

การพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์  
ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1  
(พิษณุโลก ตาก สุโขทัย เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์)

“โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน”  
(SMART Wellness & SMART Village)



**บทคัดย่อ**

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดตาก จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเพชรบูรณ์ และจังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นพื้นที่ที่ภาคเกษตรกรรมมีความสำคัญมาก เนื่องจากภูมิประเทศมีความอุดมสมบูรณ์ที่เอื้อต่อการทำการเกษตรกรรม และประชากรส่วนใหญ่ก็ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก ซึ่งจะเห็นได้จากโครงสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมของกลุ่มจังหวัดฯ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ในปี 2559 ที่สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์และป่าไม้เป็นสาขาที่มีมูลค่ามากที่สุดมูลค่า 100,213.01 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34.00 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมดของกลุ่มจังหวัด แต่กว่าครึ่งศตวรรษที่ผ่านมาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ได้ลดลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นยุคของการทำเกษตรแบบอุตสาหกรรม ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ทิ้งวิถีชีวิตการทำเกษตร

แบบดั้งเดิมที่อนุรักษ์ระบบนิเวศและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติหันมาทำการเกษตรที่ต้องพึ่งพาสารเคมี ทั้งปุ๋ยเคมีและสารกำจัดศัตรูพืชเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต ส่งผลให้คุณภาพดินลดลงเรื่อย ๆ หากต้องการปริมาณผลผลิตเท่าเดิม ต้องใส่สารเคมีในปริมาณที่มากขึ้น ส่งผลให้ดินเสียหายหนักขึ้นและเร็วขึ้น ดังนั้น แม้จะสามารถผลิตสินค้าเกษตรได้เป็นจำนวนมาก แต่รายได้สุทธิของเกษตรกรกลับลดลง เนื่องจากปัจจัยการผลิตเหล่านี้เป็นต้นทุนหลักที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ของเกษตรกร ประกอบกับราคาสินค้าภาคเกษตรตกต่ำเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ส่งผลกระทบต่อทั่วประเทศ ทำให้เกษตรกรตกอยู่ในสภาพที่มีหนี้สินล้นพ้นตัวยากที่จะหลุดพ้นจากกับดักความยากจน

ปัจจุบันที่กระแสความตื่นตัว ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ ทำให้ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ได้รับความนิยม และการตอบรับจากผู้บริโภคมากขึ้น โดยมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในการทำเกษตรอินทรีย์นั้น เกษตรกรผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่หน่วยงานรับรองใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจรับรองผลผลิต โดยในการกำหนดมาตรฐานผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะมาจาก เกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค นักสิ่งแวดล้อมและนักวิชาการในด้านต่าง ๆ รวมทั้ง การทำเกษตรอินทรีย์จะต้องเอื้อต่อการอนุรักษ์ และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ดิน น้ำ อย่างจริงจัง ในการทำเกษตรแบบอินทรีย์ นอกจากเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังสร้างสมดุลของทรัพยากรในระบบนิเวศ

สร้างความหลากหลายของชนิดทรัพยากรไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนของสารเคมีในดิน น้ำ และพืช ในด้านสุขภาพก็ทำให้สุขภาพแข็งแรง ลดความเสี่ยงของสารเคมีที่อาจปนเปื้อนมากับพืชและสัตว์ และที่สำคัญเกษตรกรอินทรีย์ ช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้ที่สูงขึ้นเนื่องจากผลผลิตจากเกษตรกรอินทรีย์เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ยิ่งเป็นเกษตรกรอินทรีย์ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่เหมือนใครในโลกหรือ เป็นแหล่งเกษตรกรอินทรีย์ที่เป็นแบบฟาร์มสเตย์ด้วยแล้ว ก็จะสามารถดึงดูดใจ สามารถสร้างแรงจูงใจและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการภาคเอกชนที่มีนโยบายการตลาดเกี่ยวกับเกษตรกรอินทรีย์ โดยเฉพาะ ร้านเลมอนฟาร์ม และผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ที่เล็งเห็นแนวโน้มและทิศทางการตลาดเกษตรกรอินทรีย์ เริ่มวางแผนจำหน่ายสินค้าเกษตรกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น เช่น Top Supermarket , The Mall โดยทิศทางของตลาดสินค้าจากเกษตรกรอินทรีย์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาการส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์มีมูลค่าหลายพันล้านบาท โดยตลาดยุโรปเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมาคืออเมริกาเหนือ และภูมิภาคเอเชียตะวันออก

ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัญหาที่สำคัญของเกษตรกรกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ประการหนึ่ง คือ ปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำและผลผลิตล้นตลาด โดยเฉพาะข้าวและมันสำปะหลัง จึงมีข้อเสนอในการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยการส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนการผลิตจากเพาะปลูกข้าว

หรือมันสำปะหลัง มาปลูกผักปลอดสารหรือผักอินทรีย์หรือผลไม้ประจำ  
จังหวัด หรือสินค้าเกษตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)  
 อาทิ มะขามหวานเพชรบูรณ์, ข้าวไร้สีมั่ว จังหวัดเพชรบูรณ์ / สับปะรด  
 ห้วยมุ่น, ทุเรียนหลง ลับแลอุตรดิตถ์, ทุเรียนหลิน ลับแลอุตรดิตถ์  
 จังหวัดอุตรดิตถ์ และกล้วยตากบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ฯลฯ มาต่อยอด  
เชิงการพาณิชย์และการส่งเสริมด้านการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์/  
ปลอดภัยซึ่งมีความต้องการสูงในตลาด ประกอบกับแนวโน้มที่มีกลุ่มคนรัก  
สุขภาพมากขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสำหรับ  
กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ในลักษณะ Flag Shift Project ซึ่งเป็นการบูรณาการ  
ร่วมกันของทุกภาคส่วนทั้ง Value Chain ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง  
โดยการส่งเสริมให้ชุมชนนำนวัตกรรมการผลิตสมัยใหม่มาใช้กับการปลูก  
พืชผัก พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้เป็น  
แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและทำกิจกรรมต่าง ๆ นักท่องเที่ยวได้พบเจอ  
ผู้คน สัมผัสวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ จากวัฒนธรรมที่แตกต่าง ในรูปแบบ  
เรียบง่าย ท่ามกลางความเป็นธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่แปลกไปจากที่เคยคือ  
“โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืน  
ในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village)

วัตถุประสงค์ของการดำเนิน “โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village)

- เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของเกษตรกรในหมู่บ้านต้นแบบให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เอื้อต่อการดำเนินโครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village)

กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 มีศักยภาพในการพัฒนา  
กลุ่มจังหวัดฯครอบคลุม 4 ด้านดังนี้

- ด้านโลจิสติกส์ โดยมีศักยภาพในเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านตามแนวการพัฒนา East – West Economic Corridor และกลุ่มจังหวัดมีการกำหนดเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ LIMEC (Luangprabang-Indochina - Mawlamyine Economic Corridor) ขึ้นมาในพื้นที่เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางเศรษฐกิจการค้าระหว่าง หลวงพระบาง (สปป.ลาว) -อินโดจีน (ไทย) – เมะล่ำไย (เมียนมา) และมีระบบขนส่งทางอากาศ มีลักษณะเป็นท่าอากาศยานรอง ถือเป็นสนามบินพาณิชย์และในปัจจุบันมีสายการบินตรงไปยังท่าอากาศยาน

- ด้านการเกษตร โดยพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเหมาะแก่การเพาะปลูกและมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่านหลายสาย รวมถึงมีระบบชลประทานสำหรับการเกษตร ทำให้เป็นแหล่งผลิตข้าวและพืชไร่ที่สำคัญของประเทศ

- ด้านการท่องเที่ยว มีจุดเด่นในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างหลากหลาย อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และประเพณี แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ฯลฯ ซึ่งกระจายอยู่ตามพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี

- ด้านอุตสาหกรรมการลงทุนและการค้าชายแดน แม้ว่าโครงสร้างเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 จะขึ้นอยู่กับภาคเกษตรเป็นหลัก แต่ก็มีการลงทุนด้านการค้าและอุตสาหกรรมในพื้นที่ในระดับหนึ่ง โดยพื้นที่ที่มีการค้าที่เติบโตเร็วที่สุดในกลุ่มคือจังหวัดพิษณุโลกที่มีสี่แยกอินโดจีนซึ่งกำหนดโดยธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB Bank) มีการลงทุนสร้างโรงแรม ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ คอนโดมิเนียม อาคารพาณิชย์ บ้านจัดสรร ทั้งในพื้นที่จังหวัดพิษณุโลกและพื้นที่ตัวจังหวัดอื่น ๆ ในกลุ่มจังหวัด เป็นต้น

ภายใต้วิสัยทัศน์กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ที่ว่า :*เป็นศูนย์กลางการบริการสี่แยกอินโดจีน เชื่อมโยง เศรษฐกิจ สังคม และบริการของภูมิภาคสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (Regional Linkage Center for Economic Social and Services to Stability Prosperity Sustainability)*

### การขับเคลื่อนใน 6 ประเด็นยุทธศาสตร์(Strategic Issue)

ประกอบด้วย

- พัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรอัจฉริยะ อาหารปลอดภัยบนความต้องการของตลาดและส่งเสริมระบบตลาดอย่างยั่งยืน

- สร้างสรรค์การท่องเที่ยวและบริการมูลค่าสูงบนฐานนิเวศน์และประวัติศาสตร์
- ยกระดับโครงข่ายการขนส่งคมนาคมและระบบโลจิสติกส์จากกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 สู่ภูมิภาคและอาเซียนอนุรักษ์ ฟื้นฟูและจัดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและพลังงานอย่างยั่งยืน
- เสริมสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้และเศรษฐกิจดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- เสริมสร้างความมั่นคงและยกระดับคุณภาพชีวิตแบบบูรณาการและหลากหลายมิติ

**การวางตำแหน่งการขับเคลื่อน (Positioning) ของกลุ่มจังหวัด**  
ออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการท่องเที่ยว
2. ด้านการเกษตร
3. ด้านการค้าชายแดนอุตสาหกรรมและ Logistics

**แนวคิดบางส่วนที่ได้จากการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน**  
**ณ ประเทศญี่ปุ่นที่จะสามารถนำมาปรับใช้ในการดำเนินประกอบด้วย**

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวและบริการ (Value Added Creation for Tourism and Service)เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สร้างความแตกต่าง เป็นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้สามารถเพิ่มมูลค่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนโดยเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมการมีใจรักด้านบริการ (Servicemind) ซึ่งเห็นได้จากการไปศึกษาดูงานที่ญี่ปุ่นการท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เชิงเกษตรในจังหวัดห่างไกล แต่มีทรัพยากรธรรมชาติที่โดดเด่นเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว เจ้าของบ้านพักแต่ละแห่งมีจิตใจรักการให้บริการ มีความเอาใจใส่ผู้มาพักผลิตอาหารที่ได้จากการผลิตโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ได้จากพื้นที่บริเวณบ้าน ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ เช่น ปลูกผักไว้สำหรับให้ผู้พักได้บริโภค และเป็นอาชีพที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังมีการสนับสนุนการดำเนินกิจการโดยภาครัฐอย่างเข้มแข็ง

2. นวัตกรรมทางการเกษตร (Innovative Agriculture) เป็นการทำการเกษตรสมัยใหม่ที่เป็นการพัฒนากระบวนการผลิตภาคการเกษตรที่ลดต้นทุนการผลิต ทำให้ผลผลิตการเกษตรมีคุณภาพ สามารถควบคุมการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ลดการใช้แรงงานคน ผลิตน้อยแต่ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ สามารถควบคุมกระบวนการผลิตได้ทุกระบวนการ โดยลดการใช้แรงงานภาคการเกษตร

3. การสร้างแบรนด์ที่มีความแตกต่าง (Difference Brand) โดยการมองกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างจากกลุ่มเป้าหมายเดิม คือ จากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชาย เป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิง และมีการสร้างเรื่องราว (Story) จนเกิดคุณค่า การมีกระบวนการผลิตที่ใช้เทคนิคที่แตกต่าง เช่น การใช้หินภูเขาไฟมาช่วยในการซัดกางเกงให้เกิดลวดลาย และมีความนุ่มของกางเกงยีนส์ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของลูกค้าที่จะสามารถสร้างแบบของกางเกงที่มีเพียงตัวเดียวในโลก โดยให้ลูกค้าได้มีกิจกรรมในการเลือกกระดุม หมุดประดับ และป้ายหนัง ที่มีหลากหลายแบบ หลากหลายสี ให้เลือก



- การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของเมือง (Tourism Management) โดยได้จ้างบริษัทเอกชนมาบริหารจัดการ จาก Key Success Factor ที่สำคัญคือ

- ทำงานร่วมกันของผู้ประกอบการด้านโรงแรมที่พัก ซึ่งที่โอokayama มีโรงแรมที่พักรวมกันกว่า 13,000 ยูนิต ตั้งอยู่รายรอบศูนย์กลางการขนส่งมวลชน ที่เรียกว่า Okayama Station มีทั้งรถไฟใต้ดิน บนดิน ชินคันเซ็น รถราง และรถบัส เต็มไปหมดหารถส่วนตัววิ่งให้ขวัักไขว้ เหมือนบ้านเรานั้น ยากเต็มที

- สร้าง Value added ให้กับสินค้าท้องถิ่นหรือ OVOP ของไทย ก็คือ OTOP

4. การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และการมีนโยบายที่ชัดเจน ในการดำเนินงานของโรงงานขนม มินาโมโตะคิซุโชอัน (MinamotoKichoan) ที่มีนโยบายชัดเจนในการเน้นความสะอาดและอนามัย มาเป็นอันดับ 1 ส่วนความอร่อยมาเป็นอันดับ 2 และที่สนใจมาก ๆ ก็คือ การใช้ผลไม้ในชุมชน เช่น องุ่น ส้ม มาทำเป็นขนม และขายดีเป็นอันดับหนึ่งของร้าน สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตได้มากมาย

**แนวทางในการพัฒนากลุ่มจังหวัดเพื่อพัฒนาภาคการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์โดยการดำเนิน “โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village)**

จากการวิเคราะห์ปัญหาที่สำคัญของเกษตรกรกลุ่มภาคเหนือ ตอนล่าง 1 ประการหนึ่ง คือ ปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำและผลผลิต

ล้นตลาด โดยเฉพาะข้าวและมันสำปะหลัง จึงมีข้อเสนอในการแก้ปัญหา ดังกล่าวโดยการส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนการผลิตจากเพาะปลูกข้าว หรือมันสำปะหลัง มาปลูกผักปลอดสารหรือผักอินทรีย์หรือผลไม้ประจำ จังหวัด หรือ สินค้าเกษตรที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) อาทิ มะขามหวานเพชรบูรณ์, ข้าวไร้ลืมผัว จังหวัดเพชรบูรณ์/สับปะรด ห้วยมุ่น, ทุเรียนหลง ลับแลอุตรดิตถ์, ทุเรียนหลิน ลับแลอุตรดิตถ์ จังหวัด อุตรดิตถ์ และกล้วยตากบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก เป็นต้น มาต่อยอด เชิงการตลาด และการส่งเสริมด้านการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์/ ปลอดภัยซึ่งมีความต้องการสูงในตลาด ประกอบกับแนวโน้มที่มีกลุ่มคนรัก สุขภาพมากขึ้น

จึงมีข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสำหรับกลุ่ม ภาคเหนือตอนล่าง 1 ในลักษณะ Flag Shift Project ซึ่งเป็นการบูรณาการ ร่วมกันของทุกภาคส่วนทั้ง Value Chain ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง โดยการส่งเสริมให้ชุมชนนำนวัตกรรมการผลิตสมัยใหม่มาใช้ในการปลูก พืชผัก พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและทำกิจกรรมต่าง ๆ นักท่องเที่ยวได้พบเจอ ผู้คน สัมผัสวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ จากวัฒนธรรมที่แตกต่าง ในรูปแบบเรียบง่าย ท่ามกลางความเป็นธรรมชาติ และวิถีชีวิตที่แปลกไปจากที่เคยคือ

“โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืน  
ในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village) โดยดำเนินการ  
ดังนี้

### ต้นทาง

ส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกร โดยเน้นให้เกษตรกรรวมกลุ่ม  
ด้วยความสมัครใจให้เกษตรกรมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจการ มีความเข้าใจ  
เป้าหมาย และผลประโยชน์ของการรวมกลุ่มและรู้จักศักยภาพในการผลิต  
และการรวมกลุ่มเพื่อให้ขายสินค้าได้ตามกลไกการตลาด หรือบริบทของ  
สังคมเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเกษตรกร มีรูปแบบโครงสร้างกลุ่มที่  
ชัดเจน มีการบริหารจัดการที่ดี โปร่งใส ตรวจสอบได้พัฒนาให้รู้จักพึ่งพา  
ตนเองแทนการรอการช่วยเหลือจากรัฐ และเมื่อการรวมกลุ่มเข้มแข็งแล้ว  
ส่งเสริมไปสู่รูปแบบการบริหารจัดการ (Business Model) ในลักษณะ  
วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) หรือรูปแบบบริษัทต่อไป

ส่งเสริมและสร้างการพัฒนาเกษตรกรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจาก  
ผู้ผลิตเป็นผู้ประกอบการเพื่อเรียนรู้ระบบกลไกตลาด และสร้างจิตที่ดีต่อ  
การบริการ

การวิจัยพัฒนาปัจจัยการผลิตดำเนินการวิจัยพัฒนาดินปลูกที่  
เหมาะสมกับพืชผักแต่ละชนิด ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เช่น  
ปริมาณน้ำ อุณหภูมิ เป็นต้น โดยในเบื้องต้นเน้นผักชนิดต่าง ๆ และผลไม้  
ขนาดเล็ก เช่น พืชผัก ไม้ผล ปศุสัตว์ เป็นต้น ในรูปแบบเกษตรปลอดภัย  
สู่เกษตรกรอินทรีย์ โดยการสร้างการตระหนักรู้ในพื้นที่หรือเกิดจากภายใน  
และขยายไปยังบุคคลภายนอก

**นำนวัตกรรมมาใช้ในการผลิต**เน้นจากคนรุ่นใหม่ในการสร้างความรู้ ฝึกทักษะ และเข้ามามีส่วนร่วมกับเกษตรกรผลิตแบบสมัยใหม่ เน้นการบริหารจัดการโดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น การใช้แอปพลิเคชันตรวจสอบความชื้น ความอุดมสมบูรณ์ของดินและสภาพอากาศ เพื่อจะยกระดับการกระบวนการผลิต สามารถลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของสินค้าเกษตร

**อบรมให้ความรู้ด้านการผลิต**ฝึกอบรมเกษตรกรให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งให้ความรู้ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความเข้าใจในการเพาะปลูกระบบใหม่ จากเกษตรกรธรรมดาเปลี่ยนมาเป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านเกษตร สร้างแบรนด์ ปลูกเอง ขายเอง ทำตลาดเอง มี Story องค์ความรู้ เทคนิคในการผลิตสินค้าที่ใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า มีการวางแผนจัดบันทึกการเพาะปลูกในครั้งต่อไป เพื่อให้เป็นเกษตรกรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้และมีรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น สุดท้ายก็มาร่วมกันสร้างเครือข่ายสังคมเกษตรให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้และแบ่งปันเพื่อนำสิ่งที่งดงามกลับคืนสู่สังคม

### **กลางทาง**

**ส่งเสริมและเชื่อมโยงการเกษตรสู่การแปรรูปผลผลิตเพื่อสุขภาพ ความงาม และการท่องเที่ยวกับชุมชน** โดยการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยการนำผลงานวิจัยนวัตกรรม เทคโนโลยีมาช่วยในการแปรรูปแทนการขายผลผลิตเบื้องต้น เพื่อเพิ่มมูลค่า เพิ่มรายได้ และเพิ่มช่องทางการตลาดเช่น การอบแห้ง การแช่แข็ง การดอง การนำมาปรุง

อาหาร การสร้างเมนูที่หลากหลาย ตลอดจนการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เมนูสุขภาพซึ่งเป็นกระแสความนิยมอยู่ในขณะนี้ เป็นต้น

**การพัฒนาเครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์** ออกแบบเครื่องหมายการค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้มีความน่าซื้อ สร้างเรื่องราวของสินค้า (Story) เพื่อสร้างการรับรู้ การจดจำในตัวสินค้า

**การรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและการตรวจสอบย้อนกลับ** เช่น QR Code

### ปลายทาง

**การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร**เป็นการพัฒนาแหล่งผลิตสินค้าเกษตรให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมกระบวนการผลิต มีกิจกรรมการสร้างประสบการณ์ในการปลูก การเก็บเกี่ยว หรือการแปรรูป จัดให้มีร้านค้าจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์แปรรูปสินค้าเกษตร ตลอดจนร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบจากแปลงการพัฒนาแหล่งผลิตสินค้าเกษตรในลักษณะ **FarmStay** ที่น่าสนใจและสามารถประยุกต์กับประเทศไทยโดยเฉพาะต่างจังหวัดที่เป็นภาคการเกษตรและเข้าสู่ผู้สูงวัยหรือผู้รักสุขภาพ

**จัดทำปฏิทินสินค้าเกษตร (fruit picking Calendar)** จัดทำปฏิทินการออกสู่ตลาดของผักและผลไม้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเก็บผลไม้ในสวนตามฤดูกาลต่าง ๆ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

**ส่งเสริมการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing)** จัดทำสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และขายสินค้าออนไลน์

รวมทั้งจัดระบบการขนส่งสินค้าให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีความน่าเชื่อถือ

**การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ** เพื่อเผยแพร่ให้ได้รับรู้จากหมู่บ้านเป้าหมายอย่างแพร่หลาย

#### **ตัวชี้วัดความสำเร็จในการดำเนินงาน**

- เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 5
- เกษตรกรเปลี่ยนจากผู้ผลิตเป็นผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้นอย่างน้อย 10 ราย

#### **บทสรุป**

จากการฝึกอบรมในชั้นเรียนและการศึกษาดูงานประเทศญี่ปุ่นในครั้งนี้ ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่สำคัญสำหรับการนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดและกลุ่มจังหวัด โดยสมาชิกกลุ่มได้เสนอแนวคิดในการพัฒนาภาคการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าอย่างสร้างสรรค์ สำหรับกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง 1 ในลักษณะ Flag Shift Project คือ “โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ความยั่งยืนในชุมชน” (SMART Wellness & SMART Village) ซึ่งหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำและผลผลิตล้นตลาด ตลอดจนเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดและกลุ่มจังหวัดยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของเกษตรกรในหมู่บ้านต้นแบบให้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนสามารถเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของจังหวัดและกลุ่มจังหวัดได้อย่างยั่งยืน

## คณะผู้จัดทำ

1. นางสาวเสาวนิต ทับทิมจรรยา นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ  
สำนักงานเกษตรและสหกรณ์  
จังหวัดเพชรบูรณ์
2. นางโสพิศย์ ฤทธิศร นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ  
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุดรดิตถ์
3. นางสาวจุฬารัตน์ นุ่มนึ่ง นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ  
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเพชรบูรณ์
4. นางสาวฉัตรธิดา แสนมั่ง นักวิเคราะห์นโยบายและแผน  
ชำนาญการ สำนักงานจังหวัดอุดรดิตถ์