

กิจกรรมที่ ๔ กิจกรรมอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากร

๑. โครงการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยงใน ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
๒. โครงการการวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง โดยเทคโนโลยีสะอาดบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
๓. โครงการศักยภาพการให้ผลผลิตและลักษณะการเจริญเติบโตของชาเมี่ยง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
๔. โครงการการประเมินความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินงานกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
๕. โครงการอนุรักษ์เชื้อพันธุกรรมมะเขือและถั่วฝักยาวพื้นบ้าน
๖. โครงการอนุรักษ์และพัฒนาห่วงโซ่อุปทานถั่วลายเสือ จังหวัดแม่ฮ่องสอน
๗. โครงการกลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถการบริการวิสาหกิจแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
๘. โครงการฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาในการยับยั้งการเจริญเติบโตในเซลล์มะเร็งของสารสกัดหยาบจากพืชตระกูล Euphorbiaceae ในพื้นที่ลุ่มน้ำลี้ จังหวัดลำพูน
๙. โครงการการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อการขยายโอกาสในเชิงพาณิชย์ของผลิตภัณฑ์จากมะเข็ญในจังหวัดเชียงใหม่

โครงการ การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาศักยภาพการบริหารการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่ม ผู้ผลิตชาเมี่ยงในตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้รับผิดชอบ/หน่วยงานรับผิดชอบ อ.เกษม กุณาศรี คณะวิทยาการจัดการ

ที่มาและความสำคัญของโครงการ

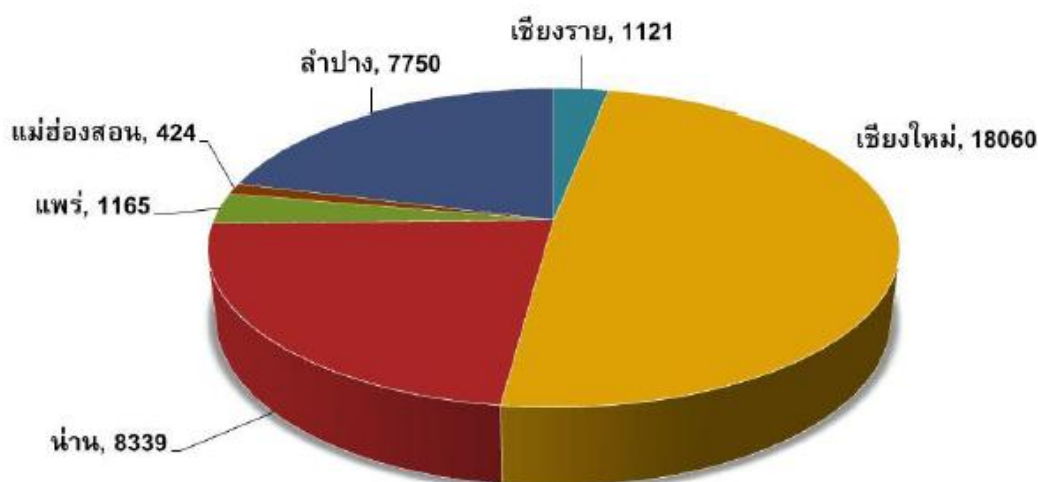
โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ ได้ริเริ่มก่อตั้งโดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเล็งเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์พันธุกรรมพืช ทรงเริ่มงานพัฒนาอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๐๓ เป็นต้นมา โดยมีพระราชดำริให้ดำเนินการรวบรวมรักษาพรรณพืชต่างๆ ที่หายากและกำลังจะหมดไป ต่อมาในปี พ.ศ.๒๕๓๕ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ได้ทรงสานพระราชปณิธานต่อ โดยพระราชทานให้โครงการสวนพระองค์ฯ สวนจิตรลดา เป็นผู้ดำเนินการจัดสร้างธนาคารพืชพรรณขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๓๖ เป็นต้นมา การดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (อพ.สธ.) ในระยะที่ผ่านมาถึงปัจจุบัน มีหน่วยงานต่างๆ ร่วมสนองพระราชดำริเป็นจำนวนมาก โดยพื้นที่และกิจกรรมของโครงการได้ขยายและกระจายออกไปสู่ภูมิภาคต่างๆ รวมทั้งมีแนวทางการดำเนินงานที่หลากหลายมากขึ้นโดยลำดับ และได้บรรลุผลก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศไทย (http://www.royalagro.doae.go.th/pgcp/?page_id=๒) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ หน่วยงาน (อพ.สธ.) จึงกำหนดยุทธศาสตร์แนวทางและมาตรการดำเนินงานโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ ระยะ ๕ ปีที่ห้า เพื่อเป็นหลักในการบริหารโครงการให้กับหน่วยงานราชการที่จัดทำโครงการ เพื่อ “สนองพระราชดำริ” หรือเพื่อ “สนับสนุน” ในกรอบการดำเนินงานของ อพ.สธ. ได้กำหนดกรอบแบ่งออกเป็น ๓ กรอบ กรอบการดำเนินงาน ๘ กิจกรรมหลัก โดยมีพืชอนุรักษ์ประกอบด้วยกล้วยไม้ ทุเรียน สัก มะเกี๋ยง น้อยหน่า เครือ ชาเมี่ยง มะกิ้ง ดินฮั่งดอย และยางนา ที่ต้องดำเนินการตาม ๓ กรอบใหญ่ คือ กรอบการเรียนรู้ กรอบการใช้ประโยชน์ และกรอบการสร้างจิตสำนึก

ชาเมี่ยงถือเป็นพืชอนุรักษ์ ของ อพ.สธ. ที่กำลังจะสูญหายไปเนื่องมาจากเกษตรกรบนพื้นที่สูงหันไปปลูกพืชอื่นแทนเพราะความต้องการของตลาด ในปัจจุบันของผลผลิตชาเมี่ยงเริ่มลดลง ซึ่งชาเมี่ยงนั้นมีสายพันธุ์มาจากชาอัสสัม (*Camellia sinensis* var. *assamica*) บางครั้งชาพื้นเมือง หรือชาป่า มีใบขนาดใหญ่ เจริญได้ดีในป่าร่มไม้ ในประเทศไทย ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกชาทั้งสิ้น ๑๑๘,๑๐๑ ไร่ คิดเป็นพื้นที่ปลูกชาอัสสัม ๘๔.๔% และชาจีน ๑๖.๖% ราคาขายโดยเฉลี่ย ๑๒ บาท/กิโลกรัม ในปี ๒๕๕๐ ประเทศไทยผลิตในชาสดทั้งสิ้น ๘๑.๐๗ ตัน ซึ่งเป็นใบชาสด ๗๗% นำมาผลิตเป็นชาแห้ง ส่วนที่เหลือ ๒๓% ผลิตเป็นเมี่ยง ในการผลิตชาเมี่ยงใช้เฉพาะชาอัสสัม การผลิตเมี่ยงได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ พื้นที่ปลูกชาสำหรับผลิตเมี่ยง ๔๑,๙๔๖ ไร่ การบริโภคจะอยู่ในเขตภาคเหนือ โดยบริโภคยามว่าง (สายลม สัมพันธ์เวชโสภณและคณะ , ๒๕๕๑)



ภาพที่ ๑ ลักษณะต้นชาเมี่ยง

พื้นที่ภาคเหนือ ถือเป็นพื้นที่ปลูกชาเมี่ยงมากที่สุด จากการสำรวจพื้นที่ปลูกของสถาบันชา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (๒๕๕๐) พบว่าในพื้นที่ภาคเหนือ ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ น่าน แพร่ แม่ฮ่องสอน และลำปาง มีพื้นที่รวมประมาณ ๔๑,๙๔๖ ไร่ เมื่อคำนวณได้ผลผลิตเมี่ยงเฉลี่ย จำนวน ๑๘,๖๒๒ ตันต่อปี สร้างรายได้เฉลี่ยมูลค่าถึง ๒๙,๓๖๐,๒๕๑ บาทต่อปี แม้ว่าแนวโน้มการบริโภคเมี่ยงจะลดลง เนื่องจากกลุ่มคนที่บริโภคเมี่ยงส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ แต่ก็คาดว่าปริมาณการผลิตเมี่ยงจะยังคงอยู่ที่ประมาณปีละเกือบสองหมื่นตัน (สถาบันชา, ออนไลน์: <http://teainstitutemfu.Com/main/blog>) เมื่อพิจารณาพื้นที่ปลูกชาเมี่ยงรายจังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ปลูกมากที่สุด คือ ๑๘,๐๖๐ ไร่ รองลงมาคือ น่าน ๘,๓๓๙ ไร่ ดังภาพที่ ๑.๒ ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนมากปลูกในพื้นที่อำเภอแม่แตง เชียงดาว แมริม และอำเภอดอยสะเก็ด



ที่มา : สถาบันชา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ภาพที่ ๒ พื้นที่ปลูกชาเมี่ยงในพื้นที่ภาคเหนือ (หน่วย:ไร่)

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเกษตรกรผู้ปลูกชาเมี่ยงจะนำใบชาเมี่ยงจากสวน มาทำการแปรรูปเมี่ยงเอง โดยใช้ภูมิปัญญาสมัยอดีตทำการแปรรูปเองในครัวเรือน ตั้งแต่เก็บใบเมี่ยงสด การนึ่งเมี่ยง การหมักเมี่ยง จน

หาแหล่งขายเมี่ยง สร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน แต่ปัจจุบันการบริโภคเมี่ยงเริ่มลดลง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคเมี่ยงคือ ผู้สูงอายุ ส่วนกลุ่มบริโภควัยรุ่น และวัยกลางคนไม่นิยมบริโภคเมี่ยงที่ใช้วิธีการนึ่งและการหมัก ทำให้แนวโน้มการบริโภคเมี่ยงนึ่ง เมี่ยงหมัก ลดลง ขณะที่ตลาดรับซื้อเมี่ยงนึ่งและการหมักถูกจำกัดในวงแคบมากขึ้น คือขายในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงเท่านั้น จึงทำให้แหล่งขายลดลง ส่วนด้านการตลาดของผลผลิตชาเมี่ยงที่นำไปแปรรูปเป็นเมี่ยงนึ่ง และเมี่ยงหมักยังมีการขายเป็น “กำ” พ่อค้าที่มารับซื้อคือพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อเมี่ยงนึ่งและเมี่ยงหมักจากเกษตรกร โดยขายในราคากำละ ๖ บาท หรือ ๑๒ บาท/กิโลกรัม (สายลม สัมพันธ์เวชโสภา และคณะ, ๒๕๕๑) ซึ่งมีราคาถูกลงมาก ทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่เลิกปลุกเมี่ยงแล้วหันไปปลูกพืชอื่นๆ แทนเมี่ยง เช่น อะโวคาโด และเสาวรส แทนการปลุกเมี่ยง ขณะที่เกษตรกรบางรายเลิกการปลุกเมี่ยง และหันเข้าไปรับจ้างแรงงานในเมือง จนไม่มีผู้สืบทอดการปลุกเมี่ยง อย่างไรก็ตามจากที่กล่าวมาข้างต้น หากสรุปปัญหาด้านการตลาดชาเมี่ยงและการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากชาเมี่ยง สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

๑. ปัญหาการบริโภคในปัจจุบันของชาเมี่ยงที่นำมาแปรรูปเป็นเมี่ยงนึ่งกับเมี่ยงหมักลดลง
 ๒. ตลาดการรับซื้อชาเมี่ยงถูกจำกัดในวงแคบเนื่องจากการบริโภคเมี่ยงลดลง ทำให้ตลาดเมี่ยงถูกจำกัดในชุมชนเท่านั้น
 ๓. ปัจจุบันมีการทดลองสารต่างๆ ในชาเมี่ยงแต่ยังขาดการนำผลทางวิทยาศาสตร์ของชาเมี่ยงต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง
 ๔. ผู้บริโภคชาเมี่ยงมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากชาเมี่ยงมีประโยชน์หลายด้าน แต่ยังขาดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ชาที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคได้แท้จริงในปัจจุบัน
 ๕. ผู้ผลิตชาเมี่ยงไม่ทราบถึงมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง หากมีผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงเกิดขึ้นในตลาด
 ๖. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนการปลุกชาเมี่ยง ยังไม่มีแผนและกลยุทธ์การทำตลาดของชาเมี่ยงในปัจจุบันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิตชาเมี่ยงสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยง
- จากปัญหาดังกล่าว จึงเป็นเหตุผลสำคัญของโครงการวิจัย ที่มุ่งเน้นแก้ไขปัญหาด้านตลาดชาเมี่ยง ตั้งแต่ต้นทาง คือการปลุกชาเมี่ยงจนถึงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงรูปแบบใหม่ที่ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคปัจจุบัน ด้วยการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาเมี่ยง และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงที่ตอบสนองความต้องการของตลาด รวมทั้งหาความยินดีที่จะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงรูปแบบใหม่ และสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงรูปแบบใหม่ และมีการจัดการความรู้ด้านการตลาด สำหรับการใช้จ่ายประโยชน์เชิงพาณิชย์ โดยผลงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนอื่นๆ ที่ปลุกชาเมี่ยง และการสร้างมูลค่าเพิ่มของชาเมี่ยงสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทำให้ครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลุกเมี่ยงมีรายได้จากเมี่ยงมากขึ้น และยังช่วยอนุรักษ์การปลุกชาเมี่ยงเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีตลาดรับซื้อเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์

- ๑) เพื่อสนองงานพระราชดำริในการอนุรักษ์ทรัพยากรอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (อพ.สธ.) ในฐานะทรัพยากรท้องถิ่นการใช้ประโยชน์ด้านการพัฒนาตลาดชาเมี่ยงสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่
- ๒) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคชาเมี่ยง และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงที่ตอบสนองความต้องการของตลาด
- ๓) เพื่อวิเคราะห์ความยินดีที่จะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงรูปแบบใหม่ และปัจจัยที่มีผลต่อความยินดี
จะจ่ายของผู้บริโภค

๔) เพื่อจัดการความรู้ในการสร้างกลยุทธ์การบริหารทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงรูปแบบใหม่
สำหรับการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการดำเนินงาน / บทคัดย่อ

๑. การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ชาเมี่ยงที่ตอบสนองความต้องการของตลาด คือ เครื่องดื่มเน้นในเรื่องของธรรมชาติ และเน้นในเรื่องการรักษาสุขภาพ

๒. ผลการทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์ชาของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคไม่เคยเห็น และไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ชาของกลุ่มผู้ผลิตชาเมี่ยง เนื่องจากรูปแบบผลิตภัณฑ์มีลักษณะคล้ายกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปในตลาด ทั้งนี้โยภภาพรวมผู้บริโภคให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ชา

๓. ผลวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดสินค้าชา พบว่า กลยุทธ์ที่หน่วยงานภาครัฐควรดำเนินการเร่งด่วนมากที่สุด คือ การส่งเสริมระบบตลาดภายในและต่างประเทศและการสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้แปรรูป พร้อมทั้งเสริมสร้างศักยภาพการแปรรูปและเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างผู้แปรรูปและผู้ซื้อ

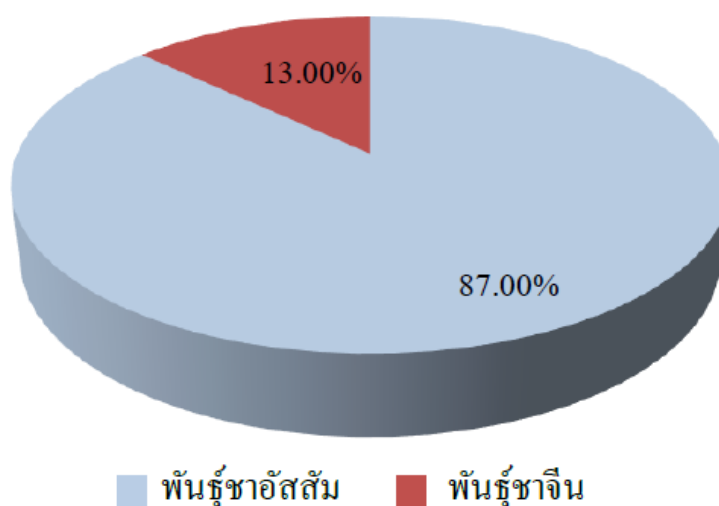
ปัญหา อุปสรรค

- ไม่มี -

แนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค

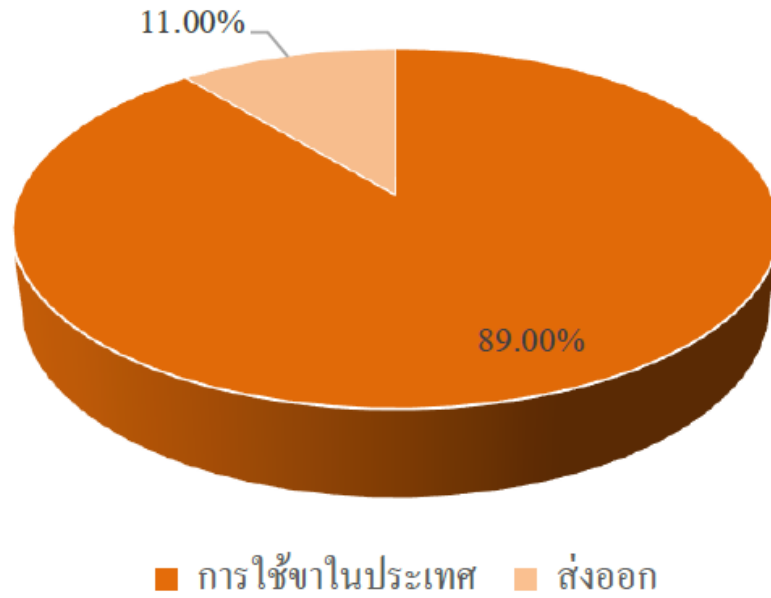
- ไม่มี -

ภาพกิจกรรม

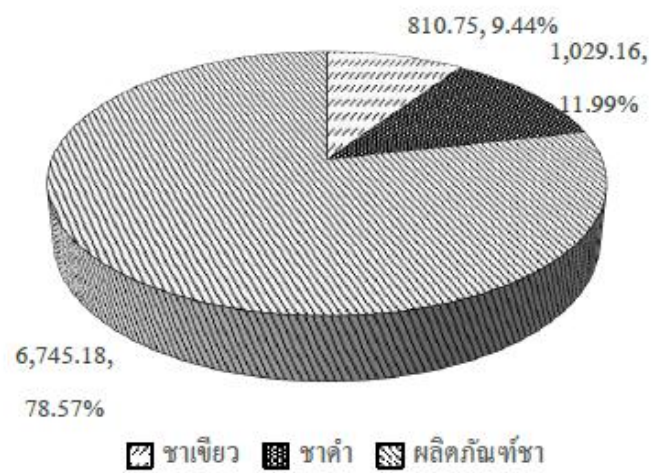


ที่มา: กรมส่งเสริมการเกษตรและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ๒๕๕๙.

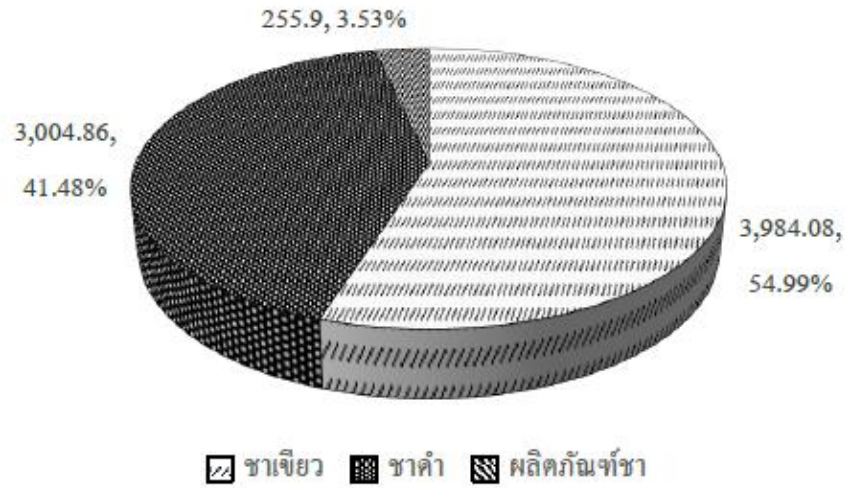
ภาพที่ ๑ สายพันธุ์ชาในประเทศไทย



ที่มา: กรมส่งเสริมการเกษตรและสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, ๒๕๕๙.
 ภาพที่ ๒ สัดส่วนการใช้ภายในประเทศไทย

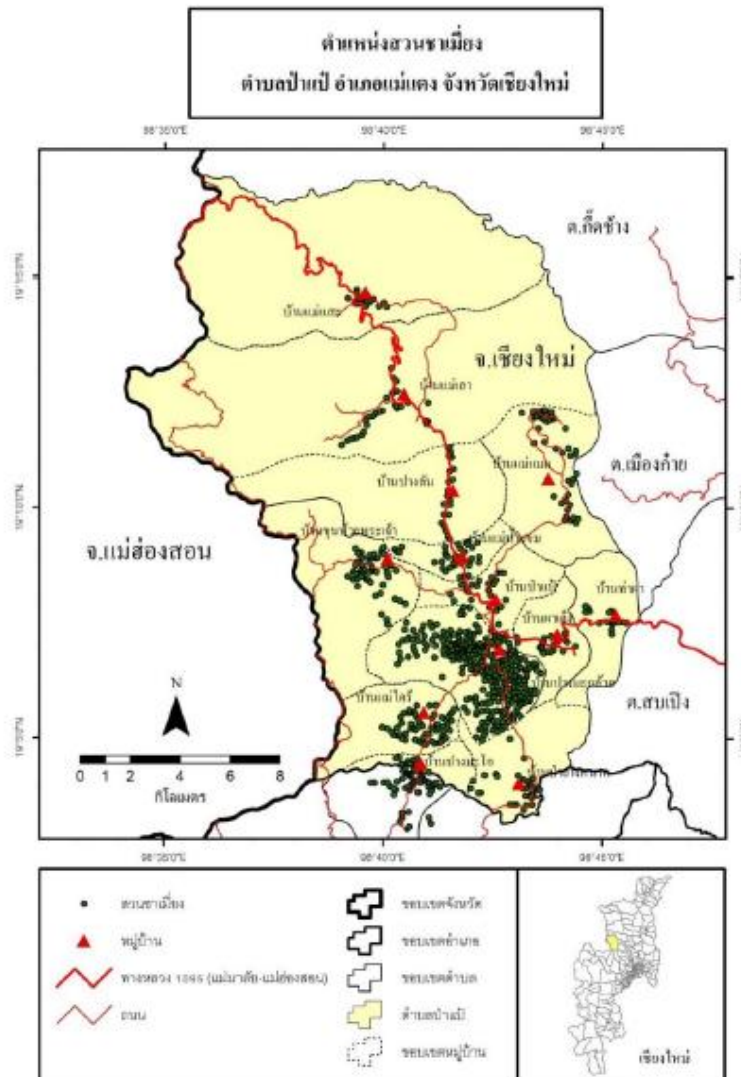


ที่มา: กรมศุลกากร.
 ภาพที่ ๓ การส่งออกชาใบและผลิตภัณฑ์ชาของประเทศไทย ในปี พ.ศ.๒๕๕๘

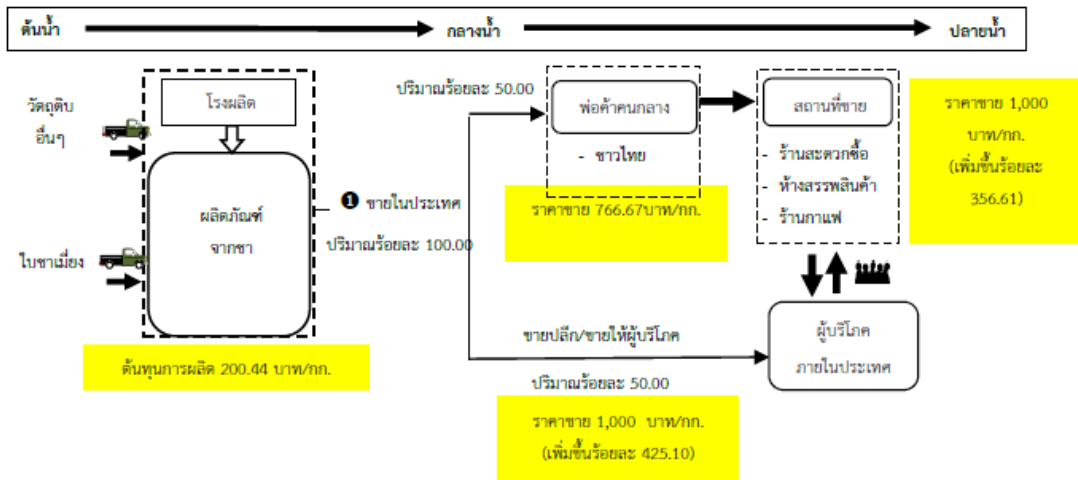


ที่มา: กรมศุลกากร.

ภาพที่ ๔ การนำเข้าชาใบและผลิตภัณฑ์ชาของประเทศไทย ในปี พ.ศ.๒๕๕๘



ภาพที่ ๕ แผนที่แสดงตำแหน่งแปลงชาเมืองในตำบลป่าแป๋ ในตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ ๖ ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเครื่องสำอางของชาเขียวของกลุ่มผู้ผลิตชาเขียว ในตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ ๗ ผลิตภัณฑ์สบู่ชาเขียว