



รายงานการรับคณะคณะนักข่าวทีวี อาซาฮี (ประจำกรุงเทพฯ)
ณ โครงการพัฒนาตอยตุง (พื้นที่ทรงงาน) อันเนื่องมาจากพระราชดำริ
วันพฤหัสบดีที่ 13 กุมภาพันธ์ 2563

1. ข้อมูลคณะ

ที่มาและความสำคัญ	เนื่องด้วยสำนักข่าวทีวี อาซาฮี (ประจำกรุงเทพฯ) สนใจทำสื่อบทเกี่ยวกับการปลูกกาแฟภายใต้ความร่วมมือของ Mr.Yoshiaki Kawashima กับมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ ในพื้นที่โครงการพัฒนาตอยตุงฯ จ.เชียงราย และพื้นที่ขยายผลโครงการปลูกป่า สร้างคน บวรวิถีพอเพียง รักษาต้นน้ำ บรรเทาอุทกภัย จังหวัดน่าน ทั้งนี้ทางสำนักข่าวทีวี อาซาฮี ได้ติดต่อขออนุญาตผ่านมาทาง Mr.Yoshiaki Kawashima เบื้องต้น และ Mr.Yoshiaki Kawashima ได้รับทราบและเห็นควรอนุญาตให้ถ่ายทำได้ สำนักข่าวทีวี อาซาฮี จึงทำหนังสือเรียนถึงประธานเจ้าหน้าที่บริหาร มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ ขอความอนุเคราะห์ให้ทีมผู้สื่อข่าวเข้าถ่ายทำรายการ และประธานเจ้าหน้าที่บริหารได้มอบหมายให้ส่วนงานสื่อสารองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบในการนำทีมถ่ายทำในครั้งนี้ ร่วมกับทีมส่งเสริมกาแฟตอยตุง
วัตถุประสงค์	1. เพื่อทราบข้อมูลความเป็นมาของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ และงานพัฒนาที่ดำเนินการในพื้นที่โครงการพัฒนาตอยตุงฯ และพื้นที่ขยายผล 2. เพื่อนำภาพและเนื้อหาไปประกอบการทำสื่อบทข่าวเพื่อเผยแพร่ไปยังประเทศญี่ปุ่น
ระดับ	ระดับความสำคัญ 4 เป็นสื่อมวลชนจากต่างประเทศ ระดับวัตถุประสงค์ / ความคาดหวัง 2 สามารถนำเรื่องราวไปประชาสัมพันธ์ในระดับสากลได้ รวมคะแนน 6 คะแนน
องค์ประกอบ	จำนวนคณะทั้งสิ้น 2 ท่าน ประกอบด้วย - นักข่าวชาวญี่ปุ่น 1 ท่าน - น.ส.นันทวัฒน์ หวังอุดมสุข นักข่าวชาวไทย ประจำกรุงเทพฯ
เจ้าหน้าที่รับคณะ	- ผู้บรรยายหลัก นางอมรรัตน์ บังคมเนตร ผู้จัดการเผยแพร่องค์ความรู้ - ผู้สนับสนุน นางสาวพรพิมล ใหม่น้อย เจ้าหน้าที่เผยแพร่องค์ความรู้

	- ผู้ประสานงานของมูลนิธิฯ นางสาวจริญญา อัครภาณุวิทยา
แหล่ง สนับสนุน งบประมาณ	มูลนิธิฯ สนับสนุนค่าใช้จ่ายการศึกษาดูงาน ด้วยรหัส 892 263 201 กำหนดกลยุทธ์ สื่อสารองค์กร

2. กำหนดการศึกษาดูงาน

วัน / เวลา	กำหนดการ
9.00 – 10.00 น.	ฟังบรรยายสรุปภาพรวมของโครงการพัฒนาดอยตุงฯ และหลักการพัฒนา ทางเลือกเพื่อชีวิตที่ยั่งยืนของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวง ในพระบรมราชูปถัมภ์ โดยนางอมรรัตน์ บังคมเนตร ผู้จัดการเผยแพร่องค์ความรู้ ณ ห้องประชุม ชั้น 2 หอแห่งแรงบันดาลใจ
10.00 น.	เดินทางไปแปลงกาแฟ นูติ ไซต์ 1

3. ภาพประกอบและเนื้อหาการรับคณะ



ประเด็นการบรรยาย

- ดอยตุงในอดีต มีปัญหามากมาย เช่น การปลูกพืชเสพติด การตัดไม้ทำลายป่า กองกำลังต่างๆ
การค้าอาวุธสงคราม การค้าประเวณี ขาดเอกสารสิทธิ์ เป็นต้น
- ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นเรียกว่า “วงจรอุบาทว์”



- หลักการ 3S MODEL

- Survival (อยู่รอด) ทำอย่างไรให้อยู่รอด มีข้าวกินตลอดปี ไม่ให้สร้างหนี้เพิ่ม
- Sufficiency (พอเพียง) มีอาชีพมั่นคง มีรายได้สม่ำเสมอ ดูแลตัวเองและครอบครัวเพียงพอ สามารถส่งลูกหลานเรียนหนังสือได้ ใช้หนี้ได้บางส่วน หรือได้ทั้งหมด
- Sustainability (ยั่งยืน) ปลอดภัย ยืนด้วยลำแข้งของตนเองได้ เรียนรู้ต่อยอดจากสิ่งที่มีให้ดีขึ้น เกิดการรวมกลุ่มสร้างชุมชนที่เข้มแข็งช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และดูแลสิ่งแวดล้อม
- การดำเนินงานพัฒนาของมูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ “ยึดคนเป็นศูนย์กลาง” และทำควบคู่กับไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม จะเลือกพัฒนาเรื่องใดเรื่องหนึ่งไม่ได้ เพราะทุกเรื่องเชื่อมโยงกัน แต่จะเน้นด้านเศรษฐกิจเป็นหลักในขั้นตอนเพื่อให้กินอยู่พอเพียงเสียก่อน
- ปี พ.ศ.2534 ทางโครงการพัฒนาออยตุงฯ จัดตั้งศูนย์บำบัดและพัฒนาศักยภาพผู้ติดยาเสพติด บ้านผาหมีขึ้น เป็นสถานที่ช่วยเหลือผู้ที่ติดยาเสพติดในพื้นที่โครงการพัฒนาออยตุงฯ มีระยะเวลา 1,000 วัน โดย 40 – 60 วันเป็นช่วงของการบำบัด และอีก 945 วันเป็นการฝึกอาชีพเพื่อหลังการบำบัดจะได้มีอาชีพและติดตามผลเพื่อไม่ให้กลับไปใช้ยาเสพติดอีก
- เปลี่ยนคนออยตุงจากปลูกฝิ่นเป็นคนปลูกป่า มีอาชีพมีรายได้ที่มั่นคงในพื้นที่
- มีการเก็บข้อมูลเศรษฐกิจ สังคม ซึ่งสามารถนำข้อมูลมาอ้างอิงและเปรียบเทียบรายได้ของชาวบ้านที่เพิ่มขึ้น ระหว่างรายได้จากการปลูกฝิ่นและรายได้จากการปลูกป่า ในระยะเวลา 1 ปี เพื่อให้เห็นภาพว่าทำแบบนี้ชาวบ้านจะได้มากกว่าเก่า

ฝิ่น 1 ปี ปลูกได้ 10 จ้อย	ปลูกป่า 1 วัน วันละ 40 บาท
ฝิ่น 1 จ้อย (1.6 กิโลกรัม) ราคา 1,200 บาท	1 ครอบครัวมี 5 คน = $5 \times 40 = 200$ บาทต่อวัน
ฝิ่น 10 จ้อย ได้เงิน 12,000 บาท	วันละ 200 บาท X 30 วัน(เดือน) = 6,000 บาท
	1 ปี 12 เดือน x 6,000 บาท = 72,000 บาท

- ธุรกิจเพื่อสังคม (Social Entrepreneur) 5 หน่วยธุรกิจ ได้แก่
 - (1) สินค้าเกษตร
 - (2) สินค้าหัตถกรรม
 - (3) สินค้าอาหารแปรรูป
 - (4) ร้านกาแฟออยตุง
 - (5) การท่องเที่ยว
- การทำงานร่วมกับพันธมิตรทั้งในประเทศ ร่วมกับดีไซเนอร์ชื่อดังของประเทศร่วมกันออกแบบผลิตภัณฑ์ ในโครงการ Doi Tung and Friend และพันธมิตรต่างประเทศ เช่น IKEA, MUJI, KALDI, CONVERS เป็นต้น



ประเด็นคำถาม

- 1) หากเปรียบเทียบราคากาแฟดอยตุงเมื่อ 30 ปีที่แล้ว กับปัจจุบัน มีการปรับราคาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ใช้อย่างไรหรือไม่

ตอบ ใช่ ซึ่งเป็นไปตามกลไกการตลาดกาแฟโลก แต่ละปีราคากาแฟจะไม่เท่ากัน

- 2) คนรับซื้อกาแฟกับชาวบ้านจะได้ส่วนแบ่งจากการขายผลผลิตอย่างไร

ตอบ ชาวบ้านได้ขายผลผลิต ในขณะที่คนรับซื้อได้สินค้าที่มีคุณภาพและเป็นการสนับสนุนชาวบ้านให้มีรายได้ แต่ไม่ได้มีการแบ่งส่วนแบ่งให้กับผู้ซื้อ

- 3) จากกราฟรายได้ประชากร ทำไมช่วงปี 2008 – 2018 ชาวบ้านจึงมีรายได้สูงมาก

ตอบ สินค้าหลายอย่างชาวบ้านสามารถผลิตได้เองและจำหน่ายในราคาสูง เรียนรู้การเป็นเจ้าของธุรกิจ และรู้จักต่อยอดสินค้าจากองค์ความรู้ที่มี ตลอดจนมีศักยภาพในการผลิตสินค้าได้มากขึ้น ทั้งนี้การที่ชาวบ้านมีบัตรประชาชนก็สามารถไปทำงานที่อื่นที่สร้างรายได้เพิ่มขึ้นด้วย