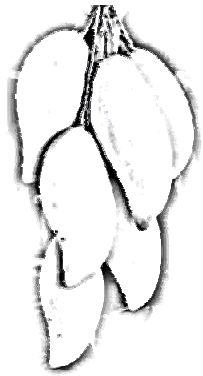


กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์กลุ่มมะม่วง

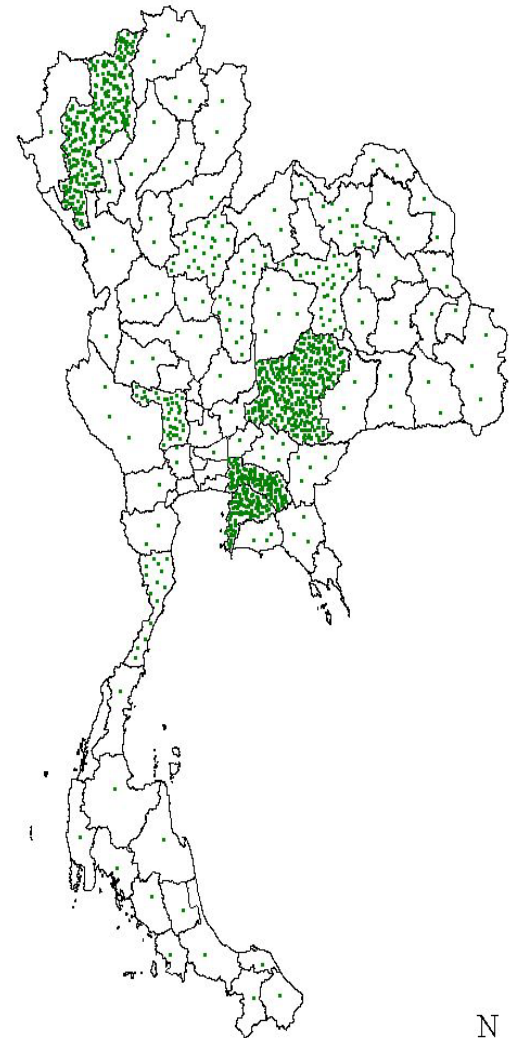


จงรักษ์ มูลเพย ธวัชชัย รัตน์ชเลศ
พฤกษ์ ยิบมันตะสิริ และ รุ่งทิพย์ อุทุมพันธ์

มะม่วง



- ปี 2546 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกกว่า 2.1 ล้านไร่
- แต่ละปีมีผลผลิตรวมกว่า 1.7 ล้านตันออกสู่ตลาด
- ปี 2547 ส่งออกเพียง 0.01 ล้านตัน เท่านั้น
- ส่วนใหญ่ผลิตมะม่วงเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ
- มีความเสี่ยงด้านราคาสูง
- เกษตรกรชั้นนำผลิตเพื่อการส่งออก



ที่มา

- เห็นความสำคัญของการทำงานร่วมกันของ กลุ่มเกษตรกร ผู้ประกอบการ
เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และ นักวิชาการ จากการประชุมลำไย
- ชาวสวนมะม่วงยังนับว่าอ่อนแอ เมื่อเทียบกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไย
- เกษตรกรยังขาดข้อมูล และมีความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน

วัตถุประสงค์



เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนา
มะม่วงเพื่อการส่งออก โดยเน้นที่
กระบวนการ และข้อสรุปที่ได้จาก
การประชุม



อุปกรณ์และวิธีการ

พืช : มะม่วง

กรอบพื้นที่เป้าหมาย : ภาคเหนือ (จ.เชียงใหม่ ลำพูน และ เชียงราย)

ระยะเวลา : 1 มีนาคม 2546 – 31 สิงหาคม 2548

วิธีการ : การเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมและการสร้างเครือข่ายพันธมิตร
กับเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วง และการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ



ผลและวิจารณ์

กระบวนการ

การเข้าร่วมกิจกรรม



การฝึกอบรม



การเยี่ยมสวน

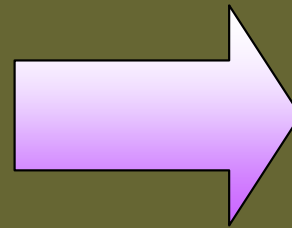


การทัศนศึกษา



การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ

ข้อสรุป



ยุทธศาสตร์มะม่วง

กระบวนการ

การเข้าร่วมกิจกรรม



การฝึกอบรม



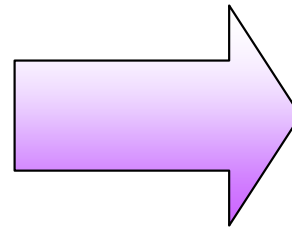
การเยี่ยมชมสวน



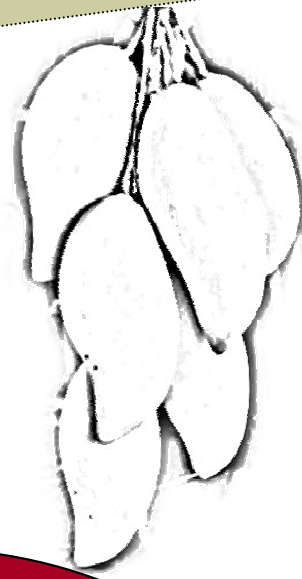
การทัศนศึกษา



การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ



ยุทธศาสตร์มะม่วง



การเข้าร่วมกิจกรรม :

- การร่วมก่อตั้งชมรมผู้ปลูกมะม่วงเชียงใหม่
- การให้คำปรึกษาทางวิชาการแก่ชมรมฯ และร่วมประชุมประจำเดือน



การเข้าร่วมกิจกรรม



การฝึกอบรม



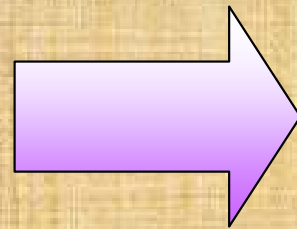
การเยี่ยมสวน



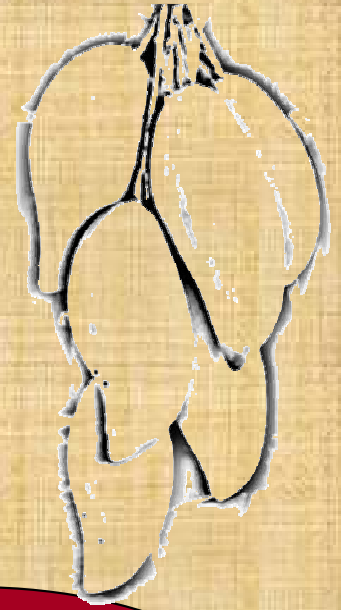
การทัศนศึกษา



การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ



ยุทธศาสตร์มะม่วง



- การให้ข้อมูล/ บรรยาย แก่ชมรมผู้ปลูกมะม่วงเชียงใหม่
- การให้ข้อมูล/ บรรยาย แก่ชมรมผู้ปลูกมะม่วงเขียวมรกต



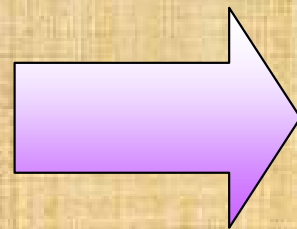
การเข้าร่วมกิจกรรม



การฝึกอบรม



การเยี่ยมสวน



ยุทธศาสตร์มะม่วง



การทัศนศึกษา



การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ



สวนแก้วขี้หนูด จ.ฉะเชิงเทรา



สวนของสมาชิกชมรมมะม่วงพร้าว จ.เชียงใหม่



สวนสมาชิกชมรมผู้ปลูกมะม่วงเขียวมรกต อ.บ้านโฮ่ง จ.ลำพูน



การเข้าร่วมกิจกรรม



การฝึกอบรม



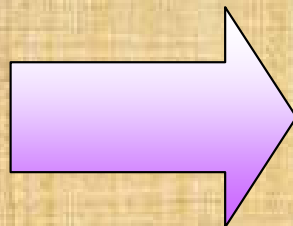
การเยี่ยมสวน



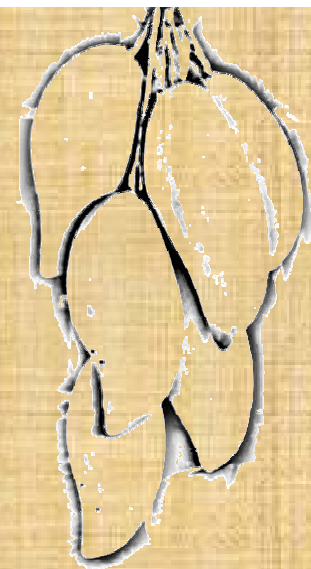
การทัศนศึกษา



การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ



ยุทธศาสตร์มะม่วง



- โรงอบไอน้ำ ในความดูแลของ สำนักพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร
- บริษัท ไทยแอ็กโกร เอ็กสเซนจ์ จำกัด (ตลาดไท) จ.ปทุมธานี
- ศูนย์รวบรวมผักและผลไม้เพื่อการส่งออก (POSSEC) จ.ปทุมธานี



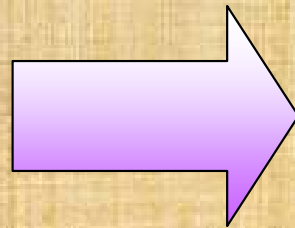
การเข้าร่วมกิจกรรม

การฝึกอบรม

การเยี่ยมสวน

การทัศนศึกษา

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ



ยุทธศาสตร์มะม่วง



การประชุมเชิงปฏิบัติการ

- มีเจ้าภาพร่วม : โรงเรียนเกษตรกรรมะม่วง
 - วารสารเคหการเกษตร
 - ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร
- การร่วมกันกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน (โดยเอกสาร)
- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ และวารสารด้านพืชสวนที่มีผู้อ่านมากที่สุดในประเทศ
- มีกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมเป้าหมายที่ชัดเจน

กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วง



ผู้ประกอบการส่งออกและแปรรูป



นักวิชาการ/ เจ้าหน้าที่รัฐ



เกษตรกร/ ผู้สนใจทั่วไป



ขั้นตอนในการประชุมเชิงปฏิบัติการ

- การเตรียมเอกสารประกอบการประชุม
- การกำหนดหัวข้อ/ วิทยากรที่คาดว่าจะได้รับความสนใจจากผู้ฟัง



“ปกเปลือกมะม่วงไต้หวัน จุดแข็ง-จุดอ่อนอยู่ตรงไหน” โดย คุณกาญจนา สุทธิกุล

- การเตรียมข้อมูลด้านมะม่วง และการตั้งคำถามเพื่อชี้ปัญหา
- การนำเวทีโดยผู้มีประสบการณ์สูง การเปิดโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการเรียงร้อยความคิด/ ข้อเสนอแนะเข้าด้วยกัน



- การแบ่งกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิด
- การสรุปความคิดเห็นตามหัวข้อที่กำหนดไว้
- การกำหนดการจัดประชุมครั้งถัดไป



จากการเข้าร่วมกิจกรรมกับเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วง พบว่า



องค์ความรู้การผลิตมะม่วงเพื่อการ
ส่งออก

- 1) ความรู้จากนักวิจัย
- 2) ความรู้จากเกษตรกร
- 3) ความรู้ร่วมกัน

ความร่วมมือจาก 3 ฝ่าย

- 1) เกษตรกร
- 2) เจ้าหน้าที่รัฐ
- 3) ผู้ประกอบการส่งออก

ข้อสรุปจากการประชุม

การเลือกพันธุ์ เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ชาวสวนนำมาใช้เพื่อแก้ปัญหาการตลาด ให้สอดคล้องกับแรงงานและปัจจัยการผลิต และตามองค์ความรู้ที่มีในชุมชน

- ➔ พันธุ์น้ำดอกไม้ เพื่อการส่งออก
- ➔ พันธุ์แก้ว เพื่อการแปรรูป
- ➔ พันธุ์เขียวมรกต เพื่อการผลิตลำฤดู
- ➔ พันธุ์โชคอนันต์ เพื่อการผลิตนอกฤดู

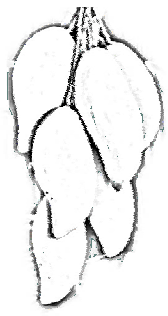
ข้อสรุปจากการประชุม

ปัญหา และอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมมะม่วง

- ➔ การให้บริการของรัฐที่ยังขาด ไม่พอเพียง ค่าเช่า
- ➔ การประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จัก
- ➔ เงินทุน
- ➔ ปัจจัยที่จำเป็นต่อการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เช่น ห้องเย็น
- ➔ การกำกับดูแลระบบการส่งออก
- ➔ การพัฒนาพันธุ์ใหม่ที่เหมาะสมเพื่อการส่งออก

ยุทธศาสตร์การพัฒนามะม่วงเพื่อการส่งออก

- 1) **การใช้แนวทางกลุ่ม/ เครือข่าย/ ภาคิพันธมิตร** : เพื่อประสานความร่วมมือทั้งทางด้านวิชาการ การผลิต และการตลาด
- 2) **สินค้าคุณภาพ** : การผลิตเพื่อส่งออก ต้องผลิตสินค้าคุณภาพตรงตามที่ต้องการ
- 3) **ราคาที่แข่งขันได้** : ต้องเป็นที่พอใจของเกษตรกร ผู้ประกอบการ และสามารถแข่งขันกับประเทศผู้ผลิตรายอื่นได้
- 4) **การปฏิบัติเชิงอนุรักษ์** : เพื่อลดความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ และนิเวศวิทยาจากการผลิตพืชเชิงเดี่ยว



สรุป

การเข้าร่วมกิจกรรม

การฝึกอบรม

การเยี่ยมชมสวน

การทัศนศึกษา

องค์ความรู้การผลิตมะม่วงเพื่อการส่งออก

- 1) ความรู้จากนักวิจัย
- 2) ความรู้จากเกษตรกร
- 3) ความรู้ร่วมกัน

ความร่วมมือจาก 3 ฝ่าย

- 1) เกษตรกร
- 2) หน่วยงานรัฐ
- 3) ผู้ประกอบการ

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ

ยุทธศาสตร์มะม่วง