



มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
เลขรับ 5623
วันที่ 17 ต.ค. 69
เวลา 15.24 น.

ที่ ศธ ๐๕๑๓.๑๔๐/๑.๓๕๘

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
๕๐ ถนนงามวงศ์วาน จตุจักร
กรุงเทพมหานคร ๑๐๙๐๐

๑๓ ตุลาคม ๒๕๕๙

เรื่อง การจัดทำแผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์
เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. รายละเอียดการจัดทำแผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์
๒. ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นของเครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง ด้านการพัฒนา
การผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม

ตามที่ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง ประกอบด้วยหน่วยงานภาคีเครือข่ายในพื้นที่
ที่มีศักยภาพ ทราบปัญหาสำคัญเร่งด่วนของพื้นที่ มีความพร้อมขององค์ความรู้จากผลงานวิจัยในพื้นที่
ที่สามารถนำมาจัดการเพื่อใช้แก้ปัญหาในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นหน่วยงานที่ได้รับ
มอบหมายให้จัดทำแผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ จำนวน ๑๐ แผนงาน นั้น

ในการนี้ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง ใคร่ขอเชิญส่งแผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะ
ถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ (ตั้งสิ่งที่ส่งมาด้วย) โดยแผนงานที่ได้รับการพิจารณาจะได้รับเงินสนับสนุนการ
ดำเนินงานแผนละไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐ บาท หากท่านมีความประสงค์จะส่งแผนงานการจัดการองค์ความรู้ดังกล่าว
ขอให้จัดส่งมายังเครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง สถาบันวิทยาการขั้นสูงแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ภายในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๙

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.คณพล จุชามณี)

ประธานกรรมการเครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง

เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง
สถาบันวิทยาการขั้นสูงแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
โทร ๐๒-๕๗๙-๘๙๒๒, ๐๒-๕๗๙-๑๔๘๑
โทรสาร ๐๒-๕๗๙-๑๑๗๐

ประกาศ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง
เรื่อง การจัดทำแผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์
ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๙

.....

๑. ผู้ให้ทุน : เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

๒. ความเป็นมา

เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง ประกอบด้วยหน่วยงานภาคีเครือข่ายในพื้นที่ที่มีศักยภาพ มีความพร้อมขององค์ความรู้จากผลงานวิจัยในพื้นที่ที่สามารถนำมาจัดการปัญหาสำคัญเร่งด่วนของพื้นที่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง จึงรับเป็นหน่วยงานที่จัดการองค์ความรู้จากการวิจัยเพื่อถ่ายทอดสู่ผู้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ให้มีศักยภาพ โดยใช้ฐานความรู้จากการวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อนำสู่การใช้ประโยชน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้ง พัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และอยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ และสร้างความร่วมมือในการจัดการความรู้การวิจัยให้มีความเข้มแข็งและครอบคลุมทุกเครือข่าย

๓. ขอบข่ายการให้ทุนทำกิจกรรม

๑. แผนงานที่เสนอขอรับทุนต้องนำผลสำเร็จของงานวิจัยและนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าหรือผลกระทบเชิงเศรษฐกิจหรือสังคมที่ผ่านกระบวนการจัดการความรู้การวิจัย ดำเนินการให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาพื้นที่ในภาคกลาง ๒๖ จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี อ่างทอง สระบุรี ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท ราชบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ นครนายก สระแก้ว ปราจีนบุรี ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด หรือ

๒. แผนงานที่เสนอขอรับทุนต้องดำเนินการวิจัยตามยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม

๔. วัตถุประสงค์

เพื่อนำองค์ความรู้จากผลงานวิจัยและนวัตกรรมในพื้นที่ที่เป็นประโยชน์และผ่านกระบวนการจัดการความรู้การวิจัยไปถ่ายทอดสู่เป้าหมายในพื้นที่อย่างกว้างขวางและเป็นรูปธรรม

๕. ลักษณะของแผนงานที่จะเสนอขอรับทุนทำกิจกรรม

๕.๑ เป็นแผนงานที่ประกอบด้วยโครงการย่อยไม่ต่ำกว่า ๒ โครงการ

๕.๒ เป็นแผนงานที่แสดงให้เห็นว่าสามารถจัดทำและนำเสนอต่อหน่วยงานต่างๆ ที่ให้ทุนในระดับประเทศได้

๕.๓ เป็นแผนงานที่มีการบูรณาการของหน่วยงานมากกว่า ๒ หน่วยงานขึ้นไป

๕.๔ เป็นแผนงานที่สามารถพัฒนาเป็นข้อเสนอโครงการและเสนอขอรับงบประมาณสนับสนุนได้ในระยะเวลาไม่เกิน ๓ เดือน นับจากวันลงนามในสัญญา

๕.๕ เป็นแผนงานที่มีกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์ชัดเจน โดยจะต้องมีกระบวนการและหลักฐานแสดงให้เห็นถึงการได้มาซึ่งความต้องการเทคโนโลยีนั้นๆ ของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการถ่ายทอดฯ และสามารถบูรณาการไปสู่การตลาด/การลดต้นทุน/การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต/การเพิ่มรายได้ เช่น แบบสำรวจความต้องการ จดหมายแสดงความต้องการ หรือเอกสารอื่นๆ

- กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์ ได้แก่ เครือข่ายที่เข้าร่วมกระบวนการจัดการความรู้เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีผลงานวิจัยและนวัตกรรมสู่กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่

- กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ ผู้ที่อยู่ในภาคการผลิต ชุมชน องค์กรที่ได้รับประโยชน์จากความรู้และการถ่ายทอด

๖. ผลผลิตของแผนงาน

๖.๑ เครือข่ายการวิจัยมีกระบวนการจัดการความรู้การวิจัยที่เป็นประโยชน์กับพื้นที่

- ๖.๒ มีระบบข้อมูลผลงานวิจัยและนวัตกรรมของเครือข่ายการวิจัยภูมิภาคตามความต้องการของพื้นที่
- ๖.๓ จำนวนองค์ความรู้ที่ถอดมาจากงานวิจัย นวัตกรรม และเทคโนโลยีถูกถ่ายทอด/ขยายผลไปสู่การใช้ประโยชน์ในพื้นที่เป็นวงกว้างอย่างเป็นรูปธรรม
- ๖.๔ ต้นแบบ (model)/คู่มือการถ่ายทอดเทคโนโลยีการขยายผลเพื่อการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ ที่แสดงให้เห็นถึงวิธีการหรือขั้นตอนการนำเทคโนโลยีไปสู่ผู้ใช้ประโยชน์ที่สามารถติดตามประเมินผลได้
- ๖.๕ รูปแบบการจัดการความรู้เพื่อการใช้ประโยชน์สู่พื้นที่

๗. คุณสมบัติของผู้มีสิทธิรับทุน

- ๗.๑ ผู้มีสิทธิขอรับทุนจะต้องเป็นบุคลากรในภาครัฐหรือเอกชนที่มีสภาพเป็นนิติบุคคล โดยต้องทำงานหรือมีสังกัดหน่วยงาน สถาบัน ภายในภูมิกษณนั้นๆ
- ๗.๒ มีสัญชาติไทย มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทยและมีหลักฐานการทำงานมั่นคง
- ๗.๓ มีความรู้ ความสามารถเป็นอย่างดีในการถ่ายทอดเทคโนโลยี และสามารถจัดการองค์ความรู้การวิจัยในการขับเคลื่อนเพื่อการใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๗.๔ มีหลักฐานและ/หรือมีประวัติการทำงานที่แสดงถึงประสบการณ์ในการทำโครงการหรือกิจกรรมส่งเสริมการวิจัย
- ๗.๕ สามารถอุทิศเวลาในการดำเนินโครงการได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดระยะเวลาของการรับทุน
- ๗.๖ ผู้บังคับบัญชาของหน่วยงานระดับกรม หรือเทียบเท่าของภาครัฐ หรือผู้บริหารระดับสูงสุดของหน่วยงานภาคเอกชน ให้ความเห็นชอบและรับรอง
- ๗.๗ เป็นผู้มิจรรยาบรรณนักวิจัยตามจรรยาบรรณนักวิจัยของ วช.
- ๗.๘ ทั้งนี้กรณีอยู่นอกเหนือจากคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นให้อยู่ในดุลพินิจของ วช.

๘. การทำข้อตกลงการดำเนินงาน ดังนี้

- ๘.๑ พยานฝ่ายผู้รับทุนต้องเป็นคณะนักวิจัยในโครงการหรือพนักงานของรัฐ ในหน่วยงานสังกัดเดียวกับผู้รับทุน
- ๘.๒ ให้คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายลงลายมือชื่อกำกับในสัญญารับทุนและเอกสารผนวกทุกหน้าพร้อมประทับตราหน่วยงาน (ถ้ามี)

๙. เอกสารประกอบการเบิกจ่ายเงิน

- ผู้รับทุนจะต้องจัดเตรียมเอกสารประกอบการเบิกจ่ายเงินยื่นต่อผู้ให้ทุน ดังต่อไปนี้
- ๙.๑ แบบคำขอรับเงินผ่านธนาคาร
- ๙.๒ หนังสือมอบอำนาจในการเบิกจ่ายเงิน (กรณีรับทุนโดยหน่วยงาน)
- ๙.๓ สำเนาสมุดบัญชีหน้าแรกของบัญชีเงินฝากธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่เปิดแยกต่างหากจากบัญชีอื่น โดยชื่อบัญชีต้องระบุชื่อหน่วยงาน และวงเล็บชื่อโครงการ
- ๙.๔ สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนหรือบัตรประจำตัวข้าราชการหรือพนักงานของรัฐของผู้รับทุน
- ๙.๕ กรณีเป็นนิติบุคคลภาคเอกชนให้แนบสำเนาบัตรเลขที่เสียภาษีของหน่วยงานด้วย

๑๐. การเบิกจ่ายเงินทุน

การเบิกจ่ายเงิน แบ่งเป็น ๒ งวด โดยแต่ละงวดผู้ให้ทุนจะหักเงินเป็นค่าประกันการปฏิบัติตามสัญญาจำนวนร้อยละ ๕ และมีหลักเกณฑ์การจ่ายเงินแต่ละงวด ดังนี้

งวดที่หนึ่ง เบิกจ่ายร้อยละ ๘๐ ของวงเงินของโครงการ เมื่อได้รับการแจ้งอนุมัติการจัดทำแผนงานทำข้อตกลงการดำเนินงาน และแผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๙ จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมส่งเอกสารประกอบการเบิกจ่ายเงินในข้อ ๙.๑ - ๙.๕ ภายใน ๑๕ วัน นับจากวันลงนามในข้อตกลงการดำเนินงาน

งวดที่สอง เบิกจ่ายร้อยละ ๒๐ ของวงเงินของโครงการ เมื่อได้รับข้อเสนอโครงการในแผนงาน จำนวน ๑๐ ชุด พร้อมส่งเอกสารประกอบการเบิกจ่ายเงินในข้อ ๙.๑ - ๙.๕ ภายใน ๒ เดือน และ (ร่าง) รายงานนั้นได้รับความเห็นชอบจากผู้ตรวจสอบฯ และคณะทำงานตรวจรับผลสำเร็จของกิจกรรมฯ แล้ว ทั้งนี้ อาจมีการปรับเปลี่ยนวิธีการเบิกจ่ายเงินทุนตามความเหมาะสม

อนึ่ง เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง จะคืนเงินประกันการปฏิบัติตามสัญญาให้ เมื่อผู้รับทุนพ้นจากพันธหน้าที่ตามสัญญาฯ และส่งรายงานผลการทำกิจกรรมส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้ตรวจสอบฯ และคณะทำงานตรวจรับผลสำเร็จของกิจกรรมฯ แล้ว ตามแบบและจำนวนที่ระบุไว้ในสัญญาฯ

๑๑. การพิจารณาแผนงาน

๑๑.๑ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง จะพิจารณาแผนงานตามแนวทางที่ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง กำหนดโดยมีผู้ทรงคุณวุฒิเป็นคณะผู้ตรวจสอบทางวิชาการของ วช.

๑๑.๒ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง ขอสงวนสิทธิในการพิจารณาความเหมาะสมของคณะนักวิจัยโดยจะตรวจสอบสถานะการรับทุนและความสามารถในการปฏิบัติงานและควบคุมการวิจัย

๑๑.๓ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง จะไม่รับพิจารณาแผนงานที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ วช. กำหนด

๑๑.๔ คำตัดสินของ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง ถือว่าเป็นที่สิ้นสุด

๑๒. การจัดส่งรายงานการดำเนินงานโครงการและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ให้ผู้รับทุนจัดส่งรายงานผลการดำเนินงานของแผนงาน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามแบบและจำนวนที่ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง กำหนด ภายในระยะเวลาที่ระบุไว้ในสัญญาฯ ดังนี้

๑๒.๑ แผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๙ (ภาษาไทย) จำนวน ๑๐ ชุด

๑๒.๒ ข้อเสนอโครงการในแผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๙ (ภาษาไทย) จำนวน ๑๐ ชุด

๑๓. การส่งแผนงาน

๑๓.๑ ผู้สมัครจัดทำแผนงานการจัดการองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๙ ที่เป็นภาษาไทยตามแบบฟอร์มที่กำหนดโดยมีรายละเอียดครบถ้วนทุกข้อและมีเนื้อหาตรงกับไฟล์ที่แนบใช้ font TH Sarabun PSK ตัวหนังสือขนาด ๑๖ และส่งข้อเสนอชุดโครงการต้นฉบับที่มีการลงนามฉบับจริง พร้อมสำเนา จำนวน ๑๐ ชุด และบันทึกข้อเสนอแผนการดำเนินงานโครงการ (MS word) ในรูปแบบ CD จำนวน ๑ ชุด ถึง เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง ตามที่อยู่ ดังนี้

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.คณพล จุฑามณี
ประธานกรรมการเครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง
สถาบันวิทยาการขั้นสูงแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
๕๐ ถนนงามวงศ์วาน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๙๐๐

๑๓.๒ การส่งเอกสารกรณีส่งโดยตนเองให้ส่งภายในวันและเวลาราชการ (จันทร์ - ศุกร์ เวลา ๐๘.๓๐ - ๑๖.๓๐ น.) ภายในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ ณ สถาบันวิทยาการขั้นสูงแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ชั้น ๒ อาคารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และหากส่งทางไปรษณีย์จะต้องประทับตราไปรษณีย์

หรือผู้ให้บริการ ภายในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ ทั้งนี้ หากเอกสารต้นฉบับที่นำส่งมีรายละเอียดไม่ครบถ้วนตามเงื่อนไขและหากพ้นกำหนดจะถือว่าเป็นโมฆะ

๑๓.๓ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง. ขอสงวนสิทธิ์ไม่ส่งคืนแผนงานของผู้ที่ไม่ได้รับการสนับสนุน โดยจะดำเนินการทำลายแผนงานดังกล่าวหลังเสร็จสิ้นกระบวนการพิจารณาแผนงาน

๑๓.๔ เมื่อได้รับการสนับสนุนทุนฯ จะต้อง มีหนังสือนำส่งจากหน่วยงานระดับกองหรือเทียบเท่าขึ้นไป

๑๓.๕ สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ทางโทรศัพท์หมายเลข ๐ ๒๕๗๙ ๘๙๒๒

ประกาศ ณ วันที่ ๑๓ ตุลาคม ๒๕๕๙



(รองศาสตราจารย์ ดร.คณพล จุชามณี)

ประธานกรรมการเครือข่ายวิจัยภูมิภาค (ภาคกลาง)

รายละเอียดการจัดทำแผนงานการจัดการความรู้สำหรับองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์

แผนงานการจัดการความรู้สำหรับองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ จำนวน ๑ แผนงาน
ซึ่งประกอบด้วย

๑. โครงการภายใต้แผนงาน (ไม่ต่ำกว่า ๒ โครงการ)

- ๑.๑ หลักการและเหตุผล
- ๑.๒ ขอบเขตการศึกษา
- ๑.๓ หน่วยงานที่ดำเนินการ
- ๑.๔ ขั้นตอนการดำเนินการและระยะเวลาของแต่ละโครงการ
- ๑.๕ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๑.๖ หน่วยงานที่จะดำเนินการขอรับทุนสนับสนุน

โดยทางเครือข่ายวิจัยภูมิภาค : ภาคกลาง สนับสนุนงบประมาณการดำเนินการจัดทำแผนงานการจัดการความรู้สำหรับองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ จำนวน ๑๐๐,๐๐๐ บาท ต่อ ๑ แผนงาน ซึ่งกำหนดระยะเวลาดำเนินการจัดทำแผน เดือนมกราคม ถึง มีนาคม ๒๕๖๐ (๓ เดือน)

กำหนดส่งแผนงานการจัดการความรู้สำหรับองค์ความรู้ที่จะถ่ายทอดเพื่อการใช้ประโยชน์ ภายในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ ณ สถาบันวิทยาการขั้นสูงแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ชั้น ๒ อาคารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หรือทางไปรษณีย์ ภายในวันที่ ๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙

ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นของเครือข่ายวิจัยภูมิภาค (ภาคกลาง) ด้านการพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม

๑. หลักการและเหตุผล

๑.๑ ความเป็นมาของงานวิจัยด้านนี้

ผลไม้เป็นสินค้าเกษตรยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทย สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีนัยสำคัญ โดยในแต่ละปีประเทศไทยมียอดการส่งออกผักและผลไม้ ทั้งรูปของสด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง รวมทั้งสิ้นประมาณ ๓-๔ หมื่นล้านบาทต่อปี และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย ๑๕-๒๐ % (Hopsandshops, ม.ป.ป.) โดยในปี พ.ศ.๒๕๕๕ มีเกษตรกรที่ประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ประมาณ ๑.๙๒ ล้านครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ ๓๐ ของครัวเรือนเกษตรทั้งหมด (๖.๕ ล้านครัวเรือน) มีพื้นที่ปลูกไม้ผล ๕๗ ชนิด รวมทั้งสิ้น ๘.๑๘ ล้านไร่ ผลผลิตปีละประมาณ ๗.๔๙ ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าตามราคาขายได้ประมาณ ๙๐,๓๖๑ ล้านบาท สร้างรายได้และนำเงินตราจากการส่งออกผลไม้เข้าสู่ประเทศรวมปีละประมาณ ๒๙,๖๘๕ ล้านบาทซึ่งพบว่า สินค้าผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ ๓๖ มีมูลค่ากว่า ๑๔๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปริมาณ ๒๒๖,๔๐๗ ตันโดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญของสินค้าผักและผลไม้ไทย ได้แก่ จีน ฮองกง เวียดนาม ญี่ปุ่น และ สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนรวมกว่าร้อยละ ๗๘ โดยตลาดอื่นที่มีอัตราการขยายตัวสูง ได้แก่ ออสเตรเลียเพิ่มขึ้นร้อยละ ๖๕ ปากีสถานเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๓๐ และเนเธอร์แลนด์เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๓๘ เป็นต้น (สมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย, ๒๕๕๖) ขณะเดียวกันก็มีตลาดอื่นที่มีอัตราการขยายตัวสูง เช่น พม่า เพิ่มขึ้นร้อยละ ๔๕ และเกาหลีใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๐ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, ม.ป.ป.) โดยเฉพาะ จีน ที่มีการเปิดเสรีการค้าผักและผลไม้ตามพิกัดอัตราศุลกากรหมวดที่ ๐๗-๐๘ ระหว่างไทย-จีนภายใต้กรอบ ASEAN-China Free Trade Agreement (FTA ASEAN-China) ประกอบกับการลดภาษีนำเข้าผลไม้เหลือร้อยละ ๐ ส่งผลให้ผลไม้มีการขยายตัวทางการค้าเพิ่มขึ้นด้วยโดยจำนวนประชากรและเศรษฐกิจของประเทศจีนที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้มีปริมาณการนำเข้าเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกัน (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, ม.ป.ป.)

อย่างไรก็ตาม การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายในปีพ.ศ.๒๕๕๘ จะส่งผลให้มีการเปิดเสรีด้านการค้า ทำให้ตลาดผลไม้ภายในประชาคมเปิดกว้างสำหรับสินค้าจากประเทศสมาชิกดังนั้นประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ด้วยการเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตและการตลาดในการพัฒนาผลไม้ไทยสู่การเป็นผลไม้พรีเมียม มีระบบการผลิตระดับฟาร์มที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน Good Agricultural Practice (GAP) และระบบการผลิตของโรงงานคัดบรรจุได้รับการรับรองตามมาตรฐาน Good Manufacturing Practice (GMP) ผ่านเกณฑ์คุณภาพขั้นต่ำที่กำหนดไว้ในมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ ข้อ ๒.๑ และมีคุณภาพไม่ต่ำกว่าเกณฑ์คุณภาพขั้นพิเศษและขั้นหนึ่ง รวมทั้งผ่านเกณฑ์ตามข้อกำหนดเรื่องเกณฑ์ความปลอดภัย การบรรจุและการจัดเรียงเสนอ การแสดงเครื่องหมายหรือฉลาก สารปนเปื้อน สารพิษตกค้าง และคุณลักษณะ และสามารถสอบทวนย้อนกลับได้

การวิเคราะห์ระบบการผลิตและการตลาดผลไม้ในกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่า ตลาดอินโดนีเซียเห็นว่าไทยมีจุดอ่อนที่การรวบรวมสินค้าของคนกลาง ซึ่งมีชาวจีนเข้ามาดำเนินการมากขึ้นอย่างผิดปกติ แต่ความสามารถในการแข่งขันของไทยกรณีการค้ากับอินโดนีเซียอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยมีปัจจัยชี้วัดความสำเร็จ ๓ ด้านสำคัญได้แก่ กฎ ระเบียบและข้อบังคับของอินโดนีเซีย นโยบายการส่งเสริมการผลิตในระดับต้นน้ำของไทย และชื่อเสียงของผลไม้ไทย แต่อย่างไรก็ตามคาดว่าเมื่อเปิด Asean Economics Community (AEC) จะทำให้ไทยได้รับผลกระทบในเชิงลบ ดังนั้นจึงต้องมีการเจรจาเพื่อลดผลกระทบจากข้อบังคับต่างๆ และควรประกาศใช้ GAP เพื่อเป็นมาตรฐานบังคับ สำหรับตลาดมาเลเซียและสิงคโปร์ พบว่ายังต้องปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ด้วยการเจรจาให้รถขนส่งไทยสามารถขนส่งสินค้าผ่านเข้ามายังมาเลเซียได้สะดวกขึ้น นอกจากนี้มาเลเซียยังมีการเลือกปฏิบัติต่อไทยผู้เป็นคนกลางในตลาดอย่างแตกต่างกัน ทำให้การเข้าถึงตลาดผู้บริโภครายสุดท้ายทำได้ยาก สำหรับสิงคโปร์ พบว่า รูปแบบการค้าเป็นแบบแข่งขันเสรี มีการแข่งขันสูง ไทยต้องพัฒนาผักและผลไม้ให้มีคุณภาพสูงเท่านั้นจึงจะสามารถแข่งขันกับผลไม้จากประเทศอื่นได้ ส่วนตลาดกัมพูชาและเวียดนาม พบว่าไทยยังมีข้อได้เปรียบในเรื่องการผลิตและโซ่อุปทาน กล่าวคือ คนกัมพูชานิยมผลไม้ที่ผลิตภายในประเทศ แต่มีความเชื่อว่าผลไม้ไทยโดยเฉพาะทุเรียน ไม่ปลอดภัยจากการใช้สารเคมี จึงมีการปลอมปนทุเรียนไทยให้เป็นทุเรียนกัมพูชา ส่วนเวียดนาม พบว่า รัฐบาลสนับสนุนปัจจัยพื้นฐาน สมาคมผู้นำเข้าและส่งออกดูแลข้อมูล มีตลาดกลางสินค้า และสินค้ามีความหลากหลาย นอกจากนี้ภาครัฐของเวียดนามก็มีความเข้มแข็งและนโยบายที่ชัดเจน มีการวางแผนการผลิตและสนับสนุนการเข้าสู่ระบบ GAP ในขณะที่ภาครัฐของไทยนั้น ยังไม่มีการสนับสนุนอย่างจริงจังและไม่มียุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขัน ขาดการรวมตัวกัน ส่วนตลาดพม่าและลาว พบว่า มีอุปสรรคในเรื่องกลไกตลาด ระบบการจัดการโลจิสติกส์ โซ่อุปทาน การแทรกแซงของพ่อค้าชาวต่างชาติ รวมถึงนโยบายของรัฐ แต่ไทยยังมีโอกาสทางการค้ากับลาวและพม่าในการขยายตัวของตลาดสมัยใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม ในตลาดฟิลิปปินส์ พบว่าชาวฟิลิปปินส์มีทัศนคติที่ดีมากสำหรับผลไม้จากไทย นอกจากนี้การผลิตผลไม้ในฟิลิปปินส์เองยังมีปัญหาด้านแรงงานภาคการผลิต การรักษาคุณภาพการผลิตและคุณภาพของผลไม้ตั้งแต่สวนจนถึงผู้บริโภค และการกระจายสินค้าระหว่างเกาะต่างๆ ในฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ ยังมีอุปสรรคที่สำคัญสำหรับผลไม้ไทยคือ ฟิลิปปินส์อนุญาตให้นำเข้าผลไม้ได้เพียงมะขามหวานและลองกองเท่านั้น (จริงแท้, ๒๕๕๗)

ผลไม้ของไทยถึงแม้จะมีข้อได้เปรียบในเรื่องความหลากหลายและมีผลผลิตต่อเนื่องตลอดปี มีความยืดหยุ่นด้านปริมาณการส่งออก อีกทั้งยังเป็นผลผลิตที่มีคุณภาพ รสชาติดีเป็นที่นิยม และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคในอาเซียนและต่างประเทศ แต่ในภาพรวมยังมีปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ ความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพและรสชาติผลผลิตในแต่ละแหล่งผลิตที่แตกต่างกัน ปริมาณผลผลิตที่มีคุณภาพสูงมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ขาดองค์ความรู้ในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตคุณภาพพรีเมียมในสัดส่วนสูง การบังคับการออกผลนอกฤดูกาล ผลกระทบจากความแปรปรวนของสภาพอากาศที่ส่งผลให้ผลผลิตลดลง การขยายพื้นที่ปลูกของพืชพลังงานที่ส่งผลให้พื้นที่ปลูกผลไม้ลดลง พื้นที่เพาะปลูกมีขนาดเล็กทำให้ต้นทุนการผลิตและจัดการสูงกว่าประเทศคู่แข่ง เช่น ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย รวมถึงการขาดการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและตรงตามความต้องการของตลาด ขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีการบรรจุที่สามารถ

รักษาคุณภาพและยืดอายุการเก็บของผลไม้สู่ตลาดปลายทาง เพื่อลดความเสียหายในระหว่างการขนส่ง ขาดระบบขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ตลาดส่งออกบางแห่งที่มีกำลังซื้อสูง แต่กลับมีข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรการด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืช การตรวจยาฆ่าแมลงตกค้าง การปนเปื้อน ความสามารถในการทวนสอบย้อนกลับ ระบบรับรองการผลิตยั่งยืน ระบบการผลิตแบบอินทรีย์ หรือฉลากแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (Carbon Footprint) ซึ่งเกษตรกรไม่มีความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลและขาดองค์ความรู้ทางเทคนิคในการปฏิบัติตามมาตรฐานดังกล่าว นอกจากนี้ ไม่มีการสร้างตราสินค้าไทยที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่มีการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนไม่มีการทำความเข้าใจภาวะพฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านช่องทางการตลาดอย่างจริงจัง ส่งผลให้สูญเสียโอกาสทางการตลาดของผลไม้อย่างมหาศาล

พื้นที่ในภาคกลางเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่มีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่การเป็นผู้นำในการผลิตผลไม้พรีเมียม โดยเฉพาะผลไม้หลัก ๔ ชนิด ได้แก่ **ชนิดที่หนึ่ง ทูเรียน** ซึ่งเป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๗ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๘๗.๓๖ มีความต้องการทูเรียนสดภายในและต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะจากจีน ฮองกง ไต้หวัน อินโดนีเซีย และเยอรมนี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ๒๕๕๗) โดยมีจุดแข็งด้านการคัดเลือกพันธุ์ เนื้อหนา เมล็ดเล็ก ที่มีการพัฒนามากกว่าประเทศคู่แข่งคือ เวียดนาม มาเลเซีย และออสเตรเลีย แต่ยังมีจุดอ่อนในการไม่สามารถหลีกเลี่ยงโรครากเน่า โคนเน่า และแมลงที่เจาะทำลายลำต้นและผลทูเรียนได้ เกษตรกรบางรายตัดทุเรียนที่ด้อยคุณภาพออกสู่ตลาด อุณหภูมิในการเก็บรักษาทูเรียนระหว่างการส่งออกในทูเรียนแกล่เต็มๆ และแกล่ไม่เต็มๆ จะไม่เท่ากัน ทำให้เกิดปัญหาเรื่องคุณภาพผลผลิตเมื่อถึงมือผู้บริโภคยังไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ในบางประเทศเช่น อินโดนีเซียใช้มาตรการอุปสรรคทางการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers: NTBs) และมาตรการที่ไม่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Measures: NTMs) เช่น มาตรการสุขอนามัย คำรับรองการนำเข้า ข้อกำหนดทางเทคนิคการค้า การกำจัดโคเวตาการนำเข้า และระบบการรับรองคุณภาพความปลอดภัย เป็นต้น ทำให้การนำเข้าผลผลิตที่ยังไม่ผ่านการแปรรูปทำได้ยากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามพบว่า การส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปทุเรียนหรือทุเรียนแช่แข็งยังมีการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด **ชนิดที่สอง มะม่วง** เป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกในปี พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๗ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๙.๖๒ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ๒๕๕๗) มีเอกลักษณ์โดดเด่นที่ผิวเหลืองนวล กลิ่นหอม เนื้อละเอียดมีเสี้ยนน้อย และมีรสหวานโดยเฉพาะมะม่วงน้ำดอกไม้แต่การผลิตเพื่อส่งออกต่างประเทศต้องทำอย่างประณีตสีผิวต้องสม่ำเสมอ บางประเทศต้องผ่านการอบไอน้ำร้อนเพื่อกำจัดแมลงวันผลไม้ โดยคู่แข่งที่สำคัญของมะม่วงไทยคือ มะม่วงฟิลิปปินส์โดยเฉพาะมะม่วงพันธุ์ “ควาย” หรือ “คาราบาว” ที่มีเปลือกไม่บางเกินไป เหมาะแก่การขนส่งไปยังต่างประเทศ และมีการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยวที่ครบถ้วนมีบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจึงได้ผลผลิตที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับของตลาดญี่ปุ่น (อำพล, ๒๕๕๔) ซึ่งแตกต่างจากมะม่วงน้ำดอกไม้ของไทยที่มีเปลือกบาง ผลผลิตไม่สม่ำเสมอและมีคุณภาพต่ำ อีกทั้งยังมีโรคและแมลงศัตรูพืชที่สำคัญของมะม่วงคือ แอนแทรคโนส และเพลี้ยไฟ การเชื่อมโยงการตลาดระหว่างผู้ผลิตและผู้ประกอบการยังมีน้อย และผู้ส่งออกไม่ให้ความสำคัญเรื่องการทำสัญญาซื้อขายแบบล่วงหน้า (Contract Farming) **ชนิดที่สาม ส้มโอ** เป็นผลไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกในปี ๒๕๕๕-๒๕๕๗ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๘๒.๖๑ เป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมสูง มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นสินค้าผลไม้เฉพาะถิ่นที่มีเอกลักษณ์ แต่พบว่ามีโรคและแมลงศัตรูพืชค่อนข้างมาก

เช่น โรคแคงเกอร์ โรคกรีนนิ่ง เพลี้ยไฟ หนอนซอนไบ และแมลงวันทอง ทำให้เกษตรกรต้องใช้สารเคมีป้องกันโรคและกำจัดแมลงศัตรูพืชในปริมาณมาก จึงมักประสบปัญหาสารพิษตกค้าง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการผลิตเพื่อการส่งออกและความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพผลผลิต โดยเฉพาะรสชาติของส้มโอที่ปลูกแต่ละแหล่งผลิต หรือแม้กระทั่งแต่ละช่วงเวลาระหว่างปีที่เก็บเกี่ยวผลผลิต (กิตติ, ๒๕๕๖) ประเทศคู่แข่งในการส่งออกที่สำคัญ คือ อิสราเอล และเวียดนาม

ปัญหาและอุปสรรคของประเทศไทยในการผลิตและการตลาดของผลไม้สำหรับพื้นที่ในภาคกลางดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการวิจัยเพื่อการพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้ไทยเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและสอดคล้องตามนโยบายยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๕๗ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่กำหนดให้มีการพัฒนาและแก้ไขปัญหาผลไม้ไทยทั้งระบบให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพครอบคลุมกระบวนการผลิต การแปรรูป การตลาดภายในประเทศและการส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนผลไม้มีรายได้ที่มั่นคง ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลไม้ไทยสามารถแข่งขันได้ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลไม้ไทย และเสริมสร้างให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างมั่นคง โดยมีกลยุทธ์หลักในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการผลิต การเพิ่มมูลค่าผลไม้ และการพัฒนาตลาด จึงเล็งเห็นว่า มีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญและจำเป็นอย่างเร่งด่วนในการวิจัยเชิงบูรณาการผ่านความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาและยกระดับผลไม้พรีเมียมของไทย เช่น ทูเรียน และมะม่วง อีกทั้งยังมีการยกระดับการผลิตผลไม้ที่มีศักยภาพ เช่น ส้มโอ สู้ตลาดสินค้าพรีเมียมอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานคุณภาพและมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงรุกเพื่อให้ผลไม้ไทยมีความแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะประเทศผู้ผลิตสินค้าคุณภาพพรีเมียมกระตุ้นการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างโอกาสในการเข้าสู่ตลาดในประเทศกลุ่มอาเซียน จีน ญี่ปุ่น ฮองกง และอินเดียมีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อันเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจตามศักยภาพการผลิตและการตลาด และการบริหารจัดการเชิงพื้นที่ของภาคกลางอันเป็นการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืนโดยการใช้องค์ความรู้จากการวิจัย

๑.๒ วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับประเด็นการพัฒนาเรื่องนี้

ประเทศไทยยังมีโอกาสขยายตลาดผลไม้ระดับพรีเมียมทุกประเภทไปยังตลาดต่างประเทศทั้งใน ส่วนประเทศสมาชิกอาเซียน รวมทั้ง จีน ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น และประเทศในยุโรปด้วย ซึ่งมีอัตราค่าส่งสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดจีนซึ่งนอกเหนือจากตลาดในมณฑลกว่างตุ้งแล้ว ยังรวมถึงตลาดในกรุงปักกิ่งและ นครเซี่ยงไฮ้ ทั้งนี้ปัจจัยสู่ความสำเร็จนั้นจะต้องมีการวิจัยตลาดควบคู่กับการเตรียมการด้านกลยุทธ์การตลาดอย่างรัดกุม ให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า รวมถึงการพยายามทำความเข้าใจภาวะเบียด ขอบบังคับ มาตรฐานของสินค้าและการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคชาว จีนให้มากขึ้น (EXIM Enews, ๒๕๕๖)

ดัชนีผลผลิตหมวดพืชผล เฉลี่ยในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน ๒๕๕๗ อยู่ที่ระดับ ๑๑๖.๕ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒.๓ จากช่วงเดียวกันของปี ๒๕๕๖ ซึ่งอยู่ที่ระดับ ๑๑๓.๙ ขณะที่ดัชนีราคาหมวดพืชผลที่

เกษตรกรขายได้ อยู่ที่ระดับ ๑๔๗.๘ ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งอยู่ที่ระดับ ๑๖๒.๓หรือลดลง ร้อยละ ๘.๙

ทุเรียนเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมมากในขณะนี้มีผลผลิตและมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวย อีกทั้งความต้องการภายในและต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น ประเทศไทยผลิตทุเรียนได้ปริมาณ ๖๓๑,๖๓๑ ตัน เป็นมูลค่า ๒๓,๗๒๔ ล้านบาท และมีการส่งออก ๓๗๘,๘๐๘ ตัน เป็นมูลค่า ๑๓,๔๒๘ ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ.๒๕๕๕-๒๕๕๖ พบว่า ปริมาณการผลิตและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ประเทศที่เป็นคู่ค้าที่สำคัญของการส่งออกทุเรียนที่ยังไม่ผ่านการแปรรูป คือ จีน ฮองกง ไต้หวัน และ อินโดนีเซีย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ๒๕๕๗) และนอกจากในเอเชียแล้ว ทุเรียนไทยยังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในเยอรมนีโดยพบว่า เยอรมนีมีแนวโน้มนำเข้าทุเรียนไทยเพิ่มมากขึ้นทุกปี และคาดว่าจะมีคู่แข่งในตลาดได้อีกมาก หากมีการปรับปรุงคุณภาพ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง และการประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้นแต่ ทุเรียนไทยก็มีคู่แข่งคือ เวียดนาม มาเลเซีย และออสเตรเลีย ซึ่งทุเรียนที่มาจากมาเลเซียขณะนี้คุณภาพยังสู้ ทุเรียนไทยไม่ได้เพราะลูกเล็ก เมล็ดโต ไม่มีการคัดเลือกพันธุ์ เนื้อบางและออกสู่ตลาดหลังทุเรียนไทย (วชิรวิชัย, ๒๕๕๖)

มะม่วงก็เป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมเช่นเดียวกับทุเรียน ต่างประเทศมีความต้องการมะม่วงของไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี พ.ศ.๒๕๕๗ ประเทศไทยผลิตมะม่วงได้ปริมาณ ๓,๓๐๘,๒๐๓ ตัน เป็นมูลค่า ๑๘๘,๙๗๖ ล้านบาท และมีการส่งออก ๗๓,๑๕๕ ตัน เป็นมูลค่า ๒,๘๗๘ ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๖ พบว่าปริมาณการผลิตและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มที่สูงขึ้น ประเทศที่เป็นคู่ค้าที่สำคัญของการส่งออกมะม่วง คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เวียดนาม และเกาหลี โดยพบว่ามูลค่าการส่งออกมะม่วงไทยไปยังประเทศสมาชิกอาเซียนมีอัตราการเจริญเติบโต (GR) สูงมากถึงร้อยละ ๒๔.๙๐ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , ๒๕๕๗) โดยเฉพาะมะม่วงน้ำดอกไม้ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเนื่องจากมีผิวเหลืองนวล กลิ่นหอม เนื้อละเอียดมีเสี้ยนน้อย และมีรสหวาน อีกทั้งมะม่วงน้ำดอกไม้ยังเป็นพันธุ์ที่ออกดอกง่าย ผลิตนอกฤดูฤดูกาลได้ผลดี ตอบสนองต่อการใช้สารกระตุ้นให้ออกดอก ที่สำคัญคือเป็นพันธุ์ที่นิยมบริโภคทั้งภายในและต่างประเทศ โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศมีความต้องการเป็นอย่างมากได้แก่ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เวียดนาม และเกาหลี แต่การผลิตเพื่อส่งออกต่างประเทศต้องมีการมีวิธีการผลิตอย่างประณีตสีผิวมีความสม่ำเสมอ บางประเทศต้องผ่านการอบไอน้ำร้อนเพื่อกำจัดแมลงวันผลไม้แต่จะประสบความสำเร็จในการผลิตเพื่อส่งออกหรือไม่ขึ้นอยู่ กับคุณภาพของผลผลิต และระบบการผลิตซึ่งคู่แข่งมะม่วงไทยคือ มะม่วงฟิลิปปินส์โดยเฉพาะมะม่วงพันธุ์ “ควาย” หรือ “คาราบาว” ซึ่งจัดว่าเป็นพันธุ์มะม่วงคู่แข่งที่สำคัญของไทยและครองตลาดญี่ปุ่นอยู่ในขณะนี้ โดยในปีหนึ่งๆ ส่งออกไปยังญี่ปุ่นมากกว่า ๒,๐๐๐ ตัน เนื่องจากมะม่วงพันธุ์ดังกล่าวมีคุณสมบัติที่ดีต่อการส่งออก เปลือกไม่บางเกินไป ซึ่งแตกต่างจากมะม่วงน้ำดอกไม้ของไทยที่มีเปลือกบาง ไม่เหมาะแก่การขนส่งไปยังต่างประเทศ และทางฟิลิปปินส์มีการจัดระบบการผลิต ทำให้มีมะม่วงออกสู่ตลาดตลอดทั้งปี รวมทั้งมีการจัดการผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยวที่ดี มีบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจึงได้ผลผลิตที่มีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับในตลาดญี่ปุ่น (อำพล, ๒๕๕๔)

ส้มโอเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมอยู่ในกลุ่มที่สองรองจากทุเรียนและมะม่วง ต่างประเทศมีความต้องการส้มโอของไทยเพิ่มมากขึ้น โดยในปี พ.ศ.๒๕๕๗ ประเทศไทยผลิตส้มโอได้ปริมาณ ๒๔๕,๔๙๐ ตัน เป็นมูลค่า ๗,๓๖๔ ล้านบาท และมีการส่งออก ๑๑,๕๕๗ ตัน เป็นมูลค่า ๒๐๗ ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๖ พบว่าปริมาณการผลิตและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มที่ต่ำลง ประเทศที่เป็นคู่ค้าที่สำคัญของการส่งออกส้มโอ คือ จีน ฮองกง และเวียดนาม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ๒๕๕๗) ประเทศคู่แข่งในการส่งออกส้มโอ คือ อิสราเอล และเวียดนาม (เคหการเกษตร, ม.ป.ป.) นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีตลาดส้มโอพรีเมียมที่ญี่ปุ่น ซึ่งมีมูลค่าประมาณปีละ ๔๐๐-๕๐๐ ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ ๒.๓-๒.๙ ของการส่งออกผลไม้ไทยทั้งหมดแต่ยังมีปัญหาที่พบคือ ความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพและรสชาติของผลผลิตในแต่ละแหล่งผลิตและแต่ละช่วงเวลาระหว่างปี นอกจากนี้ยังมีโรคและแมลงศัตรูพืชมาก โดยเฉพาะโรคแคงเกอร์ และแมลงวันผลไม้ ซึ่งเป็นอุปสรรคใหญ่ต่อการผลิตเพื่อการส่งออก (กิตติ, ๒๕๕๖) อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาส้มโอให้เป็นสินค้าผลไม้พรีเมียม และส่งเสริมเป็นสินค้าผลไม้เฉพาะถิ่นที่มีเอกลักษณ์

จากข้อมูลพื้นฐานการผลิต คุณภาพผลผลิต และการส่งออกผลไม้ทั้ง ๓ ชนิด ได้แก่ ทุเรียน มะม่วง และส้มโอ นั้นยังขาดความพร้อมในการจัดการผลผลิตให้มีคุณภาพสูงหรือคุณภาพพรีเมียม การเพิ่มมูลค่าการส่งออก อีกทั้งยังประสบปัญหาคู่แข่งทางการค้า เช่น เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศอื่นๆ ที่หันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาพืชเศรษฐกิจเพื่อการค้า โดยให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพสูง และการเพิ่มปริมาณการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการในตลาด จึงจำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องเปลี่ยนแปลงและสร้างความแตกต่างในแนวทางการดำเนินยุทธศาสตร์การผลิตและแปรรูปผลไม้ เพื่อรักษาฐานการผลิตและสร้างความแตกต่างด้วยคุณภาพเทคโนโลยีและนวัตกรรมในตลาดโลก

๑.๓ ผลงานที่เคยมีมาแล้วในอดีต ช่องว่างงานวิจัยและประเด็นสำคัญของงานวิจัยที่เกี่ยวกับงานเรื่องนี้ที่เป็นที่ต้องการของประเทศ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เคยดำเนินการในประเทศไทย มีทั้งงานวิจัยต้นน้ำ เช่น การศึกษาปัจจัยการผลิต ได้แก่ การพัฒนาปรับปรุงพันธุ์ การศึกษาเรื่องปุ๋ย โรงเรือน แปลงปลูก เครื่องทุนแรงทางการเกษตร เป็นต้น หรือการศึกษาพัฒนาระบบการจัดการผลิต ได้แก่ ระบบการผลิต เทคโนโลยีฟาร์ม การเพาะปลูกพืชเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และการศึกษาความคุ้มทุนในการเพาะปลูกพืชผลชนิดต่างๆ เป็นต้นแต่ยังขาดการวิจัยในการจัดการและการผลิตผลไม้ให้มีคุณภาพสูงหรือเป็นผลไม้พรีเมียมและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการของตลาดเพื่อการเพิ่มมูลค่าการส่งออก และขาดการวิจัยเชิงพื้นที่ ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้สู่เกษตรกร กลุ่มเป้าหมายในท้องถิ่น การจัดการให้ความช่วยเหลือในรูปแบบของเครือข่ายสหกรณ์ หรือกลุ่มชุมชน และการให้ความช่วยเหลือยกระดับมาตรฐานการแปรรูปผลไม้ ก่อให้เกิดผลผลิตที่มีคุณภาพที่พร้อมจะยกระดับสู่สินค้าพรีเมียมในระดับต่อไป

สินค้าที่ผลิตมาได้นั้น ส่วนหนึ่งมีการพัฒนาเพื่อการค้าปลีกและค้าส่งโดยการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และการหาช่องทางการตลาด แต่ก็มีความสำเร็จเชิงการค้าที่จำกัด ผลผลิตส่วนหนึ่งเสียหายและไม่สามารถขยายผลผลิตผลออกสู่ตลาดส่งออกที่สำคัญได้การดำเนินการจำเป็นต้องมุ่งเน้นยุทธศาสตร์งานวิจัยที่

มุ่งเน้นการจัดการในการผลิตผลไม้พรีเมียม การจัดการภายหลังการเก็บเกี่ยว การพัฒนาระบบการบรรจุเพื่อ การขนส่งและการตลาด การสร้างตราสินค้าไทยที่เป็นเอกลักษณ์ การทำความรู้จักกลุ่มเป้าหมายและการทำ ความเข้าใจในช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์ของผลิตผลจากผลไม้อย่างจริงจัง เพื่อให้ได้ผลผลิต คุณภาพพรีเมียมตามความต้องการของตลาดทั้งนี้เพื่อสร้างกรณีศึกษาในการเรียนรู้เชิงกลยุทธ์โดยมีความ จำเป็นต้องมุ่งเน้นผลไม้ไทยที่มีเอกลักษณ์ และเป็นที่รู้จักในตลาดโลก เช่น ทูเรียนมะม่วง และส้มโอ ให้เป็น ยุทธศาสตร์นำร่องเนื่องจากโอกาสประสบความสำเร็จมีค่อนข้างสูง และเป็นกลุ่มสินค้าผลไม้มูลค่าสูงในภาค กลางและภาคตะวันออกที่เป็นความต้องการของตลาดต่างประเทศ

๑.๔ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจุดแข็งจุดอ่อนในประเด็นพัฒนาและวิจัยเรื่องนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นของเครือข่ายวิจัยภูมิภาค(ภาคกลาง) ด้าน การพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม ประกอบด้วย เกษตรกร กลุ่มเครือข่ายชุมชน ผู้รวบรวม ผู้แปรรู ป ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ส่งออก ผู้บริโภค หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

จุดแข็งของประเด็นการพัฒนานั้นประกอบด้วย สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการผลิตผลไม้ความ พร้อมด้านผลผลิตของผลไม้คุณภาพสูงสำหรับทูเรียน มะม่วง และส้มโอ ในภาคกลางและภาคตะวันออกของ ประเทศไทย ทำให้เกษตรกรสามารถผลิตผลไม้ได้ตามฤดูกาล อีกทั้งยังมีความพร้อมของเกษตรกรบางส่วนและ เครือข่ายชุมชนที่สามารถร่วมงานวิจัยกับนักวิจัยได้อย่างจริงจัง ทำให้การจัดการในการผลิตผลไม้พรีเมียมมี ประสิทธิภาพ ได้ผลไม้ที่มีคุณภาพพรีเมียม เป็นที่ต้องการของผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้ส่งออก และการมีส่วนร่วม กับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เช่น กรมวิชาการเกษตร ส่วนราชการระดับจังหวัด สภาหอการค้า แห่งประเทศไทย และหอการค้าจังหวัดต่างๆ ช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้และสามารถหาตลาดรองรับ และขยายตลาดได้เอง นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีระบบรับรองการผลิตเป็นมาตรฐานเอกชน เช่น Thai Good Agricultural Practice (ThaiGAP) และ Global Good Agricultural Practice (GlobalGAP) มีฉลากแสดง ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม (Carbon Footprint) ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศแรกใน เอเชียที่มีฉลากแสดงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมดังกล่าว

จุดอ่อนของประเด็นการพัฒนานั้น ประกอบด้วย เกษตรกรบางส่วนยังขาดความรู้ในการผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตคุณภาพพรีเมียมในสัดส่วนสูงและการบังคับการออกผลนอกฤดูกาล รวมทั้งขาดความรู้ความ ชำนาญในเทคโนโลยีและนวัตกรรมภายหลังการเก็บเกี่ยว ส่งผลให้เกษตรกรผลิตผลไม้นอกฤดูกาลที่มี คุณภาพพรีเมียมได้เป็นส่วนน้อยไม่เพียงพอทั้งต่อความต้องการของตลาด ผู้ส่งออก และผู้บริโภค การขาด ความเข้าใจภาวะตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศคู่ค้า เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละประเทศหรือแต่ละ กลุ่มมีความต้องการสินค้าผลไม้พรีเมียมที่แตกต่างกัน การขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและ ตรงตามความต้องการของตลาด การขาดความเชื่อมโยงเทคโนโลยีการบรรจุสมัยใหม่ที่สามารถรักษาคุณภาพ และยืดอายุการเก็บของผลไม้สู่ตลาดปลายทาง ส่งผลให้ผลผลิตด้อยคุณภาพลงหรือเกิดความเสียหายใน ระหว่างการขนส่ง โดยส่งผลกระทบต่อเกษตรกร ผู้ค้า และผู้ส่งออกการขาดนวัตกรรมพัฒนาสินค้าแปรรูป ใหม่ๆ จากผลไม้ในภูมิภาคที่มีโอกาสทางการตลาด การขาดการสร้างตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ที่จะ เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับผลไม้พรีเมียมของประเทศไทย ให้มีศักยภาพสูงกว่าประเทศคู่แข่งทั้งใน

ปัจจุบันและอนาคต และการขาดความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเกษตรกรและผู้ส่งออกผลไม้พรีเมียมของไทย

เพราะฉะนั้นผู้ที่ได้รับประโยชน์ และจะมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการวิจัยนี้ ประกอบด้วย

๑. หน่วยงานราชการในส่วนกลาง ได้แก่

๑.๑ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

๑.๒ กระทรวงพาณิชย์

๑.๓ กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)

๑.๔ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

๑.๕ กระทรวงมหาดไทย

๑.๖ กระทรวงการต่างประเทศ

๑.๗ กระทรวงศึกษาธิการ

๑.๘ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

๒. จังหวัด/กลุ่มจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนที่มีการปลูกผลไม้ในกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ พุเรียน มะม่วง และส้มโอ

๓. กลุ่มเกษตรกรที่มีการปลูกผลไม้ในกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ พุเรียน มะม่วง และส้มโอ

๔. ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย หอการค้าจังหวัด สมาคมผู้ค้าปลีก และสมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย

๕. สถาบันการศึกษา/วิจัยที่มีความชำนาญและมีงานวิจัยที่เกี่ยวกับผลไม้ในภาคกลางและภาคตะวันออก

๑.๕ นโยบายยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นที่มาของยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็น

ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นของเครือข่ายวิจัยภูมิภาค(ภาคกลาง) ด้านการพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียมสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ ๘ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ซึ่งมีวิสัยทัศน์ส่วนหนึ่ง เพื่อ “พัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการวิจัยของประเทศให้สูงขึ้น และสร้างฐานความรู้ที่มีคุณค่า สามารถประยุกต์และพัฒนาวิทยาการที่เหมาะสมและแพร่หลาย รวมทั้งให้เกิดการเรียนรู้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ตลอดจนเกิดการพัฒนาคูณภาพชีวิต โดยใช้ทรัพยากรและเครือข่ายวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ ที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม” อีกทั้งยังสอดคล้องกับกลุ่มเรื่องวิจัยที่ควรมุ่งเน้น ๑๓ ด้าน ได้แก่ ด้านที่ ๖ เกษตรเพื่อความยั่งยืนหรือการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกและลดการนำเข้าและงานวิจัยบางส่วนยังเชื่อมโยงกับ ด้านที่ ๑๒ ระบบโลจิสติกส์ และ ด้านที่ ๙ กลุ่มเรื่องเทคโนโลยีใหม่และเทคโนโลยีที่สำคัญเพื่ออุตสาหกรรมอีกด้วย

ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นของเครือข่ายวิจัยภูมิภาค(ภาคกลาง) ด้านการพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) โดยในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๑ นั้น สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(สศช.) ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน ทั้งในระดับชุมชน ระดับภาค และระดับประเทศเพื่อมุ่งสู่การมี “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง” อีกทั้งยังเน้นโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) ได้กำหนดแนวทางที่สำคัญในการแก้ปัญหาประเทศ คือ ต้องนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ และมีการพัฒนาแบบองค์รวม สร้างความสมดุลในด้านคน เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ซึ่ง คสช. แบ่งเป็น ๔ ยุทธศาสตร์ ๑๒ ประเด็นปัญหา กำหนดไว้ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๑ ซึ่งยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นของเครือข่ายวิจัยภูมิภาค(ภาคกลาง) ด้านการพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความสมดุลและมั่นคงของอาหารและพลังงาน และยุทธศาสตร์ที่ ๔ การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้เติบโตและมีคุณภาพยั่งยืน

ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นของเครือข่ายวิจัยภูมิภาค(ภาคกลาง) ด้านการพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม สอดคล้องกับนโยบายยุทธศาสตร์พัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๕๗ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ที่ได้มีการจัดทำขึ้นเพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหาผลไม้ไทยทั้งระบบ ทั้งการผลิต การแปรรูป และการตลาด ทั้งภายในประเทศและการส่งออกให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรชาวสวนผลไม้มีรายได้ที่มั่นคง ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลไม้ไทยมีความสามารถในการแข่งขันเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลไม้ไทย และเสริมสร้างให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตอย่างมั่นคง โดยมีกลยุทธ์ ๓ กลยุทธ์ ได้แก่ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการผลิต ส่งเสริมและพัฒนาการเพิ่มมูลค่าผลไม้และผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมและพัฒนาตลาด

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านการพัฒนาโครงการ National Food Valley อันเป็นยุทธศาสตร์ที่สร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงระหว่างนวัตกรรมและธุรกิจ เป็นการผลักดันให้ผลงานวิจัยออกสู่ตลาดอย่างรวดเร็วตามการเปลี่ยนแปลงของพลวัตตลาด และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านพืชสวน (ไม้ผล พืชผัก และไม้ดอกไม้ประดับ) ในส่วนยุทธศาสตร์การวิจัยที่ ๑ ยุทธศาสตร์การวิจัยด้านไม้ผล ที่จัดทำขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพไม้ผลชนิดหลักของไทยสำหรับการส่งออก

๒. วิสัยทัศน์การวิจัย

ประเทศไทยมีองค์ความรู้เชิงบูรณาการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการจัดการผลไม้ไทยให้เป็นสินค้าพรีเมียมและสร้างความแตกต่างสู่ตลาดพรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ

๓. พันธกิจการวิจัย

- ๑) เพื่อชี้นำ ส่งเสริมและดำเนินการวิจัยแบบมุ่งเป้า เพื่อการพัฒนาการผลิตและตลาดของสินค้าเกษตรพรีเมียมสำหรับผลไม้ไทย

- ๒) เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเกษตรกร ผู้ส่งออก นักวิจัย และเครือข่ายภาครัฐและเอกชนในการวิจัยเพื่อการพัฒนาการผลิตและตลาดสินค้าเกษตรพรีเมียมสำหรับผลไม้ไทย
- ๓) เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์และบูรณาการองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมการจัดการเพื่อยกระดับสินค้าเกษตรผลไม้ไทย และสร้างความแตกต่างสู่ตลาดพรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ
- ๔) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมสู่เกษตรกร ผู้ค้า ผู้ส่งออก นักวิจัย และเครือข่ายภาครัฐและเอกชน เพื่อการใช้ประโยชน์ในการยกระดับสินค้าเกษตรผลไม้ไทย และสร้างความแตกต่างสู่ตลาดพรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ
- ๕) เพื่อเสนอแนะนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าเกษตรพรีเมียมสำหรับผลไม้ไทย

๔. ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การวิจัยเชิงนโยบายในการพัฒนามาตรฐานสินค้าผลไม้พรีเมียม

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตผลไม้พรีเมียม

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การวิจัยและการจัดการความรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตผลไม้พรีเมียมโดยระบบการตลาดและเทคโนโลยี

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การวิจัยและการจัดการความรู้เพื่อสนับสนุนระบบการตลาด โซ่อุปทานและอุปสงค์การตลาดผลไม้พรีเมียม

๕. เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

- ๑) เพื่อขยายตลาดผลไม้พรีเมียมทั้งในและต่างประเทศโดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียสร้างรายได้เพิ่มต่อชุมชนและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ
- ๒) เพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นผู้นำในการผลิตและส่งออกสินค้าผลไม้พรีเมียมอย่างเป็นรูปธรรมภายในปี พ.ศ.๒๕๖๐
- ๓) เพื่อให้เกิดการบูรณาการความร่วมมือในการวิจัยสินค้าผลไม้พรีเมียมอย่างจริงจัง เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้ ลดความซ้ำซ้อนและเกิดการต่อยอดผลงานอย่างรวดเร็ว สามารถประยุกต์ผลงานสู่ภูมิภาคได้อย่างแท้จริง

๖. ผลผลิตและผลลัพธ์ ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

๖.๑ ผลกระทบ

๑. ประเทศไทยสามารถขยายตลาดผลไม้พรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ สำหรับทุเรียน มะม่วง และส้มโอ
๒. ประเทศไทยและกลุ่มเกษตรกรสามารถขยายการผลิตและเพิ่มรายได้จากตลาดผลไม้พรีเมียม

๓. ประเทศไทยเป็นผู้นำการผลิตและการส่งออกสินค้าผลไม้พรีเมียม ๔ ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มะม่วง และส้มโอ โดยคุณภาพของสินค้าได้รับการยอมรับและตราสินค้าเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในตลาดภูมิภาคเอเชีย

๖.๒ ผลลัพธ์

๑. ประเทศไทยมีองค์ความรู้เชิงบูรณาการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทำให้ผลไม้ไทยเป็นสินค้าพรีเมียมในตลาดพรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ สำหรับทูเรียน มะม่วง และส้มโอ
๒. ประเทศไทยมีความร่วมมือเชิงบูรณาการอย่างต่อเนื่องของทุกภาคส่วนระหว่างภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น จังหวัด/กลุ่มจังหวัด NGO/สมาคมชุมชน กลุ่มเกษตรกร และภาคการศึกษา/การวิจัย ในการวิจัยและจัดการความรู้การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ และส่งเสริมการตลาดของผลไม้พรีเมียมไทย ๔ ชนิด ได้แก่ ทูเรียน มะม่วง และส้มโอ
๓. ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นในการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม

๖.๓ ผลผลิต

๑. ผลงานวิจัย องค์ความรู้เชิงบูรณาการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเกี่ยวกับการผลิต การเพิ่มมูลค่า โช้ อุปทาน อุปสงค์การตลาด มาตรฐาน แนวปฏิบัติและนโยบาย เพื่อพัฒนาและส่งเสริมผลไม้พรีเมียมไทย ได้แก่ ทูเรียน มะม่วง และส้มโอ

ค่าเป้าหมาย

ผลงานวิจัย องค์ความรู้ และนวัตกรรม ๓ ชิ้น (ทูเรียน มะม่วง และส้มโอ)

๒. ผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ได้ถ่ายทอดสู่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคลและหน่วยงานในภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น จังหวัด/กลุ่มจังหวัด NGO/สมาคมชุมชน กลุ่มเกษตรกร และภาคการศึกษา/การวิจัย ที่เป็นผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้ส่งเสริม/สนับสนุน และผู้ศึกษาวิจัย

ค่าเป้าหมาย

ผลงานวิจัยและองค์ความรู้ที่ถ่ายทอด ๓ ชิ้น

๓. พื้นที่ซึ่งได้รับการพัฒนา/ส่งเสริมการผลิตและ/หรือการตลาดผลไม้พรีเมียมให้เกิดผลสำเร็จตามเกณฑ์ที่กำหนด

ค่าเป้าหมาย

พื้นที่เป้าหมาย ๓ พื้นที่

๔. กลุ่มเกษตรกรที่มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้ผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเกี่ยวกับผลไม้พรีเมียม

ค่าเป้าหมาย

กลุ่มเกษตรกร ๓ กลุ่ม

๕. ชุมชนที่มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้ผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเกี่ยวกับผลไม้พรีเมียม

ค่าเป้าหมาย

๓ ชุมชน

๖. หน่วยงาน เช่น องค์กร สมาคม สภาวิชาชีพ จังหวัด/กลุ่มจังหวัด ที่มีความรู้ความเข้าใจและสามารถใช้ผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเกี่ยวกับผลไม้พรีเมียม

ค่าเป้าหมาย

๓ จังหวัด ๓ กระทรวง ๒ สมาคม

๗. ตราสินค้าผลไม้พรีเมียมที่ได้รับการพัฒนา/ปรับปรุงโดยใช้ผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมและนำไปใช้ในทางปฏิบัติ

ค่าเป้าหมาย

๓ ตราสินค้า

๘. เอกสารนโยบาย มาตรฐานสินค้าหรือคุณลักษณะผลไม้พรีเมียมไทย แนวปฏิบัติ และคู่มือในการพัฒนา/ส่งเสริมสินค้าผลไม้พรีเมียมไทย (ทุเรียน มะม่วง และส้มโอ) ซึ่งได้จากผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ค่าเป้าหมาย

นโยบาย ๑ ชิ้น

มาตรฐานสินค้าหรือคุณลักษณะผลไม้พรีเมียมไทย ๑ ชิ้น

แนวปฏิบัติ ๑ ชิ้น

คู่มือ ๓ ชิ้น

๙. เครือข่ายความร่วมมือเชิงบูรณาการของทุกภาคส่วนระหว่างภาครัฐ เอกชน ท้องถิ่น จังหวัด/กลุ่มจังหวัด NGO/สมาคมชุมชน กลุ่มเกษตรกร ภาคเอกชน และภาคการศึกษา/การวิจัย ในการวิจัย และจัดการความรู้เพื่อพัฒนา/ส่งเสริมผลไม้พรีเมียมไทย ๓ ชนิด ได้แก่ ทุเรียน มะม่วง และส้มโอ

ค่าเป้าหมาย

จำนวนเครือข่ายความร่วมมือเชิงบูรณาการของทุกภาคส่วน ๑ เครือข่าย

๑๐. ฐานข้อมูลศึกษาวิจัยและพัฒนาผลไม้พรีเมียมไทยที่ประกอบด้วย ข้อมูลผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และข้อมูลภาคีเครือข่ายผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้ส่งเสริม/สนับสนุน และผู้ศึกษาวิจัยจากทุกภาคส่วน

ค่าเป้าหมาย

ฐานข้อมูลศึกษาวิจัยและพัฒนาผลไม้พรีเมียมไทย ๑ ฐานข้อมูล

๗. หน่วยงานหลักและเครือข่ายที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง

๗.๑ เครือข่ายวิจัยภูมิภาค (ภาคกลาง)

๗.๒ หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้อง

- ๑) สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน)
- ๒) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ
- ๓) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ
- ๔) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- ๕) สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
- ๖) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- ๗) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- ๘) กระทรวงพาณิชย์
- ๙) สถาบันการศึกษาภาครัฐและเอกชน
- ๑๐) จังหวัดและกลุ่มจังหวัด
- ๑๑) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

๗.๓ เครือข่ายสำคัญที่เกี่ยวข้อง

- ๑) เครือข่ายวิจัยภูมิภาคอื่นๆ
- ๒) สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย
- ๓) สมาคมพืชสวนแห่งประเทศไทย
- ๔) สมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย
- ๕) สมาคม/กลุ่มเกษตรกร
- ๖) องค์กรเอกชนสาธารณประโยชน์ (NGO)
- ๗) ภาคเอกชนธุรกิจ

๘. หลักการพื้นฐาน

- ๑) มุ่งเน้นการดำเนินการวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่เกิดจากยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นเรื่องนี้ ให้เกิดประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมต่อประเทศและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้บริโภค ผู้ค้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และนักวิจัย
- ๒) มุ่งเน้นการถ่ายทอดและการนำผลงานวิจัย องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย/ยุทธศาสตร์ พาณิชย์/อุตสาหกรรม ชุมชน/สังคม และเชิงวิชาการ
- ๓) มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมอย่างจริงจังและเหมาะสมของเกษตรกร ผู้ค้า หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และนักวิจัยในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์การวิจัยทุกยุทธศาสตร์และทุกแผนงาน

๙. แผนงานวิจัยหลักและกรอบเวลา

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การวิจัยเชิงนโยบายในการพัฒนามาตรฐานสินค้าผลไม้พรีเมียมของประเทศไทย
(กรอบเวลา ๓ ปี)

กลยุทธ์ที่ ๑ การวิจัยเพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางปฏิบัติในการพัฒนามาตรฐานสินค้า
ผลไม้พรีเมียมของประเทศไทย

แผนงานวิจัยที่ ๑ การพัฒนามาตรฐานสินค้าผลไม้พรีเมียมของประเทศไทย

แผนงานวิจัยที่ ๒ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลองค์ความรู้ นวัตกรรม และนโยบาย
การพัฒนาการผลิตและการตลาดผลไม้พรีเมียม

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการผลิตผลไม้พรีเมียม (กรอบเวลา ๓ ปี)

กลยุทธ์ที่ ๑ การวิจัยและการจัดการองค์ความรู้แบบบูรณาการเพื่อการผลิตผลไม้พรีเมียม:
ทุเรียน มะม่วง และส้มโอ

แผนงานวิจัยที่ ๑ การพัฒนาฐานข้อมูลทรัพยากรการผลิตและสภาพภูมิอากาศ
เฉพาะพื้นที่ ในการเพิ่มผลผลิตผลไม้พรีเมียม

แผนงานวิจัยที่ ๒ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการจัดการศัตรูพืช
และโรคพืช เช่น โรครากเน่าโคนเน่าของทุเรียน โรคแอนแทรคโนสของมะม่วง โรคและแมลงของส้มโอ

แผนงานวิจัยที่ ๓ การวิจัยและการจัดการความรู้รวมถึงความรู้จากชุมชน เช่น การ
จัดการฟาร์ม การวางแผนการผลิต และจัดลำดับในการผลิต
มะม่วงให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาดตลอดทั้งปี
เทคโนโลยีในการพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพและรสชาติของส้มโอ

กลยุทธ์ที่ ๒ การวิจัยเชิงพื้นที่อย่างมีส่วนร่วมและการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อเพิ่มขีด
ความสามารถในการผลิตผลไม้พรีเมียม: ทุเรียน มะม่วง และส้มโอ

แผนงานวิจัยที่ ๑ การจัดการความรู้ และถ่ายทอดตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จด้าน
การผลิตสู่ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการมีส่วนร่วมของ
กลุ่มเป้าหมาย

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อ
ส่งเสริมการผลิตผลไม้พรีเมียมโดยใช้องค์ความรู้จากพื้นที่ที่
ประสบความสำเร็จ

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การวิจัยและการจัดการความรู้ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตผลไม้พรีเมียมโดยระบบ
การตลาดและเทคโนโลยี (กรอบเวลา ๓ ปี)

กลยุทธ์ที่ ๑ การวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมหลังการเก็บเกี่ยวผลไม้พรีเมียม: ทุเรียน มะม่วง
และส้มโอ

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขั้นตอนการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว และการยืดอายุผลผลิตในระหว่างการขนส่งทางบก ทางเรือ และทางอากาศของผลไม้พรีเมียมทั้งกรณีผลสดและตัดแต่งพร้อมรับประทาน

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยด้านเทคโนโลยีการบรรจุ และบรรจุภัณฑ์เพื่อยืดอายุและรักษาคุณภาพผลผลิต เช่น โรคและแมลงหลังการเก็บเกี่ยวของมะม่วง

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การวิจัยและการจัดการความรู้เพื่อสนับสนุนระบบการตลาด โช้อุปทานและอุปสงค์การตลาดผลไม้พรีเมียม (กรอบเวลา ๓ ปี)

กลยุทธ์ที่ ๑ การวิจัยระบบการตลาดผลไม้พรีเมียม: ทูเรียน มะม่วง และส้มโอ

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยโอกาสทางการตลาดสินค้าผลไม้พรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยระบบการตลาดผลไม้พรีเมียมและการกำหนดราคาทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๒ การวิจัยและการจัดการความรู้เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้ค้าและผู้บริโภค และเพื่อส่งเสริมการค้าผลไม้พรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ (ประเทศในกลุ่มอาเซียน จีน ฮองกง ญี่ปุ่น และอินเดีย)

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยและการจัดการความรู้เกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมการค้าผลไม้พรีเมียมสำหรับกรบริโภคภายในประเทศ

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยและการจัดการความรู้เกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อส่งเสริมการค้าผลไม้พรีเมียมในต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ ๓ การวิจัยเพื่อพัฒนาการตลาดและตราสินค้าผลไม้พรีเมียม

แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยเพื่อพัฒนาตราสินค้าผลไม้พรีเมียม

แผนงานวิจัยที่ ๒ การวิจัยเกี่ยวกับฉลากผู้บริโภค และประชาสัมพันธ์คุณค่าสินค้าผลไม้พรีเมียม

แผนงานวิจัยที่ ๓ การวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมการตลาดและการค้าผลไม้พรีเมียมโดยใช้องค์ความรู้จากพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จ

กลยุทธ์ที่ ๔ การวิจัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพโช้อุปทาน

**แผนงานวิจัยที่ ๑ การวิจัยโซ่อุปทาน ทูเรียน มะม่วง และส้มโอ พรีเมียมเพื่อ
วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค การปรับปรุงคุณภาพ และการลดต้นทุน
รวม**

๑๑. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

- ๑๑.๑ ความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาเกี่ยวกับผลไม้พรีเมียม ได้แก่ ทูเรียน มะม่วง และส้มโอ
- ๑๑.๒ รัฐบาลให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาและพัฒนาด้านการวิจัยเกี่ยวกับผลไม้พรีเมียมอย่างจริงจัง จัดสรรงบประมาณการวิจัยอย่างเพียงพอและเหมาะสม
- ๑๑.๓ หน่วยงานบริหารงานวิจัยมีการบริหารงบประมาณเพื่อการวิจัยผลไม้พรีเมียมอย่างมีประสิทธิภาพ
- ๑๑.๔ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาและพัฒนาเกี่ยวกับผลไม้พรีเมียม มีการประสานความร่วมมือโดยการนำผลงานวิจัยไปถ่ายทอดสู่กลุ่มเกษตรกร ชุมชน ผู้ค้า และผู้ส่งเสริม/สนับสนุน และมีการประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอย่างจริงจัง

๑๒. แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์/กลยุทธ์การวิจัย

- ๑๒.๑ มีกลุ่มงานและผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการยุทธศาสตร์การวิจัย แผนงาน และงบประมาณ
- ๑๒.๒ มีแผนการบริหารจัดการยุทธศาสตร์การวิจัยและงบประมาณในรายละเอียดที่ได้รับความเห็นชอบจากเครือข่ายวิจัยภูมิภาค (ภาคกลาง) และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- ๑๒.๓ มีคณะกรรมการร่วมทุกภาคส่วนเพื่อสนับสนุนและติดตามการบริหารจัดการยุทธศาสตร์และความก้าวหน้า
- ๑๒.๔ มีระบบการพิจารณาข้อเสนอเพื่อขอรับความสนับสนุนการดำเนินงานและอนุมัติงบประมาณตามแผนงานของยุทธศาสตร์ซึ่งให้ความสำคัญสูงสำหรับ “แผนงานร่วม” (Joint program) ที่มีหลายหน่วยงาน/ภาคส่วนร่วมกันเสนอขอความสนับสนุน

๑๓. แนวทางในการติดตามและประเมินผล

- ๑๓.๑ การประเมินผลก่อนดำเนินการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ข้อเสนอการวิจัยที่เหมาะสมและสอดคล้องตามยุทธศาสตร์การวิจัย
- ๑๓.๒ การติดตามผลการดำเนินงานและการใช้จ่ายงบประมาณระหว่างดำเนินการวิจัย เพื่อทราบความก้าวหน้า ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน และติดตามงานวิจัยที่กำลังดำเนินการนั้นตอบโจทย์ความต้องการได้อย่างถูกต้องหรือไม่
- ๑๓.๓ การประเมินผลการดำเนินงานรายปีและเมื่อสิ้นระยะเวลา ๓ ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบ ผลลัพธ์ และผลผลิตในภาพรวม รวมทั้งตัวชี้วัดและการดำเนินงานที่กำหนดในระดับแผนงาน

เอกสารอ้างอิง

กิตติ สระแก้ว. ๒๕๕๖. รายงานสถานการณ์ส้มโอ. แหล่งที่มา:

http://www.agriman.doae.go.th/home/news/year%20๒๐๑๔/๐๑๐_citrus%20maxima.pdp, ๑๙ ธันวาคม ๒๕๕๗.

เคหการเกษตร. ม.ป.ป. เสวนา “ส้มโอ” ในงานมหกรรมวิชาการ สกว. แหล่งที่มา:

<http://ns.kehakaset.com/index.php/๗๙-information/๘๓๐-master>, ๒๔ ธันวาคม ๒๕๕๗.

จริงแท้ ศิริพานิช. ๒๕๕๗. โอกาสและอุปสรรคของผัก&ผลไม้ไทยในอาเซียน. แหล่งที่มา:

http://www.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=๓๑๘๙:๒๐๑๔-๐๒-๐๖-๑๐-๒๘-๕๖&catid=๒๒&Itemid=๒๑๗, ๑๕ มกราคม ๒๕๕๘.

วชิรวิชัย เหลืองทอง. ๒๕๕๖. การศึกษาศักยภาพการส่งออกทุเรียนไทยสู่ประเทศจีน ฮองกงและอินโดนีเซีย. แหล่งที่มา:

http://library.cmu.ac.th/faculty/econ/Exer๗๕๑๔๐๙/๒๕๕๖/Exer๒๕๕๖_no๑๖๕, ๑๙ ธันวาคม ๒๕๕๗.

สมาคมผู้ค้าและส่งออกผลไม้ไทย. ๒๕๕๖. พาณิชย์เผยต่างชาตินิยมผัก-ผลไม้สดไทย ปี ๕๖ตั้งเป้าส่งออก๔.๕ หมื่นล้านบาท. แหล่งที่มา:

<http://www.thaifruitassociation.com/Default.aspx?pageid=๑&QuestionID=๑๑๙>, ๑๕ มกราคม ๒๕๕๘.

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. ม.ป.ป.การส่งออกผลไม้ไทยไปจีน. แหล่งที่มา:

http://www.acfs.go.th/read_news.php?id=๖๙๐๖&ntype=๐๙, ๑๕ มกราคม ๒๕๕๘.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. ๒๕๕๗. ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรครึ่งแรกของปี ๒๕๕๗ และแนวโน้ม ปี ๒๕๕๗. แหล่งที่มา: http://www.oae.go.th/download/bapp/Half๑_๕๗_๑๗๐๗๕๗.pdf, ๑๙ ธันวาคม ๒๕๕๗.

สำนักส่งเสริมและการจัดการสินค้า. ๒๕๕๕. การวิเคราะห์สถานการณ์และแนวทางการดำเนินงาน ปี ๒๕๕๕ กลุ่มส่งเสริมการผลิตไม้ผล. แหล่งที่มา:

http://www.agriman.doae.go.th/home/Practces/๒/๐๑_PSF%๒๐๒๕๕๕.pdf, ๑๙ ธันวาคม ๒๕๕๗.

อำพล เสนาณรงค์. ๒๕๕๔. มะม่วงของฟิลิปปินส์. แหล่งที่มา: <http://www.thaikasetsart.com/มะม่วงของฟิลิปปินส์>, ๑๙ ธันวาคม ๒๕๕๗.

EXIM Enews. ๒๕๕๖. แปรรูปผลไม้ โอกาสของธุรกิจเกษตรแปรรูปไทยในเวียดนาม. แหล่งที่มา:

http://www.exim.go.th/eximenews/enews_mar๒๐๑๓/enews_mar๒๐๑๓_AEC.html, ๑๙ ธันวาคม ๒๕๕๗.

Positioning. ๒๕๕๗.กล้วย : ผลไม้ไทยที่ควรเร่งพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรม. แหล่งที่มา:

[http://www.positioningmag.com/content/กล้วย : ผลไม้ไทยที่ควรเร่งพัฒนาให้เป็น
อุตสาหกรรม](http://www.positioningmag.com/content/กล้วย : ผลไม้ไทยที่ควรเร่งพัฒนาให้เป็นอุตสาหกรรม), ๒๔ ธันวาคม ๒๕๕๗.

Hopsandshops. ม.ป.ป. ตลาดการส่งออกผลไม้ไทย. แหล่งที่มา: [http://hopsandshops.com/tag/การ
ส่งออกผักและผลไม้/](http://hopsandshops.com/tag/การส่งออกผักและผลไม้/), ๑๕ มกราคม ๒๕๕๘.