประชาสัมพันธ์</b>	<b>4</b>	<b>2.50</b>	<b>0.25</b>	<b>0.63</b>
1. การประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตผลไม้คุณภาพดี	0	0.00		
2. การรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และ ผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ	4	5.00		

ที่มา: จากการคำนวณ

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มเกษตรกร เจ้าหน้าที่ในพื้นที่ และ  
ผู้ประกอบการ

จากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดในประเทศ กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป และกลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์ แยกตามผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีรายละเอียด ดังนี้

#### (1) ทูเรียน

เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนมีช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นตลาดแบบโมเดิร์นเทรด เช่น ส่งห้างสรรพสินค้า (ไอคอนสยาม ที่อชูปเปอร์มาร์เก็ต) เป็นต้น ตลาดในท้องถิ่น เช่น ล้ง พ่อค้า/แม่ค้า เป็นต้น และจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook (ทุเรียนออนไลน์ตระกูล

ต่อจันทบุรี ทุเรียนน้ำกร่อยอร่อยสุด ๆ นายยาม) หรือการจำหน่ายผ่าน Line และแพลตฟอร์มของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นต้น โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะจำหน่ายผลผลิตให้กับล้ง ซึ่งการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรจะมีทั้งแบบแยกกันจำหน่ายและรวมกลุ่มกันจำหน่าย ที่ผ่านมามีการจำหน่ายของเกษตรกรจะเป็นการจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศจะเป็นการจำหน่ายโดยพ่อค้าคนกลาง อีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้จะมีการจำหน่ายในรูปผลสดแล้ว เกษตรกรบางกลุ่มยังมีการนำผลผลิตตากแดดไปแปรรูปเป็นสินค้าอื่น ๆ บ้างเล็กน้อย เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน เป็นต้น แต่ส่วนใหญ่เป็นการแปรรูปเพื่อบริโภคเองในครัวเรือน หรือแจกญาติพี่น้อง ไม่มีผลผลิตเหลือมากพอไปแปรรูปเพื่อการค้า เนื่องจากที่ผ่านมาราคาของทุเรียนอยู่ในเกณฑ์ดีและมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทำให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายในรูปผลสดได้หมด นอกจากนี้ ยังมีเกษตรกรบางรายเปิดสวนของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร อย่างไรก็ตาม ในด้านการตลาดเกษตรกรประสบปัญหาในเรื่องทุเรียนอ่อนที่ออกสู่ตลาด แรงงานบางรายของล้งที่เข้ามาตัดผลผลิตขาดความชำนาญทำให้ตัดทุเรียนอ่อนออกไป และการควบคุมคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ทำได้ยาก เนื่องจากผลผลิตเกิดเสียหายระหว่างการขนส่ง ทำให้ผู้บริโภคปลายทางได้รับผลผลิตที่มีคุณภาพไม่ดีเท่าที่ควร ประกอบกับเกิดสินค้าตกค้างในช่วงวันหยุดยาว ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาทุเรียนอ่อนที่ออกสู่ตลาดและหาเครื่องมือหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการตรวจทุเรียนอ่อนแทนการผ่าผลผลิต และอยากให้ภาครัฐหรือเอกชนเข้ามาอบรมหรือถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่แรงงานเกี่ยวกับเกี่ยวผลผลิตทุเรียนให้มีความรู้/ความเข้าใจในการเกี่ยวผลผลิตมากขึ้น เพื่อลดปัญหาการตัดทุเรียนอ่อน นอกจากนี้ ในสถานการณ์ปัจจุบันที่ราคาทุเรียนอยู่ในเกณฑ์ดีมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกษตรกรโค่นต้นยางพารา มังคุด และลองกองทิ้ง แล้วหันมาปลูกทุเรียนแทน ทำให้เกษตรกรบางส่วนเกิดความกังวลในเรื่องของราคาผลผลิตที่อาจจะตกต่ำในอนาคต จึงอยากให้ภาครัฐศึกษาข้อมูลเพื่อหาแนวทางหรือมาตรการในการแก้ไขปัญหาหากเกิดเหตุการณ์ดังกล่าว เพื่อเตรียมความพร้อมในอนาคตที่ปริมาณทุเรียนอาจจะล้นตลาด เช่น การแปรรูปผลผลิตเป็นสินค้าในรูปแบบอื่น ๆ นอกจากทุเรียนทอด และทุเรียนกวน

## (2) มังคุด

เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดส่วนใหญ่จำหน่ายผลผลิตในรูปผลสด เกษตรกรมีช่องทางในการจำหน่ายหลายช่องทาง โดยช่องทางการจำหน่ายมังคุดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การจำหน่ายในรูปแบบของการประมูล ซึ่งมีการประมูลในจังหวัดชุมพร และนครศรีธรรมราช โดยเกษตรกรแต่ละรายในกลุ่มจะรวบรวมผลผลิตมาไว้ที่ลานเทและให้ผู้ประมูลมาทำการประมูลราคา และต่อมานำมาใช้ในจังหวัดจันทบุรีด้วย โดยการจำหน่ายรูปแบบนี้ ทำให้เกษตรกรได้รับราคาที่เหมาะสมผลตามคุณภาพผลผลิตที่เกษตรกรคัดสรรแล้วตามเกรดต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีการจำหน่ายให้กับล้ง พ่อค้า/แม่ค้าในพื้นที่ พ่อค้า/แม่ค้าเร่จากต่างจังหวัดที่เข้ามาจอดรถรับซื้อผลผลิตตามข้างทาง และการจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook (สวนมะเขือใหญ่ Giant Eggplant Garden) และ Line ส่วนในเรื่องการแปรรูปผลผลิตมังคุด ที่ผ่านมามีเกษตรกรเคยนำผลผลิตตากแดดมาทำการแปรรูป



เป็นมังคุดกวน แต่เกษตรกรหลายรายได้ให้ข้อมูลว่าทำได้ยาก เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการแปรรูปนานและมีขั้นตอนค่อนข้างยุ่งยาก ประกอบกับมังคุดจำหน่ายหมดไม่มีเหลือให้แปรรูป ยกเว้นมังคุดคัดทิ้งที่ขายไม่ได้มีปัญหาเนื้อแก้วย่างไหล อย่างไรก็ตาม ด้านวัสดุอุปกรณ์การตลาด เกษตรกรประสบปัญหาในเรื่องการขาดแคลนวัสดุ/อุปกรณ์ในการรวบรวมผลผลิต เช่น ตะกร้าเหล็ก เครื่องคัดมังคุดแบบสายพานขนาดเล็ก เต้นท์ เป็นต้น บางแห่งโรงเรือนในการรวบรวมผลผลิตมีขนาดค่อนข้างเล็ก ทำให้ไม่สามารถรวบรวมผลผลิตของเกษตรกรได้หมด ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนโรงเรือน และวัสดุ/อุปกรณ์ในการรวบรวมผลผลิต สนับสนุนบรรจุกฎภัณฑ์สำหรับการจำหน่ายผลผลิตผ่านระบบออนไลน์ และสนับสนุนห้องเย็นสำหรับเก็บรักษาผลผลิตในช่วงที่ปริมาณผลผลิตล้นตลาด

### (3) เงาะ

เกษตรกรผู้ปลูกเงาะมีช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายผลผลิตให้กับตลาดแบบโมเดิร์นเทรด (ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างสรรพสินค้า เดอะมอลล์ และฟู้ดแลนด์ ซูเปอร์มาร์เก็ต) ล้งในพื้นที่ พ่อค้า/แม่ค้ารถเร่ พ่อค้า/แม่ค้าในต่างจังหวัด (ตลาดไท ตลาดนครปฐม และตลาดสี่มุมเมือง) สหกรณ์ หน่วยงานราชการ และจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook (สวนผลไม้เจริญชัย สวนสหอยการ์เด็นโฮม) และ Line ที่ผ่านมามีการจำหน่ายผลผลิตส่วนใหญ่ของเกษตรกรเป็นการจำหน่ายภายในประเทศโดยจำหน่ายผ่านล้ง ส่วนการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศจะเป็นการจำหน่ายโดยพ่อค้าคนกลางอีกทอดหนึ่ง ซึ่งการจำหน่ายผลผลิตส่วนใหญ่นอกจากจะจำหน่ายในรูปผลสดแล้ว เกษตรกรในอำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี (วิสาหกิจชุมชนบ้านแม่ตะปอนน้อย) ได้มีการนำผลผลิตตากแดดมาแปรรูปเป็นน้ำจิ้มสุกี้ และเกษตรกรในอำเภอนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี แปรรูปเป็นเงาะฟรีซดราย (Freeze Dry) และเงาะอบแห้ง ซึ่งมีต้นทุนในการแปรรูปที่ค่อนข้างสูง สำหรับสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในปัจจุบัน สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดได้เข้ามาสนับสนุนตะกร้าใส่ผลไม้ให้แก่เกษตรกร และช่วยเหลือเกษตรกรในกระจายผลผลิตออกสู่ตลาดในพื้นที่ต่างจังหวัดผ่านโครงการรถเร่ อีกทั้ง เกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีเปิดสวนของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนเจริญชัย) อย่างไรก็ตาม ในด้านการตลาดเกษตรกรประสบปัญหาในเรื่องการขนส่งที่ล่าช้า โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการจำกัดการเดินทางข้ามจังหวัด ส่งผลให้ผลผลิตบางส่วนได้รับความเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภค ประกอบกับขนของเงาะที่เหี่ยวและค้าง่ายทำให้ผลผลิตไม่สวยเมื่อถึงปลายทาง และต้นทุนในการแปรรูปที่ค่อนข้างสูง ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนบรรจุกฎภัณฑ์เพื่อรักษาความสดและความสวยของผลผลิต และสนับสนุนวัสดุ/อุปกรณ์ หรือเงินทุนเพื่อส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตให้แก่เกษตรกร

### (4) ลองกอง

เกษตรกรผู้ปลูกลองกองมีช่องทางในการจำหน่ายผลผลิตหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายผลผลิตให้กับล้งเจ้าประจำในพื้นที่ พ่อค้า/แม่ค้าในพื้นที่ พ่อค้า/แม่ค้าต่างจังหวัด (ตลาดไท ตลาดในต่างจังหวัด

เช่น ขอนแก่น อ่างทอง ลพบุรี พระนครศรีอยุธยา และภูเก็ต) และการจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line เป็นต้น โดยการจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์จะเป็นผลผลิตเกรดพรีเมียม การจำหน่ายผลผลิตลองกองของเกษตรกรเกือบทั้งหมดเป็นการจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศจะเป็นการจำหน่ายโดยพ่อค้าคนกลางอีกทอดหนึ่ง ผลผลิตนอกจากจะมีการจำหน่ายในรูปผลสดแล้วเกษตรกรบางรายยังมีการนำผลผลิตตากเกรดไปแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าอื่น ๆ เช่น น้ำลองกอง ลองกองกวน และแยมลองกอง อีกทั้งเกษตรกรยังมีแนวคิดที่จะแปรรูปเป็นไวน์ลองกอง และน้ำส้มสายชู นอกจากนี้ มีเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีเปิดสวนของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนคิงนิง จันทบูร) อย่างไรก็ตาม ในด้านการตลาดสินค้าลองกองนั้น เกษตรกรประสบปัญหาในเรื่องราคาผลผลิตตกเกรดที่ราคาต่ำเกินไป นอกจากนี้ ยังมีบางส่วนผลผลิตได้รับความเสียหายระหว่างการขนส่ง ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาผลผลิตประเภทตกเกรดให้มีราคาสูงขึ้น ตลอดจนการหาวิธีการหรือแนวทางที่จะสามารถรักษาคุณภาพของผลผลิตให้คงเดิมจนกว่าจะถึงมือผู้บริโภค ปลายทาง รวมถึงส่งเสริมการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต

#### (5) ลำไย

การจำหน่ายผลผลิตลำไยเกษตรกรส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้กับล้งในพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมี การจำหน่ายให้กับตลาดแบบโมเดิร์นเทรด (ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต แม็คโครและบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด) ตลอดจนการจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Line ส่วนตัว ซึ่งการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ที่ผ่านมามีได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีและคาดว่าตลาดออนไลน์ในอนาคตจะเติบโตมากยิ่งขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงหันมาบริโภคสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้นซึ่งการจำหน่ายผลผลิตส่วนใหญ่ของเกษตรกรเป็นการจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศจะเป็น การจำหน่ายโดยพ่อค้าคนกลางอีกทอดหนึ่ง โดยผลผลิตส่วนใหญ่จะจำหน่ายในรูปผลสด สำหรับการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งนั้น พ่อค้าคนกลางหรือล้งจะเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งที่ผ่านมาเกษตรกรและผู้ประกอบการชาวไทย เคยทำการแปรรูปแต่ไม่สามารถจำหน่ายได้จนต้องปิดกิจการ เนื่องจากพ่อค้าจีนจะรับซื้อเฉพาะผู้จำหน่ายที่เคย ทำการค้าร่วมกันเท่านั้น ส่งผลให้เกิดการผูกขาดตลาด อย่างไรก็ตาม ในด้านการตลาดเกษตรกรประสบปัญหา ในเรื่องราคาผลผลิตตกต่ำ การคัดเกรดผลผลิตไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน (ขนาดของผลผลิตขึ้นกับล้งผู้รับซื้อซึ่งนำ เครื่องมือการคัดเกรดมาเอง) ผู้รับซื้อ (ล้ง) บางรายไม่มีความซื่อสัตย์ในการซื้อขาย เช่น แจ้งว่าจะมาเก็บผลผลิต แต่ไม่เข้ามาเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกรตามที่นัดหมายไว้ ทำให้ผลผลิตร่วงหล่น หรือสุกเกินไป ผลผลิตได้รับความเสียหายเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐแก้ไข ปัญหาาราคาผลผลิตที่ตกต่ำ มีการประกันภัยผลผลิตให้แก่เกษตรกรหากผลผลิตได้รับความเสียหาย เพิ่มช่องทาง การตลาดให้มากขึ้นและหาแนวทางให้ภาครัฐเป็นผู้ส่งออกเองในลักษณะรัฐบาลสู่รัฐบาล (Government to Government หรือ G to G) และมีการกำหนดมาตรฐานการคัดเกรดผลผลิตที่เป็นกลางและเป็นที่ยอมรับ ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

## (6) ลิ้นจี่

การจำหน่ายผลผลิตลิ้นจี่ส่วนใหญ่จำหน่ายในรูปของผลสด มีผู้รับซื้อ (ล้ง) ทั้งในและต่างจังหวัด เข้ามารับซื้อผลผลิตในพื้นที่ และมีการจำหน่ายให้กับตลาดแบบโมเดิร์นเทรด เช่น ส่งห้างสรรพสินค้า (เดอะมอลล์) ร้านเลมอนฟาร์ม ตลาดสดองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร ตลาดไท และตลาดในท้องถิ่น เช่น พ่อค้า/แม่ค้า หน่วยงานราชการ เป็นต้น สำหรับในช่วงปี 2563 เกษตรกรประสบปัญหาในกระจายสินค้า เนื่องจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เกษตรกรจึงปรับตัวหันมาจำหน่ายผลผลิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ตลาดออนไลน์ของบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด Facebook (ลิ้นจี่ฮงฮวย พรีเมียม Aa กลุ่มเกษตรกรห้วยป่ากล้วย) และ Line เพิ่มเติมจากช่องทางเดิม โดยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคค่อนข้างดี แต่อย่างไรก็ตาม การจำหน่ายของเกษตรกรส่วนใหญ่จะเป็นการจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนการจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศจะเป็นการจำหน่ายโดยพ่อค้าคนกลางจำหน่ายไปยังเป็นผู้ส่งออกอีกทอดหนึ่ง ผลผลิตนอกจากจะมีการจำหน่ายในรูปผลสดแล้วยังมีการนำผลผลิตตากเกรดและผลผลิตที่ไม่สามารถจำหน่ายได้ไปแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่า เช่น แยมลิ้นจี่ เป็นต้น เช่น จังหวัดพะเยามีอาจารย์จากมหาวิทยาลัยพะเยานำผลผลิตของเกษตรกรไปแปรรูปเป็นไวน์ลิ้นจี่ ลิ้นจี่อบแห้ง ไซรัปลิ้นจี่ น้ำลิ้นจี่ และไอศกรีมลิ้นจี่ ซึ่งเมื่อจำหน่ายแล้วจะนำเงินที่ได้จากการจำหน่ายกลับมาให้กลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้ จังหวัดต่าง ๆ ยังได้มีการจัดงานเพื่อประชาสัมพันธ์ผลไม้ของแต่ละจังหวัด เช่น การแข่งขันจักรยานเสือภูเขา ครอสคันทรี “ชม ชิม ช้อป ลิ้นจี่แม่ใจ ครั้งที่ 1” งานเทศกาลลิ้นจี่และของดีเมืองพะเยา งานเทศกาลงานลิ้นจี่ของดีตำบลเมืองจิง จังหวัดน่าน อย่างไรก็ตาม ในด้านการตลาดนี้ เกษตรกรประสบปัญหาในเรื่องราคาผลผลิตตกต่ำ เนื่องจากการกำหนดราคาผลผลิตจะถูกกำหนดจากล้งและพ่อค้าคนกลาง การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้มีการสกัดกั้นการเดินทางข้ามเขตจังหวัด ส่งผลให้การกระจายสินค้าไปยังตลาดนอกแหล่งผลิตทำได้ยาก อีกทั้ง ลิ้นจี่เป็นผลไม้ที่เน่าเสียง่าย ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายไปยังจังหวัดที่อยู่ไกลพื้นที่แหล่งผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดงานเทศกาลมักตรงกับช่วงระยะเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร ทำให้เกษตรกรไม่สามารถเข้าร่วมได้ เนื่องจากแรงงานมีน้อย และลิ้นจี่เป็นผลไม้ที่มีช่วงระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวค่อนข้างสั้นซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาราคาผลผลิตที่ตกต่ำ สนับสนุนบรรจุมันท์ให้ผลผลิตคงสภาพความสดและคุณภาพให้นานมากขึ้น และส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและยืดอายุการบริโภค

## (7) มะม่วง

เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตมะม่วงส่วนใหญ่ในรูปผลสด และการจำหน่ายมีทั้งแบบแยกกันจำหน่ายและรวมกลุ่มกันจำหน่าย ซึ่งมีช่องทางในการจำหน่ายหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการตลาดแบบโมเดิร์นเทรด เช่น ส่งห้างสรรพสินค้า (ท็อป ซูเปอร์มาร์เก็ต) เป็นต้น หรือจำหน่ายในตลาดท้องถิ่น เช่น พ่อค้า/แม่ค้า สหกรณ์ หน่วยงานราชการ เป็นต้น นอกจากนี้ ในช่วงระยะเวลา 1 – 2 ปีที่ผ่านมา เกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เกษตรกรมีการปรับตัวหันมาจำหน่ายผลผลิตผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น

Facebook และ Line เพิ่มอีกหนึ่งช่องทาง โดยมีหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ สหกรณ์จังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด ร่วมกันกระจายผลผลิตของเกษตรกรไปยังจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งสามารถช่วยกระจายผลผลิตของเกษตรกรได้ในปริมาณมาก โดยที่ผ่านมากการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรจะเป็นการจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนการจำหน่ายไปยังตลาดในต่างประเทศจะเป็นการจำหน่ายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง/บริษัทอีกทอดหนึ่ง นอกจากนี้ ผลผลิตนอกจากจะมีการจำหน่ายในรูปผลสดเพื่อการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกต่างประเทศแล้ว ยังมีการนำผลผลิตตากแดดไปแปรรูปเป็นสินค้าต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่า เช่น มะม่วงกวน มะม่วงดอง มะม่วงแช่อิ่ม มะม่วงแช่บ๊วย และไอศกรีมมะม่วง เป็นต้น แต่การแปรรูปดังกล่าวก็ยังไม่สามารถทำได้ทำในเชิงพาณิชย์เต็มรูปแบบ ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายรายย่อยของเกษตรกรแต่ละราย อย่างไรก็ตามในด้านการตลาด เกษตรกรประสบปัญหาในเรื่องการกระจายผลผลิตออกสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศทำได้ยาก ส่งผลให้เกิดภาวะสินค้าล้นตลาดจนทำให้ราคาตกต่ำ เนื่องจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เกษตรกรจึงมีข้อเสนอแนะอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยหาช่องทางในการกระจายสินค้าทั้งในและต่างประเทศให้เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนภูมิภาคพบว่า ราคาผลไม้บางชนิด เช่น ลำไย ถูกผูกขาดโดยพ่อค้าชาวจีนส่งผลให้เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาต่ำ เกษตรกรขาดแคลนแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต และขาดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการรักษาผลผลิตให้คงคุณภาพสดใหม่

ในส่วนของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการมีการรับซื้อผลผลิตของเกษตรกรตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผลและกำหนดราคาซื้อผลผลิตอย่างเป็นธรรม มีการจัดทำข้อตกลงซื้อ - ขายสินค้าเป้าหมายล่วงหน้าทั้งกับเกษตรกรและผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศ มีการจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ เช่น จีน บรูไน ฮองกง เกาหลี ญี่ปุ่น กัมพูชา เวียดนาม เมียนมา และมาเลเซีย เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการบางรายเป็นผู้ส่งออกเอง และบางรายรับซื้อผลผลิตผ่านบริษัทเพื่อการส่งออกอีกทอดหนึ่ง โดยจากการจำหน่ายที่ผ่านมาผู้ประกอบการประสบปัญหาช่วงผลผลิตของเกษตรกรออกมามากพร้อมกันปริมาณมาก รับซื้อได้เพียงตามศักยภาพของผู้ประกอบการแต่ละราย กฎเกณฑ์ในการส่งออกทุเรียนมีข้อจำกัด โดยกำหนดให้ทุเรียนที่ส่งออกได้จะต้องเป็นทุเรียนที่มีใบรับรองมาตรฐาน GAP เท่านั้น ในขณะที่เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนยังมีใบรับรองมาตรฐาน GAP ไม่ถึงร้อยละ 50 ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกน้อยกว่าความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้ง การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้สถานประกอบการ (ล้ง) กระจายสินค้าออกสู่ตลาด ได้ยาก และขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากมีการสกัดกั้นการเดินทางระหว่างจังหวัด ทำให้แรงงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไม่สามารถเข้ามารับจ้างได้

กล่าวโดยสรุปในยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการ มีความสำเร็จในระดับปานกลางจนถึงน้อย และเมื่อเชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องให้น้ำหนักไปยังกลยุทธ์ที่ 1 และกลยุทธ์ที่ 2 เท่ากัน คือ ร้อยละ 28 ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนกิจกรรม/โครงการ

ในกลยุทธ์ที่ 1 และกลยุทธ์ที่ 2 ที่มีอยู่ถึง 24 และ 9 กิจกรรม/โครงการ ตามลำดับ ทำให้ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญได้คะแนนเพียง 2.15 คะแนน ซึ่งหมายถึง ยุทธศาสตร์ที่ 2 เกิดผลสำเร็จในระดับน้อย ประกอบกับผลจากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด พบว่า เกษตรกรมีการรวมกลุ่มกันจำหน่ายผลผลิตในรูปแบบของการประมูล และมีการจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Line และแพลตฟอร์มของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด เป็นต้น ตลอดจนมีหน่วยงานในพื้นที่เข้ามาสนับสนุนวัสดุ/อุปกรณ์ และช่วยในการกระจายผลผลิตออกสู่ตลาดในพื้นที่ต่างจังหวัดทั่วประเทศ ทำให้การตลาดภายในประเทศดีขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่สำคัญที่สุดคือ ผลผลิตเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง เนื่องจากผลไม้เป็นสินค้าที่มีความเปราะบาง เน่าเสียหาย และมีระยะเวลาในการขนส่งค่อนข้างจำกัด ประกอบกับผลผลิตเกรดลดราคาต่ำ เนื่องจากมีปริมาณผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก และการกำหนดราคาส่วนใหญ่จะถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลาง รองลงมาคือ การระบาดของ COVID-19 ที่มีการสกัดกั้นเส้นทางข้ามจังหวัด ส่งผลให้การกระจายผลผลิตทั้งในและต่างประเทศทำได้ยาก อีกทั้ง แรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิตขาดความเข้าใจและความชำนาญ ส่งผลให้มีผลผลิตที่ไม่ถึงระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวออกสู่ตลาด ทำให้ผลผลิตไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร (ทุเรียนอ่อน) การคัดเกรดของพ่อค้าคนกลางไม่มีมาตรฐาน ส่งผลให้เกษตรกรได้รับราคาในการจำหน่ายผลผลิตที่ไม่เป็นธรรม ต้นทุนในการแปรรูปค่อนข้างสูง ขาดแคลนวัสดุ/อุปกรณ์ในการรวบรวมผลผลิต ประกอบกับโรงเรือนมีขนาดเล็กไม่เพียงพอสำหรับรวบรวมผลผลิตของเกษตรกร (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 ปัญหาอุปสรรคที่พบภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

รายการ	ทุเรียน	มังคุด	เงาะ	ลองกอง	ลำไย	ลิ้นจี่	มะม่วง
แรงงานขาดความชำนาญในการเก็บเกี่ยวผลผลิต	●						
ผลผลิตเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง	●		●	●			
ผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19						●	●
ขาดแคลนวัสดุ/อุปกรณ์ และโรงเรือนในการรวบรวมผลผลิตมีขนาดเล็ก		●					
ต้นทุนในการแปรรูปสูง			●				
ผลผลิตเน่าเสียง่าย			●				
ผลผลิตเกรดลดราคาต่ำ				●	●	●	
การคัดเกรดไม่มีมาตรฐาน					●		

ที่มา: จากการสำรวจ

### 4.2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา

1) ผลการประเมินตามกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อน 3 กลยุทธ์ ซึ่งแต่ละกลยุทธ์ มีผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการ (ตามตารางที่ 4.16) ดังนี้

(1) กลยุทธ์ที่ 1 การวิจัยด้านการผลิต มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 3 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(1.1) การวิจัยการพัฒนาคุณภาพผลผลิต มีการดำเนินงาน 149 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.2) การวิจัยเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว มีการดำเนินงาน 15 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(1.3) การวิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีการดำเนินงาน 2 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

ดังนั้น เมื่อรวมผลการดำเนินงานทั้งกลยุทธ์ พบว่า ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 มีการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 166 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(2) กลยุทธ์ที่ 2 การวิจัยด้านการตลาด มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 3 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็น มีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(2.1) การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้ ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

(2.2) การวิจัยระบบโลจิสติกส์ มีการดำเนินงาน 4 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

(2.3) การวิจัยคุณภาพทางโภชนาการและการใช้ประโยชน์ของผลไม้ ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

ดังนั้น เมื่อรวมผลการดำเนินงานทั้งกลยุทธ์ พบว่า ภายใต้กลยุทธ์ที่ 2 มีการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 4 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 33.33 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 1.67 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับน้อยที่สุด

(3) กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 1 ประเด็น คือ มีหน่วยงานในการกำกับดูแล การรวบรวมงานวิจัย การเข้าถึงและใช้ประโยชน์งานวิจัย และมีมาตรฐานรองรับงานวิจัย มีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการเกิดความสำเร็จในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 4.16 ผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน		หน่วยงานที่ดำเนินงาน
		ร้อยละ	คะแนน	
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การวิจัยการผลิต</b>	<b>166</b>	<b>100.00</b>	<b>5.00</b>	1. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
1. การวิจัยการพัฒนาคุณภาพผลผลิต	149	100.00	5.00	2. กรมวิชาการเกษตร
2. การวิจัยเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว	15	100.00	5.00	
3. การวิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์	2	100.00	5.00	
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การวิจัยด้านการตลาด</b>	<b>4</b>	<b>33.33</b>	<b>1.67</b>	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
1. การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้	0	0.00	0.00	
2. การวิจัยระบบโลจิสติกส์	4	100.00	5.00	
3. การวิจัยคุณภาพทางโภชนาการและการใช้ประโยชน์ของผลไม้	0	0.00	0.00	
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย</b>	<b>1</b>	<b>100.00</b>	<b>5.00</b>	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มีหน่วยงานกลางในการกำกับดูแล การรวบรวมงานวิจัย การเข้าถึง และ ใช้ประโยชน์งานวิจัยและมีมาตรฐานรองรับงานวิจัย	1	100.00	5.00	

หมายเหตุ: การคำนวณผลการดำเนินงานภาพรวมระดับกลยุทธ์กำหนดให้ในแต่ละกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์มีน้ำหนักเท่ากัน

ที่มา: จากการสำรวจ

## 2) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์

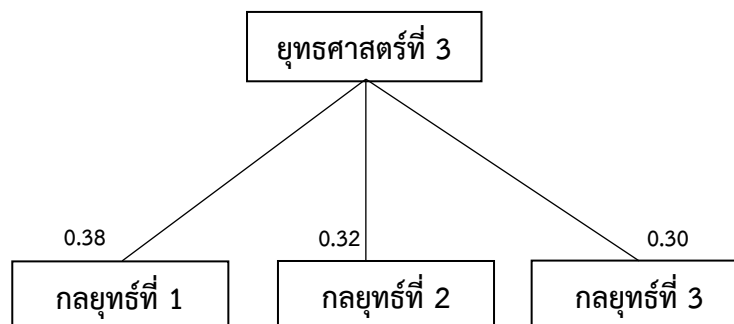
ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา (ภาคผนวกที่ 4) พบว่า กลยุทธ์ที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 3 เป็นอันดับ 1 คือ กลยุทธ์ที่ 1 การวิจัยด้านผลผลิต คิดเป็นร้อยละ 38 อันดับ 2 คือ กลยุทธ์ที่ 2 การวิจัยด้านการตลาด คิดเป็นร้อยละ 32 และอันดับ 3 คือ กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย คิดเป็นร้อยละ 30 (ตารางที่ 4.17 และภาพที่ 4.3) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.01 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 3

ผู้เชี่ยวชาญ	กลยุทธ์ที่ 1	กลยุทธ์ที่ 2	กลยุทธ์ที่ 3	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.33	0.33	0.33	0.00
ท่านที่ 2	0.33	0.33	0.33	0.00
ท่านที่ 3	0.70	0.23	0.07	0.16
ท่านที่ 4	0.70	0.07	0.23	0.41
ท่านที่ 5	0.33	0.33	0.33	0.00
ท่านที่ 6	0.33	0.33	0.33	0.00
ท่านที่ 7	0.59	0.25	0.16	0.05
ท่านที่ 8	0.67	0.23	0.09	0.19
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.38	0.32	0.30	0.01
ลำดับความสำคัญ	1	2	3	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.3 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 3



### 3) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญ

จากผลการประเมินกิจกรรม/โครงการ และผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 3 เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาวิเคราะห์ร่วมกัน จะได้ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการตามค่าน้ำหนักความสำคัญซึ่งพบว่า กลยุทธ์การวิจัยการผลิต และกลยุทธ์การบริหารจัดการงานวิจัย สามารถทำได้ตามแผน ในขณะที่กลยุทธ์การวิจัยด้านการตลาดไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน ซึ่งเมื่อคำนวณร่วมกับค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนาบรรลุในระดับมาก คิดเป็นค่าคะแนนรวม 3.93 (ตารางที่ 4.18)

**ตารางที่ 4.18** ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 3

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน (คะแนน)	น้ำหนัก	คะแนนรวม (1) x (2)
		(1)	(2)	(1) x (2)
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา</b>				<b>3.93</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การวิจัยการผลิต</b>	<b>166</b>	<b>5.00</b>	<b>0.38</b>	<b>1.90</b>
1. การวิจัยการพัฒนาคุณภาพผลผลิต	149	5.00		
2. การวิจัยเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว	15	5.00		
3. การวิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์	2	5.00		
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การวิจัยด้านการตลาด</b>	<b>4</b>	<b>1.67</b>	<b>0.32</b>	<b>0.53</b>
1. การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้	0	0.00		
2. การวิจัยระบบโลจิสติกส์	4	5.00		
3. การวิจัยคุณภาพทางโภชนาการและการใช้ประโยชน์ของผลไม้	0	0.00		
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย</b>	<b>1</b>	<b>5.00</b>	<b>0.30</b>	<b>1.50</b>
มีหน่วยงานกลางในการกำกับดูแล การรวบรวมงานวิจัย การเข้าถึง และใช้ประโยชน์งานวิจัย และมีมาตรฐานรองรับงานวิจัย	1	5.00		

ที่มา: จากการคำนวณ

### 4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มเกษตรกร และเจ้าหน้าที่ในพื้นที่

จากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 การวิจัยด้านการผลิต กลยุทธ์ที่ 2 การวิจัยด้านการตลาด และกลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย พบว่า มีหน่วยงานวิจัยในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาผลผลิต เช่น การใช้เทคโนโลยีในการวัดความชื้นในดิน เพื่อควบคุมปริมาณน้ำที่จะส่งผลต่อการผลิตออกผลของทุเรียนและมังคุด ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้กับผลไม้ชนิดอื่นที่ต้องควบคุมปริมาณน้ำในดิน เพื่อการผลิต

ออกผลได้เช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีเกษตรกรบางรายที่มีปัญหาเรื่องโรคพืชและแมลงรบกวนผลผลิต เช่น เกษตรกรผู้ปลูกเงาะ (โรคเพี้ยแป้ง) และลองกอง (ผีเสื้อ แมลงวันทอง และเชื้อราขาว) ซึ่งกรมวิชาการเกษตร ได้มีการศึกษาเรื่องดังกล่าวไว้ และควรรีบเผยแพร่ความรู้ วิธีปฏิบัติ ป้องกัน และการกำจัดให้เกษตรกรต่อไป

ส่วนในกลยุทธ์ที่ 2 การวิจัยด้านการตลาด ซึ่งไม่ปรากฏผลการดำเนินงานวิจัยพฤติกรรม การบริโภคผลไม้ นั้น เนื่องจากการสนทนากลุ่มกับเกษตรกรผู้ผลิตมังคุดให้ข้อสังเกตว่า ผู้บริโภคในประเทศจีน รับประทานมังคุดที่มีหูเขียว โดยเกษตรกรให้ความรู้ว่ามีมังคุดหูเขียวถึงแม้ว่าจะมีรสชาติเปรี้ยวกว่ามังคุดหูดำ แต่รูปลักษณ์ผลสวยงามและมีสีสันท่ารับประทาน จึงทำให้เป็นค่านิยมอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อมังคุด ของชาวจีน

สำหรับการวิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ จากที่กล่าวมาข้างต้นในผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการ ถึงแม้จะทำให้ได้ตามเป้าหมาย แต่งานวิจัยดังกล่าวมีเพียง 2 โครงการ ซึ่งน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวน ผลไม้ทั้ง 7 ชนิด และเมื่อพิจารณาร่วมกับผลการสนทนากลุ่มเกษตรกร พบว่า เกษตรกรมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์น้อย เนื่องจากสามารถจำหน่ายผลผลิตในรูปแบบผลสดได้หมด จึงไม่มีเหลือสำหรับแปรรูป ยกเว้นแปรรูปเพื่อการบริโภค ในครัวเรือน อย่างไรก็ตาม ผลไม้ทั้ง 7 ชนิดนั้น ยังมีผลผลิตส่วนหนึ่งที่เป็นผลผลิตแบบตกเกรด และจำหน่ายได้ในราคาต่ำมาก แต่เกษตรกรมีความจำเป็นต้องจำหน่ายผลผลิตออกไป เนื่องจากหากเก็บไว้จะเน่าเสีย ประกอบกับการแปรรูปมีขั้นตอนที่ค่อนข้างยุ่งยากและต้องใช้เวลาานาน นอกจากนี้ เมื่อแปรรูปแล้วเกษตรกร ไม่มีช่องทางทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าที่แน่นอน

กล่าวโดยสรุปในยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการ มีความสำเร็จค่อนข้างมาก และเมื่อเชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักที่ผู้เชี่ยวชาญให้นำหนักไปยังกลยุทธ์ที่ 1 ถึงร้อยละ 38 ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนกิจกรรม/โครงการในกลยุทธ์ที่ 1 ที่มีอยู่ถึง 166 กิจกรรม/โครงการ ประกอบกับ ผลจากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด พบว่า มีการวิจัยและพัฒนาด้านการผลิตอยู่บ้าง ไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคโนโลยีในการวัดความชื้นในดิน การวิจัยเพื่อหาวิธีป้องกันโรคและแมลงศัตรูพืชต่าง ๆ ทำให้ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญได้คะแนน 3.93 ซึ่งหมายถึง ยุทธศาสตร์ที่ 3 เกิดผลสำเร็จ ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม การวิจัยด้านการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค ผลไม้ การวิจัยระบบโลจิสติกส์ และการวิจัยคุณภาพทางโภชนาการและการใช้ประโยชน์ของผลไม้มียังมีน้อย

#### 4.2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการและเกษตรกร

##### 1) ผลการประเมินตามกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการและเกษตรกร มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อน 2 กลยุทธ์ ซึ่งแต่ละกลยุทธ์ มีผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการ (ตารางที่ 4.19) ดังนี้

(1) กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 3 ประเด็น ซึ่งแต่ละประเด็นมีผลการดำเนินงาน ดังนี้

(1.1) การจัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่าย ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

(1.2) การพัฒนาองค์กรเกษตรกร/ภาครัฐ มีการดำเนินงาน 1 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการบรรลุในระดับมากที่สุด

(1.3) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

ดังนั้น เมื่อรวมผลการดำเนินงานทั้งกลยุทธ์ พบว่า ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 มีการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 1 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 33.33 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 1.67 กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการบรรลุในระดับน้อยที่สุด

(2) กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว มีมาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน 1 ประเด็น คือ การพัฒนาเกษตรกรรายใหญ่/Smart Farmer ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้เอง ซึ่งไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน

ตารางที่ 4.19 ผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 4

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน		หน่วยงานที่ดำเนินงาน
		ร้อยละ	คะแนน	
<b>กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร</b>	<b>1</b>	<b>33.33</b>	<b>1.67</b>	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
1. การจัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่าย	0	0.00	0.00	
2. การพัฒนาองค์กรเกษตรกร/ภาครัฐ	1	100.00	5.00	
3. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล	0	0.00	0.00	
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	
การพัฒนาเกษตรกรรายใหญ่/ Smart Farmer ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการ ได้เอง	0	0.00	0.00	

หมายเหตุ: การคำนวณผลการดำเนินงานภาพรวมระดับกลยุทธ์กำหนดให้ในแต่ละกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์มีน้ำหนักเท่ากัน

ที่มา: จากการสำรวจ

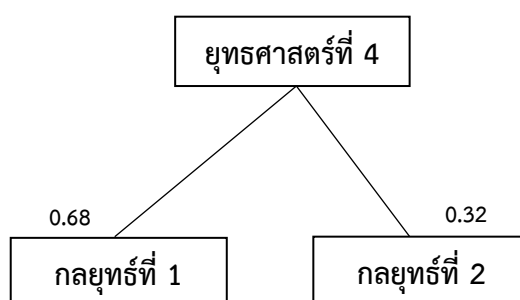
#### 4) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางองค์กรและเกษตรกร (ภาคผนวกที่ 4) พบว่า กลยุทธ์ที่มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ 4 เป็นอันดับ 1 คือ กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 68 และอันดับ 2 คือ กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 32 (ตารางที่ 4.20 และภาพที่ 4.4) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.00 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องน่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 4

ผู้เชี่ยวชาญ	กลยุทธ์ที่ 1	กลยุทธ์ที่ 2	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.50	0.50	0.00
ท่านที่ 2	0.50	0.50	0.00
ท่านที่ 3	0.83	0.17	0.00
ท่านที่ 4	0.88	0.13	0.00
ท่านที่ 5	0.50	0.50	0.00
ท่านที่ 6	0.50	0.50	0.00
ท่านที่ 7	0.90	0.10	0.00
ท่านที่ 8	0.83	0.17	0.00
ค่าเฉลี่ย	0.68	0.32	0.00
ลำดับความสำคัญ	1	2	

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.4 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 4

#### 4) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญ

จากผลการประเมินกิจกรรม/โครงการ และผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์ที่ 4 ข้างต้น เมื่อนำทั้ง 2 ส่วนมาวิเคราะห์ร่วมกัน จะได้ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการตามค่าน้ำหนักความสำคัญซึ่งพบว่า กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร และกลยุทธ์การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยวไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผน ซึ่งเมื่อกำหนดร่วมกับค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางค์กรและเกษตรกรบรรลุในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าคะแนนรวม 1.14 คะแนน (ตารางที่ 4.21)

**ตารางที่ 4.21** ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 4

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน (คะแนน)	น้ำหนัก	คะแนนรวม
		(1)	(2)	(1) x (2)
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางค์กรและเกษตรกร</b>				<b>1.14</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร</b>	<b>1</b>	<b>1.67</b>	<b>0.68</b>	<b>1.14</b>
1. การจัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่าย	0	0.00		
2. การพัฒนางค์กรเกษตรกร/ภาครัฐ	1	5.00		
3. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล	0	0.00		
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว</b>	<b>0</b>	<b>0.00</b>	<b>0.32</b>	<b>0.00</b>
การพัฒนาเกษตรกรรายใหญ่/Smart Farmer ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้เอง	0	0.00		

ที่มา: จากการคำนวณ

#### 4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มเกษตรกร และเจ้าหน้าที่ในพื้นที่

จากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนางานองค์กรและเกษตรกร ภายใต้กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร และกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว แยกตามผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีรายละเอียด ดังนี้

##### (1) ทุเรียน

เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเป็นเกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่ เช่น แปลงใหญ่ทุเรียน หมู่ 10 ตำบลซึ้ง อำเภอลำดวน จังหวัดจันทบุรี แปลงใหญ่ทุเรียนตำบลเขาบายศรี อำเภอน้ำใหม่ จังหวัดจันทบุรี แปลงใหญ่ตำบลสองสลึง อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง แปลงใหญ่ทุเรียนทะเลทรัพย์ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดชุมพร เป็นต้น เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม เช่น การดูแลคุณภาพผลผลิต และการลดต้นทุนการผลิต โดยมีช่องทางการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่หลากหลายทั้งการไปมาหาสู่ และการติดต่อผ่านช่องทาง Line อย่างไรก็ตาม

ยังมีเกษตรกรอีกส่วนหนึ่งที่ไม่ได้เป็นสมาชิกแปลงใหญ่ แต่สามารถดำเนินการได้ด้วยตัวเอง ไม่พึ่งพารัฐบาลมากนัก สามารถผลิตและจำหน่ายได้ตามกลไกตลาด

#### (2) มังคุด

เกษตรกรผู้ปลูกมังคุดส่วนใหญ่ค่อนข้างเข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแปลงใหญ่ เช่น กลุ่มแปลงใหญ่มังคุดตำบลพลับพลา อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี กลุ่มมังคุดแปลงใหญ่ตำบลท่าหลวง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี กลุ่มแปลงใหญ่มังคุดตำบลท่ามะปลา อำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร กลุ่มมังคุดแปลงใหญ่ อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น ซึ่งการรวมกลุ่มทำให้สมาชิกในกลุ่มมีการแลกเปลี่ยนความรู้ และมีการบริหารจัดการทั้งด้านการผลิตและการตลาดที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขายสินค้าแบบประมูล โดยการคัดเกรดและคุณภาพสินค้า ทำให้เกษตรกรมีอำนาจต่อรองราคาและสามารถกำหนดราคาได้ อย่างไรก็ตาม มีเกษตรกรบางรายที่ไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มเพื่อผลิตและจำหน่ายก็สามารถขายได้ แต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับผู้รับซื้อ ซึ่งประธานกลุ่มมังคุดข้างต้นแจ้งว่า มีการรับเกษตรกรเข้ากลุ่มเป็นระยะ ๆ ขึ้นอยู่กับความพร้อมของเกษตรกรที่จะปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของกลุ่ม โดยเฉพาะกฎที่สำคัญข้อหนึ่ง คือ การคัดเกรดผลผลิตที่ดีได้มาตรฐานไปขายในการประมูล ซึ่งถ้าพบเกษตรกรที่ไม่มีความซื่อสัตย์ในการคัดเกรดแล้วก็จะทำการไล่ออกจากกลุ่มทันที

#### (3) เงาะ

เกษตรกรผู้ปลูกเงาะบางรายมีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแปลงใหญ่ เช่น แปลงใหญ่เงาะ หมู่ 2 ตำบลทุ่งเบญจา อำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี แปลงใหญ่เงาะตำบลเทพนิมิต อำเภอเขาสมิง จังหวัดจันทบุรี แปลงใหญ่เงาะวังตะเคียน อำเภอเขาสมิงจังหวัดจันทบุรี และกลุ่มเงาะแปลงใหญ่ อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี

#### (4) ลองกอง

เกษตรกรผู้ปลูกลองกองบางรายมีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแปลงใหญ่ เช่น แปลงใหญ่ลองกอง อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี แปลงใหญ่ลองกองอำเภอศรีสาคร จังหวัดนราธิวาส เป็นต้น

#### (5) ลำไย

เกษตรกรผู้ปลูกลำไยบางรายมีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแปลงใหญ่ เช่น แปลงใหญ่ลำไย หมู่ 10 ตำบลโป่งน้ำร้อน อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี เป็นต้น ซึ่งการรวมกลุ่มทำให้สมาชิกในกลุ่มมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันทั้งในเรื่องการผลิตและการตลาด

#### (6) ลิ้นจี่

เกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ในจังหวัดพะเยามีการจัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์ผลิตลิ้นจี่คุณภาพห้วยปากกล้วย ซึ่งเกษตรกรในกลุ่มมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน และมีการขั้นตอนในการผลิตและการตลาดที่เป็นไปในลักษณะทิศทางเดียวกัน

## (7) มะม่วง

เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงมีการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มแปลงใหญ่ เช่น แปลงใหญ่อ่าวน้อยอำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ แปลงใหญ่มะม่วงอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นต้น นอกจากนี้ จังหวัดฉะเชิงเทรามีการจัดตั้งสหกรณ์ชมรมชาวสวนมะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง เนื่องจากมีนโยบายรวมกันจำหน่ายผลผลิต เพื่อประโยชน์ของสมาชิกในกลุ่มเป็นหลัก

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนภูมิภาคพบว่า การรวมกลุ่มของเกษตรกร บางกลุ่มยังขาดความเข้มแข็งและขาดผู้นำที่มีความสามารถ ดังนั้น ควรมีการพัฒนากลุ่มเกษตรกรให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ตลอดจนมีการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน และช่วยเหลือกัน

กล่าวโดยสรุปในยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการองค์กรและเกษตรกร ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการ มีความสำเร็จค่อนข้างน้อย และเมื่อเชื่อมโยงกับผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักที่ผู้เชี่ยวชาญให้น้ำหนัก ไปยังกลยุทธ์ที่ 1 ถึงร้อยละ 68 ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินกิจกรรม/โครงการในกลยุทธ์ที่ 1 ทำให้ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญในภาพรวมยุทธศาสตร์ที่ 4 ได้คะแนนเพียง 1.14 ซึ่งหมายถึง ยุทธศาสตร์ที่ 4 เกิดผลสำเร็จในระดับน้อยที่สุด ประกอบกับผลจากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด พบว่า เกษตรกรที่มีการรวมกลุ่มจะมีอำนาจในการต่อรองราคาผลผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด ซึ่งใช้วิธีการจำหน่ายผลผลิตในรูปแบบการประมูล ซึ่งผลผลิตต้องมีคุณภาพ โดยการรวมกลุ่มส่วนใหญ่ข้างต้น เป็นเกษตรกรที่มีการรวมกลุ่มมานานแล้วและเริ่มมีความเข้มแข็ง แต่มีเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้อีกจำนวนหนึ่งที่ไม่เข้าร่วมกลุ่มกับเกษตรกรรายอื่น เนื่องจากไม่ได้สมัครเข้ากลุ่มตั้งแต่แรก แต่ยังสามารถดำเนินทั้งการผลิตและการตลาดได้ด้วยตัวเอง อย่างไรก็ตาม เกษตรกรที่มีการรวมกลุ่มจะมีอำนาจต่อรองมากกว่า และเมื่อพิจารณา ร่วมกับผลการดำเนินกิจกรรม/โครงการตามที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า กลยุทธ์ในการสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร และกลยุทธ์การพัฒนาเกษตรกรรายเดียวยังดำเนินการได้น้อย

#### 4.2.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ

##### 1) ผลการประเมินตามกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ มีกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนเพียง 1 กลยุทธ์ คือ กลยุทธ์การพัฒนาฐานข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดที่ครอบคลุมผลไม้เมืองร้อนและกิ่งเมืองร้อนมีการดำเนินงาน 1 กิจกรรม/โครงการ และมีผลการดำเนินงานคิดเป็นร้อยละ 100.00 ของแผนการดำเนินงาน หรือคิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 (ตารางที่ 4.22) กล่าวคือ การดำเนินกิจกรรม/โครงการบรรลุในระดับมากที่สุด



ตารางที่ 4.22 ผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน		หน่วยงานที่ดำเนินงาน
		ร้อยละ	คะแนน	
กลยุทธ์การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ	1	100.00	5.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ
การพัฒนาฐานข้อมูลด้านการผลิตการตลาดที่ครอบคลุมผลไม้เมืองร้อน และกิ่งเมืองร้อน	1	100.00	5.00	

หมายเหตุ: การคำนวณผลการดำเนินงานภาพรวมระดับกลยุทธ์กำหนดให้ในแต่ละกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์มีน้ำหนักเท่ากัน

ที่มา: จากการสำรวจ

## 2) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ต่อยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ เนื่องจากภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว มีกลยุทธ์การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพียงกลยุทธ์เดียวเท่านั้น จึงไม่จำเป็นต้องเปรียบเทียบค่าน้ำหนักความสำคัญแต่อย่างใด

## 3) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญ

จากผลการประเมินกิจกรรม/โครงการในยุทธศาสตร์ที่ 5 ข้างต้น พบว่า การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบสารสนเทศ บรรลุในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 (ตารางที่ 4.23)

**ตารางที่ 4.23** ผลการดำเนินงานและค่าน้ำหนักในระดับกิจกรรม/โครงการภายใต้กลยุทธ์และยุทธศาสตร์ที่ 5

ประเด็น	จำนวนกิจกรรม/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน (คะแนน)	คะแนนรวม
ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ			5.00
กลยุทธ์การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ	1	5.00	5.00
การพัฒนาฐานข้อมูลด้านการผลิตการตลาดที่ครอบคลุม ผลไม้เมืองร้อนและกิ่งเมืองร้อน	1	5.00	

ที่มา: จากการคำนวณ

## 4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มเกษตรกร และเจ้าหน้าที่ในพื้นที่

จากการสนทนากลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีการบันทึกข้อมูลที่แตกต่างกัน หากเป็นเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ เช่น แปลงใหญ่ ส่วนใหญ่จะมีการบันทึกข้อมูลการผลิต และการตลาดได้ดีกว่าเกษตรกรรายย่อยที่ไม่ได้รวมกลุ่ม นอกจากนี้ ข้อมูลการผลิตและการตลาดนั้น มีหน่วยงานในพื้นที่ที่รับผิดชอบตามภารกิจเป็นผู้รวบรวม เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 1 – 12 ซึ่งรวบรวมข้อมูลและประมาณการผลผลิตก่อนที่ผลผลิตจะออกสู่ตลาด หากคาดว่าปริมาณผลผลิตจะมีมากหรือน้อยจะมีการรายงานในที่ประชุมคณะกรรมการเพื่อแก้ไขปัญหาเกษตรกรอันเนื่องมาจากผลิตผลการเกษตรระดับจังหวัดทราบ เพื่อวางแผนการตลาดในพื้นที่และประสานไปยังเจ้าหน้าที่ในสำนักงานพาณิชย์จังหวัดในการกระจายผลผลิตออกไปทั่วประเทศต่อไป

สำหรับข้อมูลผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ในเรื่องการผลิต (จำนวนคร้วเรือน เนื้อที่ยืนต้น เนื้อที่ให้ผลผลิต ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ฤดูกาลผลิต) แบ่งตามจังหวัด ภาค และภาพรวมระดับประเทศ ตลอดจนข้อมูลด้านการตลาด (ปริมาณ มูลค่า การส่งออก การนำเข้า ราคาที่เกษตรกรขายได้) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเป็นผู้รวบรวมไว้ในภาพรวม เพื่อการศึกษาการวิจัยและใช้ประโยชน์อื่น ๆ ในอนาคต ส่วนข้อมูลการผลิตรายคร้วเรือนในระดับ

ตำบล อำเภอ และจังหวัด มีหน่วยงานในพื้นที่รวบรวมไว้ คือ สำนักงานเกษตรตำบล สำนักงานเกษตรอำเภอ และสำนักงานเกษตรจังหวัด นอกจากนี้ มีข้อมูลมาตรฐานสินค้าที่สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติรวบรวมไว้ในรูปแบบแอปพลิเคชัน TAS2GO ให้ผู้ที่สนใจสามารถเข้าถึงข้อมูลได้

กล่าวโดยสรุปในยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ถึงแม้ผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการ มีความสำเร็จค่อนข้างมาก แต่การดำเนินกิจกรรม/โครงการยังมีน้อย ซึ่งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น คือ การบันทึกข้อมูลบางส่วนของเกษตรกรเป็นการบันทึกลงบนกระดาษ ข้อมูลที่บันทึกในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ในหน่วยงานส่วนภูมิภาค บางรายการยังไม่เป็นไปตามหมวดหมู่ที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

#### 4.3 ผลการประเมินในระดับพันธกิจ และวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

ในส่วนนี้จะเป็นการประเมินผลในระดับยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจ และพันธกิจต่อวิสัยทัศน์ ซึ่งจะนำผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ในหัวข้อ 4.2 มาวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจ และพันธกิจต่อวิสัยทัศน์ โดยผลการประเมินประกอบด้วย ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญ และผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

##### 4.3.1 ผลการวิเคราะห์ในระดับยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจ

การดำเนินงานตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 มีพันธกิจ 7 ข้อ คือ

พันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพและขยายการผลิตนอกฤดู และการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อสร้างโอกาสการตลาดและเพิ่มรายได้จากการผลิต

พันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต โดยพัฒนาและส่งเสริมการแปรรูปที่เน้นการต่อยอดผลงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม

พันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยพัฒนาตลาดกลางผลไม้ สนับสนุนการกระจายสินค้าของภาคเอกชน การเชื่อมโยงการตลาด รวมทั้ง ให้ความสำคัญทั้งตลาดหลักเดิม ตลาดใหม่ และตลาดเพื่อนบ้านชายแดน และการเจรจาแก้ไขปัญหา อันเนื่องมาจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก

พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ทั้งในและต่างประเทศ

พันธกิจที่ 5 พัฒนาองค์กรและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง

พันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน

พันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผลให้มีครบถ้วนในทุกด้าน ถูกต้อง และทันเหตุการณ์ และเป็นเอกภาพ

นอกจากนี้ มียุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อน 5 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งแต่ละยุทธศาสตร์อาจส่งผลไปยังพันธกิจแต่ละข้อแตกต่างกัน ซึ่งมีผลการประเมิน ดังนี้

##### 1) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญ

##### (1) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 1

ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ ต่อพันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพและขยายการผลิตนอกฤดู และการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อสร้างโอกาสการตลาดและเพิ่มรายได้จากการผลิต พบว่า ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อพันธกิจที่ 1 เป็นอันดับ 1 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต คิดเป็นร้อยละ 26 อันดับ 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 23 อันดับ 3 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด คิดเป็นร้อยละ 21 อันดับ 4 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 16 และอันดับ 5 คือ

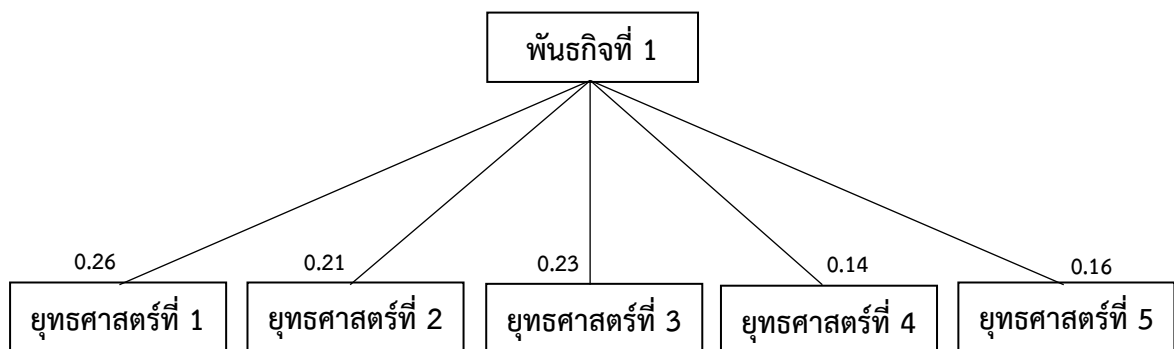
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการและเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 14 (ตารางที่ 4.24 และภาพที่ 4.5) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.04 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 1

ผู้เชี่ยวชาญ	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.19	0.22	0.22	0.07	0.29	0.03
ท่านที่ 2	0.22	0.25	0.14	0.24	0.15	0.04
ท่านที่ 3	0.35	0.05	0.36	0.15	0.09	0.04
ท่านที่ 4	0.57	0.13	0.20	0.08	0.03	0.38
ท่านที่ 5	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.00
ท่านที่ 6	0.20	0.56	0.03	0.14	0.07	0.13
ท่านที่ 7	0.22	0.45	0.17	0.06	0.10	0.06
ท่านที่ 8	0.37	0.08	0.30	0.12	0.13	0.05
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.26	0.21	0.23	0.14	0.16	0.04
ลำดับความสำคัญ	1	3	2	5	4	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวนเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.5 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจข้อที่ 1

## (2) ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 2

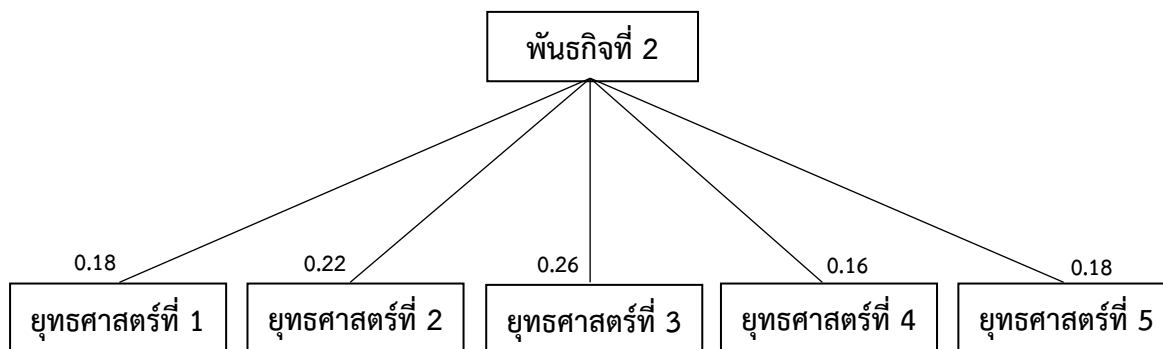
ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต โดยพัฒนาและส่งเสริมการแปรรูปที่เน้นการต่อยอดผลงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม พบว่า ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อพันธกิจที่ 2 เป็นอันดับ 1 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 26 อันดับ 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด คิดเป็นร้อยละ 22 อันดับ 3 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริการจัดการการผลิต และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 18 และร้อยละ 18 และอันดับ 4 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาองค์กรและเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 16 (ตารางที่ 4.25 และภาพที่ 4.6) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.05 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่าข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องน่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 2

ผู้เชี่ยวชาญ	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.14	0.36	0.21	0.07	0.22	0.10
ท่านที่ 2	0.09	0.12	0.20	0.25	0.34	0.03
ท่านที่ 3	0.09	0.16	0.55	0.09	0.11	0.06
ท่านที่ 4	0.49	0.03	0.14	0.25	0.09	0.32
ท่านที่ 5	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.00
ท่านที่ 6	0.22	0.29	0.11	0.24	0.13	0.02
ท่านที่ 7	0.33	0.16	0.35	0.09	0.07	0.08
ท่านที่ 8	0.10	0.13	0.28	0.32	0.17	0.26
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.18	0.22	0.26	0.16	0.18	0.05
ลำดับความสำคัญ	3	2	1	4	3	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.6 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 2

(3) ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 3

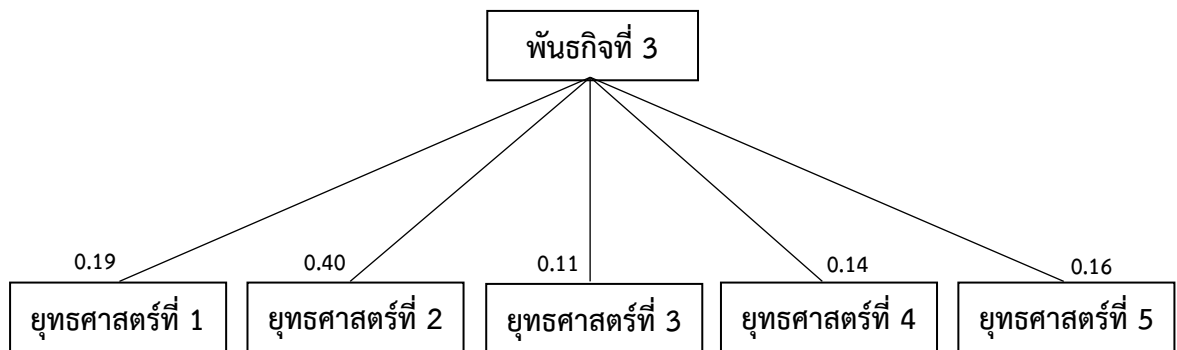
ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยพัฒนาตลาดกลางผลไม้ สนับสนุนการกระจายสินค้าของภาคเอกชน การเชื่อมโยงการตลาด รวมทั้ง ให้ความสำคัญทั้งตลาดหลักเดิม ตลาดใหม่ และตลาดเพื่อนบ้านชายแดน และการเจรจาแก้ไขปัญหาอันเนื่องมาจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก พบว่า ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อพันธกิจที่ 3 เป็นอันดับ 1 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด คิดเป็นร้อยละ 40 อันดับ 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต คิดเป็นร้อยละ 19 อันดับ 3 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 16 อันดับ 4 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางค์กรและเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 14 และอันดับ 5 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 11 (ตารางที่ 4.26 และภาพที่ 4.7) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.03 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องน่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 3

ผู้เชี่ยวชาญ	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	อัตราส่วน ความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.26	0.26	0.11	0.07	0.29	0.03
ท่านที่ 2	0.26	0.26	0.11	0.26	0.10	0.01
ท่านที่ 3	0.18	0.56	0.12	0.08	0.07	0.05
ท่านที่ 4	0.22	0.46	0.11	0.10	0.10	0.97
ท่านที่ 5	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.00
ท่านที่ 6	0.15	0.59	0.05	0.13	0.07	0.04
ท่านที่ 7	0.28	0.43	0.11	0.11	0.07	0.13
ท่านที่ 8	0.07	0.52	0.09	0.13	0.20	0.03
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.19	0.40	0.11	0.14	0.16	0.03
ลำดับความสำคัญ	2	1	5	4	3	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.7 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 3

(4) ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 4

ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อพันธกิจที่ 4 เป็นอันดับ 1 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด คิดเป็นร้อยละ 35 อันดับ 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต คิดเป็นร้อยละ 21 อันดับ 3 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 19 อันดับ 4 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการและเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 13 และอันดับ 5



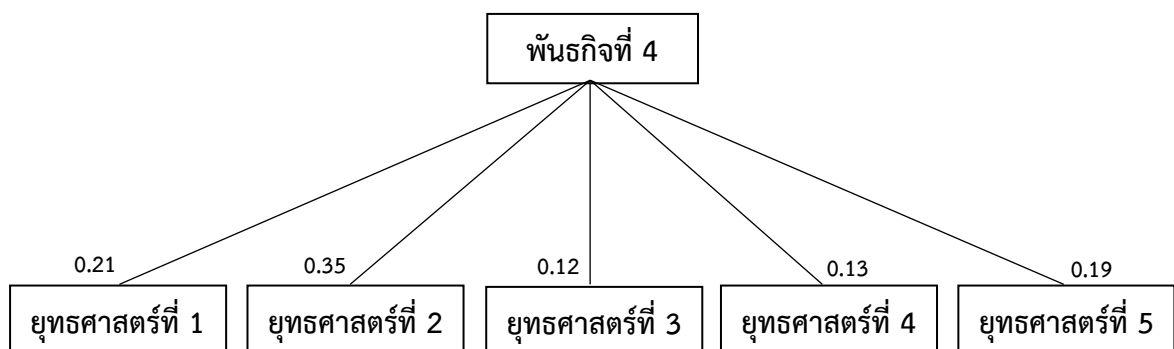
คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 12 ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.05 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องน่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 4

ผู้เชี่ยวชาญ	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.27	0.27	0.12	0.08	0.27	0.03
ท่านที่ 2	0.28	0.30	0.08	0.19	0.15	0.09
ท่านที่ 3	0.06	0.57	0.08	0.19	0.10	0.13
ท่านที่ 4	0.11	0.27	0.28	0.16	0.18	2.23
ท่านที่ 5	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.00
ท่านที่ 6	0.13	0.63	0.05	0.13	0.05	0.04
ท่านที่ 7	0.28	0.30	0.06	0.08	0.28	0.03
ท่านที่ 8	0.08	0.40	0.19	0.12	0.22	0.10
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.21	0.35	0.12	0.13	0.19	0.05
ลำดับความสำคัญ	2	1	5	4	3	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> จำนวนเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.8 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 4

## (5) ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 5

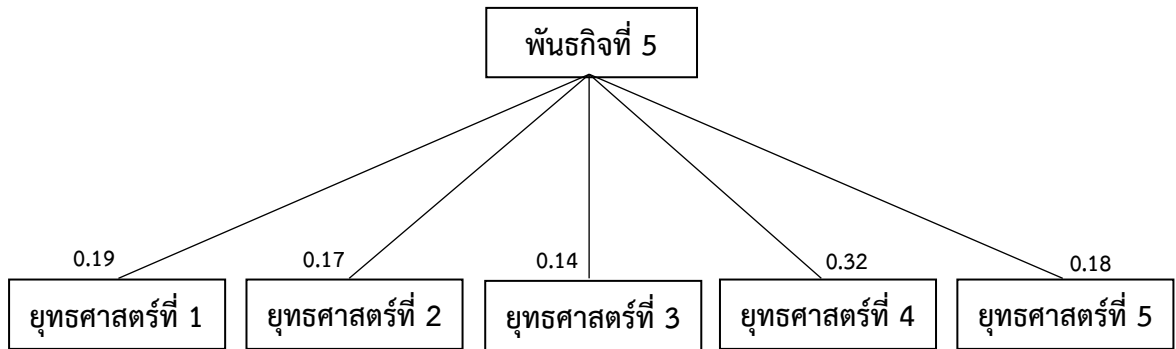
ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 5 พัฒนางองค์กร และเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง พบว่า ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อพันธกิจที่ 5 เป็นอันดับ 1 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางองค์กรและเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 32 อันดับ 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต คิดเป็นร้อยละ 19 อันดับ 3 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 18 อันดับ 4 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด คิดเป็นร้อยละ 17 และอันดับ 5 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 14 (ตารางที่ 4.28 และภาพที่ 4.9) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.05 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องน่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 5

ผู้เชี่ยวชาญ	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.19	0.15	0.09	0.29	0.28	0.08
ท่านที่ 2	0.20	0.10	0.24	0.25	0.20	0.09
ท่านที่ 3	0.19	0.10	0.14	0.37	0.20	1.02
ท่านที่ 4	0.48	0.09	0.16	0.17	0.09	1.18
ท่านที่ 5	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.00
ท่านที่ 6	0.31	0.32	0.03	0.28	0.06	0.02
ท่านที่ 7	0.27	0.07	0.07	0.25	0.34	0.19
ท่านที่ 8	0.07	0.08	0.11	0.57	0.18	0.07
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.19	0.17	0.14	0.32	0.18	0.05
ลำดับความสำคัญ	2	4	5	1	3	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.9 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 5

(6) ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 6

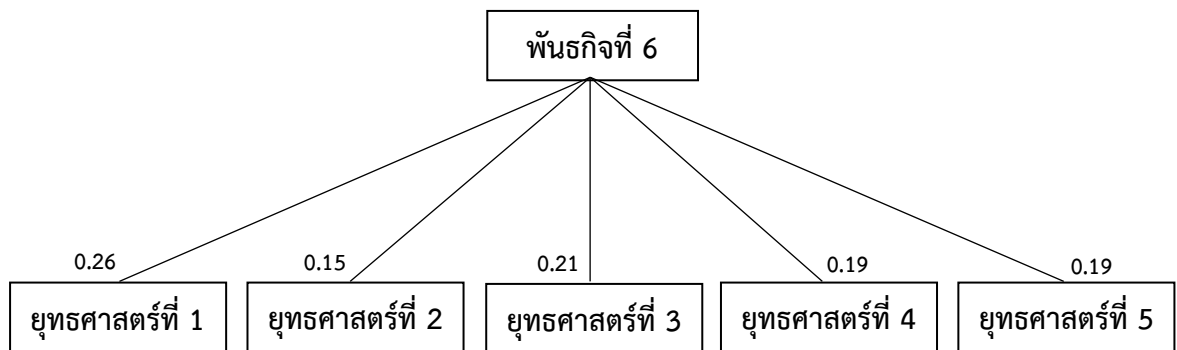
ผลการวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าผลไม้เมืองร้อน พบว่า ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อพันธกิจข้อที่ 6 เป็นอันดับ 1 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต คิดเป็นร้อยละ 26 อันดับ 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา คิดเป็นร้อยละ 21 อันดับ 3 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนองค์กรและเกษตรกร และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 19 เท่ากัน และอันดับ 4 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด คิดเป็นร้อยละ 15 (ตารางที่ 4.29 และภาพที่ 4.10) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.03 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 6

ผู้เชี่ยวชาญ	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	อัตราส่วน ความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.19	0.09	0.26	0.14	0.33	0.11
ท่านที่ 2	0.36	0.24	0.12	0.13	0.15	0.06
ท่านที่ 3	0.36	0.04	0.37	0.16	0.07	0.04
ท่านที่ 4	0.50	0.09	0.12	0.12	0.17	1.35
ท่านที่ 5	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.00
ท่านที่ 6	0.16	0.19	0.07	0.22	0.36	0.04
ท่านที่ 7	0.29	0.12	0.25	0.17	0.16	0.59
ท่านที่ 8	0.22	0.07	0.30	0.22	0.19	0.03
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.26	0.15	0.21	0.19	0.19	0.03
ลำดับความสำคัญ	1	4	2	3	3	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.10 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 6

(7) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 7

ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูลไม่ผลให้มีความครบถ้วนทุกด้าน ถูกต้อง ทันเหตุการณ์และเป็นเอกภาพ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่มีความสำคัญต่อพันธกิจที่ 7 เป็นอันดับ 1 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 39 อันดับ 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด คิดเป็นร้อยละ 17 อันดับ 3 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต คิดเป็นร้อยละ 16 อันดับ 4 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา

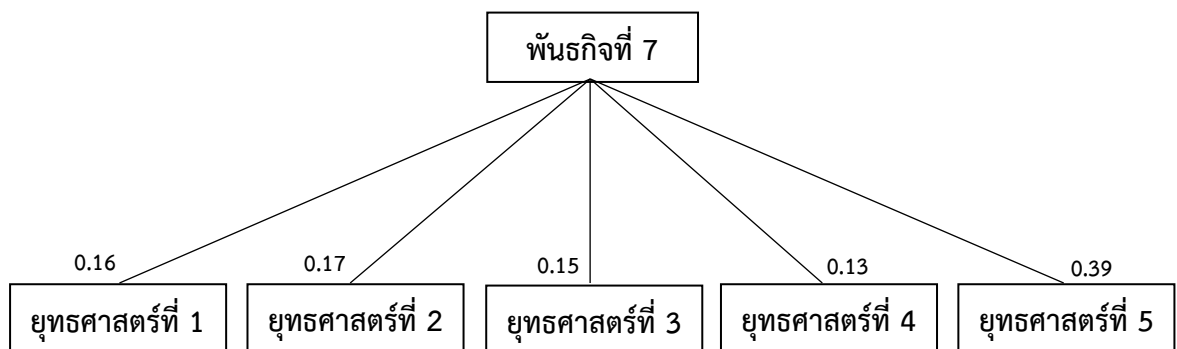
คิดเป็นร้อยละ 15 และอันดับ 5 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการและเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 0.13 (ตารางที่ 4.30 และภาพที่ 4.11) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.04 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้องน่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 7

ผู้เชี่ยวชาญ	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	อัตราส่วนความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.16	0.22	0.22	0.08	0.32	0.07
ท่านที่ 2	0.13	0.17	0.22	0.26	0.22	0.02
ท่านที่ 3	0.14	0.14	0.05	0.08	0.60	0.08
ท่านที่ 4	0.23	0.03	0.06	0.14	0.54	0.39
ท่านที่ 5	0.20	0.20	0.20	0.20	0.20	0.00
ท่านที่ 6	0.17	0.43	0.09	0.11	0.19	0.18
ท่านที่ 7	0.21	0.15	0.09	0.09	0.46	0.10
ท่านที่ 8	0.11	0.11	0.11	0.11	0.56	0.00
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.16	0.17	0.15	0.13	0.39	0.04
ลำดับความสำคัญ	3	2	4	5	1	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ

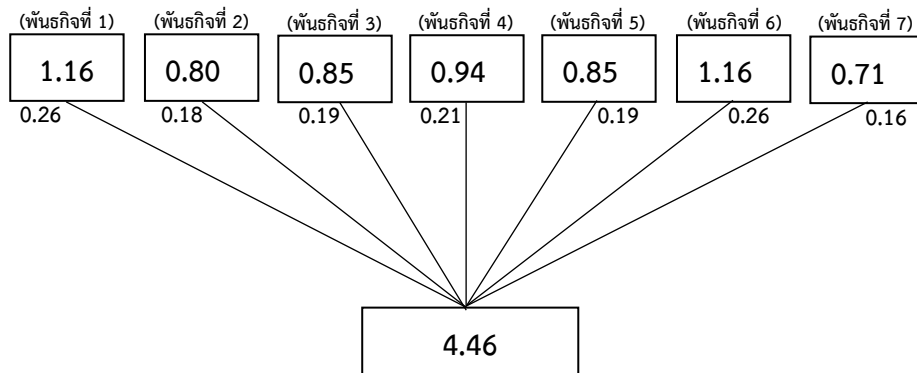


ภาพที่ 4.11 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจที่ 7

## 2) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญ

(1) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ที่ 1 ต่อแต่ละพันธกิจ

จากผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญในข้อ 4.2.1 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ 4.46 คะแนน (ตารางที่ 4.10) ซึ่งเมื่อนำไปกระจายตามค่าน้ำหนักความสำคัญสู่แต่ละพันธกิจที่คำนวณไว้ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 มีส่วนผลักดันพันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และพันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน มากที่สุด ด้วยคะแนน 1.16 คะแนนเท่ากัน รองลงมา คือ พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ ด้วยคะแนน 0.94 คะแนน ส่วนการผลักดันของยุทธศาสตร์ที่ 1 ไปยังพันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ และพันธกิจที่ 5 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร ให้มีความเข้มแข็ง ด้วยคะแนน 0.85 คะแนนเท่ากัน ส่วนอีก 2 อันดับสุดท้ายที่ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งผลไปถึง คือ พันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต และพันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูล ด้วยคะแนน 0.80 และ 0.71 คะแนน ตามลำดับ (แผนภาพที่ 4.12)

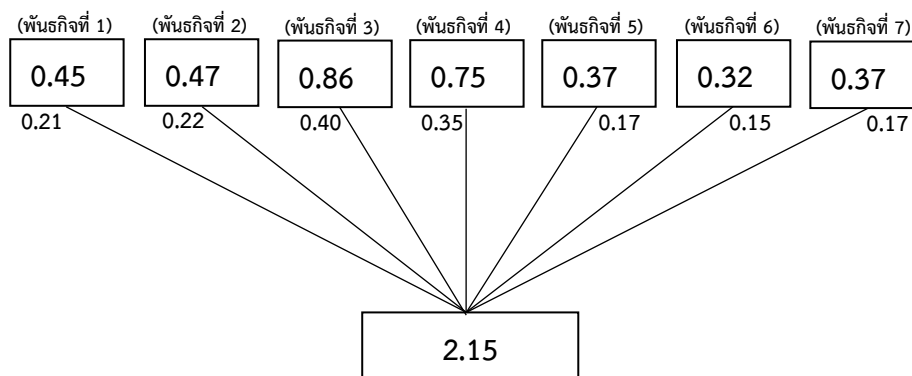


ภาพที่ 4.12 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 1 ต่อแต่ละพันธกิจ

(2) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ที่ 2 ต่อแต่ละพันธกิจ

จากผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญในข้อ 4.2.2 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ 2.15 (ตารางที่ 4.14) ซึ่งเมื่อนำไปกระจายตามค่าน้ำหนักความสำคัญสู่แต่ละพันธกิจที่คำนวณไว้ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 2 มีส่วนผลักดันพันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศมากที่สุด ด้วยคะแนน 0.86 คะแนน รองลงมา คือ พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ ด้วยคะแนน 0.75 คะแนน พันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต ด้วยคะแนน 0.47 คะแนน พันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ด้วยคะแนน 0.45 คะแนน ส่วนที่เหลืออีก 3 พันธกิจนั้น ยุทธศาสตร์ที่ 1 สามารถผลักดันพันธกิจที่ 5

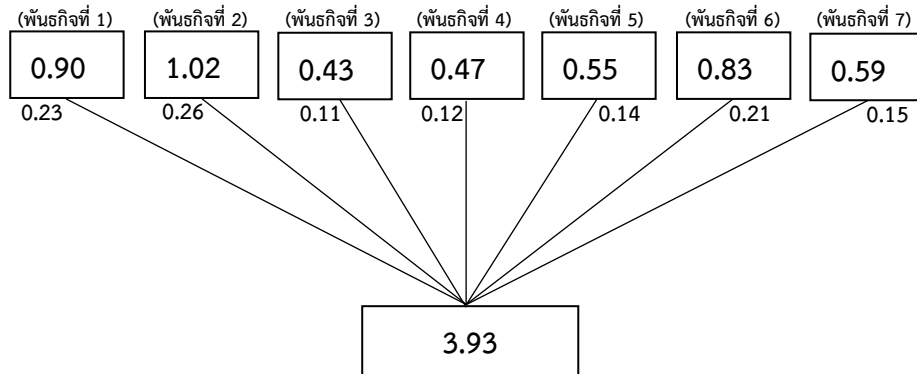
พัฒนาองค์กรและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง พันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน และ พันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูล ด้วยคะแนน 0.37 0.32 และ 0.37 คะแนน ตามลำดับ (ภาพที่ 4.13)



ภาพที่ 4.13 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 2 ต่อแต่ละพันธกิจ

(3) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ที่ 3 ต่อแต่ละพันธกิจ

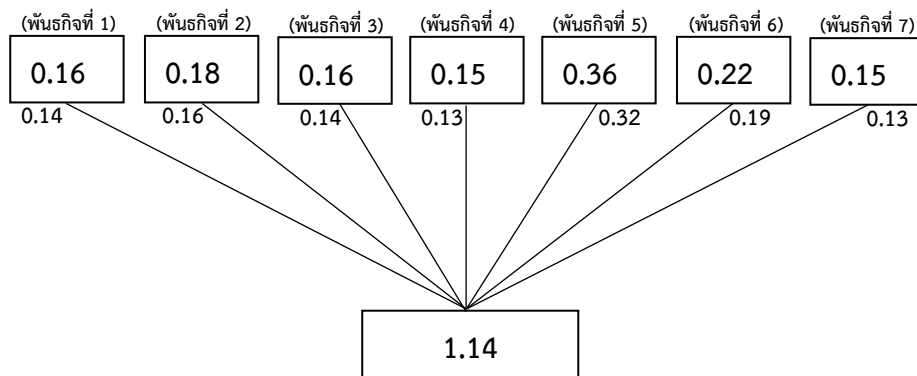
จากผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญในข้อ 4.2.3 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ 3.93 คะแนน (ตารางที่ 4.18) ซึ่งเมื่อนำไปกระจายตามค่าน้ำหนักความสำคัญต่อแต่ละพันธกิจที่คำนวณไว้ พบว่า พันธกิจ 3 ข้อที่ยุทธศาสตร์ที่ 3 มีส่วนผลักดันมากที่สุด คือ พันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต พันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และพันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน ด้วยคะแนน 1.02 0.90 และ 0.83 คะแนน ตามลำดับ ส่วนพันธกิจอื่น ๆ ได้แก่ พันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผล พันธกิจที่ 5 พัฒนาองค์กรและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ และ พันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา ส่งผลไปยังพันธกิจดังกล่าวด้วยคะแนนใกล้เคียงกัน คือ 0.59 0.55 0.47 และ 0.43 คะแนน ตามลำดับ (ภาพที่ 4.14)



ภาพที่ 4.14 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 3 ต่อแต่ละพันธกิจ

(4) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ที่ 4 ต่อแต่ละพันธกิจ

จากผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญในข้อ 4.2.4 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการและเกษตรกรรม มีค่าคะแนนรวมเท่ากับ 1.14 คะแนน (ตารางที่ 4.21) ซึ่งเมื่อนำไปกระจายตามค่าน้ำหนักความสำคัญสู่แต่ละพันธกิจที่คำนวณไว้ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 4 มีส่วนผลักดันพันธกิจที่ 5 พัฒนาการและเกษตรกรรมให้มีความเข้มแข็ง มากที่สุด ด้วยคะแนน 0.36 รองลงมา คือ พันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน ด้วยคะแนน 0.22 ส่วนพันธกิจที่เหลือยุทธศาสตร์ที่ 4 สามารถผลักดันให้เกิดผลได้ในค่าคะแนนใกล้เคียงกันคือ ประมาณ 0.15 – 0.18 คะแนน (ภาพที่ 4.15)

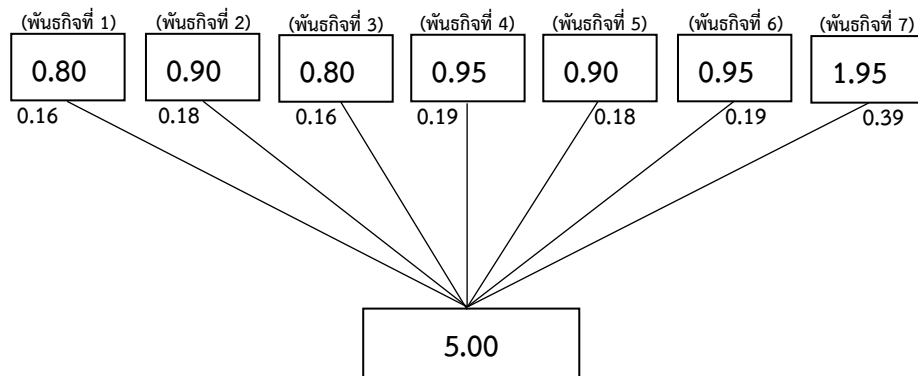


ภาพที่ 4.15 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 4 ต่อแต่ละพันธกิจ



(5) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ที่ 1 ต่อแต่ละพันธกิจ

จากผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญในข้อ 4.2.5 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ มีคะแนนรวมเท่ากับ 5.00 คะแนน ซึ่งเมื่อนำไปกระจายตามค่าน้ำหนักความสำคัญสู่แต่ละพันธกิจที่คำนวณไว้ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 5 มีส่วนผลักดันพันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผล มากที่สุด ด้วยคะแนน 1.95 ส่วนพันธกิจที่เหลือยุทธศาสตร์ที่ 5 สามารถผลักดันให้เกิดผลได้ในค่าคะแนนใกล้เคียงกัน คือ ประมาณ 0.80 – 0.95 คะแนน



ภาพที่ 4.16 แสดงค่าคะแนนของยุทธศาสตร์ที่ 5 ต่อแต่ละพันธกิจ

จากคะแนนผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญข้างต้น ส่งผลให้เกิดการผลักดันความสำเร็จในแต่ละพันธกิจแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละยุทธศาสตร์ที่มีต่อแต่ละพันธกิจ โดยพันธกิจที่บรรลุในระดับมาก คือ พันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผล พันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน และพันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 3.48 และ 3.47 คะแนน ตามลำดับ ส่วนพันธกิจที่เหลือสามารถบรรลุในระดับปานกลางทั้งสิ้น ได้แก่ พันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ พันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ และพันธกิจที่ 5 พัฒนาการและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 3.26 3.10 และ 3.03 คะแนนตามลำดับ

#### 4.3.2 ผลการวิเคราะห์ในระดับพันธกิจต่อวิสัยทัศน์

ในหัวข้อนี้ เป็นการวิเคราะห์เพื่อประเมินความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ คือ ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

##### 1) ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละพันธกิจต่อวิสัยทัศน์

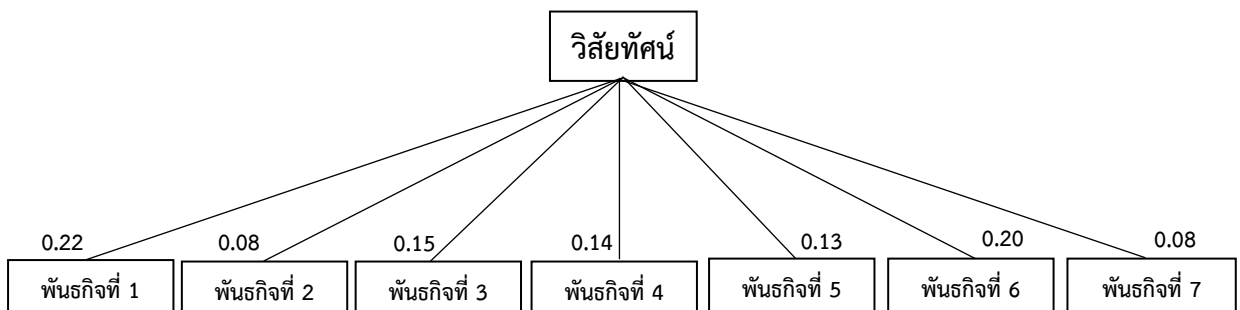
ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละพันธกิจต่อวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564 พบว่า พันธกิจที่มีความสำคัญต่อวิสัยทัศน์เป็นอันดับ 1 คือ พันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพและขยายการผลิตนอกฤดู และการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อสร้างโอกาสการตลาดและเพิ่มรายได้จากการผลิต คิดเป็นร้อยละ 22 อันดับ 2 คือ พันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน คิดเป็นร้อยละ 20 อันดับ 3 คือ พันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยพัฒนาตลาดกลางผลไม้สนับสนุนการกระจายสินค้าของภาคเอกชน การเชื่อมโยงการตลาด รวมทั้ง ให้ความสำคัญทั้งตลาดหลักเดิม ตลาดใหม่ และตลาดเพื่อนบ้านชายแดน และการเจรจาแก้ไขปัญหา อันเนื่องมาจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 15 อันดับ 4 คือ พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 14 อันดับ 5 คือ พันธกิจที่ 5 พัฒนาองค์กรและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง คิดเป็นร้อยละ 13 อันดับ 6 คือ พันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต โดยพัฒนาและส่งเสริมการแปรรูปที่เน้นการต่อยอดผลงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม และพันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผลให้มีครบถ้วนในทุกด้าน ถูกต้อง และทันเหตุการณ์และเป็นเอกภาพ คิดเป็นร้อยละ 8 เท่ากัน (ตารางที่ 4.31 และภาพที่ 4.17) ทั้งนี้ ค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องเท่ากับ 0.04 ซึ่งไม่เกิน 0.10 แสดงว่า ข้อมูลที่วิเคราะห์ได้มีความสอดคล้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละพันธกิจต่อวิสัยทัศน์

ผู้เชี่ยวชาญ	พันธกิจที่ 1	พันธกิจที่ 2	พันธกิจที่ 3	พันธกิจที่ 4	พันธกิจที่ 5	พันธกิจที่ 6	พันธกิจที่ 7	อัตราส่วน ความไม่สอดคล้อง
ท่านที่ 1	0.17	0.08	0.14	0.06	0.09	0.12	0.34	0.14
ท่านที่ 2	0.10	0.07	0.26	0.17	0.13	0.15	0.11	0.11
ท่านที่ 3	0.19	0.09	0.07	0.05	0.15	0.39	0.06	0.08
ท่านที่ 4	0.28	0.07	0.14	0.08	0.08	0.33	0.02	0.60
ท่านที่ 5	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.14	0.00
ท่านที่ 6	0.34	0.04	0.20	0.17	0.15	0.04	0.06	0.05
ท่านที่ 7	0.27	0.03	0.24	0.13	0.04	0.22	0.07	0.14
ท่านที่ 8	0.22	0.05	0.20	0.19	0.05	0.24	0.06	0.03
ค่าเฉลี่ย <sup>1/</sup>	0.22	0.08	0.15	0.14	0.13	0.20	0.08	0.04
ลำดับความสำคัญ	1	6	3	4	5	2	6	

หมายเหตุ: <sup>1/</sup> คำนวณเฉพาะหน่วยงานที่มีค่าอัตราส่วนความไม่สอดคล้องที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้และมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.17 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละพันธกิจต่อวิสัยทัศน์

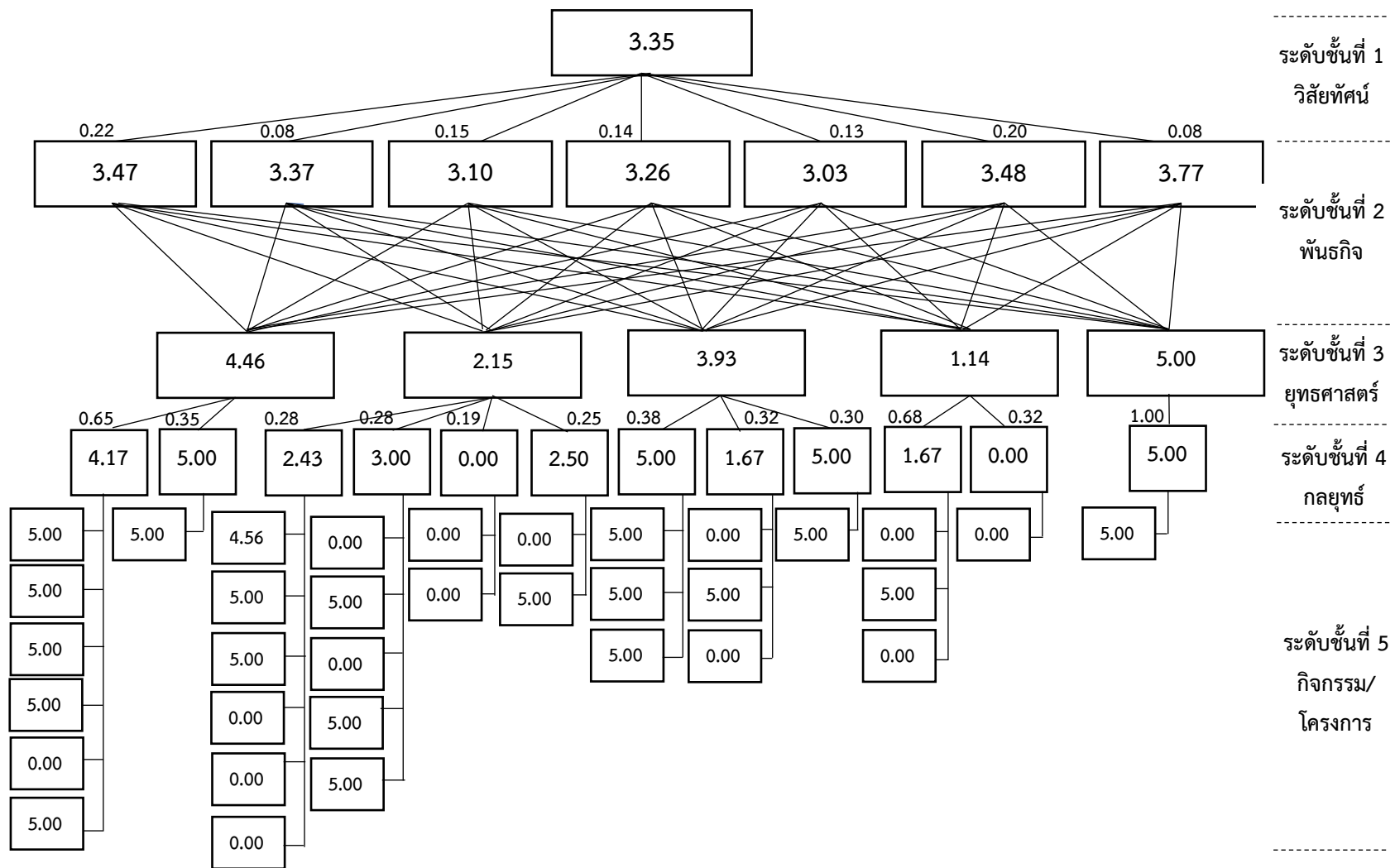
2) ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของพันธกิจต่อวิสัยทัศน์

จากค่าน้ำหนักความสำคัญของพันธกิจที่มีต่อวิสัยทัศน์ตามที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเมื่อนำค่าน้ำหนักความสำคัญดังกล่าวคูณด้วยผลการดำเนินงานในแต่ละพันธกิจในหัวข้อ 4.3.1 ข้างต้น พบว่า ผลการดำเนินงานยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 บรรลุตามวิสัยทัศน์ที่ว่า “การเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล” ในระดับปานกลาง ที่ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.35 โดยพันธกิจที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์ในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 3 อันดับแรก ได้แก่ พันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต พันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน และพันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.32 และภาพที่ 4.18)

ตารางที่ 4.32 ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละพันธกิจต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจ	คะแนน	น้ำหนักต่อวิสัยทัศน์	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
	(1)	(2)	(1) x (2)
พันธกิจข้อที่ 1	3.47	0.22	0.76
พันธกิจข้อที่ 2	3.37	0.08	0.27
พันธกิจข้อที่ 3	3.10	0.15	0.47
พันธกิจข้อที่ 4	3.26	0.14	0.46
พันธกิจข้อที่ 5	3.03	0.13	0.39
พันธกิจข้อที่ 6	3.48	0.20	0.70
พันธกิจข้อที่ 7	3.77	0.08	0.30
<b>รวม (คะแนนวิสัยทัศน์)</b>		<b>1.00</b>	<b>3.35</b>

ที่มา: จากการคำนวณ



ภาพที่ 4.18 แสดงผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุป

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ดำเนินการโดยการขับเคลื่อน 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการองค์กรและเกษตรกร และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อ 1) สร้างเสถียรภาพราคาผลไม้ โดยค่าเฉลี่ยของราคาที่เกษตรกรขายได้จะไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต ส่งผลให้มูลค่าของผลไม้ตามราคาที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้น และเพิ่มผลตอบแทนให้แก่เกษตรกร เป้าหมายผู้ปลูกไม้ผลเศรษฐกิจหลัก ไม่น้อยกว่า 7 ชนิด เมื่อดำเนินการผลิตภายใต้สภาวะภูมิอากาศปกติ โดยมีกำไรสุทธิเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 11,000 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 14,300 บาทต่อไร่ ในปี 2564 2) เพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปให้มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี และ 3) พัฒนาผลไม้คุณภาพที่ได้มาตรฐาน GAP ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของแปลงที่ขอการรับรอง GAP ของไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด โดยมีหน่วยงานผู้รับผิดชอบทั้งภายในและนอกกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

รายงานการประเมินผลฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินงานยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 โดยการประเมินตัวชี้วัดเป้าหมายของยุทธศาสตร์ และผลการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการตามกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ข้อ ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยการสร้างแบบจำลอง HDM เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ และคำนวณความเชื่อมโยงเป็นน้ำหนักความสำคัญในแต่ละระดับโดยวิธี AHP โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ (ผู้บริหาร/ผู้แทน) ของหน่วยงานภายในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ที่อยู่ในคณะกรรมการพัฒนาและบริหารจัดการผลไม้ และคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย หลังจากนั้นจึงใช้ผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัดมาคำนวณตามค่าน้ำหนักเพื่อให้ทราบถึงผลสัมฤทธิ์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย ซึ่งจะนำไปพิจารณาร่วมกับการสนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ทั้ง 7 ชนิด เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการดำเนินงานในระดับพื้นที่ และผู้ประกอบการ เพื่อวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยต่อไป

##### 5.1.1 การบรรลุเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์

1) การบรรลุเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ข้อที่ 1 การสร้างเสถียรภาพราคาผลไม้ ที่กำหนดว่าค่าเฉลี่ยของราคาที่เกษตรกรขายได้จะไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต ส่งผลให้มูลค่าของผลไม้ตามราคาที่เกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้น และเพิ่มผลตอบแทนให้แก่เกษตรกรเป้าหมายผู้ปลูกไม้ผลเศรษฐกิจหลัก ไม่น้อยกว่า 7 ชนิด เมื่อดำเนินการผลิตภายใต้สภาวะภูมิอากาศปกติ โดยมีกำไรสุทธิเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 11,000 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 14,300 บาทต่อไร่ ในปี 2564 ผลการประเมิน พบว่า สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายของยุทธศาสตร์ กล่าวคือ ภาพรวมตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ผลไม้ 7 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง มีค่าเฉลี่ยของราคาที่เกษตรกรขายได้สูงกว่าต้นทุนการผลิตประมาณ 20.81 บาทต่อกิโลกรัม มูลค่าของผลไม้มีอัตราการขยายตัว

เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.29 ต่อปี และเกษตรกรชาวสวนผลไม้มีผลตอบแทนสุทธิเพิ่มขึ้นจาก 13,001.07 บาทต่อไร่ ในปี 2558 เป็น 28,456.26 บาทต่อไร่ ในปี 2563 ซึ่งหากแยกพิจารณาเป็นรายชนิดผลไม้ พบว่า มีเพียงผลตอบแทนสุทธิของทุเรียน มังคุด เงาะ และมะม่วงเท่านั้น ที่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ ส่วนลำไย ลองกอง และลิ้นจี่ ไม่สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

2) การบรรลุเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ข้อที่ 2 ที่กำหนดว่าสามารถเพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปให้มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ผลการประเมิน พบว่า โดยภาพรวมสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ โดยตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าและผลิตภัณฑ์ของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.76 ต่อปี แต่หากแยกพิจารณาเป็นรายชนิดผลไม้ พบว่า ทุเรียน และมังคุด สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ในขณะที่เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ เนื่องจากลองกอง ลำไย และมะม่วง มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ในขณะที่เงาะ และลิ้นจี่ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกที่ลดลง

3) การบรรลุเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ข้อที่ 3 ที่กำหนดว่าพัฒนาผลไม้คุณภาพที่ได้มาตรฐาน GAP ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของแปลงที่ขอการรับรอง GAP ของไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด ผลการประเมิน ตั้งแต่ปี 2558 – 2563 ผลไม้ทั้ง 7 ชนิด มีสัดส่วนจำนวนแปลงที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 72.87 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งหากแยกพิจารณาเป็นรายชนิดผลไม้ พบว่า ทุเรียน มังคุด เงาะ ลิ้นจี่ และมะม่วงมีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด ในขณะที่ลองกอง และลำไย มีสัดส่วนการได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้เพียงเล็กน้อย

#### 5.1.2 ผลการประเมินรายยุทธศาสตร์

1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต มีการดำเนินการ 19 กิจกรรม/โครงการ บรรลุในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 4.46 โดยกลยุทธ์ที่ส่งผลให้ยุทธศาสตร์ที่ 1 เกิดความประสบความสำเร็จมากที่สุดคือ กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพผลผลิต ที่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.71 คะแนน รองลงมา คือ กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการการผลิต ที่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.75 คะแนน และจากการสนทนากลุ่ม พบว่า เกษตรกรยังคงประสบปัญหาในเรื่องความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศทำให้ผลผลิตเสียหายหรือมีปริมาณผลผลิตไม่มากเท่าที่ควร บางพื้นที่เพาะปลูกไม่มีเอกสารสิทธิ์ทำให้ไม่สามารถขอใบรับรองมาตรฐาน GAP และการช่วยเหลือ/สนับสนุนต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐได้ การขาดแคลนแรงงานในฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิต และการมีแหล่งน้ำไม่เพียงพอสำหรับการเพาะปลูก (ในบางพื้นที่)

2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด มีการดำเนินการ 37 กิจกรรม/โครงการ บรรลุในระดับน้อย คิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 2.15 โดยเป็นคะแนนจากกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 0.84 คะแนน กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดในประเทศ และกลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์ ที่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 0.68 และ 0.63 คะแนน ตามลำดับ ส่วนกลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน และจากการสนทนากลุ่ม

พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาในเรื่องราคาผลผลิตตกต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่ผลผลิตออกพร้อม ๆ กัน และการกำหนดราคาที่จะถูกกำหนดจากล้งและพ่อค้าคนกลาง ยกเว้นมังคุดที่มีการซื้อขายผ่านการประมูล ประกอบกับเกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ในช่วงปี 2563 – 2564 ทำให้เกิดภาวะสินค้าล้นตลาดเนื่องจากไม่สามารถกระจายผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ราคาผลผลิตตกต่ำ และบางครั้งผลผลิตเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง นอกจากนี้ เกษตรกรยังขาดแคลนวัสดุ/อุปกรณ์ ในการรวบรวมผลผลิต และต้นทุนในการแปรรูปที่ค่อนข้างสูง หากจะแปรรูปในเชิงพาณิชย์อุตสาหกรรม โดยเฉพาะเทคโนโลยี Freeze Dry

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยพัฒนา มีการดำเนินการ 170 กิจกรรม/โครงการ บรรลุในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 3.93 โดยกลยุทธ์ที่ส่งผลให้ยุทธศาสตร์ที่ 3 เกิดผลสำเร็จมากที่สุด คือ กลยุทธ์ที่ 1 การวิจัยการผลิต ที่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.90 คะแนน รองลงมา คือ กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย และ กลยุทธ์ที่ 2 การวิจัยการตลาด ที่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.50 และ 0.53 คะแนน ตามลำดับ และจากการสนทนากลุ่ม พบว่า ส่วนใหญ่หน่วยงานมีการวิจัยด้านการผลิต แต่การวิจัยด้านการตลาดยังมีน้อย

4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางองค์กรและเกษตรกร มีการดำเนินการ 1 กิจกรรม/โครงการ บรรลุในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 1.14 โดยเป็นคะแนนจากกลยุทธ์ที่ 1 การสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร ที่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.14 ส่วนกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดียว ไม่มีการรายงานผลการดำเนินงาน และจากการสนทนากลุ่ม พบว่า เกษตรกรชาวสวนผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มกันในรูปของแปลงใหญ่ ทำให้เกษตรกรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด ซึ่งเกิดประโยชน์ต่อตัวเกษตรกรเป็นอย่างมาก

5) ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ มีการดำเนินการ 1 กิจกรรม/โครงการ บรรลุในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าคะแนนเฉลี่ย 5.00 และจากการสนทนากลุ่ม พบว่า เกษตรกรที่มีการจัดตั้งกลุ่ม ส่วนใหญ่จะมีการบันทึกข้อมูลการผลิต และการตลาดได้ดีกว่าเกษตรกรรายย่อยที่ไม่ได้รวมกลุ่ม ซึ่งการรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ทุกหน่วยงานที่มีการกิจในการรวบรวมข้อมูล เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานเกษตรจังหวัด และสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 1 – 12 มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง แต่ไม่ได้มีการกำหนดกิจกรรม/โครงการ ภายใต้ยุทธศาสตร์ รวมถึงในอนาคตควรมีการบูรณาการให้มากขึ้นเพื่อข้อมูลที่เป็นเอกภาพ

#### 5.1.3 ผลการประเมินในระดับพันธกิจ และวิสัยทัศน์

ผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญในระดับยุทธศาสตร์ต่อพันธกิจ และระดับพันธกิจ ต่อวิสัยทัศน์ พบว่า ยุทธศาสตร์ที่บรรลุต่อระดับพันธกิจมากที่สุด คือ ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ ด้วยค่าคะแนน 5.00 รองลงมาคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต ที่ค่าคะแนน 4.46 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา ที่ค่าคะแนน 3.93 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด ที่ค่าคะแนน 2.15 และยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางองค์กรและเกษตรกร ที่ค่าคะแนน 1.14 ตามลำดับ ส่วนพันธกิจที่บรรลุต่อระดับวิสัยทัศน์มากที่สุด คือ พันธกิจที่ 7 จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผลให้มีความครบถ้วนในทุกด้าน ถูกต้อง ทันเหตุการณ์และเป็นเอกภาพ ด้วยค่าคะแนน 3.77 รองลงมา คือ พันธกิจที่ 6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าผลไม้เมืองร้อน ที่ค่าคะแนน 3.48 พันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการลดต้นทุน



การพัฒนาคุณภาพและขยายการผลิตนอกฤดู และการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อสร้างโอกาสการตลาดและเพิ่มรายได้จากการผลิต ที่ค่าคะแนน 3.47 พันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต โดยพัฒนาและส่งเสริมการแปรรูปที่เน้นการต่อยอดผลงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม ที่ค่าคะแนน 3.37 พันธกิจที่ 4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ ที่ค่าคะแนน 3.26 พันธกิจที่ 3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยพัฒนาตลาดกลางผลไม้ สนับสนุนการกระจายสินค้าของภาคเอกชน การเชื่อมโยงการตลาด รวมทั้ง ให้ความสำคัญทั้งตลาดหลัก ตลาดใหม่ และตลาดเพื่อนบ้านชายแดน และการเจรจาแก้ไขปัญหาอันเนื่องมาจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก ที่ค่าคะแนน 3.10 และพันธกิจที่ 5 พัฒนาการและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง ที่ค่าคะแนน 3.03 ตามลำดับ ซึ่งจากผลการดำเนินงานตามค่าน้ำหนักความสำคัญตามกลยุทธ์ที่ส่งผลไปยังยุทธศาสตร์ และพันธกิจในแต่ละระดับตามแบบจำลอง ส่งผลให้การบรรลุวิสัยทัศน์ตามยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 กำหนดไว้ คือ การเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล บรรลุในระดับปานกลาง ที่ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.35

อย่างไรก็ตาม ผลการดำเนินงานดังกล่าวข้างต้น ซึ่งได้รับจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่รับผิดชอบที่ระบุไว้ในยุทธศาสตร์นั้น บางหน่วยงาน เช่น กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ แจ้งว่าไม่มีการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ส่วนกรมชลประทาน แจ้งว่าไม่มีการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้โดยตรง เป็นเพียงการสนับสนุนการพัฒนาาระบบชลประทานเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในภาพรวมเท่านั้น นอกจากนี้ กรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้แจ้งว่าการดำเนินงานของกรมส่งเสริมสหกรณ์เป็นการดำเนินงานที่เป็นภารกิจหลักและไม่สามารถระบุเป้าหมายและผลการดำเนินงานได้ ดังนั้น หากทุกหน่วยงานที่ถูกระบุไว้ในยุทธศาสตร์สามารถระบุแผนและผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ได้ คะแนนผลการดำเนินงานในภาพรวมอาจจะเปลี่ยนแปลงได้ตามคะแนนย่อยในกิจกรรมนั้น ๆ

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 การผลิตและการตลาดของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ค่อนข้างมีความแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องพื้นที่ปลูก ฤดูกาลการผลิต และราคา ทำให้การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในแต่ละกลยุทธ์แตกต่างกันตามชนิดผลไม้ด้วย ประกอบกับบางหน่วยงานมีการพัฒนาการเกษตรในภาพรวม ดังนั้น ในการจัดทำยุทธศาสตร์ผลไม้ในระยะต่อไป หากสามารถระบุการพัฒนาในแต่ละผลไม้ให้ชัดเจนและเฉพาะเจาะจงได้ การพัฒนาการดำเนินงานของระดับหน่วยงาน จะสามารถทำให้การผลักดันการพัฒนาผลไม้แต่ละชนิดมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.2.2 ด้านการผลิต เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์และได้รับการพัฒนาด้านการผลิตแล้ว และไม่มี ความจำเป็นต้องขอรับความช่วยเหลือเพิ่มเติมจากภาครัฐ ดังนั้น ในการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยในระยะต่อไป ควรมีการทบทวนความสำคัญและปรับปรุงแนวทางการพัฒนาด้านการผลิตในรูปแบบใหม่ หรือให้ความสำคัญในด้านเทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่เกษตรกรต้องการพัฒนามากกว่า เพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้ง ควรมีการวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลไม้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลไม้หลักที่มีมูลค่าการส่งออกสูง และการวิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์รองรับผลไม้ตกเกรดเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า

5.2.3 ด้านการตลาด ในแต่ละกลยุทธ์ดำเนินการได้ไม่ถึงร้อยละ 50 ของแผนการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับการสนทนากลุ่มในพื้นที่ที่พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ทั้ง 7 ชนิด ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือทางการตลาด ดังนั้น ในการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยในระยะต่อไป ควรให้ความสำคัญด้านการตลาดของผลไม้ทั้ง 7 ชนิด เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับกิจกรรม/โครงการในการแก้ไขปัญหาการค้าผลผลิตตกต่ำ

5.2.4 ผลการดำเนินงานในหลาย ๆ หน่วยงานไม่ปรากฏในรายงานกิจกรรม/โครงการ แต่ในความเป็นจริงทุกหน่วยงานได้มีการดำเนินงานดังกล่าวในภาพรวมตามภารกิจของหน่วยงาน ดังนั้น ในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฉบับต่อไป ควรมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีหน่วยงานหลัก และหน่วยงานบูรณาการที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลและแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อที่จะให้เห็นภาพองค์รวมของการดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง เกิดระบบการติดตามผลการดำเนินงาน และการประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้ง หน่วยงานเจ้าภาพควรมีการออกแบบและจัดทำระบบการรายงานผลการดำเนินงานให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบรายงานผลการดำเนินงานเป็นประจำต่อเนื่องทุกปีอย่างเป็นระบบ ซึ่งนอกจากจะทำให้การประเมินผลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นแล้ว ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลในการปรับแผนการดำเนินงานตามกิจกรรม/โครงการในการส่งเสริมและสนับสนุนต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และผลงานที่ยังทำได้ไม่ถึงเป้าหมายในแต่ละปีได้

5.2.5 เป้าหมายหรือเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฯ ในเรื่องพัฒนาผลไม้คุณภาพที่ได้มาตรฐาน GAP ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของแปลงที่ขอการรับรอง GAP ของไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด นั้น เป็นการตั้งเป้าหมายเทียบกับแปลงที่ขอการรับรอง ซึ่งอาจไม่สะท้อนถึงการพัฒนาของเกษตรกรที่ได้รับมาตรฐาน ซึ่งถ้าหากเป็นการตั้งเป้าหมายเพื่อให้เกิดการพัฒนา อาจปรับเป็นร้อยละของเกษตรกรที่ได้รับมาตรฐาน GAP เพิ่มขึ้นทุกปี หรือเปรียบเทียบกับพื้นที่/แปลงปลูกผลไม้ที่มีอยู่ทั่วประเทศ

5.2.6 การบริหารจัดการผลผลิต เกษตรกรยังประสบปัญหาต่าง ๆ เช่น ขาดแคลนแรงงาน แหล่งน้ำไม่เพียงพอ พื้นที่เพาะปลูกไม่มีเอกสารสิทธิ์ ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น ดังนั้น ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทยฉบับต่อไป ควรให้ความสำคัญกับกิจกรรม/โครงการในการสนับสนุนแหล่งน้ำ แรงงาน และเรื่องอื่น ๆ ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้นให้แก่เกษตรกรผู้ปลูกผลไม้ทั้ง 7 ชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในปัจจุบันเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต

## บรรณานุกรม

- กรมการขนส่งทางบก. (2561). รายงานการประเมินผลแผนยุทธศาสตร์กรมการขนส่งทางบก พ.ศ. 2559 – 2564 (ประเมินผลครึ่งแผน พ.ศ. 2559 – 2561) [Online]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 4 พฤศจิกายน 2563 เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <https://www.dlt.go.th/th/strategic-plan/>.
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2562). พาณิชย์ปลื้ม “เอฟทีเอ” ดันไทยส่งออกผลไม้อันดับ 6 โลก [Online]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 4 พฤศจิกายน 2563 เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <https://dtn.go.th/th/news/-เอฟทีเอ-ดันไทยส่งออกผลไม้อันดับ-6-โลก?cate=5cff753c1ac9ee073b7bd1c5>.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2554). การประเมินผลการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 [Online]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 4 พฤศจิกายน 2563 เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <http://www.plan.doae.go.th/WebPlanningGp/plan54.pdf>.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2562). กรมส่งเสริมการเกษตรติดตามตรวจสอบเจ้าหน้าที่หนุนพัฒนาคุณภาพไม้ผลภาคตะวันออกครบวงจร [Online]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 4 พฤศจิกายน 2563 เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ [https://www.doae.go.th/gallery\\_detail.php?id=VWFPbjFrQlQvVEk3MWgvUVgyUVo1Zz09](https://www.doae.go.th/gallery_detail.php?id=VWFPbjFrQlQvVEk3MWgvUVgyUVo1Zz09).
- ดิฐ เลขะกุล. (2560). การใช้กระบวนการกลุ่ม (Focus group) ในการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อกำหนดแนวทางในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดแพร่. ลำปาง.
- พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2557). เทคนิคการประเมินโครงการ. (2). กรุงเทพฯ: บริษัท แฮาส์ ออฟ เคอร์มิสท์ จำกัด
- รัฐวัลย์ เองคราวิทย์. (2559). รูปแบบการประเมินผลยุทธศาสตร์กองทุนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ พ.ศ. 2556 – 2559 โดยใช้ทฤษฎีโปรแกรมประยุกต์. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2552). การประเมินผลแผนบริหารจัดการผลไม้ภาคใต้ ปี 2552. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2553). รายงานโครงการติดตามและประเมินผลโครงการแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ปี 2549 – 2552 และแผนยุทธศาสตร์พัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ปี 2551 – 2554 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2560). การประเมินผลโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อภายใต้ร่มพระบารมี เพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). การประเมินผลยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ระยะครึ่งยุทธศาสตร์ฯ). กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2563. กรุงเทพฯ.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). *สถิติการค้าสินค้าเกษตรไทยกับต่างประเทศ ปี 2563*. กรุงเทพฯ.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). *สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า ปี 2563*. กรุงเทพฯ.

Cleland, I. D., Kocaoglu, F. D. (1981). *Engineering Management*. Pittsburgh: McGraw – Hill Kogakusha, Ltd.

Teknomo, K. (2006). *Analytic Hierarchy Process (AHP) Tutorial* [Online]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 3 พฤศจิกายน 2563 เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <https://docplayer.net/14799080-Analytic-hierarchy-process-ahp-tutorial.html>.

Tran, A. T. (2013). *Strategic Evaluation of University Knowledge and Technology Transfer Effectiveness*. Doctoral dissertation, Doctor of Philosophy, Technology Management, Portland State University.

Wang, B., Kurti, N., Nguyen, T. (2013). *The Hierarchical Decision Model for Non-profit Organization's Project Selection* [Online]. สืบค้นข้อมูลวันที่ 19 ตุลาคม 2563 เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <http://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/6641707>.

ภาคผนวก

ภาคผนวกที่ 1

รายละเอียดยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564

## ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564

### 1. หลักการสำคัญ

- 1.1 ให้ความสำคัญในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาผลไม้เศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ และมะม่วง
- 1.2 ผลิตผลไม้ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของคู่ค้า
- 1.3 สนับสนุนให้กลไกตลาดผลไม้ภายในประเทศดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 1.4 ดำเนินการตามข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) และกฎระเบียบมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อผลไม้ไทย
- 1.5 ดำเนินงานเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายในการสร้างความเข้มแข็งด้านการผลิต การตลาด การบริหารจัดการองค์กร เพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

### 2. วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

### 3. พันธกิจ

- 3.1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพและขยายการผลิตนอกฤดู และการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อสร้างโอกาสการตลาดและเพิ่มรายได้จากการผลิต
- 3.2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต โดยพัฒนาและส่งเสริมการแปรรูปที่เน้นการต่อยอดผลงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม
- 3.3 ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยพัฒนาตลาดกลางผลไม้ สนับสนุนการกระจายสินค้าของภาคเอกชน การเชื่อมโยงการตลาด รวมทั้ง ให้ความสำคัญทั้งตลาดหลักเดิม ตลาดใหม่ และตลาดเพื่อนบ้านชายแดน และการเจรจาแก้ไขปัญหาอันเนื่องมาจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก
- 3.4 ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ
- 3.5 พัฒนาองค์กรและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง
- 3.6 พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน
- 3.7 จัดทำระบบฐานข้อมูลให้มีความครบถ้วนในทุกด้าน ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ และเป็นเอกภาพ

### 4. วัตถุประสงค์

- 4.1 เพื่อให้มีกรอบทิศทางการพัฒนาการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการผลไม้อย่างเป็นระบบ มีเอกภาพ และสามารถแก้ไขปัญหาผลไม้ได้อย่างยั่งยืน
- 4.2 เพื่อให้เกษตรกรชาวสวนผลไม้มีความมั่นคงในอาชีพ รายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
- 4.3 เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลไม้ไทยและขยายการส่งออกให้มากขึ้น
- 4.4 เพื่อให้มีฐานข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดที่ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงได้

## 5. เป้าหมายหรือเป้าประสงค์

5.1 สร้างเสถียรภาพราคาผลไม้ โดยราคาเฉลี่ยของราคาที่จะเกษตรกรขายได้จะไม่ต่ำกว่าต้นทุนการผลิต ส่งผลให้มูลค่าของผลไม้ตามราคาที่จะเกษตรกรขายได้เพิ่มขึ้น และเพิ่มผลตอบแทนให้แก่เกษตรกรเป้าหมาย ผู้ปลูกไม้ผลเศรษฐกิจหลัก ไม่น้อยกว่า 7 ชนิด เมื่อดำเนินการผลิตภายใต้สภาวะภูมิอากาศปกติ โดยมีกำไรสุทธิเฉลี่ย เพิ่มขึ้นจาก 11,000 บาท/ไร่ ในปี 2558 เป็น 14,300 บาท/ไร่ ในปี 2564

5.2 เพิ่มมูลค่าการส่งออกผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูปให้มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า ร้อยละ 10 ต่อปี

5.3 พัฒนาผลไม้คุณภาพที่ได้มาตรฐาน GAP ไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของแปลงที่ขอการรับรอง GAP ของไม้ผลเศรษฐกิจหลัก 7 ชนิด



6. แนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต</b>		
<p><b>กลยุทธ์ที่ 1</b> <b>การพัฒนาคุณภาพการผลิต</b></p>	<p><b>1. การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการพัฒนาคุณภาพผลไม้ทั้งในและนอกฤดู</b></p> <p>1.1 การลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มคุณภาพการผลิต</p> <p>1.2 จัดฝึกอบรมและศึกษาดูงานสวนไม้ผลที่ประสบความสำเร็จ</p> <p>1.3 จัดทำแปลงเรียนรู้แก่เกษตรกร เช่น การควบคุมทรงพุ่ม ตัดแต่งกิ่ง ตัดแต่งช่อดอก ช่อผล ห่อผล การจัดการดิน น้ำและปุ๋ย การป้องกันและกำจัดศัตรูพืชที่ถูกต้อง การเก็บเกี่ยวผลผลิตและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวอย่างถูกต้องที่เหมาะสม</p> <p>1.4 ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์</p> <p>1.5 ส่งเสริมการผลิตไม้ผลนอกฤดูและกระจายการผลิตในพื้นที่ที่มีศักยภาพและมีตลาดรองรับ รวมทั้งการจัดระบบการผลิตและการวางแผนการผลิตในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้มีผลผลิตต่อเนื่องตลอดปี</p> <p><b>2. ส่งเสริมการผลิตตามเขตความเหมาะสม (Zoning)</b></p> <p>2.1 สำรวจพื้นที่ปลูกไม้ผล จัดทำแผนที่ที่เหมาะสมต่อการผลิตไม้ผลและขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผล</p> <p>2.2 ส่งเสริมการผลิตในเขตพื้นที่เหมาะสม (S1 และ S2) ที่มีตลาดและโรงงานอุตสาหกรรมรองรับอย่างต่อเนื่อง</p> <p>2.3 สำรวจข้อมูลแหล่งน้ำ และจัดหาแหล่งน้ำสนับสนุนให้เพียงพอกับความต้องการของเกษตรกร</p> <p><b>3. ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์</b></p> <p>3.1 ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP รายพืช และเกษตรอินทรีย์</p> <p>3.2 จัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิตไม้ผลตามระบบ GAP รายพืช และเกษตรอินทรีย์</p>	<p>- กรมส่งเสริมการเกษตร</p> <p>- กรมวิชาการเกษตร</p> <p>- กรมพัฒนาที่ดิน</p> <p>- กรมส่งเสริมสหกรณ์</p> <p>- กรมชลประทาน</p> <p>- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร</p> <p>- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ</p>

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
	<p><b>4. ส่งเสริมและพัฒนาการผลิตตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล</b></p> <p>4.1 การจัดทำและปรับปรุงมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล</p> <p>4.2 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรผลิตไม้ผลตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล</p> <p>4.3 รณรงค์ให้เกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการไม้ผลมีการซื้อขายผลไม้ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล</p> <p><b>5. ส่งเสริมการเฝ้าระวังและพัฒนาการเตือนภัยพิบัติด้านการเกษตร</b></p> <p>5.1 การจัดทำแผนเตรียมรับสถานการณ์ภัยพิบัติด้านการเกษตร เช่น การวิเคราะห์พื้นที่เสี่ยงภัย การกำหนดช่วงเวลาในการเฝ้าระวังภัย การกำหนดมาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหา ในด้านการป้องกันและลดผลกระทบ การเตรียมความพร้อม การจัดการในภาวะฉุกเฉินและการฟื้นฟู และปฏิทินการระบาค เป็นต้น</p> <p>5.2 การพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ เพื่อการพยากรณ์และแจ้งเตือนภัย เช่น ภัยแล้ง อุทกภัย การระบาดของศัตรูพืช ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น</p> <p><b>6. ส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพที่มีชื่อเสียงจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI)</b></p> <p>6.1 ส่งเสริมการผลิตผลไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น</p> <p>6.2 สนับสนุนการขึ้นทะเบียนผลไม้คุณภาพที่มีชื่อเสียงจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์</p> <p>6.3 จัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิตไม้ผลคุณภาพที่มีชื่อเสียงจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์</p>	

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
<b>กลยุทธ์ที่ 2</b> <b>การบริหารจัดการการผลิต</b>	<b>ศึกษาความต้องการผลผลิตของตลาด ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ</b> 1. สำรวจ วิเคราะห์ สรุปข้อมูลด้านปริมาณผลผลิต ชนิดพืช พันธุ์ ช่วงระยะเวลาผลผลิตออกสู่ตลาด ในแต่ละพื้นที่แหล่งผลิต 2. จัดทำแผนการกระจายผลผลิตออกจากแหล่งผลิตไปยังตลาดปลายทาง 3. ศึกษาความเป็นไปได้และสนับสนุนการประกันภัยพืชผล เพื่อลดความเสี่ยงให้กับเกษตรกร	- กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมวิชาการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร - กรมการปกครอง - กรมการค้าภายใน - กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ - กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด</b>		
<b>กลยุทธ์ที่ 1</b> <b>การพัฒนาตลาดในประเทศ</b>	<b>1. เพิ่มประสิทธิภาพของตลาดในแหล่งผลิต</b> 1.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็น 1.2 พัฒนาระบบการบริหารจัดการการซื้อขายผลไม้ที่ทันสมัย 1.3 พัฒนาระบบข้อมูลผลผลิต ราคา และปริมาณรับซื้อรายวัน 1.4 พัฒนาระบบควบคุมคุณภาพ เพื่อให้กลไกตลาดดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงกลางฤดูที่มีผลผลิตออกมาก <b>2. เพิ่มปริมาณการรวบรวมและจำหน่ายผลผลิตคุณภาพผ่านสถาบันเกษตรกร</b> 2.1 จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าชั่วคราวในกรณีจำเป็นและเร่งกระจายสินค้าในฤดูกาลผลไม้ที่สำคัญ เพื่อไม่ให้เกิดสินค้าล้นตลาดและกระทบต่อราคา 2.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร (กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์) วิสาหกิจชุมชน กลุ่มปรับปรุงคุณภาพผลไม้ ศูนย์คัดแยกผลไม้ชุมชน เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมผลผลิต	- กรมการค้าภายใน - กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร - กรมวิชาการเกษตร - กรมศุลกากร - สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา - หอการค้าไทย - สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
	<p>คัดคุณภาพ และเชื่อมโยงการซื้อขาย – ขายผลผลิตของเกษตรกรโดยตรงกับห้างค้าส่ง/ค้าปลีก (Modern Trade) ผู้ส่งออก และโรงงานแปรรูป</p> <p>2.3 การสนับสนุนเงินทุนในการรวบรวมผลผลิตในช่วงฤดูกาลผลิต</p> <p><b>3. ส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายสินค้าไปยังจังหวัดนอกแหล่งผลิต</b></p> <p>3.1 สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้าในแหล่งผลิต</p> <p>3.2 สนับสนุนการดำเนินงานตลาดกลางของภาคเอกชนในจังหวัดนอกแหล่งผลิตผลไม้</p> <p>3.3 ผลักดันให้มีการจัดทำข้อตกลงซื้อ – ขายสินค้าเป้าหมายล่วงหน้าหรือสัญญา (Contract Farming)</p> <p>3.4 การประสานเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต และผู้รวบรวมผลผลิตในแหล่งผลิตต้นทางและผู้รับซื้อในจังหวัดปลายทาง</p> <p>3.5 ผลักดันการตลาดผลไม้ชายแดนที่มีศักยภาพ และตลาดข้ามแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p><b>4. เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ</b></p> <p>4.1 ให้มีการตรวจสอบคุณภาพผลไม้ก่อนการนำเข้าตามกฎหมายระเบียบอย่างจริงจังเข้มงวด เพื่อให้เป็นไปตามมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช รวมทั้งให้มีการกำหนดมาตรการที่จำเป็นเพิ่มเติมเพื่อปกป้องตลาดของผลไม้ไทย</p> <p>4.2 ควบคุมการนำเข้าผลไม้ที่ไม่ถูกกฎหมาย โดยเฉพาะตามเขตชายแดน โดยประสานการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมศุลกากร</p> <p>4.3 สนับสนุนการใช้เครื่องมือและนวัตกรรมที่ทันสมัยในการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้</p>	

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
	<p><b>5. ส่งเสริมการสร้างช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่</b> สร้างสินค้า premium grade และ fruit café โดยเพิ่มจุดจำหน่ายสินค้าแสดงอัตลักษณ์ของแหล่งผลิตผลไม้สำคัญ</p> <p><b>6. ส่งเสริมการสร้างระบบตลาดออนไลน์</b> สนับสนุนการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ เพื่อรองรับการจำหน่ายสินค้าในระบบตลาดออนไลน์</p>	
<p><b>กลยุทธ์ที่ 2</b> <b>การพัฒนาตลาดส่งออก</b> <b>ต่างประเทศ</b></p>	<p><b>1. สนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนในการดำเนินงานศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศ</b> ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการกระจายสินค้าผลไม้ไทยไปยังเมืองหรือประเทศข้างเคียงของภาคเอกชน</p> <p><b>2. สนับสนุนการเปิดตลาดใหม่</b> 2.1 มีมาตรการกระตุ้น/แรงจูงใจที่เหมาะสม เพื่อให้ภาคเอกชนสามารถเปิดตลาดใหม่ในเมืองที่มีศักยภาพทั้งในกลุ่มประเทศเอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลาง ฯลฯ 2.2 การจัดเจรจาธุรกิจระดับประเทศ เพื่อให้มีการเปิดตลาดใหม่ ฯลฯ</p> <p><b>3. สนับสนุนการรักษาและขยายตลาดเดิม</b> 3.1 มีมาตรการส่งเสริม/แรงจูงใจที่เหมาะสม เพื่อให้ภาคเอกชนสามารถรักษาและขยายตลาดเดิม 3.2 สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกให้แก่ภาคเอกชน ฯลฯ</p> <p><b>4. การแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า</b> 4.1 สนับสนุนให้มีการเจรจา การแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดตามกฎระเบียบต่าง ๆ และพัฒนามาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดอุปสรรคด้านการผลิต การค้า การส่งออกผลไม้ไทย 4.2 สนับสนุนให้มีการส่งออกมากขึ้น เช่น</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</li> <li>- กรมเจรจาการค้าต่างประเทศ</li> <li>- กรมส่งเสริมการเกษตร</li> <li>- กรมวิชาการเกษตร</li> <li>- กรมส่งเสริมสหกรณ์</li> <li>- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร</li> <li>- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ</li> <li>- กรมศุลกากร</li> <li>- องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร</li> <li>- สมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย</li> <li>- สมาคมผู้ประกอบการพืชผักผลไม้ไทย</li> <li>- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า</li> </ul>

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
	<p>4.2.1 ทบทวนการดำเนินงานข้อตกลง FTA</p> <p>4.2.2 ปรับปรุงการดำเนินงานตามกฎระเบียบและมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคทางการค้า</p> <p>4.2.3 ปรับปรุงมาตรฐานสินค้าเกษตรของรัฐให้เหมาะสม</p> <p>4.2.4 ส่งเสริมให้มีการซื้อ - ขายตามมาตรฐานที่กำหนด</p> <p>4.2.5 เพิ่มประสิทธิภาพในระบบการตรวจสอบและออกใบรับรอง GAP และ GMP เพื่อการส่งออก รวมทั้งผลักดันให้มีมาตรฐานเทียบเท่าสากล เพื่อป้องกันปัญหาในประเทศคู่ค้า</p> <p>4.2.6 เร่งรัดการเจรจาแก้ไขปัญหาการกีดกันทางการค้าตามมาตรการ SPS</p> <p>4.3 เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลการส่งออกผลไม้ด้วยคุณภาพปลอมปนไปยังตลาดต่างประเทศ</p> <p>4.4 ส่งเสริมให้มีการกำหนดราคารับซื้อผลผลิตของผู้รวบรวมผลผลิตชาวไทยและชาวต่างประเทศตามคุณภาพและในราคาที่ยุติธรรม</p> <p>4.5 สนับสนุนให้มีการขึ้นทะเบียนในการควบคุมและกำกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการชาวต่างชาติ โดยให้มีหน่วยงานกลางในการรับผิดชอบโดยตรง</p> <p><b>5. พัฒนาเครือข่ายการส่งออกและระบบโลจิสติกส์</b></p> <p>5.1 สนับสนุนการดำเนินงานของผู้ส่งออกและองค์กรที่เกี่ยวข้อง</p> <p>5.2 สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการขนส่งสถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย ฯลฯ เพื่อสร้างความร่วมมือในการผลักดันการส่งออก</p> <p>5.3 การเพิ่มประสิทธิภาพในระบบโลจิสติกส์เพื่อการส่งออกและอื่น ๆ</p> <p>5.4 พัฒนาและส่งเสริมตรวจสอบย้อนกลับอย่างจริงจัง</p>	

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
<p>กลยุทธ์ที่ 3</p> <p>การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป</p>	<p><b>1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้</b></p> <p>1.1 การวิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูลการแปรรูปผลไม้ เช่น ชนิด ปริมาณ ช่วงเวลาความต้องการผลผลิต รูปแบบ และความต้องการผลผลิตสด แปรรูปและความต้องการของตลาด</p> <p>1.2 การอบรมความรู้ และให้คำปรึกษา แนะนำด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปผลไม้และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่</p> <p>1.3 พัฒนาเครือข่ายกลุ่มแปรรูปผลไม้</p> <p><b>2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้สดและแปรรูป</b></p> <p>2.1 การอบรมความรู้ และให้คำปรึกษา แนะนำด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความหลากหลายรูปแบบ</p> <p>2.2 พัฒนาและส่งเสริมการบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อผลิตภัณฑ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม</li> <li>- กรมส่งเสริมการเกษตร</li> <li>- กรมส่งเสริมสหกรณ์</li> </ul>
<p>กลยุทธ์ที่ 4</p> <p>ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์</p>	<p><b>1. ประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตผลไม้คุณภาพดี</b></p> <p>เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ เว็บไซต์ ฯลฯ</p> <p><b>2. รณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ</b></p> <p>2.1 จัดประชาสัมพันธ์แนะนำการบริโภคผลไม้ด้วยวิธีที่ถูกต้องและในช่วงเวลาที่เหมาะสม</p> <p>2.2 จัดประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ และสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมการบริโภคผลไม้ไทย</p> <p>2.3 ส่งเสริมตราสินค้าผลไม้ไทยและผลิตภัณฑ์แปรรูปผ่านสื่อต่าง ๆ</p> <p>2.4 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริม เพื่อกระตุ้นการบริโภคผลไม้ในช่วงฤดูกาล</p> <p>2.5 การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าผลไม้ไทย และการดำเนินพิธีการทูตแบบ Fruit Diplomacy</p> <p>2.6 สนับสนุนภาคเอกชนเข้าร่วมแสดงสินค้าในงานเทศกาลผลไม้หรือเทศกาลอาหารนานาชาติ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมประชาสัมพันธ์</li> <li>- กรมส่งเสริมการเกษตร</li> <li>- กรมวิชาการเกษตร</li> <li>- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร</li> <li>- องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร</li> <li>- กระทรวงการต่างประเทศ</li> <li>- กรมการค้าภายใน</li> <li>- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</li> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</li> <li>- สมาคมโรงแรมแห่งประเทศไทย</li> <li>- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)</li> </ul>

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
	<p>2.7 ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทยในลักษณะบูรณาการกับส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เช่น การจัดเส้นทางท่องเที่ยวแวะชิมผลไม้ในแหล่งผลิต การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหาร (Gastronomic Tourism) โดยใช้ผลไม้ไทยเป็นจุดขายการท่องเที่ยวไทย</p> <p>2.8 ส่งเสริมการบริโภคผลไม้คุณภาพที่มีชื่อเสียงมาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และผลไม้ประจำถิ่นต่าง ๆ</p>	
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา</b>		
<p><b>กลยุทธ์ที่ 1</b> วิจัยด้านการผลิต</p>	<p><b>1. วิจัยการพัฒนาคุณภาพผลผลิต</b> พัฒนาวิจัยตลอดห่วงโซ่ของผลไม้ เพื่อหาแนวทาง วิธีการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำไปใช้ในการเพิ่มคุณภาพผลผลิต กระจายผลผลิต (Zoning by Agri Map) ยืดอายุการเก็บรักษา ลดการสูญเสีย และลดต้นทุนการผลิตไม่ผลให้แก่เกษตรกร เช่น พัฒนาสายพันธุ์ใหม่ ๆ พันธุ์ต้านทานโรคและแมลง พันธุ์ทนแล้ง พันธุ์ทนน้ำท่วม การผลิตผลไม้นอกฤดู เป็นต้น การเพิ่มการเก็บรักษาพันธุ์กรรมไม้ผลพื้นเมืองไทยในรูปแบบการอนุรักษ์นอกถิ่นที่อยู่ (Ex Situ Conservation) และในถิ่นที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ (In Situ Conservation) เพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาพันธุ์ใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน การพัฒนาพันธุ์ไม้ผลดั้งเดิมที่มีศักยภาพให้เป็นพันธุ์การค้าใหม่ การผลิตแบบเกษตรแม่นยำ (Precision Farming) และเทคโนโลยีการจัดการความเสี่ยงต่อภัยพิบัติด้านการเกษตร รวมทั้งผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพอากาศ</p> <p><b>2. วิจัยเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว</b> พัฒนางานวิจัยเพื่อหาวิธีการในการปฏิบัติหลังเก็บเกี่ยว เพื่อรักษาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าผลผลิต ตั้งแต่หลังเก็บเกี่ยวจากแหล่งผลิตจนถึงตลาดผู้บริโภค รวมทั้งการพัฒนาอุปกรณ์เครื่องมือในการเก็บ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)</li> <li>- กรมส่งเสริมการเกษตร</li> <li>- กรมวิชาการเกษตร</li> <li>- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ</li> <li>- สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย</li> <li>- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ</li> <li>- สถาบันการศึกษา</li> </ul>



ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
	<p>เกี่ยวและตรวจสอบคุณภาพผลผลิต เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน และเพื่อให้การเก็บเกี่ยวผลผลิตมีความสอดคล้องกับดัชนีการส่งออกของประเทศคู่ค้า</p> <p><b>3. วิจัยแปรรูปผลิตภัณฑ์</b></p> <p>พัฒนางานวิจัยเพื่อหาเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการแปรรูปผลไม้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้กับเกษตรกร สถาบันเกษตรกร และผู้ประกอบการ</p>	
<p><b>กลยุทธ์ที่ 2</b> วิจัยด้านการตลาด</p>	<p><b>1. วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้</b></p> <p>พัฒนางานวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้ อัตราการบริโภค ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคทั้งผลไม้ไทยและผลไม้นำเข้าจากต่างประเทศของผู้บริโภค เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อให้เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องในขบวนการผลิตสามารถผลิตผลไม้ให้ได้คุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค</p> <p><b>2. วิจัยระบบโลจิสติกส์</b></p> <p>พัฒนางานวิจัยเพื่อหาแนวทางและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของระบบโลจิสติกส์ไม้ผลทั้งเส้นทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ</p> <p><b>3. วิจัยคุณค่าทางโภชนาการและการใช้ประโยชน์ของผลไม้</b></p> <p>พัฒนางานวิจัยเพื่อหาคุณประโยชน์ทางโภชนาการของผลไม้ไทยทั้งชนิดและพันธุ์ต่าง ๆ รวมทั้งหาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการใช้ประโยชน์จากผลไม้ให้เกิดความคุ้มค่ามากขึ้น</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)</li> <li>- กรมวิชาการเกษตร</li> <li>- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม</li> <li>- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร</li> <li>- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</li> <li>- สถาบันการศึกษา</li> </ul>
<p><b>กลยุทธ์ที่ 3</b> การบริหารจัดการงานวิจัย</p>	<p>มีหน่วยงานกลางในการกำกับดูแลการรวบรวมงานวิจัย การเข้าถึงและใช้ประโยชน์งานวิจัย และมีมาตรฐานรองรับงานวิจัย</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)</li> </ul>

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางองค์กรและเกษตรกร</b>		
<b>กลยุทธ์ที่ 1</b> <b>สร้างความเข้มแข็งให้องค์กร</b> <b>และเกษตรกร</b>	<b>1. จัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่าย</b> 1.1 ส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งและบริหารจัดการกลุ่มตามระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ 1.2 สนับสนุนให้เกิดการสร้างเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกลุ่ม เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด <b>2. การพัฒนางองค์กรเกษตรกร/ภาครัฐ</b> 2.1 พัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรเกษตรกรจนสามารถพึ่งพาตนเองได้ 2.2 จัดเวทีเสวนากลุ่มเครือข่ายระหว่างกลุ่ม เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมทั้งจัดอบรม ความรู้การบริหารจัดการธุรกิจในรูปแบบกลุ่มและเครือข่าย 2.3 สนับสนุนให้ศูนย์วิจัยด้านพืชสวนเป็นศูนย์สาธิตและส่งเสริมการผลิตไม้ผลครบวงจร <b>3. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล</b>	- กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ - กรมวิชาการเกษตร
<b>กลยุทธ์ที่ 2</b> <b>การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว</b>	<b>การพัฒนาเกษตรกรรายใหญ่/Smart Farmer ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้เอง</b>	
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ</b>		
<b>กลยุทธ์ การพัฒนาระบบ</b> <b>ฐานข้อมูลสารสนเทศ</b>	<b>พัฒนาฐานข้อมูลด้านการผลิตการตลาดที่ครอบคลุมผลไม้เมืองร้อนและกึ่งเมืองร้อน</b> 1. จัดทำฐานข้อมูลแหล่งผลิตผลไม้คุณภาพทั้งในฤดูและนอกฤดู 2. จัดทำข้อมูลองค์ความรู้ด้านไม้ผล เช่น ชนิดผลไม้ คุณค่าทางโภชนาการและผลิตภัณฑ์แปรรูป 3. จัดทำข้อมูลด้านการผลิต เช่น รายชื่อเกษตรกร พื้นที่เพาะปลูก ปริมาณ ผลผลิต ช่วงระยะเวลา ผลผลิตออกสู่ตลาด ราคา ชั้นคุณภาพ ต้นทุนการผลิต และแหล่งผลิตไม้ผลที่มีคุณภาพ GAP เกษตร อินทรีย์ ฯลฯ พืชพันธุ์ดีเฉพาะท้องถิ่น (GI) ที่สำคัญของประเทศทั้งในฤดูและนอกฤดู	- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร - กรมส่งเสริมการเกษตร - กรมวิชาการเกษตร - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร

ยุทธศาสตร์	มาตรการ/กิจกรรมและแนวทางการดำเนินงาน	หน่วยงานรับผิดชอบ
	<p>4. จัดทำข้อมูลด้านการตลาด เช่น รายชื่อผู้ประกอบการ ปริมาณความต้องการผลผลิตทั้งชนิด - ปริมาณทั้งในและต่างประเทศ ช่วงระยะเวลาที่ต้องการ ชั้นคุณภาพ เป็นต้น</p> <p>5. จัดทำข้อมูลการผลิตผลไม้ของประเทศคู่แข่งสำคัญ</p> <p>6. จัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศ เพื่อการพยากรณ์และแจ้งเตือนภัย เช่น ภัยแล้ง อุทกภัย การระบาดของศัตรูพืช ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น</p> <p>7. จัดทำระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E – Commerce) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการซื้อขายผลไม้ การประชาสัมพันธ์ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่สะดวก รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่าย และเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้าง</p> <p>8. มีหน่วยงานกลางในการกำกับดูแล การรวบรวมและเชื่อมโยงข้อมูลไม้ผลแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และมีการเผยแพร่ข้อมูลอย่างเป็นระบบ</p>	<p>- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ</p> <p>- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</p> <p>- กรมการค้าภายใน</p> <p>- กรมพัฒนาที่ดิน</p> <p>- บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด</p>

ภาคผนวกที่ 2  
แบบสัมภาษณ์

## ภาคผนวกที่ 2.1

แบบสัมภาษณ์และเอกสารประกอบการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ



## แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

โดยศูนย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โทร./โทรสาร 02-579-0614 E-mail: Crop-eva@oae.go.th

ผู้สัมภาษณ์ .....ว/ด/ป ...../...../.....

ชื่อผู้ให้ข้อมูล.....ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน .....เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ.....

โปรดกากบาทลงในช่อง  ตามหมายเลข 1 – 9 (คะแนน) โดยกำหนดให้แต่ละค่าคะแนนมีความหมาย ดังนี้

ค่าคะแนน 1 คือ สำคัญเท่ากัน	ค่าคะแนน 3 คือ สำคัญกว่าปานกลาง
ค่าคะแนน 5 คือ สำคัญมาก	ค่าคะแนน 7 คือ สำคัญกว่ามากที่สุด
ค่าคะแนน 9 คือ สำคัญกว่าสูงสุด	ค่าคะแนน 2,4,6,8 คือ อยู่ระหว่างระดับที่ได้อธิบายมาแล้วข้างต้น

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์และพันธกิจแต่ละข้อ  
ในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

1. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 1 และ ข้อที่ 2 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 1									พันธกิจข้อที่ 2								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

2. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 1 และข้อที่ 3 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 1									พันธกิจข้อที่ 3								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

3. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 1 และข้อที่ 4 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 1									พันธกิจข้อที่ 4								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

4. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 1 และข้อที่ 5 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 1									พันธกิจข้อที่ 5								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

5. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 1 และข้อที่ 6 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 1									พันธกิจข้อที่ 6								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	



16. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 4 และข้อที่ 5 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 4									พันธกิจข้อที่ 5								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

17. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 4 และข้อที่ 6 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 4									พันธกิจข้อที่ 6								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

18. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 4 และข้อที่ 7 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 4									พันธกิจข้อที่ 7								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

19. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 5 และข้อที่ 6 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 5									พันธกิจข้อที่ 6								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

20. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 5 และ ข้อที่ 7 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 5									พันธกิจข้อที่ 7								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

21. น้ำหนักความสำคัญของพันธกิจข้อที่ 6 และข้อที่ 7 ต่อวิสัยทัศน์

พันธกิจข้อที่ 6									พันธกิจข้อที่ 7								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	



**ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างพันธกิจและยุทธศาสตร์  
ในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564**

**1. น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์แต่ละข้อต่อพันธกิจข้อที่ 1**

1.1 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ต่อพันธกิจข้อที่ 1

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

1.2 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 และข้อที่ 3 ต่อพันธกิจข้อที่ 1

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

1.3 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 และข้อที่ 4 ต่อพันธกิจข้อที่ 1

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

1.4 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 และข้อที่ 5 ต่อพันธกิจข้อที่ 1

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

1.5 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ต่อพันธกิจข้อที่ 1

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

1.6 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 และข้อที่ 4 ต่อพันธกิจข้อที่ 1

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

1.7 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 และข้อที่ 5 ต่อพันธกิจข้อที่ 1

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

1.8 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 3 และข้อที่ 4 ต่อพันธกิจข้อที่ 1

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	













7.3 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 และข้อที่ 4 ต่อพันธกิจข้อที่ 7

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4							
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9

7.4 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 และข้อที่ 5 ต่อพันธกิจข้อที่ 7

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5							
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9

7.5 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ต่อพันธกิจข้อที่ 7

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3							
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9

7.6 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 และข้อที่ 4 ต่อพันธกิจข้อที่ 7

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4							
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9

7.7 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 2 และข้อที่ 5 ต่อพันธกิจข้อที่ 7

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5							
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9

7.8 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 3 และข้อที่ 4 ต่อพันธกิจข้อที่ 7

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4							
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9

7.9 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 3 และข้อที่ 5 ต่อพันธกิจข้อที่ 7

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5							
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9

7.10 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์ข้อที่ 4 และข้อที่ 5 ต่อพันธกิจข้อที่ 7

ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4									ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5							
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9



**ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564**

**1. น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละข้อต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 1**

1.1 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 1

กลยุทธ์ข้อที่ 1									กลยุทธ์ข้อที่ 2								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

**2. น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละข้อต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 2**

2.1 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 2

กลยุทธ์ข้อที่ 1									กลยุทธ์ข้อที่ 2								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

2.2 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 3 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 2

กลยุทธ์ข้อที่ 1									กลยุทธ์ข้อที่ 3								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

2.3 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 4 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 2

กลยุทธ์ข้อที่ 1									กลยุทธ์ข้อที่ 4								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

2.4 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 2

กลยุทธ์ข้อที่ 2									กลยุทธ์ข้อที่ 3								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

2.5 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 2 และข้อที่ 4 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 2

กลยุทธ์ข้อที่ 2									กลยุทธ์ข้อที่ 4								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

2.6 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 3 และข้อที่ 4 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 2

กลยุทธ์ข้อที่ 3									กลยุทธ์ข้อที่ 4								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

### 3. น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละข้อต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 3

3.1 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 3

กลยุทธ์ข้อที่ 1									กลยุทธ์ข้อที่ 2								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

3.2 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 3 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 3

กลยุทธ์ข้อที่ 1									กลยุทธ์ข้อที่ 3								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

3.3 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 3

กลยุทธ์ข้อที่ 2									กลยุทธ์ข้อที่ 3								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

### 4. น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละข้อต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 4

4.1 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 4

กลยุทธ์ข้อที่ 1									กลยุทธ์ข้อที่ 2								
9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

**ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจ ปัญหาและอุปสรรค และข้อเสนอแนะ**

1. ท่านมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 อย่างไร (โปรดระบุเหตุผล)

- 1) ไม่พอใจ
- 2) พอใจน้อย
- 3) พอใจปานกลาง
- 4) พอใจ
- 5) พอใจมาก

เหตุผล (ระบุทุกระดับความพึงพอใจ).....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานภาพรวมของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาให้ข้อมูล



## เอกสารประกอบแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ในการประเมินผลยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564

### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์: ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและตลาดผลไม้เมืองร้อนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

#### พันธกิจ

1. เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพและขยายการผลิตนอกฤดู และการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อสร้างโอกาสการตลาดและเพิ่มรายได้จากการผลิต
2. เพิ่มมูลค่าของผลผลิต โดยพัฒนาและส่งเสริมการแปรรูปที่เน้นการต่อยอดผลงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม
3. ขยายตลาดภายในประเทศและตลาดส่งออกต่างประเทศ โดยพัฒนาตลาดกลางผลไม้สนับสนุนการกระจายสินค้าของภาคเอกชน การเชื่อมโยงการตลาด รวมทั้ง ให้ความสำคัญทั้งตลาดหลักเดิม ตลาดใหม่ และตลาดเพื่อนบ้านชายแดน และการเจรจาแก้ไขปัญหาอันเนื่องมาจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก
4. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้ไทยทั้งในและต่างประเทศ
5. พัฒนาองค์กรและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง
6. พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผลเมืองร้อน
7. จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผล ให้มีความครบถ้วนในทุกด้าน ถูกต้อง ทันเหตุการณ์และเป็นเอกภาพ

### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างพันธกิจและยุทธศาสตร์

พันธกิจที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยเน้นการลดต้นทุน การพัฒนาคุณภาพและขยายการผลิตนอกฤดูและการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อสร้างโอกาสการตลาดและเพิ่มรายได้จากการผลิต	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ

พันธกิจที่ 2 เพิ่มมูลค่าของผลผลิต โดยพัฒนาและส่งเสริมการแปรรูปที่เน้นการต่อยอดผลงานวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ

<b>พันธกิจที่ 3</b> ขยายตลาดภายในประเทศและตลาด ส่งออกต่างประเทศ โดยพัฒนาตลาดกลางผลไม้สนับสนุน การกระจายสินค้าของภาคเอกชน การเชื่อมโยงการตลาด รวมทั้งให้ความสำคัญทั้งตลาดหลักเดิม ตลาดใหม่และ ตลาดเพื่อนบ้านชายแดน และการเจรจาแก้ไขปัญหา อันเนื่องมาจากกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งออก	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ
<b>พันธกิจที่ 4</b> ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การบริโภค ผลไม้ทั้งในและต่างประเทศ	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ
<b>พันธกิจที่ 5</b> พัฒนาองค์กรและเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ
<b>พันธกิจที่ 6</b> พัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าไม้ผล เมืองร้อน	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ
<b>พันธกิจที่ 7</b> จัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผล ให้มีความครบถ้วน ในทุกด้าน ถูกต้อง ทันเหตุการณ์และเป็นเอกภาพ	ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา
	ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ

**ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์และกลยุทธ์**

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต	กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพการผลิต
	กลยุทธ์ที่ 2 คือ การบริหารจัดการการผลิต
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการตลาด	กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดในประเทศ
	กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ
	กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป
	กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา	กลยุทธ์ที่ 1 วิจัยด้านการผลิต
	กลยุทธ์ที่ 2 วิจัยด้านการตลาด
	กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศูนย์และเกษตรกร	กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร
	กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว

ภาคผนวกที่ 2.2  
แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนกลาง



### แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนกลาง

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

โดยศูนย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โทร./โทรสาร 02-579-0614 E-mail : Crop-eva@oae.go.th

ผู้สัมภาษณ์ .....
ว/ด/ป ...../...../.....

ชื่อผู้ให้ข้อมูล.....ตำแหน่ง.....

หน่วยงาน.....เบอร์ติดต่อ.....

1. หน่วยงานของท่านมีโครงการ/กิจกรรมภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย ปี พ.ศ. 2558 – 2564 ดังต่อไปนี้หรือไม่ หากมีโปรดบรรยายละเอียด

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ (2558 - 64)	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต									
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพผลผลิต									
1. การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี การพัฒนาคุณภาพผลไม้ทั้งในและนอกฤดู									
1.1 การลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มคุณภาพผลผลิต									
1.2 จัดฝึกอบรมและศึกษาดูงานสวนไม้ผลที่ประสบความสำเร็จ									
1.3 จัดทำแปลงเรียนรู้แก่เกษตรกร เช่น การควบคุม ทรงพุ่ม ตัดแต่งกิ่ง ตัดแต่งช่อดอก ช่อผล ท่อผล การจัดการดิน น้ำและปุ๋ย การใช้สารเคมีป้องกัน และกำจัดศัตรูพืช ที่ถูกวิธี การเก็บเกี่ยวผลผลิต และการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวอย่างถูกวิธี และเหมาะสม									



ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
1.4 ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์									
1.5 ส่งเสริมการผลิตไม้ผลนอกฤดูในพื้นที่ที่มีศักยภาพ และมีตลาดรองรับ รวมทั้ง จัดการระบบการผลิต และวางแผนการผลิตในแต่ละพื้นที่เพื่อให้มีผลผลิต ต่อเนื่องตลอดปี									
<b>2. ส่งเสริมการผลิตตามเขตความเหมาะสม (Zoning)</b>									
2.1 สำรวจพื้นที่ปลูกไม้ผล จัดทำแผนที่ที่เหมาะสม ต่อการผลิตไม้ผลและขึ้นทะเบียนเกษตรกรผู้ปลูก ไม้ผล									
2.2 ส่งเสริมการผลิตในเขตพื้นที่เหมาะสม (S1 และ S2) ที่มีตลาดและโรงงานอุตสาหกรรมรองรับอย่างต่อเนื่อง									
2.3 สำรวจข้อมูลแหล่งน้ำ และจัดหาแหล่งน้ำสนับสนุน ให้เพียงพอกับความต้องการของเกษตรกร									
<b>3. ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์</b>									
3.1 ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP รายพืช และเกษตรอินทรีย์									
3.2 จัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิตไม้ผลตามระบบ GAP และเกษตรอินทรีย์									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
<b>4. ส่งเสริมการพัฒนาการผลิตตามมาตรฐาน สินค้าเกษตรด้านไม้ผล</b>									
4.1 การจัดทำและปรับปรุงมาตรฐานสินค้าเกษตร ด้านไม้ผล									
4.2 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรผลิตไม้ผล ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผล									
4.3 รมรณรงค์ให้เกษตรกรผู้ผลิตและผู้ประกอบการไม้ผล มีการซื้อขายผลไม้ตามมาตรฐานสินค้าเกษตร ด้านไม้ผล									
<b>5. ส่งเสริมการเฝ้าระวังและพัฒนาการเตือน ภัยพิบัติด้านการเกษตร</b>									
5.1 การจัดทำแผนเตรียมรับสถานการณ์ภัยพิบัติ ด้านการเกษตร เช่น การวิเคราะห์พื้นที่เสี่ยงภัย การกำหนดช่วงเวลาในการเฝ้าระวัง การกำหนด มาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหา ในการป้องกันและลดผลกระทบ การเตรียม ความพร้อม การจัดการในภาวะฉุกเฉินและ การฟื้นฟู และปฏิทินการระบาค เป็นต้น									
5.2 การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการพยากรณ์ และแจ้งเตือนภัย เช่น ภัยแล้ง อุทกภัย การระบาค ของศัตรูพืช ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง ของสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
<b>6. ส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพที่มีชื่อเสียง มาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI)</b>									
6.1 ส่งเสริมการผลิตผลไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น									
6.2 สนับสนุนการขึ้นทะเบียนผลไม้ที่มีชื่อเสียงมาจาก แหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์									
6.3 จัดทำฐานข้อมูลผู้ผลิตไม้ผลคุณภาพที่มีชื่อเสียง มาจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์									
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการการผลิต</b>									
<b>1. ศึกษาความต้องการผลผลิตของตลาด ทั้งตลาด ในประเทศและตลาดต่างประเทศ</b>									
1.1 สสำรวจ วิเคราะห์ สรุปข้อมูลด้านปริมาณผลผลิต ชนิดพืช พันธุ์ ช่วงระยะเวลาผลผลิตออกสู่ตลาด ในแต่ละพื้นที่แหล่งผลิต									
1.2 จัดทำแผนการกระจายผลผลิตออกจากแหล่งผลิต ไปยังตลาดปลายทาง									
1.3 ศึกษาความเป็นไปได้และสนับสนุนการประกันภัย พืชผล เพื่อลดความเสี่ยงให้กับเกษตรกร									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด									
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดภายในประเทศ									
<b>1. เพิ่มประสิทธิภาพของตลาดกลางในแหล่งผลิต</b>									
1.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่จำเป็น									
1.2 พัฒนาระบบการบริหารจัดการซื้อ-ขายผลไม้ที่ทันสมัย									
1.3 พัฒนาระบบข้อมูลผลิต ราคา และปริมาณรับซื้อรายวัน									
1.4 พัฒนาระบบควบคุมคุณภาพ เพื่อให้กลไกตลาด ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงกลางฤดูที่มีผลผลิตออกมาก									
<b>2. เพิ่มปริมาณการรวบรวมและจำหน่ายผลผลิต คุณภาพผ่านสถาบันเกษตรกร</b>									
2.1 จัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าชั่วคราวในกรณีที่เป็น และเร่งกระจายสินค้าในฤดูกาลผลไม้ที่สำคัญ เพื่อไม่ให้เกิดสินค้าล้นตลาดและกระทบต่อราคา									
2.2 ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของสถาบัน เกษตรกร (กลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์) วิสาหกิจชุมชน กลุ่มปรับปรุงคุณภาพผลไม้ ศูนย์คัดแยกผลไม้ชุมชน เพื่อให้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมผลผลิต คัดคุณภาพ และเชื่อมโยงการซื้อ - ขายผลผลิตของ เกษตรกรโดยตรงกับห้างค้าส่ง/ค้าปลีก (Modern Trade) ผู้ส่งออก และโรงงานแปรรูป									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
2.3 การสนับสนุนเงินทุนในการรวบรวมผลผลิตในช่วง ฤดูกาลผลิต									
<b>3. ส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายสินค้าไปยัง ตลาดนอกแหล่งผลิต</b>									
3.1 สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและกระจายสินค้า ในแหล่งผลิต									
3.2 สนับสนุนการดำเนินงานตลาดกลางของภาคเอกชน ในจังหวัดนอกแหล่งผลิตผลไม้									
3.3 ผลักดันให้มีการจัดทำข้อตกลงซื้อ – ขายสินค้า เป้าหมายล่วงหน้าหรือสัญญา (Contract Farming)									
3.4 การประสานเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต และรวบรวม ผลผลิตในแหล่งผลิตต้นทางและรับซื้อในจังหวัด ปลายทาง									
3.5 ผลักดันการตลาดผลไม้ชายแดนที่มีศักยภาพ และตลาดข้ามแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้าน									
<b>4. เพื่อประสิทธิภาพการกำกับดูแลการนำเข้า ผลไม้จากต่างประเทศ</b>									
4.1 ให้มีการตรวจสอบคุณภาพผลไม้ก่อนการนำเข้า ตามกฎหมายอย่างจริงจังเข้มงวด เพื่อให้เป็น ไปตามมาตรการสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช รวมทั้ง ให้มีการกำหนดมาตรการที่จำเป็น เพิ่มเติม เพื่อปกป้องตลาดของผลไม้ไทย									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
4.2 ควบคุมการนำเข้าผลไม้ที่ไม่ถูกกฎหมาย โดยเฉพาะตามเขตชายแดน โดยประสานการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมศุลกากร									
4.3 สนับสนุนการใช้เครื่องมือและนวัตกรรมที่ทันสมัยในการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้									
<b>5. ส่งเสริมการสร้างช่องทางการตลาดรูปแบบใหม่</b>									
5.1 สร้างสินค้า Premium grade และ fruit café โดยเพิ่มจุดจำหน่ายสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ของแหล่งผลิตผลไม้สำคัญ									
<b>6. ส่งเสริมการสร้างระบบตลาดออนไลน์</b>									
6.1 สนับสนุนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อรองรับการจำหน่ายสินค้าในระบบตลาดออนไลน์									
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ</b>									
<b>1. สนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนในการดำเนินงานศูนย์กระจายสินค้าในต่างประเทศ</b>									
1.1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการกระจายสินค้าผลไม้ไทยไปยังเมืองหรือประเทศข้างเคียงของภาคเอกชน									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
<b>2. สนับสนุนการเปิดตลาดใหม่</b>									
2.1 มีมาตรการกระตุ้น/แรงจูงใจที่เหมาะสมเพื่อให้ภาคเอกชนสามารถเปิดตลาดใหม่ในเมืองที่มีศักยภาพทั้งในกลุ่มประเทศเอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลาง ฯลฯ									
2.2 การจัดเจรจาธุรกิจระดับประเทศเพื่อให้มีการเปิดตลาดใหม่ ฯลฯ									
<b>3. สนับสนุนการรักษาและขยายตลาดเดิม</b>									
3.1 มีมาตรการส่งเสริม/แรงจูงใจที่เหมาะสมเพื่อให้ภาคเอกชนสามารถรักษาและขยายตลาดเดิม									
3.2 สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกให้แก่ภาคเอกชน ฯลฯ									
<b>4. การแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านกฎระเบียบการส่งออก/นำเข้า</b>									
4.1 สนับสนุนให้มีการเจรจา การแก้ไขปัญหา/ข้อจำกัดตามกฎระเบียบต่างๆ และพัฒนามาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อลดอุปสรรคด้านการผลิต การค้า การส่งออกผลไม้ไทย									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
4.2 สนับสนุนให้มีการส่งออกมากขึ้น เช่น									
1) ทบทวนการดำเนินงานข้อตกลง FTA									
2) ปรับปรุงการดำเนินงานตามกฎหมายระเบียบและ มาตรการต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคทางการค้า									
3) ปรับปรุงมาตรฐานสินค้าเกษตรของรัฐให้เหมาะสม									
4) ส่งเสริมให้มีการซื้อ - ขายตามมาตรฐานที่กำหนด									
5) เพิ่มประสิทธิภาพในระบบการตรวจสอบและ ออกใบรับรอง GAP และ GMP เพื่อส่งออก รวมทั้ง ผลักดันให้มีมาตรฐานเทียบเท่าสากล เพื่อป้องกันปัญหาในประเทศคู่ค้า									
6) เร่งรัดเจรจาการแก้ไขปัญหาการกีดกันทางการค้า ตามมาตรการ SPS									
4.3 เพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแลการส่งออกผลไม้ ด้วยคุณภาพปลอดภัยไปยังตลาดต่างประเทศ									
4.4 ส่งเสริมให้มีการกำหนดราคาซื้อขายผลผลิตของ ผู้รวบรวมผลผลิตชาวไทยและชาวต่างชาติ ตามชั้นคุณภาพและในราคาที่ยุติธรรม									
4.5 สนับสนุนให้มีการขึ้นทะเบียนในการควบคุมและ กำกับการค้าเงินธุรกิจของผู้ประกอบการ ชาวต่างชาติโดยให้มีหน่วยงานกลาง ในการรับผิดชอบโดยตรง									



ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
<b>5. พัฒนาเครือข่ายการส่งออกและระบบโลจิสติกส์</b>									
5.1 สนับสนุนการดำเนินงานของผู้ส่งออกและองค์กรที่เกี่ยวข้อง									
5.2 สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ประกอบการขนส่ง สถาบันการศึกษา หน่วยงานวิจัย ฯลฯ เพื่อสร้างความร่วมมือในการผลักดันการส่งออก									
5.3 การเพิ่มประสิทธิภาพในระบบโลจิสติกส์เพื่อส่งออกและอื่น ๆ									
5.4 พัฒนาและส่งเสริมระบบตรวจสอบย้อนกลับอย่างจริงจัง									
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์แปรรูป</b>									
<b>1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้</b>									
1.1 การวิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูลการแปรรูปผลไม้ เช่น ชนิด ปริมาณ ช่วงเวลาความต้องการผลผลิต รูปแบบ และความต้องการผลผลิตสด แปรรูป และความต้องการของตลาด									
1.2 การอบรมความรู้ และให้คำปรึกษา แนะนำ ด้านการถ่ายทอดเทคโนโลยีการแปรรูปผลไม้ และส่งเสริม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่									
1.3 พัฒนาเครือข่ายกลุ่มแปรรูปผลไม้									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
<b>2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้สดและแปรรูป</b>									
2.1 การอบรมความรู้ และให้คำปรึกษา แนะนำ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย รูปแบบ									
2.2 พัฒนาและส่งเสริมการบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มต่อผลิตภัณฑ์									
<b>กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และ การประชาสัมพันธ์</b>									
<b>1. ประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตผลไม้คุณภาพดี</b>									
1.1 เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ เว็บไซต์ ฯลฯ									
<b>2. รณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ และผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ</b>									
2.1 จัดประชาสัมพันธ์แนะนำการบริโภคผลไม้ด้วยวิธี ที่ถูกต้องและในช่วงเวลาที่เหมาะสม									
2.2 จัดประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ และสร้างค่านิยม และวัฒนธรรมการบริโภคผลไม้ไทย									
2.3 เสริมตราสินค้าผลไม้ไทยและผลิตภัณฑ์แปรรูป ผ่านสื่อต่าง ๆ									
2.4 จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการกระตุ้น การบริโภคผลไม้ในช่วงฤดูกาล									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
2.5 เข้าร่วมงานแสดงสินค้าผลไม้ไทย และการดำเนินพิธี การทูตแบบ Fruit Diplomacy									
2.6 สนับสนุนภาคเอกชนเข้าร่วมแสดงสินค้าใน งานเทศกาลผลไม้หรือเทศกาลอาหารนานาชาติ									
2.7 ส่งเสริมการบริโภคผลไม้ไทยในลักษณะบูรณาการ กับส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เช่น การจัดเส้นทาง ท่องเที่ยวแวะชิมผลไม้ในแหล่งผลิต การส่งเสริม การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหาร โดยใช้ผลไม้ไทยเป็นจุดขายการท่องเที่ยวไทย									
2.8 ส่งเสริมการบริโภคผลไม้คุณภาพที่มีชื่อเสียงมาจาก แหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI) และผลไม้ประจำถิ่นต่าง ๆ									
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา</b>									
<b>กลยุทธ์ที่ 1 วิจัยด้านการผลิต</b>									
1. วิจัยการพัฒนาคุณภาพผลผลิต									
2. วิจัยเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว									
3. วิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์									
<b>กลยุทธ์ที่ 2 วิจัยด้านการตลาด</b>									
1. วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้									
2. วิจัยระบบโลจิสติกส์									
3. วิจัยคุณค่าทางโภชนาการและการใช้ประโยชน์ของ ผลไม้									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย</b>									
1. มีหน่วยงานกลางในการกำกับดูแล การรวบรวมงานวิจัย การเข้าถึง และใช้ประโยชน์งานวิจัย และมีมาตรฐานรองรับงานวิจัย									
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการองค์กรและเกษตรกร</b>									
<b>กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร</b>									
<b>1. จัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่าย</b>									
1.1 ส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งและบริหารจัดการกลุ่มตามระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่									
1.2 สนับสนุนให้เกิดการสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีด้านการผลิต การแปรรูปและการตลาด									
<b>2. การพัฒนาองค์กรเกษตรกร/ภาครัฐ</b>									
2.1 พัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรเกษตรกรจนสามารถพึ่งพาตนเองได้									
2.2 จัดเวทีเสวนากลุ่มเครือข่ายระหว่างกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันละกัน รวมทั้ง จัดอบรมความรู้ การบริหารจัดการธุรกิจในกลุ่มและเครือข่าย									
2.3 สนับสนุนให้ศูนย์วิจัยด้านพืชสวน เป็นศูนย์สาธิตและส่งเสริมการผลิตไม้ผลครบวงจร									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
3. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล									
กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว									
1. การพัฒนาเกษตรกรรายใหญ่/ Smart Farmer ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้เอง									
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ									
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ									
1. พัฒนาข้อมูลด้านการผลิตการตลาด ที่ครอบคลุมผลไม้เมืองร้อนและกึ่งเมืองร้อน									
1.1 จัดทำฐานข้อมูลแหล่งผลิตผลไม้คุณภาพทั้งในฤดู และนอกฤดู									
1.2 จัดทำข้อมูลองค์ความรู้ด้านไม้ผล เช่น ชนิดไม้ผล คุณค่าทางโภชนาการ และผลิตภัณฑ์แปรรูป									
1.3 จัดทำข้อมูลการผลิต เช่น รายชื่อเกษตรกร พื้นที่ เพาะปลูก ปริมาณ ผลผลิต ช่วงระยะเวลาผลผลิต ออกสู่ตลาด ราคา ชั้นคุณภาพ และแหล่งผลิตไม้ผล ที่มีคุณภาพ GAP เกษตรอินทรีย์ ฯลฯ พืชพันธุ์ดี เฉพาะท้องถิ่น (GI) ที่สำคัญของประเทศทั้งในฤดู และนอกฤดู									
1.4 จัดทำข้อมูลด้านการตลาด เช่น รายชื่อ ผู้ประกอบการ ปริมาณความต้องการผลผลิต ทั้งชนิด - ปริมาณ ทั้งในและต่างประเทศ ช่วงระยะเวลาที่ต้องการ ชั้นคุณภาพ เป็นต้น									

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรมที่อยู่ภายใต้ประเด็นภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564								
	ไม่มี (/)	มี (/)	ชื่อโครงการ/ กิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณ ที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณ ที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
1.5 จัดทำข้อมูลการผลิตผลไม้ของประเทศคู่แข่งสำคัญ									
1.6 จัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อการพยากรณ์และ แจ้งเตือนภัย เช่น ภัยแล้ง อุทกภัย การระบาดของ ของศัตรูพืช ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง ของสภาพภูมิอากาศ เป็นต้น									
1.7 จัดทำระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E - Commerce) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุน การซื้อขายผลไม้ การประชาสัมพันธ์ และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่สะดวก รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่าย และเข้าถึงผู้บริโภค ได้ในวงกว้าง									
1.8 มีหน่วยงานกลางในการกำกับดูแล การรวบรวม และเชื่อมโยงข้อมูลไม้ผลแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และมีการเผยแพร่ข้อมูล อย่างเป็นระบบ									

2. ท่านมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 อย่างไร (โปรดระบุเหตุผล)

- 1) ไม่พอใจ       2) พอใจน้อย       3) พอใจปานกลาง       4) พอใจ       5) พอใจมาก

เหตุผล (ระบุทุกระดับความพึงพอใจ).....

.....

.....

.....

3. ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานภาพรวมของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

.....

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาให้ข้อมูล

ภาคผนวกที่ 2.3  
แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนภูมิภาค





แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่หน่วยงานส่วนภูมิภาค

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

โดยศูนย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โทร. 02-579-0614 E-mail: crop-eva@oae.go.th

ชื่อผู้สัมภาษณ์.....วันที่เก็บข้อมูล ว/ด/ป...../...../.....

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป**

ชื่อผู้ให้ข้อมูล นาย/นาง/นางสาว.....ตำแหน่ง.....เบอร์ติดต่อ.....

หน่วยงาน ( ) สำนักงานเกษตรจังหวัด ( ) สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ( ) อื่น ๆ ระบุ.....จังหวัด.....

การสอบถามความเห็น/ทัศนคติ/ความพึงพอใจ : คะแนนเต็ม 5 คะแนน

ค่าคะแนน 1 ความเห็น/ทัศนคติ/ความพึงพอใจ ที่เห็นด้วย น้อยที่สุด กับประเด็นที่ถาม

ค่าคะแนน 5 ความเห็น/ทัศนคติ/ความพึงพอใจ ที่เห็นด้วย มากที่สุด กับประเด็นที่ถาม

**ส่วนที่ 2 การดำเนินโครงการ**

**1. การรับรู้ข้อมูลรายละเอียดยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564**

1.1 ท่านรับทราบว่ามียุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 หรือไม่

1) ทราบ จากช่องทางใด โปรดระบุ.....

2) ไม่ทราบ โปรดระบุเหตุผล ..... (ข้ามไปข้อ 2)

1.2 จังหวัดของท่านมีการจัดประชุมชี้แจงรายละเอียดยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 หรือไม่

1) มี หน่วยงานจัดประชุม คือ .....

2) ไม่มี เนื่องจาก .....

3) ไม่ทราบ เนื่องจาก .....

1.3 ท่านเข้าใจรายละเอียดยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 หรือไม่

1) เข้าใจ ระดับใด ระดับ.....คะแนน (1 น้อยที่สุด – 5 มากที่สุด)

2) ไม่เข้าใจ โปรดระบุเหตุผล .....

2. หน่วยงานของท่านมีโครงการ/กิจกรรมภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ดังต่อไปนี้หรือไม่ หากมีโปรดระบุรายละเอียด

2.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต

กลยุทธ์	ชื่อโครงการ/กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (2558 - 2564)	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนา คุณภาพการผลิต							
กลยุทธ์ที่ 2 การบริหาร จัดการการผลิต							

1) ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 1 .....

.....

2) ข้อเสนอแนะในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 1 .....

.....

2.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด

กลยุทธ์	ชื่อโครงการ/กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (2558 - 2564)	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนา ตลาดในประเทศ							
กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา ตลาดส่งออก ต่างประเทศ							
กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลไม้สดและ ผลิตภัณฑ์แปรรูป							
กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมการบริโภค ผลไม้และ การประชาสัมพันธ์							

1) ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 2 .....

.....

.....

2) ข้อเสนอแนะในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 2 .....

.....

.....

2.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา

กลยุทธ์	ชื่อโครงการ/กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (2558 - 2564)	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 1 วิจัยด้านการผลิต							
กลยุทธ์ที่ 2 วิจัย ด้านการตลาด							
กลยุทธ์ที่ 3 การบริหาร จัดการงานวิจัย							

1) ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 3 .....

.....

2) ข้อเสนอแนะในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 3 .....

.....

2.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาองค์กรและเกษตรกร

กลยุทธ์	ชื่อโครงการ/กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (2558 - 2564)	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็ง ให้องค์กรและ เกษตรกร							
กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา เกษตรกรรายเดี่ยว							

1) ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 4 .....

.....

2) ข้อเสนอแนะในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 4 .....

.....

2.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ

กลยุทธ์	ชื่อโครงการ/กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (2558 - 2564)	เป้าหมาย (หน่วย)	ผลงาน (หน่วย)	งบประมาณที่ได้รับ (บาท)	งบประมาณที่เบิกจ่าย (บาท)	แหล่งที่มา ของงบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบ ฐานข้อมูล สารสนเทศ							

1) ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 5 .....

.....

2) ข้อเสนอแนะในการดำเนินการในยุทธศาสตร์ที่ 5 .....

.....

3. จังหวัดของท่านมีหน่วยงานที่ร่วมบูรณาการในการดำเนินการยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 จำนวนกี่หน่วยงาน  
มีหน่วยงานในการบูรณาการ จำนวน.....หน่วยงาน ได้แก่.....

4. งบประมาณ

4.1 งบประมาณที่ได้รับจัดสรรทั้งหมดของหน่วยงานท่าน.....บาท เบิกจ่ายทั้งหมด.....บาท

4.2 ความเพียงพอของงบประมาณ

1) เพียงพอ

2) ไม่เพียงพอ โปรดระบุเหตุผล .....

4.3 ความทันเวลาของงบประมาณ

1) ทันเวลา

2) ไม่ทันเวลา โปรดระบุเหตุผล .....

5. ท่านมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ในระดับใด ระบุ.....คะแนน (1 น้อยที่สุด – 5 มากที่สุด)  
โปรดระบุเหตุผล.....  
.....  
.....

6. ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการในภาพรวมของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564.....  
.....  
.....  
.....

7. ข้อเสนอแนะในการดำเนินการในภาพรวมของยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาให้ข้อมูล



ภาคผนวกที่ 2.4  
ประเด็นสนทนากลุ่มเกษตรกร

หัวข้อการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ  
ภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

.....

**หัวข้อที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต**

ที่ผ่านมา 5 - 7 ปี ได้มีหน่วยงานใด ๆ (หรือท่านได้ทำเอง) มาช่วยเหลือ/ส่งเสริมการผลิต ดังต่อไปนี้หรือไม่/อย่างไร

**1.1 การพัฒนาคุณภาพการผลิต**

- การถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีการพัฒนาคุณภาพ (ลดต้นทุน เพิ่มคุณภาพ อบรม ฝึกอบรม เรียนรู้ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ การผลิตนอกฤดู จัดระบบการผลิต และการวางแผนการผลิตผลผลิตต่อเนื่อง
- การผลิตตาม Zoning
- การผลิตตาม GAP/เกษตรอินทรีย์
- การผลิตตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านผลไม้
- การเตือนภัยต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม โรค แมลงระบาด เป็นต้น
- การผลิตสินค้า GI

**1.2 การบริหารจัดการผลผลิต**

- มีหน่วยงานมาสำรวจ วิเคราะห์ สรุปปริมาณการผลิต ช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาด การจัดทำแผนกระจายผลผลิต การศึกษาการประกันภัยพืชผล และการศึกษาความต้องการผลผลิตของตลาด (ในประเทศ/ต่างประเทศ)

**หัวข้อที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด**

ที่ผ่านมา 5 - 7 ปี ได้มีหน่วยงาน (หรือท่านได้ทำเอง) มาช่วยเหลือ/ส่งเสริมการบริหารจัดการสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้หรือไม่/อย่างไร

**2.1 การพัฒนาตลาดในประเทศ**

- การเพิ่มประสิทธิภาพตลาดกลางในแหล่งผลิต (โครงสร้างพื้นฐาน เครื่องมือ อุปกรณ์ ระบบบริหารจัดการผลไม้ที่ทันสมัย พัฒนาระบบข้อมูลผลผลิต ราคา ปริมาณรับซื้อ และพัฒนาระบบควบคุมคุณภาพ เช่น ช่วงผลไม้ ออกมาก)
- การเพิ่มปริมาณการรวบรวม/จำหน่ายผ่านสถาบัน ตั้งศูนย์กระจายสินค้าชั่วคราว สนับสนุนกลุ่มเกษตรกร/สหกรณ์ ศูนย์รวม/เชื่อมโยง คัดแยก และสนับสนุนเงินทุน
- การส่งเสริม/สนับสนุนการกระจายสินค้าไปนอกแหล่งผลิต (ศูนย์รวม/กระจาย ตลาดกลาง ซื้อขายล่วงหน้า และเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้รับซื้อ)
- การเพิ่มประสิทธิภาพ/กำกับดูแลการนำเข้าผลไม้ (ตรวจสอบคุณภาพ กฎ ระเบียบ ควบคุม สนับสนุนเครื่องมือ)

## 2.2 การพัฒนาตลาดส่งออก

- การสนับสนุน/อำนวยความสะดวกให้เอกชนกระจายสินค้า
  - การเปิดตลาดใหม่ (กระตุ้น จูงใจ เจรจากรัฐกิจ)
  - การรักษา/ขยายตลาดเดิม (สนับสนุน ส่งเสริม จูงใจ)
  - การแก้ไขปัญหาอุปสรรค กฎระเบียบส่งออก/นำเข้า (แก้ไขระเบียบ สนับสนุนส่งออก เพิ่มประสิทธิภาพ
- ออกใบรับรอง GAP GMP FTA SPS กำกับดูแลผลไม้ด้วยประสิทธิภาพที่ไปต่างประเทศ กำหนดราคาซื้อที่เป็นธรรม ขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการต่างชาติ

- การพัฒนาเครือข่ายส่งออก/โลจิสติกส์ (ผู้ส่งออกผู้ประกอบการสถาบันต่าง ๆ)

## 2.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สดและผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ (การวิเคราะห์ชนิด รูปแบบ และความต้องการ การอบรม/ถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ)
- บรรจุกัญชี (การอบรม ปรีกษา ออกแบบ และพัฒนา)

## 2.4 ส่งเสริม ประชาสัมพันธ์การบริโภคผลไม้

- การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ
- การรณรงค์การบริโภคผลไม้ทั้งในและต่างประเทศ (ประชาสัมพันธ์ จัดงานแสดงสินค้า ส่งเสริมกิจกรรม สร้างค่านิยม สร้างวัฒนธรรมการบริโภค การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์สินค้า GI)

## หัวข้อที่ 3 การวิจัยและพัฒนา

ที่ผ่านมา 5 - 7 ปี ได้มีหน่วยงาน (ท่านได้ทำเอง) มาช่วยเหลือ/ส่งเสริมการวิจัย พัฒนา ดังต่อไปนี้หรือไม่/อย่างไร

### 3.1 การวิจัย พัฒนา ด้านการผลิต

- การวิจัยพัฒนาคุณภาพผลผลิต
- การวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว
- การวิจัยพัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์

### 3.2 การวิจัยด้านการตลาด

- การวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลไม้
- การวิจัยระบบโลจิสติกส์
- การวิจัยคุณค่าทางโภชนาการและการใช้ประโยชน์ผลไม้

#### หัวข้อที่ 4 การพัฒนาองค์กรและเกษตรกร

ที่ผ่านมา 5 - 7 ปี ได้มีหน่วยงาน/(หรือท่านได้ทำเอง) มาช่วยเหลือการพัฒนาองค์กรและเกษตรกร ดังต่อไปนี้หรือไม่/อย่างไร

##### 4.1 การสร้างความเข้มแข็งให้องค์กร เกษตรกร ในพื้นที่

- การจัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่าย (การทำแปลงใหญ่ การเชื่อมโยงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้/ข้อมูล)

- การพัฒนาองค์กรเกษตรกร/ภาครัฐ (การเสริมสร้างความเข้มแข็งเกษตรกร การจัดเวทีเสวนา การสนับสนุนศูนย์วิจัยด้านพืชสวน ให้เป็นแหล่งสาธิตไม้ผลครบวงจร)

- การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล

##### 4.2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว Smart Farmers

#### หัวข้อที่ 5 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ

ที่ผ่านมา 5 - 7 ปี ท่านทราบหรือไม่ว่า ได้มีหน่วยงานของภาครัฐ ได้มีการพัฒนาระบบฐานข้อมูล ดังต่อไปนี้หรือไม่/อย่างไร

- การทำฐานข้อมูลการผลิตผลไม้ ทั้งในและนอกฤดูการผลิต

- ข้อมูลองค์ความรู้ต่าง ๆ ชนิดไม้ผล การผลิต รายชื่อเกษตรกร พื้นที่เพาะปลูก ต้นทุนการผลิต คุณภาพการผลิต เกษตรอินทรีย์ ประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง ผู้ประกอบการ ปริมาณผลผลิต ระยะเวลา พื้นที่ และภัยพิบัติต่าง ๆ

- การทำ e-commerce การขายสินค้า Online

- มีหน่วยงานกำกับดูแลการทำข้อมูล ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ภาคผนวกที่ 2.5  
แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ



## แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

โดยศูนย์ประเมินผล สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร โทร. 02-579-0614 E-mail: crop-eva@oae.go.th

ชื่อผู้สัมภาษณ์..... วันที่เก็บข้อมูล ว/ด/ป...../...../.....

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

1. ชื่อผู้ให้ข้อมูล นาย/นาง/นางสาว..... เบอร์ติดต่อ.....
2. ชื่อสถานประกอบการ..... จังหวัด.....
3. ประเภทของสถานประกอบการ  1) ลังผลไม้  2) ผู้แปรรูป  3) ผู้รวบรวม  
 4) ขนส่ง  5) อื่น ๆ ระบุ.....

### ส่วนที่ 2 ประเด็นข้อคำถาม

#### 1. ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการผลผลิต

1.1 สถานประกอบการของท่าน มีการซื้อขายผลไม้ตามมาตรฐานสินค้าเกษตรด้านไม้ผลหรือไม่ (เช่น GAP อินทรีย์)

- 1) มี อย่างไร.....
- 2) ไม่มี เนื่องจาก.....

#### 2. ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด

2.1 สถานประกอบการของท่านได้รับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจากภาครัฐ เช่น สถานที่ และเครื่องมือที่จำเป็นหรือไม่

- 1) ได้รับ อย่างไร.....
- 2) ไม่ได้รับ เนื่องจาก.....

2.2 สถานประกอบการของท่านได้รับการสนับสนุนเงินทุนในการรวบรวมผลผลิตในช่วงฤดูกาลผลิตหรือไม่

- 1) ได้รับ อย่างไร.....
- 2) ไม่ได้รับ เนื่องจาก.....

2.3 สถานประกอบการของท่านมีการจัดทำข้อตกลงซื้อ - ขายสินค้าเป้าหมายล่วงหน้าหรือสัญญาหรือไม่

- 1) มี ทำกับเกษตรกรโดย.....  
มี ทำกับผู้ซื้อในประเทศ/ต่างประเทศ.....
- 2) ไม่มี เนื่องจาก.....

2.4 สถานประกอบการของท่านมีการจำหน่ายผลไม้ไปยังประเทศเพื่อนบ้านหรือไม่

- 1) มี อย่างไร.....
- 2) ไม่มี เนื่องจาก.....

2.5 สถานประกอบการของท่านได้รับเครื่องมือและนวัตกรรมที่ทันสมัยจากภาครัฐในการตรวจสอบคุณภาพและความปลอดภัยของผลไม้หรือไม่

1) ได้รับ อย่างไร.....

2) ไม่ได้รับ เนื่องจาก.....

2.6 สถานประกอบการของท่านได้รับความสะดวกในระบบโลจิสติกส์ (เช่น การขนส่ง การเก็บรักษา การกระจายสินค้าทั้งในทางกายภาพ และในระบบออนไลน์) เพื่อจำหน่ายสินค้าหรือไม่

1) ได้รับ อย่างไร.....

2) ไม่ได้รับ เนื่องจาก.....

2.7 สถานประกอบการของท่านมีการเปิดตลาดใหม่ในกลุ่มประเทศเอเชีย ยุโรป ตะวันออกกลางหรือไม่

1) มี อย่างไร.....

2) ไม่มี เนื่องจาก.....

2.8 สถานประกอบการของท่านมีการกำหนดราคารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรตามชั้นคุณภาพและในราคาที่ยุติธรรมหรือไม่

1) มี อย่างไร.....

2) ไม่มี เนื่องจาก.....

2.9 สถานประกอบการของท่านได้เข้าร่วมแสดงสินค้าในงานเทศกาลผลไม้หรือเทศกาลอาหารนานาชาติหรือไม่

1) เข้าร่วม อย่างไร.....

2) ไม่ได้เข้าร่วม เนื่องจาก.....

3. ท่านมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายผลไม้ของรัฐบาลในระดับใด

ระบุ.....คะแนน (1 น้อยที่สุด - 5 มากที่สุด)

โปรดระบุเหตุผล.....

4. ปัญหา และอุปสรรคในภาพรวมของการผลิตและจำหน่ายผลไม้ .....

.....

.....

.....

.....

5. ข้อเสนอแนะในภาพรวมของการดำเนินการยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาให้ข้อมูล



ภาคผนวกที่ 3  
กลุ่มเป้าหมายตัวอย่าง

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	หน่วยนับ
<b>1. ผู้เชี่ยวชาญ</b>		
1.1 กรมส่งเสริมการเกษตร	1	ราย
1.2 กรมวิชาการเกษตร	1	ราย
1.3 กรมส่งเสริมสหกรณ์	1	ราย
1.4 กรมพัฒนาที่ดิน	1	ราย
1.5 องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร	1	ราย
1.6 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	1	ราย
1.7 สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	1	ราย
1.8 สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร	1	ราย
<b>รวม</b>	<b>8</b>	<b>ราย</b>
<b>2. เจ้าหน้าที่</b>		
<b>2.1 เจ้าหน้าที่ส่วนกลาง</b>		
2.1.1 กรมส่งเสริมการเกษตร	1	ราย
2.1.2 กรมวิชาการเกษตร	1	ราย
2.1.3 กรมส่งเสริมสหกรณ์	1	ราย
2.1.4 องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร	1	ราย
2.1.5 สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	1	ราย
2.1.6 สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	1	ราย
2.1.7 กรมพัฒนาที่ดิน	1	ราย
2.1.8 กรมชลประทาน	1	ราย
2.1.9 กรมตรวจบัญชีสหกรณ์	1	ราย
<b>รวม</b>	<b>9</b>	<b>ราย</b>
<b>2.2 เจ้าหน้าที่ส่วนภูมิภาค</b>		
2.2.1 สำนักงานเกษตรจังหวัด	14	ราย
2.2.2 สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	14	ราย
<b>รวม</b>	<b>28</b>	<b>ราย</b>

รายการ	จำนวนตัวอย่าง	หน่วยนับ
<b>3. เกษตรกร</b>		
4.1 ทูเรี่ยน	3	กลุ่ม
4.2 มังคุด	3	กลุ่ม
4.3 เงาะ	3	กลุ่ม
4.4 ลองกอง	3	กลุ่ม
4.5 ลำไย	3	กลุ่ม
4.6 ลิ้นจี่	3	กลุ่ม
4.7 มะม่วง	3	กลุ่ม
<b>รวม</b>	<b>21</b>	<b>กลุ่ม</b>
<b>4. ผู้ประกอบการ</b>	<b>14</b>	<b>แห่ง</b>

#### ภาคผนวกที่ 4

การคำนวณค่าน้ำหนักความสำคัญและอัตราส่วนความไม่สอดคล้อง  
(ตัวอย่าง กรมวิชาการเกษตร)

## 1. กรมวิชาการเกษตร

1.1 การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์และพันธกิจแต่ละข้อในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

### 1.1.1 การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

พันธกิจ	พันธกิจข้อที่ 1	พันธกิจข้อที่ 2	พันธกิจข้อที่ 3	พันธกิจข้อที่ 4	พันธกิจข้อที่ 5	พันธกิจข้อที่ 6	พันธกิจข้อที่ 7
พันธกิจข้อที่ 1	1.00	3.00	2.00	1.00	5.00	1.00	0.33
พันธกิจข้อที่ 2	0.33	1.00	0.20	1.00	3.00	1.00	0.20
พันธกิจข้อที่ 3	0.50	5.00	1.00	3.00	1.00	1.00	0.33
พันธกิจข้อที่ 4	1.00	1.00	0.33	1.00	0.33	0.20	0.14
พันธกิจข้อที่ 5	0.20	0.33	1.00	3.00	1.00	1.00	0.33
พันธกิจข้อที่ 6	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	0.33
พันธกิจข้อที่ 7	3.00	5.00	3.00	7.00	3.00	3.00	1.00
ผลรวมแนวตั้ง	7.03	16.33	8.53	21.00	14.33	8.20	2.68

พันธกิจ	พันธกิจข้อที่ 1	พันธกิจข้อที่ 2	พันธกิจข้อที่ 3	พันธกิจข้อที่ 4	พันธกิจข้อที่ 5	พันธกิจข้อที่ 6	พันธกิจข้อที่ 7	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
พันธกิจข้อที่ 1	0.14	0.18	0.23	0.05	0.35	0.12	0.12	1.20	0.17
พันธกิจข้อที่ 2	0.05	0.06	0.02	0.05	0.21	0.12	0.07	0.59	0.08
พันธกิจข้อที่ 3	0.07	0.31	0.12	0.14	0.07	0.12	0.12	0.95	0.14
พันธกิจข้อที่ 4	0.14	0.06	0.04	0.05	0.02	0.02	0.05	0.39	0.06
พันธกิจข้อที่ 5	0.03	0.02	0.12	0.14	0.07	0.12	0.12	0.63	0.09
พันธกิจข้อที่ 6	0.14	0.06	0.12	0.24	0.07	0.12	0.12	0.87	0.12
พันธกิจข้อที่ 7	0.43	0.31	0.35	0.33	0.21	0.37	0.37	2.37	0.34
ผลรวมแนวตั้ง	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	7.00	1.00

## 1.1.2 การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]							[B]	[C]
1.00	3.00	2.00	1.00	5.00	1.00	0.33	0.17	1.44
0.33	1.00	0.20	1.00	3.00	1.00	0.20	0.08	0.68
0.50	5.00	1.00	3.00	1.00	1.00	0.33	0.14	1.14
1.00	1.00	0.33	1.00	0.33	0.20	0.14	0.06	0.46
0.20	0.33	1.00	3.00	1.00	1.00	0.33	0.09	0.69
1.00	1.00	1.00	5.00	1.00	1.00	0.33	0.12	1.00
3.00	5.00	3.00	7.00	3.00	3.00	1.00	0.34	2.71

$$[D] = [(1.44/0.17) (0.68/0.08) (1.14/0.14) (0.46/0.06) (0.69/0.09) (1.00/0.12) (2.71/0.34)]$$

$$= [8.35 \ 8.18 \ 8.33 \ 8.23 \ 7.76 \ 7.99 \ 8.03]$$

$$\lambda_{max} = (8.35+8.18+8.33+8.23+7.76+7.99+8.03)/7 = 8.12$$

$$C.I. = (8.12-7)/(7-1) = 0.19$$

$$R.I. = 1.32$$

$$C.R. = 0.19/1.32 = 0.14$$

1.2 การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างพันธกิจและยุทธศาสตร์ในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

1.2.1 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์แต่ละข้อต่อพันธกิจข้อที่ 1

1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	1.00	1.00	3.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.33	0.33	0.33	1.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	3.00	1.00	1.00	3.00	1.00
ผลรวมแนวตั้ง	6.33	4.33	4.33	13.00	3.67

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.16	0.23	0.23	0.23	0.09	0.94	0.19
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.16	0.23	0.23	0.23	0.27	1.12	0.22
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.16	0.23	0.23	0.23	0.27	1.12	0.22
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.05	0.08	0.08	0.08	0.09	0.37	0.07
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	0.47	0.23	0.23	0.23	0.27	1.44	0.29
ผลรวมแนวตั้ง	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00

## 2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]						[B]		[C]
1.00	1.00	1.00	3.00	0.33		0.19		0.96
1.00	1.00	1.00	3.00	1.00		0.22		1.15
1.00	1.00	1.00	3.00	1.00	x	0.22	=	1.15
0.33	0.33	0.33	1.00	0.33		0.07		0.38
3.00	1.00	1.00	3.00	1.00		0.29		1.53

$$[D] = [(0.96/0.19) (1.15/0.22) (1.15/0.22) (0.38/0.07) (1.53/0.29)]$$

$$= [5.09 \ 5.12 \ 5.12 \ 5.12 \ 5.30]$$

$$\lambda_{max} = (5.09+5.12+5.12+5.12+5.30)/5 = 5.15$$

$$C.I. = (5.15-5)/(5-1) = 0.04$$

$$R.I. = 1.12$$

$$C.R. = 0.04/1.12 = 0.03$$

## 1.2.2 น้าหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์แต่ละข้อต่อพันธกิจข้อที่ 2

## 1) การคำนวณหาค่าน้าหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	0.20	0.33	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	5.00	1.00	3.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	3.00	0.33	1.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.33	0.33	0.33	1.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00
ผลรวมแนวตั้ง	10.33	2.87	5.67	13.00	4.33



ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.10	0.07	0.06	0.23	0.23	0.69	0.14
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.48	0.35	0.53	0.23	0.23	1.82	0.36
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.29	0.12	0.18	0.23	0.23	1.04	0.21
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.03	0.12	0.06	0.08	0.08	0.36	0.07
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	0.10	0.35	0.18	0.23	0.23	1.08	0.22
ผลรวมแนวตั้ง	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00	1.00

2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]						[B]		[C]	
1.00	0.20	0.33	3.00	1.00		0.14		0.71	
5.00	1.00	3.00	3.00	1.00		0.36		2.11	
3.00	0.33	1.00	3.00	1.00	×	0.21	=	1.18	
0.33	0.33	0.33	1.00	0.33		0.07		0.38	
1.00	1.00	1.00	3.00	1.00		0.22		1.14	

$$[D] = [(0.71/0.14) (2.11/0.36) (1.18/0.21) (0.38/0.07) (1.14/0.22)]$$

$$= [5.19 \ 5.79 \ 5.63 \ 5.28 \ 5.28]$$

$$\lambda_{max} = (5.19+5.79+5.63+5.28+5.28)/5 = 5.43$$

$$C.I. = (5.43-5)/(5-1) = 0.11$$

$$R.I. = 1.12$$

$$C.R. = 0.11/1.12 = 0.10$$

## 1.2.3 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์แต่ละข้อต่อพันธกิจข้อที่ 3

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.33	0.33	1.00	3.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.33	0.33	0.33	1.00	0.20
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	1.00	1.00	3.00	5.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>3.67</b>	<b>3.67</b>	<b>10.33</b>	<b>15.00</b>	<b>3.53</b>

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.27	0.27	0.29	0.20	0.28	1.32	0.26
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.27	0.27	0.29	0.20	0.28	1.32	0.26
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.09	0.09	0.10	0.20	0.09	0.57	0.11
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.09	0.09	0.03	0.07	0.06	0.34	0.07
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	0.27	0.27	0.29	0.33	0.28	1.45	0.29
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>5.00</b>	<b>1.00</b>

## 2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]						[B]		[C]
1.00	1.00	3.00	3.00	1.00		0.26		1.36
1.00	1.00	3.00	3.00	1.00		0.26		1.36
0.33	0.33	1.00	3.00	0.33	×	0.11	=	0.59
0.33	0.33	0.33	1.00	0.20		0.07		0.34
1.00	1.00	3.00	5.00	1.00		0.29		1.50

$$[D] = [(1.36/0.26) (1.36/0.26) (0.59/0.11) (0.34/0.07) (1.50/0.29)]$$

$$= [5.17 \ 5.17 \ 5.15 \ 5.03 \ 5.16]$$

$$\lambda_{max} = (5.17+5.17+5.15+5.03+5.16)/5 = 5.14$$

$$C.I. = (5.14-5)/(5-1) = 0.03$$

$$R.I. = 1.12$$

$$C.R. = 0.03/1.12 = 0.03$$

## 1.2.4 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์แต่ละข้อต่อพันธกิจข้อที่ 4

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.33	0.33	1.00	3.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.33	0.33	0.33	1.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	1.00	1.00	3.00	3.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>3.67</b>	<b>3.67</b>	<b>10.33</b>	<b>13.00</b>	<b>3.67</b>

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.27	0.27	0.29	0.23	0.27	1.34	0.27
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.27	0.27	0.29	0.23	0.27	1.34	0.27
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.09	0.09	0.10	0.23	0.09	0.60	0.12
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.09	0.09	0.03	0.08	0.09	0.38	0.08
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	0.27	0.27	0.29	0.23	0.27	1.34	0.27
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>5.00</b>	<b>1.00</b>

2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

		[A]				[B]			[C]
1.00	1.00	3.00	3.00	1.00	×	0.27	=	1.39	
1.00	1.00	3.00	3.00	1.00		0.27		1.39	
0.33	0.33	1.00	3.00	0.33		0.12		0.62	
0.33	0.33	0.33	1.00	0.33		0.08		0.38	
1.00	1.00	3.00	3.00	1.00		0.27		1.39	

$$[D] = [(1.39/0.27) (1.39/0.27) (0.62/0.12) (0.38/0.08) (1.39/0.27)]$$

$$= [5.20 \ 5.20 \ 5.14 \ 5.03 \ 5.20]$$

$$\lambda_{max} = (5.20+5.20+5.14+5.03+5.20)/5 = 5.15$$

$$C.I. = (5.15-5)/(5-1) = 0.04$$

$$R.I. = 1.12$$

$$C.R. = 0.04/1.12 = 0.03$$

## 1.2.5 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์แต่ละข้อต่อพันธกิจข้อที่ 5

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	1.00	3.00	0.33	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	1.00	1.00	1.00	1.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.33	1.00	1.00	0.33	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	3.00	1.00	3.00	1.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	1.00	3.00	3.00	1.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>6.33</b>	<b>7.00</b>	<b>11.00</b>	<b>3.67</b>	<b>3.67</b>

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.16	0.14	0.27	0.09	0.27	0.94	0.19
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.16	0.14	0.09	0.27	0.09	0.76	0.15
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.05	0.14	0.09	0.09	0.09	0.47	0.09
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.47	0.14	0.27	0.27	0.27	1.43	0.29
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	0.16	0.43	0.27	0.27	0.27	1.40	0.28
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>5.00</b>	<b>1.00</b>

## 2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]						[B]		[C]
1.00	1.00	3.00	0.33	1.00		0.19		1.00
1.00	1.00	1.00	1.00	0.33		0.15		0.81
0.33	1.00	1.00	0.33	0.33	x	0.09	=	0.50
3.00	1.00	3.00	1.00	1.00		0.29		1.56
1.00	3.00	3.00	1.00	1.00		0.28		1.49

$$[D] = [(1.00/0.19) (0.81/0.15) (0.50/0.09) (1.56/0.29) (1.49/0.28)]$$

$$= [5.31 \ 5.38 \ 5.30 \ 5.44 \ 5.30]$$

$$\lambda_{max} = (5.31+5.38+5.30+5.44+5.30)/5 = 5.35$$

$$C.I. = (5.35-5)/(5-1) = 0.09$$

$$R.I. = 1.12$$

$$C.R. = 0.09/1.12 = 0.08$$

## 1.2.6 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์แต่ละข้อต่อพันธกิจข้อที่ 6

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	1.00	1.00	0.33	0.33	0.20
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	1.00	3.00	1.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	1.00	3.00	0.33	1.00	0.20
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	1.00	5.00	1.00	5.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>5.00</b>	<b>13.00</b>	<b>3.67</b>	<b>10.33</b>	<b>3.40</b>

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.20	0.08	0.27	0.10	0.29	0.94	0.19
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.20	0.08	0.09	0.03	0.06	0.46	0.09
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.20	0.23	0.27	0.29	0.29	1.29	0.26
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.20	0.23	0.09	0.10	0.06	0.68	0.14
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	0.20	0.38	0.27	0.48	0.29	1.64	0.33
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>5.00</b>	<b>1.00</b>

2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

		[A]				[B]			[C]
1.00	1.00	1.00	1.00	1.00		0.19		1.00	
1.00	1.00	0.33	0.33	0.20		0.09		0.48	
1.00	3.00	1.00	3.00	1.00	×	0.26	=	1.45	
1.00	3.00	0.33	1.00	0.20		0.14		0.75	
1.00	5.00	1.00	5.00	1.00		0.33		1.91	

$$[D] = [(1.00/0.19) (0.48/0.09) (1.45/0.26) (0.75/0.14) (1.91/0.33)]$$

$$= [5.32 \ 5.19 \ 5.65 \ 5.54 \ 5.84]$$

$$\lambda_{max} = (5.32+5.19+5.65+5.54+5.84)/5 = 5.51$$

$$C.I. = (5.51-5)/(5-1) = 0.13$$

$$R.I. = 1.12$$

$$C.R. = 0.13/1.12 = 0.11$$

## 1.2.7 น้ำหนักความสำคัญของยุทธศาสตร์แต่ละข้อต่อพันธกิจข้อที่ 7

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	1.00	1.00	2.00	0.20
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	1.00	1.00	1.00	3.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.50	0.33	0.33	1.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	5.00	1.00	1.00	3.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>8.50</b>	<b>4.33</b>	<b>4.33</b>	<b>12.00</b>	<b>3.53</b>

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.12	0.23	0.23	0.17	0.06	0.80	0.16
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.12	0.23	0.23	0.25	0.28	1.11	0.22
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.12	0.23	0.23	0.25	0.28	1.11	0.22
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.06	0.08	0.08	0.08	0.09	0.39	0.08
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 5	0.59	0.23	0.23	0.25	0.28	1.58	0.32
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>5.00</b>	<b>1.00</b>



## 2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]						[B]		[C]
1.00	1.00	1.00	2.00	0.20		0.16		0.82
1.00	1.00	1.00	3.00	1.00		0.22		1.16
1.00	1.00	1.00	3.00	1.00	×	0.22	=	1.16
0.50	0.33	0.33	1.00	0.33		0.08		0.41
5.00	1.00	1.00	3.00	1.00		0.32		1.80

$$[D] = [(0.82/0.16) (1.16/0.22) (1.16/0.22) (0.41/0.08) (1.80/0.32)]$$

$$= [5.14 \ 5.20 \ 5.20 \ 5.28 \ 5.68]$$

$$\lambda_{max} = (5.14+5.20+5.20+5.28+5.68)/5 = 5.30$$

$$C.I. = (5.30-5)/(5-1) = 0.07$$

$$R.I. = 1.12$$

$$C.R. = 0.07/1.12 = 0.07$$

1.3 การวิเคราะห์น้ำหนักความสำคัญของความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 - 2564

## 1.3.1 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละข้อต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 1

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

กลยุทธ์	กลยุทธ์ข้อที่ 1	กลยุทธ์ข้อที่ 2
กลยุทธ์ข้อที่ 1	1.00	1.00
กลยุทธ์ข้อที่ 2	1.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>2.00</b>	<b>2.00</b>

กลยุทธ์	กลยุทธ์ข้อที่ 1	กลยุทธ์ข้อที่ 2	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
กลยุทธ์ข้อที่ 1	0.50	0.50	1.00	0.50
กลยุทธ์ข้อที่ 2	0.50	0.50	1.00	0.50
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>2.00</b>	<b>1.00</b>

## 2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]			[B]			[C]	
1.00	1.00		0.50			1.00	
		x			=		
1.00	1.00		0.50			1.00	

$$[D] = [(1.00/0.05) (1.00/0.05)]$$

$$= [2.00 \ 2.00]$$

$$\lambda_{max} = (2.00+2.00)/2 = 2.00$$

$$C.I. = (2.00-2)/(2-1) = 0.00$$

$$R.I. = 0.00$$

$$C.R. = 0.00/0.00 = 0.00$$

## 1.3.2 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละข้อต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 2

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	1.00	1.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	1.00	1.00	1.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	1.00	1.00	1.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	1.00	1.00	1.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>	<b>4.00</b>

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.25	0.25	0.25	0.25	1.00	0.25
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.25	0.25	0.25	0.25	1.00	0.25
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.25	0.25	0.25	0.25	1.00	0.25
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 4	0.25	0.25	0.25	0.25	1.00	0.25
ผลรวมแนวตั้ง	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	1.00

2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]					[B]		[C]
1.00	1.00	1.00	1.00		0.25		1.00
1.00	1.00	1.00	1.00	x	0.25	=	1.00
1.00	1.00	1.00	1.00		0.25		1.00
1.00	1.00	1.00	1.00		0.25		1.00

$$[D] = [(1.00/0.25) (1.00/0.25) (1.00/0.25) (1.00/0.25)]$$

$$= [4.00 \ 4.00 \ 4.00 \ 4.00]$$

$$\lambda_{max} = (4.00+4.00+4.00+4.00)/4 = 4.00$$

$$C.I. = (4.00-4)/(4-1) = 0.00$$

$$R.I. = 0.90$$

$$C.R. = 0.00/1.12 = 0.00$$

## 1.3.3 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละข้อต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 3

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	1.00	1.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	1.00	1.00	1.00
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	1.00	1.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>	<b>3.00</b>

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 1	0.33	0.33	0.33	1.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 2	0.33	0.33	0.33	1.00	0.33
ยุทธศาสตร์ข้อที่ 3	0.33	0.33	0.33	1.00	0.33
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>3.00</b>	<b>1.00</b>

## 2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

	[A]		[B]		[C]
1.00	1.00	1.00	0.33		1.00
1.00	1.00	1.00	x	=	1.00
1.00	1.00	1.00	0.33		1.00

$$[D] = [(1.00/0.33) (1.00/0.33) (1.00/0.33) (1.00/0.33)]$$

$$= [3.00 \ 3.00 \ 3.00]$$

$$\lambda_{max} = ((3.00+3.00+3.00)/3) = 3.00$$

$$C.I. = (3.00-3)/(3-1) = 0.00$$

$$R.I. = 0.58$$

$$C.R. = 0.00/0.58 = 0.00$$

## 1.3.4 น้ำหนักความสำคัญของกลยุทธ์แต่ละข้อต่อยุทธศาสตร์ข้อที่ 4

## 1) การคำนวณหาค่าน้ำหนักเกณฑ์

กลยุทธ์	กลยุทธ์ข้อที่ 1	กลยุทธ์ข้อที่ 2
กลยุทธ์ข้อที่ 1	1.00	1.00
กลยุทธ์ข้อที่ 2	1.00	1.00
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>2.00</b>	<b>2.00</b>

กลยุทธ์	กลยุทธ์ข้อที่ 1	กลยุทธ์ข้อที่ 2	ผลรวมแนวนอน	ค่าเฉลี่ย
กลยุทธ์ข้อที่ 1	0.50	0.50	1.00	0.50
กลยุทธ์ข้อที่ 2	0.50	0.50	1.00	0.50
<b>ผลรวมแนวตั้ง</b>	<b>1.00</b>	<b>1.00</b>	<b>2.00</b>	<b>1.00</b>

## 2) การตรวจสอบความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency Ratio: C.R.)

[A]	[B]	[C]
1.00	1.00	0.50
1.00	1.00	0.50

x =

$$[D] = [(1.00/0.50) (1.00/0.50)]$$

$$= [2.00 \ 2.00]$$

$$\lambda_{max} = ((2.00+2.00)/2) = 2.00$$

$$C.I. = (2.00-2)/(2-1) = 0.00$$

$$R.I. = 0.00$$

$$C.R. = 0.00/0.00 = 0.00$$

ทั้งนี้ การคำนวณหาค่าน้ำหนักความสำคัญและอัตราส่วนความไม่สอดคล้องของหน่วยงานอื่น ๆ จะทำการวิเคราะห์ในลักษณะเดียวกัน

## ภาคผนวกที่ 5

ผลการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2558 – 2564

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การบริหารจัดการการผลิต					
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพการผลิต					
1. การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี การพัฒนาคุณภาพผลไม้ทั้งในและนอกฤดู	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพสินค้าเกษตร (ไม้ผล) พืช 7 ชนิด	10,000 ราย	10,000 ราย	100.00	กรมส่งเสริมการเกษตร
	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้า เกษตรกรพืช 16 ชนิด	12,000 ราย	12,000 ราย	100.00	กรมส่งเสริมการเกษตร
	โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเสริมสร้างเครือข่าย การดำเนินธุรกิจผลไม้ไปสู่การส่งออก	90 ราย	95 ราย	105.56	กรมส่งเสริมสหกรณ์
	โครงการเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตและการตลาด ผลไม้คุณภาพ	100 ราย	114 ราย	114.00	กรมส่งเสริมสหกรณ์
	ส่งเสริมและสาธิตการผลิตปุ๋ยหมัก พด.	36,185 ตัน	36,185 ตัน	100.00	กรมพัฒนาที่ดิน
	ส่งเสริมเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ด้วยระบบ การรับรองแบบมีส่วนร่วม	46,350 ไร่	46,350 ไร่	100.00	กรมพัฒนาที่ดิน
2. ส่งเสริมการผลิตตามเขต ความเหมาะสม (Zoning)	โครงการบริหารจัดการเขตเกษตรเศรษฐกิจสำหรับ สินค้าเกษตรที่สำคัญ กิจกรรม การจัดทำฐานข้อมูล เพื่อรองรับเขตเกษตรเศรษฐกิจ (ลีนจี เจาะ ทูเรียน มังคุด ส้มโอ)	5 ชนิดพืช	5 ชนิดพืช	100.00	กรมพัฒนาที่ดิน
3. ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตรอินทรีย์	โครงการส่งเสริมและสร้างทักษะในการประกอบอาชีพ ทั้งในและนอกภาคการเกษตร ปี 2563	1,200 ราย	966 ราย	80.50	กรมส่งเสริมสหกรณ์

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	โครงการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในพื้นที่ เกษตรแปลงใหญ่ภาคตะวันออกที่ได้รับการรับรอง มาตรฐาน GAP ปี 2562	เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนได้รับ การรับรองมาตรฐาน GAP (มกษ. 9001-2556)	- เกษตรกรได้รับการรับรอง มาตรฐาน จำนวน 38 ราย - เกษตรผู้ปลูกทุเรียนต้นแบบ ใช้ระบบตามสอบสินค้าเกษตร และอาหาร (Qr Trace) แสดงเครื่องหมายรับรอง มาตรฐาน Q จำนวน 10 ราย	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้า เกษตรและอาหารแห่งชาติ
	โครงการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในพื้นที่ เกษตรแปลงใหญ่ภาคตะวันออกที่ได้รับการรับรอง มาตรฐาน GAP ปี 2563	- จัดอบรมให้ความรู้เกษตรกร กลุ่มเป้าหมาย - ลงพื้นที่ตรวจประเมินศักยภาพ ของเกษตรกรในเบื้องต้น พร้อมทั้ง สนับสนุนการนำร่องสต็อกเกอร์ Q	- DGT - Farm จำนวน 4 ราย - เกษตรกรได้รับการรับรอง มาตรฐาน GAP จำนวน 120 ราย - สามารถสนับสนุนนำร่อง การแสดงเครื่องหมาย Q จำนวน 100 ราย - เกษตรกรสนใจใช้ระบบตาม สอบสินค้าเกษตรและอาหาร (Qr Trace) จำนวน 16 ราย	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้า เกษตรและอาหารแห่งชาติ
	ส่งเสริมการผลิตตามมาตรฐาน GAP และเกษตร อินทรีย์				กรมวิชาการเกษตร
	1. ทุเรียน	55,248 ราย	66,272 ราย	119.95	
	2. มังคุด	43,888 ราย	54,818 ราย	124.90	
	3. เงาะ	8,557 ราย	11,283 ราย	131.86	
	4. ลองกอง	13,090 ราย	17,813 ราย	136.08	



ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	5. ลำไย 6. ลิ้นจี่ 7. มะม่วง	85,980 ราย 4,904 ราย 15,619 ราย	120,351 ราย 8,083 ราย 28,819 ราย	139.98 164.82 184.51	
	ตรวจรับรอง/ต่ออายุ GMP และ HACCP	6 ราย 10 ราย	21 ราย 19 ราย	350.00 190.00	กรมวิชาการเกษตร
4. ส่งเสริมการพัฒนาการผลิตตามมาตรฐาน สินค้าเกษตรด้านไม้ผล	โครงการพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรสู่มาตรฐาน (ไม้ผล) พืช 7 ชนิด (ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง)	15,050 ราย	15,050 ราย	100.00	กรมส่งเสริมการเกษตร
	การจัดทำมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดี สำหรับการผลิตทุเรียนแช่เยือกแข็ง	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	การจัดทำมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดี สำหรับโรงคัดบรรจุผักและผลไม้สด	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	การจัดทำมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดี สำหรับโรงรวบรวมผักและผลไม้สด	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
5. ส่งเสริมการเฝ้าระวังและพัฒนาการเตือนภัย พิบัติด้านการเกษตร					
6. ส่งเสริมการผลิตผลไม้คุณภาพที่มี ชื่อเสียงจากแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication: GI)	โครงการส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้า (ไม้ผล) พืช 16 ชนิด	6,000 ราย 45 จังหวัด	6,000 ราย 45 จังหวัด	100.00 100.00	กรมส่งเสริมการเกษตร

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การบริหารจัดการการผลิต</b>					
1. ศึกษาความต้องการผลผลิตของตลาด ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ	โครงการจัดทำสารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตร เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการสินค้าเกษตร	4 สินค้า (ลำไย เงาะ ทุเรียน มังคุด)	4 สินค้า (ลำไย เงาะ ทุเรียน มังคุด)	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
	งบดำเนินงาน	2 สินค้า (ลิ้นจี่ ลองกอง)	2 สินค้า (ลิ้นจี่ ลองกอง)	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 การบริหารจัดการการตลาด</b>					
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาตลาดภายในประเทศ</b>					
1. เพิ่มประสิทธิภาพของตลาดกลางใน แหล่งผลิต	โครงการเว็บไซต์ตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์ (DGTfarm.com)	- จัดอบรมการใช้เว็บไซต์ตลาด สินค้าเกษตรออนไลน์ (DGTfarm.com) - เกษตรกรสามารถดำเนินการ รวมกลุ่มทำการผลิต การบริหาร จัดการร่วมกัน รวมถึงการจำหน่าย โดยมีตลาดรองรับที่แน่นอน - เกษตรกรสามารถลดต้นทุน การดำเนินงาน ผลผลิตเพิ่มขึ้น และมีคุณภาพได้มาตรฐาน ตามที่กำหนด	- เว็บไซต์ DGT Farm 618 ราย แบ่งเป็นผู้ซื้อ 342 ราย ผู้ขาย 276 ราย	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	โครงการเว็บไซต์ตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์ (DGTfarm.com)	จัดอบรมเพื่อการส่งเสริม ช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลภายใต้ นโยบายตลาดนำการผลิต	เว็บไซต์ DGT Farm 775 ราย แบ่งเป็นผู้ซื้อ 461 ราย ผู้ขาย 314 ราย	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	6 ราย	6 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	25 ราย	25 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	327 ราย	327 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	327 ราย	59 ราย	18.04	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	การตลาดและระบบสารสนเทศยุทธศาสตร์ผลไม้	10,803 ราย	10,803 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	การตลาดตามยุทธศาสตร์ผลไม้	1,120 ราย	1,120 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	โครงการระบบตามสอบสินค้าเกษตรบนระบบคลาวด์ (QR Trace on Cloud)	จัดอบรมการใช้ระบบตามสอบ สินค้าเกษตรบนระบบคลาวด์ (QR Trace on Cloud)	- งานระบบ (QR Trace on Cloud) 1. กลุ่มผัก/ผลไม้ 2. ข้าว 3. ไข่ 4. ปศุสัตว์ 5. ประมง 6. สินค้าแปรรูป	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
2. เพิ่มปริมาณการรวบรวมและจำหน่าย ผลผลิตคุณภาพผ่านสถาบันเกษตรกร	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	6 ราย	6 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	25 ราย	25 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	การตลาดและระบบสารสนเทศศาสตร์ผลไม้	327 ราย	327 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	59 ราย	59 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	การตลาดและระบบสารสนเทศศาสตร์ผลไม้	10,803 ราย	10,803 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	การตลาดตามยุทธศาสตร์ผลไม้	10,803 ราย	10,803 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	โครงการการพัฒนาโรงคัดบรรจุและรวบรวมผักและ ผลไม้สดขนาดเล็กให้เป็นไปตามหลักการปฏิบัติที่ดีใน การผลิต (GMP)	- ศึกษาและพัฒนารูปแบบ การผลิตและควบคุมคุณภาพ ของโรงคัดบรรจุและโรงรวบรวม ผักและผลไม้สดขนาดเล็ก ให้มีการผลิตและควบคุมคุณภาพ มาตรฐานให้เป็นผลิตภัณฑ์ มีความปลอดภัย - อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ในสถานที่ผลิตจำทำเอกสาร ระบบคุณภาพและปรับปรุง ให้เหมาะสม	โรงคัดบรรจุและรวบรวมผัก และผลไม้สดขนาดเล็ก ในพื้นที่ส่งเสริมการเกษตร แบบแปลงใหญ่ จำนวน 4 กลุ่ม ในพื้นที่จังหวัดอ่างทอง พระนครศรีอยุธยา ขอนแก่น และราชบุรี	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	โครงการยกระดับและพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตร ตามมาตรฐาน GMP	- ศึกษาและพัฒนารูปแบบการผลิต และควบคุมคุณภาพของโรงคัด บรรจุและโรงรวบรวมผักและ ผลไม้สดขนาดเล็กให้มีการผลิต และควบคุมคุณภาพมาตรฐาน ให้เป็นผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย - อบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานใน สถานที่ผลิตจำทำเอกสารระบบ คุณภาพและปรับปรุงให้ เหมาะสม	จัดฝึกอบรมการพัฒนาและ ปรับปรุงโรงคัดบรรจุผักและ ผลไม้/โรงสีข้าวชุมชน ให้สอดคล้องกับ GMP ในพื้นที่จังหวัดราชบุรี และนครพนม	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้า เกษตรและอาหารแห่งชาติ
3. ส่งเสริมและสนับสนุนการกระจายสินค้า ไปยังตลาดนอกแหล่งผลิต	โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ไม้ผล)	6,000 ราย 50 จังหวัด	6,000 ราย 50 จังหวัด	100.00 100.00	กรมส่งเสริมการเกษตร
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	6 ราย	6 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	25 ราย	25 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	การตลาดและระบบสารสนเทศศาสตร์ผลไม้	327 ราย	327 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	จัดตลาดสินค้าเกษตรฯ	59 ราย	59 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	การตลาดและระบบสารสนเทศศาสตร์ผลไม้	10,803 ราย	10,803 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
	การตลาดตามยุทธศาสตร์ผลไม้	1,120 ราย	1,120 ราย	100.00	องค์กรตลาดเพื่อเกษตรกร
4. เพื่อประสิทธิภาพการกำกับดูแล การนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศ					

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
5. ส่งเสริมการสร้างช่องทางการตลาด รูปแบบใหม่					
6. ส่งเสริมการสร้างระบบตลาดออนไลน์					
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาตลาดส่งออกต่างประเทศ</b>					
1. สนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้ ภาคเอกชนในการดำเนินงานศูนย์กระจาย สินค้า					
2. สนับสนุนการเปิดตลาดใหม่	เปิดตลาดมะม่วงพันธุ์โชคอนันต์และพันธุ์เขียวเสวย ไปญี่ปุ่น	สามารถเปิดตลาดสินค้าได้	สามารถเปิดตลาดสินค้าได้ ในปี 2559	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	เปิดตลาดมะม่วงฉำฉารังสีไปออสเตรเลีย	สามารถเปิดตลาดสินค้าได้	สามารถเปิดตลาดสินค้าได้ ในปี 2561	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	เปิดตลาดมะม่วงพันธุ์มหาชนกไปสาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) เมื่อ 23 ก.พ. 2564	สามารถเปิดตลาดสินค้าได้	สามารถเปิดตลาดสินค้าได้ใน ปี 2564	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
3. สนับสนุนการรักษาและขยายตลาดเดิม					
4. การแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้านกฎระเบียบ การส่งออก/นำเข้า	แก้ไขปัญหาเงินระงับการนำเข้าชมพูทับทิมจันทร์	สามารถส่งออกได้	สามารถส่งออกได้	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	แก้ไขปัญหาการส่งออกผลไม้สดจากไทยไปจีนบน เส้นทางผ่านประเทศที่ 3	เพิ่มช่องทางการส่งออกไปจีน	สามารถเพิ่มช่องทางในการส่งออก สินค้าไทยได้ ประเภทสินค้า ผลไม้สดทุกชนิดที่ สนง.ศุลกากร แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน อนุญาตให้นำเข้าจากไทย	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	การปรับปรุงมาตรฐานสินค้าเกษตรเรื่อง การปฏิบัติ ทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหารและแนวปฏิบัติ	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	การจัดทำแนวปฏิบัติในการใช้มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่องหลักปฏิบัติสำหรับการผลิตไม้สัดด้วยก๊าซ ซิลเฟอร์ไดออกไซด์	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
5. พัฒนาเครือข่ายการส่งออกและ ระบบโลจิสติกส์	การจัดทำมาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดี สำหรับการบรรจุและการขนส่งผักและผลไม้สัด	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	โครงการตรวจสอบเฝ้าระวังสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้าง ในผักและผลไม้สัดโดยห้องปฏิบัติการที่ได้รับ การรับรองมาตรฐาน ISO/IEC 17025	เฝ้าระวังความปลอดภัยในผัก และผลไม้สัด	ดำเนินสุ่มเก็บตัวอย่างผักและ ผลไม้สัด ณ ศูนย์กระจายสินค้า ของห้างโมเดิร์นเทรด จำนวน 8 แห่ง	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้า เกษตรและอาหารแห่งชาติ
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลไม้สัดและผลิตภัณฑ์แปรรูป</b>					
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้					
2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลไม้สัดและแปรรูป					
<b>กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และการประชาสัมพันธ์</b>					

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
1. ประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตผลไม้คุณภาพดี					
2. รณรงค์ส่งเสริมการบริโภคผลไม้และผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ	โครงการส่งเสริมการผลิตและการตลาดเกษตรอินทรีย์	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สร้างการรับรู้มาตรฐานสินค้าเกษตรและเครื่องหมาย Q ในโมเดิร์นเทรด</li> <li>- สร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภค Organic Trip</li> <li>- จัดนิทรรศการในประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์การสร้างการรับรู้มาตรฐานสินค้าเกษตร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดกิจกรรมการสร้างการรับรู้มาตรฐานสินค้าเกษตรและเครื่องหมาย Q ในโมเดิร์นเทรด จำนวน 1 ครั้ง</li> <li>- จัดกิจกรรมการสร้างการรับรู้สร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภค Organic Trip</li> <li>- ออกแบบ/จัดพิมพ์คู่มือการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี จำนวน 5 เรื่อง</li> <li>- ผลิตสื่อวีดิทัศน์ จำนวน 3 เรื่อง สปอຍประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 เรื่อง</li> <li>- จัดนิทรรศการในประเทศ               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. งาน BIOFACH SOUTH EAST ASIA 2019</li> <li>2. NATURAL EXPO SOUTH EAST ASIA 2019</li> <li>3. จัดนิทรรศการในงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การเสริมสร้างองค์ความรู้และ</li> </ol> </li> </ul>	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ



ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
			ขับเคลื่อนเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัด นครศรีธรรมราช		
	โครงการส่งเสริมการผลิตและตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์	สื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ในการขับเคลื่อนสินค้าเกษตร อินทรีย์	เพื่อการขับเคลื่อนงานเกษตร อินทรีย์สู่สาธารณะ โดยดำเนินการ ดังนี้ 1. ผลิตและเผยแพร่ข่าวสั้น 2. ผลิตหัวข้อข่าวและเผยแพร่ ผ่านสื่อ TV Digital 3. ผลิตและเผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ
	โครงการจัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์ให้ผู้บริโภคตระหนัก ถึงความปลอดภัยอาหารและมาตรฐานสินค้าเกษตร ภายใต้ตราสัญลักษณ์ Q	รณรงค์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึง ความปลอดภัยอาหารและ มาตรฐานสินค้าเกษตรภายใต้ ตราสัญลักษณ์	- ออกแบบและผลิตวัสดุ เพื่อการประชาสัมพันธ์ - จัดกิจกรรมรณรงค์ปรับเปลี่ยน ทัศนคติ เพื่อสร้างการจดจำ และเชื่อมั่นในเรื่องมาตรฐาน สินค้าเกษตรภายใต้ ตราสัญลักษณ์ Q - ออกแบบและผลิตเอกสาร เพื่อสร้างการรับรู้ประชาสัมพันธ์ มาตรฐานสินค้าเกษตรและ อาหารปลอดภัย	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	โครงการจัดนิทรรศการเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจด้านมาตรฐานและการรับรองของไทยในต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ 2562	เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจด้านมาตรฐานและการรับรองระบบงาน	จัดนิทรรศการต่างประเทศ จำนวน 6 ครั้ง ได้แก่ 1. International Green Week 2019, Germany 2. Natural Product Expo West 2019, USA 3. Thai Festival 2019, Korea 4. The International Exhibition 2019, (Beijing 2019) 5. Thai Festival 2019, Osaka Japan 6. Thai Trade Exhibition Oman 2019 - จัดนิทรรศการภายในประเทศ จำนวน 13 ครั้ง	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การวิจัยและพัฒนา					
กลยุทธ์ที่ 1 วิจัยด้านการผลิต					
1. วิจัยการพัฒนาคูณภาพผลผลิต	การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย : กรณีศึกษาลำไย	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
	การศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจผลไม้ที่มีต่อผลไม้ไทย กรณีศึกษาทุเรียน	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
	ศักยภาพการผลิตการตลาดทุเรียนเพื่อสร้างโอกาสทางการค้า	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
	วิจัยและพัฒนาการผลิตทุเรียน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	กรมวิชาการเกษตร
	วิจัยผลกระทบและการปรับตัวจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการผลิตทุเรียนคุณภาพในประเทศไทย (โครงการเดี่ยว)	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการพัฒนารูปแบบการใช้ปุ๋ยทุเรียนในการผลิตเชิงการค้า	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตขยายและการใช้ชีวภัณฑ์ในการควบคุมศัตรูพืชที่สำคัญทางเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยปรับปรุงพันธุ์ทุเรียน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทุเรียนคุณภาพ ระยะที่ 2	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการทดสอบเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิตไม้ผลเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยและพัฒนาการผลิตทุเรียนพื้นเมืองในเขตภาคใต้ตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตทุเรียนพันธุ์สาธิตในพื้นที่ภาคใต้ตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการพัฒนาการผลิตพืชในพื้นที่ตอนในเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาศักยภาพเชิงการค้าทุเรียนลูกผสมพันธุ์ใหม่	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาพันธุ์ทุเรียนหนานและหรือด้านทานโรครากเน่าโคนเน่าของทุเรียนที่เกิดจากเชื้อรา <i>Phytophthora palmivora</i> (Butler)	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการคัดเลือกละอองเกสรที่มีประสิทธิภาพต่อการติดผลทุเรียนในสภาพอากาศเปลี่ยนแปลง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเครื่องใส่ปุ๋ยเคมีกึ่งอัตโนมัติแบบโรยตามแนวปลายทรงพุ่มสำหรับสวนทุเรียนโดยใช้ท่อพ่วงกับรถแทรกเตอร์ขนาดเล็ก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเครื่องมือตัดแต่งกิ่งแบบมอเตอร์เกียร์ทดกำลังเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเงาะและทุเรียนคุณภาพ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการทดสอบเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิตไม้ผลในเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อระบบการผลิตพืชเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยการคัดเลือกละอองเกสรที่มีประสิทธิภาพต่อการติดผลทุเรียนในสภาพอากาศเปลี่ยนแปลง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการพัฒนากาการผลิตพืชในพื้นที่ตอนในเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาพันธุ์ทุเรียน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิตทุเรียนคุณภาพและการกระจายการผลิต	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการปลูกพืชอย่างยั่งยืนพื้นที่เสี่ยงภัย	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาและพัฒนาประสิทธิภาพในการป้องกันกำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเครื่องใส่ปุ๋ยเคมีกึ่งอัตโนมัติแบบโรยตามแนวปลายทรงพุ่มสำหรับสวนทุเรียนโดยใช้ต่อพ่วงกับรถแทรกเตอร์ขนาดเล็ก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยความหลากหลายทางชีวภาพและจัดทำฐานข้อมูลดีชีวภาพและจัดทำฐานข้อมูลดีเอ็นเอบาร์โค้ดของพืชที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ (โครงการวิจัยเดี่ยว)	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยขนาดและการสูมตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับประเมินผลผลิตทุเรียนและมะละกอในสวนเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษ (โครงการวิจัยเดี่ยว)	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการใช้เครื่องหมายโมเลกุลในการจำแนกพันธุ์พืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยและพัฒนาระบบการตรวจวิเคราะห์สารพิษตกค้างของสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาการสลายตัวของสารพิษตกค้างของสารป้องกันกำจัดพืชในผลไม้และผัก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการจัดทำมาตรฐานสินค้าสิ่งปงซ์ทางภูมิศาสตร์ของผลิตผลทางเกษตรจังหวัดอุดรดิตถ์	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตไม้ผลที่เหมาะสมในพื้นที่ภาคกลางและภาคตะวันตก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศเพื่อพยากรณ์ผลผลิตไม้ผลเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเครื่องมือตัดแต่งกิ่งแบบมอเตอร์เกียร์ทดกำลังเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเงาะและทุเรียนคุณภาพ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศเพื่อพยากรณ์ผลผลิตไม้ผลเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาศักยภาพเชิงการค้าทุเรียนลูกผสมพันธุ์ใหม่	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเชิงรุกเพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเพิ่มมูลค่าผลผลิตทุเรียน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลเศรษฐกิจในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยความหลากหลายทางชีวภาพและจัดทำฐานข้อมูลดีเอ็นเอบาร์โค้ดของพืชมีศักยภาพทางเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยการพัฒนารูปแบบการใช้ปุ๋ยเรียนในการผลิต เชิงการค้า	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนามังคุด ระยะที่ 2	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการพัฒนาระบบการผลิตมังคุดคุณภาพและเทคโนโลยี การกระจายการผลิตแบบแม่นยำ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์ ในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลเศรษฐกิจ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมังคุด คุณภาพและการกระจายการผลิต	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ฟอสฟอรัส ในดินปลูกมังคุด	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลอินทรีย์ในพื้นที่ ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาระบบการใช้ปุ๋ยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตไม้ผลเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการใช้สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช เพื่อใช้ เป็นคำแนะนำในการผลิตพืชบริโภคภายในประเทศ และส่งออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมังคุด คุณภาพและการกระจายการผลิต	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ฟอสฟอรัสในดินปลูก มังคุด	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลอินทรีย์ ในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการผลิตมังคุดในพื้นที่ภาคใต้ตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการลดความสูญเสียผลิตผลเกษตร จากแมลงศัตรู	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตมังคุด คุณภาพและการกระจายการผลิต	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลอินทรีย์ในพื้นที่ ภาค	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาการใช้ปุ๋ยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตไม้ผลเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต มังคุดคุณภาพ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการเพื่อลดปัญหาการเกิด อาการเนื้อแก้วและยางไหลภายในผลมังคุด	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อระบบ การผลิตพืชเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	พัฒนาและทดสอบเทคโนโลยีการผลิตไม้ผลเศรษฐกิจ ที่เหมาะสมในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาชนิดศัตรูพืชที่ติดมากับพืชนำเข้า	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	



ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยและพัฒนาระบบการตรวจวิเคราะห์สารพิษตกค้างของสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการวิเคราะห์เศษซากสิ่งค้ระบบการผลิตพืชอินทรีย์ในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศเพื่อพยากรณ์ผลผลิตไม้ผลเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การพัฒนาพันธุ์ลำไย	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาพันธุ์ลำไย	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตพืชอินทรีย์ที่เหมาะสมในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบเทคโนโลยีการผลิตพืชเศรษฐกิจหลักในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตลำไยในภาคเหนือตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การทดสอบเทคโนโลยีการผลิตลำไยนอกฤดูในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศเพื่อพยากรณ์ผลผลิตไม้ผลเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาพันธุ์ลำไยระยะที่ 2	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตลำไยในภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยแก้ปัญหาการผลิตลำไยเพื่อการส่งออกของเกษตรกรในภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตไม้ผล คุณภาพเพื่อการส่งออกในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	ทดสอบและขยายผลการผลิตพืชอินทรีย์ในพื้นที่ ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาและพัฒนาประสิทธิภาพในการป้องกัน กำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการใช้วัตถุดิบทรายทางการเกษตรที่ส่งผลกระทบต่อ ผู้ใช้และผู้บริโภค	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการตรวจวิเคราะห์สารพิษ ตกค้างของสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการใช้วัตถุดิบทรายทางการเกษตรที่ส่งผลกระทบต่อ ผู้ใช้และผู้บริโภค	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การพัฒนาพันธุ์ลิ้นจี่	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตลิ้นจี่เฉพาะ พื้นที่	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศการปรับตัว และผลกระทบต่อระบบการผลิตพืชและการผลิตพืช เศรษฐกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ ลิ้นจี่พันธุ์นครพนม 1	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาลิ้นจี่	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยพัฒนาพันธุ์ลินจี้ระยะที่ 2	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตลินจี้ในภาคเหนือ ตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการใช้วัสดุอัตรายทางการเกษตรที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้และผู้บริโภค	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาตรวจวิเคราะห์ลักษณะสัณฐานวิทยา เชิงคุณภาพของพันธุ์พืชใหม่ที่ได้รับความคุ้มครอง เพื่อปกป้องคุ้มครองสิทธิของนักปรับปรุงพันธุ์และ เกษตรกรกรณีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาด้านพันธุ์พืช ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาพันธุ์และเทคโนโลยีการผลิตมะม่วง เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตพืชท้องถิ่นในเขต ภาคกลางแลภาคตะวันตก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการใช้ ประโยชน์พืชท้องถิ่นในพื้นที่ภาคใต้ตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการผลิตพืชในเขตที่ราบลุ่มน้ำชี และที่สูงฝั่งตะวันตกของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยอนุกรมวิธาน ชีววิทยาและการจำแนกชนิด โดยดีเอ็นเอบาร์โคดของศัตรูพืชและศัตรูธรรมชาติ เพื่อการวิจัยด้านอารักขาพืชในประเทศไทย	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยและปรับปรุงพันธุ์มะม่วงระยะที่2	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการทดสอบเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพ ในการผลิตไม้ผลในเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตไม้ผลต้น คุณภาพเพื่อการส่งออกในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการทดสอบเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตไม้ผล ในเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการผลิตมะม่วงเบาในพื้นที่ภาคใต้	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการพัฒนาระบบการจัดการศัตรูพืชที่ต้านทาน ต่อสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาพันธุ์และเทคโนโลยีการผลิตมะม่วง เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการผลิตพืชในเขตพื้นที่แอ่งสกลนคร และพื้นที่ลูกคลื่นแนวเขตเทือกเขาภูพาน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบเทคโนโลยีการผลิตมะม่วง ในจังหวัดเชียงใหม่	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การทดสอบเทคโนโลยีการจัดการสวนมะม่วงน้ำดอกไม้ คึ่งบางกะเจ้าที่ถูกต้องและเหมาะสม	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศการ ปรับตัวและผลกระทบต่อระบบการผลิตพืชและการ ผลิตพืชเศรษฐกิจในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตไม้ผล คุณภาพเพื่อการส่งออกในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาการใช้ปุ๋ยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตไม้ผลเศรษฐกิจในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการกระจายการผลิตมะม่วง คุณภาพเพื่อการส่งออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและปรับปรุงพันธุ์มะม่วง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบเทคโนโลยีการผลิตมะม่วงเพื่อเพิ่มคุณภาพ ผลผลิตในภาคตะวันออกเชิงเหนือตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการป้องกันกำจัดโรคแมลงศัตรูมะม่วง อย่างเหมาะสม	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาและพัฒนาประสิทธิภาพ ในการป้องกันกำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาตรวจวิเคราะห์ลักษณะสัณฐานวิทยา เชิงคุณภาพของพันธุ์พืชใหม่ที่ได้รับความคุ้มครอง เพื่อปกป้องคุ้มครองสิทธิของนักปรับปรุงพันธุ์และ เกษตรกรกรณีละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาด้านพันธุ์พืช ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองพันธุ์พืช พ.ศ.2542 (โครงการวิจัยเดี่ยว)	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการตรวจวิเคราะห์สารพิษ ตกค้างของสารป้องกันกำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยการศึกษาการสลายตัวของสารพิษตกค้างของสารป้องกันกำจัดพืชในผลไม้และผัก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศเพื่อพยากรณ์ผลผลิตไม้ผลเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาและพัฒนากิจกรรมคุ้มครองพันธุ์พืชตามแผนปฏิบัติการประชาคมอาเซียน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลอินทรีย์ในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการวิเคราะห์เศรษฐกิจสังเคราะห์การผลิตพืชอินทรีย์ในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลเศรษฐกิจในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนากิจกรรมผลิตไม้ผลต้นฤดูในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยความหลากหลายทางชีวภาพและจัดทำฐานข้อมูลดีเอ็นเอบาร์โค้ดของพืชที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนากิจกรรมใช้สารป้องกันกำจัดศัตรูพืชเพื่อใช้เป็นคำแนะนำในการผลิตพืชบริโภคภายในประเทศและส่งออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาพันธุ์เงาะระยะที่ 2	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยทดสอบและพัฒนาการใช้ปุ๋ยเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตไม้ผลเศรษฐกิจในพื้นที่ภาค ตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการผลิตเงาะโรงเรียนบ้านนาสารและ เงาะพื้นเมืองในพื้นที่ภาคใต้ตอนบน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยเทคโนโลยีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อรักษาคุณภาพเงาะพันธุ์โรงเรียน	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเครื่องมือตัดแต่งกิ่งแบบมอเตอร์เกียร์ ทดกำลังเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเงาะและ ทุเรียนคุณภาพ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การพัฒนาพันธุ์และเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตเงาะคุณภาพ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การพัฒนาการจัดการศัตรูผลิตผลเกษตร เพื่อรักษาคุณภาพ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาระบบภูมิสารสนเทศเพื่อพยากรณ์ผลผลิต ไม้ผลเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยความหลากหลายทางชีวภาพและจัดทำฐานข้อมูล ดีเอ็นเอบาร์โค้ดของพืชมีศักยภาพทางเศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลอินทรีย์ในพื้นที่ ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการทดสอบเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพ ในการผลิตไม้ผลเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตไม้ผล คุณภาพเพื่อการส่งออกในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการทดสอบเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพ ในการผลิตไม้ผลในเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการผลิตล่องคุณภาพ ในสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการลดความเสียหายผลผลิตเกษตรจากแมลงศัตรู	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาระบบการผลิตไม้ผลอินทรีย์ในพื้นที่ ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการวิเคราะห์เศรษฐกิจสังคระบบการผลิต พืชอินทรีย์ในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตไม้ผลต้น คุณภาพเพื่อการส่งออกในพื้นที่ภาคตะวันออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การพัฒนาและทดสอบเทคโนโลยีการผลิตไม้ผล เศรษฐกิจที่เหมาะสมในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	การพัฒนาพันธุ์ล่องและเทคโนโลยีที่เหมาะสม	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาการผลิตล่องคุณภาพใน สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงเขตภาคเหนือตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	พัฒนาและทดสอบเทคโนโลยีการผลิตไม้ผลเศรษฐกิจ ที่เหมาะสมในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการศึกษาและพัฒนาประสิทธิภาพในการป้องกัน กำจัดศัตรูพืช	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	



ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
2. วิจัยเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว	วิจัยการลดความสูญเสียในผลิตผลเกษตรจากศัตรูพืช หลังการเก็บเกี่ยวและสารพิษจากรา	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	กรมวิชาการเกษตร
	วิจัยเทคโนโลยีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวตลอด กระบวนการผลิตของผลิตผลสด	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยเทคโนโลยีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวตลอด กระบวนการผลิตของผลิตผลสด	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาต้นแบบเครื่องคัดแยกคุณภาพผลมังคุดโดย ค่าความถ่วงจำเพาะของสารละลายแบบต่อเนื่องด้วย อุปกรณ์ควบคุมอัตโนมัติ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยเทคโนโลยีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวตลอด กระบวนการผลิตของผลิตผลสด	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยเทคโนโลยีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวตลอด กระบวนการผลิตของผลิตผลสด	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยเทคโนโลยีการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวตลอด กระบวนการผลิตของผลิตผลสด	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยพัฒนาเทคโนโลยีลดการตกค้างของซัลเฟอร์ได ออกไซด์ในลำไยส่งออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	พัฒนาเทคโนโลยีจัดการหลังการเก็บเกี่ยวลิ้นจี่ในเขต ภาคเหนือ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเครื่องมือคว้านเมล็ดลิ้นจี่	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	วิจัยการทดสอบและพัฒนาเครื่องอบแห้งผลไม้สำหรับ อบแห้งเนื้อลิ้นจี่และผลไม้ตามฤดูกาลในเขตพื้นที่ ภาคเหนือ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการทดสอบและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและ การยืดอายุการเก็บรักษาลิ้นจี่นครพนม 1	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยการจัดการคุณภาพหลังการเก็บเกี่ยวของพืชสวน เศรษฐกิจ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยและพัฒนาเครื่องคว้านเมล็ดออกจากเนื้อเงาะ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
	วิจัยศึกษาวิจัยการลดความชื้นเงาะสำหรับ การส่งออก	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
3. วิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์	วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพให้แคลอรีต่ำ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	กรมวิชาการเกษตร
	วิจัยและพัฒนาการผลิต Startup ingredients สำหรับอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์สุขภาพ	1 โครงการ	1 โครงการ	100.00	
<b>กลยุทธ์ที่ 2 วิจัยด้านการตลาด</b>					
1. วิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคผลไม้					
2. วิจัยระบบโลจิสติกส์	การศึกษาและวิจัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสินค้า เกษตร (ทุเรียน)	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
	โครงการศึกษาการจัดทำแนวทางการพัฒนาเพื่อการ บริหารจัดการโซ่ความเย็น (Cold Chain) ในสินค้าพืชผัก และผลไม้ของสถาบันเกษตรกรในพื้นที่ EEC และ จังหวัดใกล้เคียง	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
	โครงการศึกษาต้นทุนโลจิสติกส์การเกษตร (สับปะรด โรงงาน)	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
	งานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร :การศึกษาการค้าผลไม้ ไทย-จีน ผ่านด่านชายแดน	1 เรื่อง	1 เรื่อง	100.00	สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
3. วิจัยคุณค่าทางโภชนาการและการใช้ ประโยชน์ของผลไม้					
<b>กลยุทธ์ที่ 3 การบริหารจัดการงานวิจัย</b>					
1. มีหน่วยกลางในการกำกับดูแล การ รวบรวมงานวิจัย การเข้าถึง ดลละใช้ ประโยชน์งานวิจัยและ มีมาตรฐานรองรับงานวิจัย				100.00	สำนักงานคณะกรรมการวิจัย แห่งชาติ
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการองค์กรและเกษตรกร</b>					
<b>กลยุทธ์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้องค์กรและเกษตรกร</b>					
1. จัดตั้งกลุ่มและสร้างเครือข่าย					
2. การพัฒนาองค์กรเกษตรกร/ภาครัฐ	โครงการยกระดับและพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตร ตามมาตรฐาน GMP	โรงรวบรวมมังคุดกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนบ้านหาดยาย จังหวัดชุมพร ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน สินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติ ที่ดีสำหรับโรงรวบรวมผัก และ ผลไม้สด (มกษ. 9047-2560)	โรงรวบรวมมังคุดกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนบ้านหาดยาย จังหวัดชุมพร ได้ยื่นขอการรับรองตาม มาตรฐานสินค้าเกษตร เรื่อง การปฏิบัติที่ดีสำหรับโรงรวบรวม ผักและผลไม้สด (มกษ. 9047-2560)	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตร และอาหารแห่งชาติ

ประเด็น	โครงการ/กิจกรรม	แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	เปรียบเทียบ แผนกับผล การดำเนินงาน (ร้อยละ)	หน่วยงานที่ดำเนินงาน
3. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล					
<b>กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาเกษตรกรรายเดี่ยว</b>					
1. การพัฒนาเกษตรกรรายใหญ่/Smart Farmer ให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้เอง					
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ</b>					
<b>กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศ</b>					
1. พัฒนาข้อมูลด้านการผลิตการตลาดที่ครอบคลุมผลไม้เมืองร้อนและกิ่งเมืองร้อน	แอปพลิเคชัน TAS2GO รวมมาตรฐานสินค้าเกษตร (แอปพลิเคชันบริการข้อมูลมาตรฐานสินค้าเกษตร (มกษ.)	รวบรวมมาตรฐานสินค้าเกษตร เปิดช่องให้ผู้สนใจดาวน์โหลดไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระดับผลผลิตคุณภาพมาตรฐาน	จัดทำประกาศ/ข้อมูล แบ่งเป็น 3 หมวด ได้แก่ 1. มาตรฐานสินค้า 2. มาตรฐานระบบ 3. มาตรฐานทั่วไป เพื่อให้เกษตรกร ผู้ประกอบการ นักศึกษา นักเรียน หรือ ผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดได้	100.00	สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ

ภาคผนวกที่ 6  
ประมวลภาพการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และเกษตรกร

### ประมวลภาพการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และเกษตรกร



ภาพที่ 1 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ จ.น่าน



ภาพที่ 2 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ จ.น่าน



ภาพที่ 3 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ จ.น่าน



ภาพที่ 4 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ จ.อุตรดิตถ์



ภาพที่ 5 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ จ.พะเยา



ภาพที่ 6 เกษตรผู้ปลูกลิ้นจี่ จ.พะเยา



ภาพที่ 7 สวนลิ้นจี่ จ.พะเยา



ภาพที่ 8 บรรจุภัณฑ์ลิ้นจี่ จ.พะเยา





ภาพที่ 9 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ จ.เชียงใหม่



ภาพที่ 10 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไย จ.เชียงใหม่



ภาพที่ 11 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลิ้นจี่ จ.เชียงใหม่



ภาพที่ 12 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วง จ.เชียงใหม่



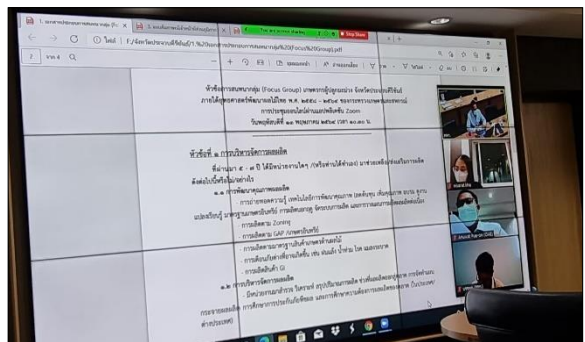
ภาพที่ 13 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จ.เชียงใหม่



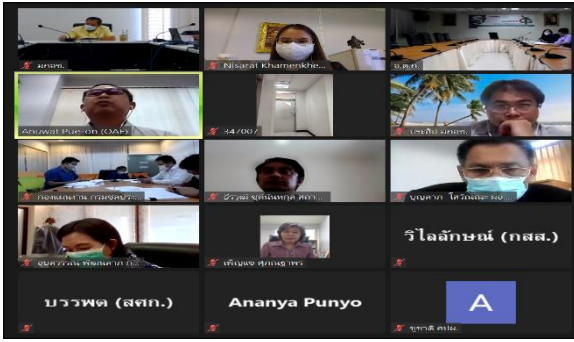
ภาพที่ 14 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไย จ.ลำพูน



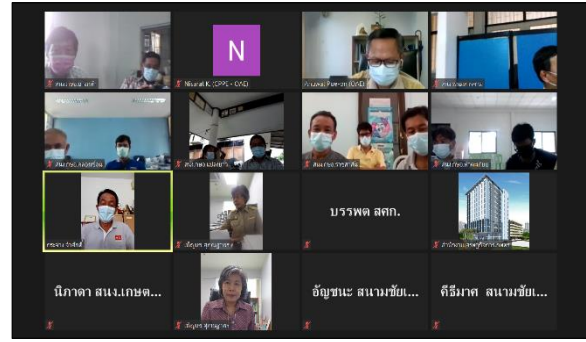
ภาพที่ 15 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จ.ลำพูน



ภาพที่ 16 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วง จ.ประจวบคีรีขันธ์



ภาพที่ 17 ซี้แจงแบบสัมภาษณ์หน่วยงานส่วนกลาง



ภาพที่ 18 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วง  
จ.ฉะเชิงเทรา



ภาพที่ 19 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกเงาะ  
จ.สุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 20 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกเงาะ  
จ.ตราด



ภาพที่ 21 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกเงาะ  
จ.จันทบุรี



ภาพที่ 22 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไย  
จ.จันทบุรี





ภาพที่ 23 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลองกอง จ.จันทบุรี



ภาพที่ 24 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด จ.จันทบุรี



ภาพที่ 25 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน จ.จันทบุรี



ภาพที่ 26 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน จ.ระยอง



ภาพที่ 27 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกทุเรียน จ.ชุมพร



ภาพที่ 28 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด จ.ชุมพร



ภาพที่ 29 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด จ.นครศรีธรรมราช



ภาพที่ 30 สนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลองกอง จ.นราธิวาส