



แนวการศึกษา

วิชาการวิเคราะห์สถานการณ์ ด้านการเกษตร

จัดทำโดย

คณะทำงานพัฒนาหลักสูตร
การเสริมสร้างสมรรถนะนักส่งเสริมการเกษตรระดับปฏิบัติการ
กรมส่งเสริมการเกษตรและมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ประจำปี 2567

คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรฯ วิชาการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

- | | | |
|--------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| 1. รศ.ดร.สัจจา บรรจงศิริ | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช | ที่ปรึกษา |
| 2. นายวีรศักดิ์ บุญเชิญ | กรมส่งเสริมการเกษตร | ประธาน |
| 3. นางปตารณี ธรรมธร | กรมส่งเสริมการเกษตร | คณะกรรมการ |
| 4. นางสาวประพิศพรรณ อนุพันธ์ | กรมส่งเสริมการเกษตร | คณะกรรมการ |
| 5. นางสาวปัทมธัญญ์ สรชัยบรรชัย | กรมส่งเสริมการเกษตร | คณะกรรมการ |
| 6. นางสาวศศิวิมล บุญประเสริฐ | กรมส่งเสริมการเกษตร | คณะกรรมการ
และเลขานุการ |
| 7. นางสาวอำพร เนติ | กรมส่งเสริมการเกษตร | คณะกรรมการ
และผู้ช่วยเลขานุการ |

คำนำ

การเป็นนักส่งเสริมการเกษตร เพื่อทำหน้าที่ตามบทบาทภารกิจของกรมส่งเสริมการเกษตรที่ได้มอบหมายให้ดูแลเกษตรกรและพื้นที่ภาคการเกษตรให้บรรลุผลนั้น ความรู้ความสามารถและทักษะในการทำงานกับพื้นที่และชุมชนเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ปฏิบัติงานทุกคนควรจะต้องรู้ โดยเฉพาะการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรที่เกิดขึ้นจริง เทคโนโลยีที่เกษตรกรนำมาใช้ในการประกอบอาชีพ ความต้องการที่เกษตรกรต้องการได้รับการบริการจากหน่วยงานภาครัฐและอื่นๆ ซึ่งสิ่งดังกล่าวนำมาสู่การกำหนดโครงการในการทำงานส่งเสริมการเกษตรที่เกษตรกรเกิดความพึงพอใจได้ เนื้อหาวิชาการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร จึงประกอบด้วยองค์ความรู้ที่นักส่งเสริมการเกษตรจำเป็นต้องรู้เพื่อให้สามารถจัดการข้อมูล วิเคราะห์สถานการณ์ และสรุปแนวทางการทำงานส่งเสริมการเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

คณะทำงานพัฒนาหลักสูตรการเสริมสร้างสมรรถนะนักส่งเสริมการเกษตร ระดับปฏิบัติการ ได้พัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ “เรื่องการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร” ซึ่งได้มีการจัดทำแล้วในปี 2555 และการปรับปรุงเนื้อหาในปี 2559 ซึ่งในปี 2567 มีการปรับปรุงเนื้อหาให้มีความเป็นปัจจุบัน เพื่อให้ให้นักส่งเสริมการเกษตรสามารถใช้ประกอบการปฏิบัติงานได้ดียิ่งขึ้น

จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า บทเรียนอิเล็กทรอนิกส์และเอกสารฉบับนี้จะช่วยให้ นักส่งเสริมการเกษตรมีความรู้ ความสามารถและนำไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการส่งเสริมการเกษตรให้บรรลุวัตถุประสงค์เพื่อเกษตรกรไทยมีความกินดีอยู่ดี มีความมั่นคงในอาชีพ และมีคุณภาพชีวิต ที่ดีต่อไป

คณะทำงานพัฒนาหลักสูตรฯ
วิชาการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร
ประจำปี 2567

สารบัญ

รายการ

หน้า

คำนำ

รายละเอียดวิชาการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

ก

คำอธิบายวิชา

ก

วัตถุประสงค์

ก

รายชื่อบทการเรียนรู้

ก

คำชี้แจงการเรียนรู้

ข

การดำเนินการเรียนรู้

ข

การทำกิจกรรม e-Learning

ข

การประเมินผลการเรียนรู้

ข

คำแนะนำการเข้าใช้ e-Learning

ข

บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

1

ตอนที่ 1.1 ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์
ด้านการเกษตร

2

เรื่องที่ 1.1.1 ความหมายของการวิเคราะห์สถานการณ์
ด้านการเกษตร

3

เรื่องที่ 1.1.2 ความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์
ด้านการเกษตร

4

ตอนที่ 1.2 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตร

6

เรื่องที่ 1.2.1 ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ

6

เรื่องที่ 1.2.2 ปัจจัยด้านการตลาด

10

เรื่องที่ 1.2.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ

11

เรื่องที่ 1.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

15

เรื่องที่ 1.2.5 ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ

17

สารบัญ (ต่อ)

รายการ	หน้า
บทที่ 2 กระบวนการในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร	22
ตอนที่ 2.1 การกำหนดเป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ และข้อมูลในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร	23
เรื่องที่ 2.1.1 การกำหนดเป้าประสงค์และวัตถุประสงค์	24
เรื่องที่ 2.1.2 ข้อมูลที่จำเป็นในการวิเคราะห์	25
ตอนที่ 2.2 วิธีการ เครื่องมือ และเทคนิคในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร	30
เรื่องที่ 2.2.1 วิธีการ และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	30
เรื่องที่ 2.2.2 เทคนิคที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์	33
บทที่ 3 เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร	51
ตอนที่ 3.1 เทคนิคการวิเคราะห์ ด้วย 7S/ PESTEL และ SWOT Analysis	52
เรื่องที่ 3.1.1 เทคนิค 7S (McKinsey 7'S Framework)	52
เรื่องที่ 3.1.2 เทคนิค PESTEL Analysis	55
เรื่องที่ 3.1.3 เทคนิค SWOT Analysis	59
ตอนที่ 3.2 เทคนิคในการวิเคราะห์ ด้วย Risk Management และ Balance scorecard	64
เรื่องที่ 3.2.1 เทคนิค Risk Management	64
เรื่องที่ 3.2.2 เทคนิค Balance scorecard	69
ตอนที่ 3.3 เทคนิคในการวิเคราะห์ด้วย Marketing Mix และ Value Chain	76
เรื่องที่ 3.3.1 เทคนิค Marketing Mix	76
เรื่องที่ 3.3.2 เทคนิค Value Chain	77
บทที่ 4 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์พืชเศรษฐกิจ	81
ตอนที่ 4.1 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง	83
เรื่องที่ 4.1.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง	83
เรื่องที่ 4.1.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของโลกและประเทศไทย	85
เรื่องที่ 4.1.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของกลุ่มแปลงใหญ่หน่อไม้ฝรั่ง ม.8 ตำบลวังสาวปอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น	87

สารบัญ (ต่อ)

รายการ	หน้า
เรื่องที่ 4.1.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์	92
เรื่องที่ 4.1.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง	95
ตอนที่ 4.2 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง	96
เรื่องที่ 4.2.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ กล้วยหอมทอง	96
เรื่องที่ 4.2.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยหอมของโลก และประเทศไทย	97
เรื่องที่ 4.2.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยหอมทอง ของกลุ่มแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	101
เรื่องที่ 4.2.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์	109
เรื่องที่ 4.2.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง	124
ตอนที่ 4.3 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก	127
เรื่องที่ 4.3.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ ตัดดอก	127
เรื่องที่ 4.3.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก ของโลกและประเทศไทย	129
เรื่องที่ 4.3.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก ของกลุ่มแปลงใหญ่หมีน้านอร์คิด ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	131
เรื่องที่ 4.3.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์	134
เรื่องที่ 4.3.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก	141
ตอนที่ 4.4 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว	143
เรื่องที่ 4.4.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว	143
เรื่องที่ 4.4.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์ข้าวของโลก และประเทศไทย	144

สารบัญ (ต่อ)

รายการ	หน้า
เรื่องที่ 4.4.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์ข้าวของกลุ่มแปลงใหญ่ เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี	150
เรื่องที่ 4.4.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์	156
เรื่องที่ 4.4.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว	162

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.1 แผนผังการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตร	23
ภาพที่ 3.1 ปัจจัยสำคัญของการวิเคราะห์ PESTEL	56
ภาพที่ 3.2 องค์ประกอบของ SWOT	59
ภาพที่ 3.3 การกำหนดระดับความเสี่ยงของการดำเนินงาน	65
ภาพที่ 3.4 คะแนนในระดับความเสี่ยง	66
ภาพที่ 4.1 พื้นที่ปลูกหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทย ปี 2556/57 – 2564/65	86
ภาพที่ 4.2 ปริมาณผลผลิตหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทย ปี 2556/57 – 2564/65	86
ภาพที่ 4.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทย ปี 2562 – 2566	87
ภาพที่ 4.4 แสดงปฏิทินการผลิตหน่อไม้ฝรั่ง	90
ภาพที่ 4.5 ราคากล้วยหอมทองในประเทศปี 2566 ของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	103
ภาพที่ 4.6 โครงสร้างการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองปทุมรัตน์	104
ภาพที่ 4.7 ปฏิทินการปลูก (Crop Calendar) ของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	105
ภาพที่ 4.8 การพัฒนาแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	109
ภาพที่ 4.9 แผนที่ตั้งแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	131
ภาพที่ 4.10 การวิเคราะห์โซ่อุปทานกล้วยไม้ตัดดอกของไทย	136
ภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์โซ่อุปทานกล้วยไม้ตัดดอกกลุ่มแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์	137
ภาพที่ 4.12 วิธีการตลาดของกล้วยไม้ตัดดอกของแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์	138
ภาพที่ 4.13 บัญชีสมดุลข้าวโลก ปี 2561/62 – 2565/66	148
ภาพที่ 4.14 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ปริมาณและมูลค่าการส่งออก ของข้าวไทย ปี 2561/62 – 2565/66	149
ภาพที่ 4.15 ที่ทำการแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี (พิกัด X : 623787 Y: 1639586)	151

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 2.1 แสดงวิธีการและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	32
ตารางที่ 3.1 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มแปลงใหญ่ลีนจี ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา ด้วย 7 -S Framework	53
ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของกลุ่มแปลงใหญ่ลีนจี ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา ด้วย PESTLE Analysis	57
ตารางที่ 3.3 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายใน ของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ลีนจี ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา ด้วย SWOT Analysis	61
ตารางที่ 3.4 การกำหนดด้านและประเด็นการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยง	64
ตารางที่ 3.5 การอธิบายความหมายของระดับความเสี่ยง	66
ตารางที่ 3.6 ระดับโอกาสของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น	66
ตารางที่ 3.7 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาระดับผลกระทบของแต่ละประเด็นในแต่ละด้าน	67
ตารางที่ 3.8 ผลการจัดลำดับความสำคัญของ SWOT	70
ตารางที่ 4.1 แสดงการออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์หม้อไม่ฝรั่ง	84
ตารางที่ 4.2 แสดงราคาในแต่ละช่วงโดยแบ่งตามคุณภาพ	89
ตารางที่ 4.3 แสดงการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อการใช้ที่ดินในแปลงเกษตร	91
ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในโดย McKinsey 7-s Framework	92
ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้ PESTEL Analysis	93
ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค	94
ตารางที่ 4.7 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง	96
ตารางที่ 4.8 ปริมาณนำเข้ากล้วย กล้าย (สดหรือแห้ง) แยกตามประเทศ 5 ลำดับแรก	98
ตารางที่ 4.9 ปริมาณส่งออกกล้วย กล้าย (สดหรือแห้ง) แยกตามประเทศ 5 ลำดับแรก	98
ตารางที่ 4.10 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยกล้วยหอมทองของประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี (ปี 2562 – 2566)	99
ตารางที่ 4.11 ต้นทุนการผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ และผลตอบแทนสุทธิกล้วยหอม ของประเทศไทย ย้อนหลัง 5 ปี (ปี 2562 – 2566)	100
ตารางที่ 4.12 การค้ากล้วยหอมภายในประเทศและต่างประเทศย้อนหลัง 5 ปี (ปี 2562 – 2566)	101
ตารางที่ 4.13 ปริมาณและมูลค่าส่งออกกล้วยหอมสดปี 2566 และไตรมาสแรก ปี 2567 แยกรายประเทศ	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.14 ต้นทุน รายได้ และรายได้สุทธิจากกิจกรรมของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี บนพื้นที่ปลูก 1 ไร่	108
ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยเทคนิค SWOT analysis ของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	110
ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการรับรองมาตรฐาน GAP กล้วยหอมทองของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	112
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงในการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว กล้วยหอมทองของเกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่	117
ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการแปรรูปกล้วยหอมทองเบื้องต้นของ เกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี	121
ตารางที่ 4.19 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก	128
ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์	134
ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์	135
ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด Marketing Mix : 4Ps และ 7Ps ของกล้วยไม้ตัดดอกแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์	139
ตารางที่ 4.23 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว	143
ตารางที่ 4.24 ต้นทุนการผลิตข้าว แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี	152
ตารางที่ 4.25 ผลผลิตข้าว แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี	153
ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าวด้วยเทคนิค BSC : Balanced Scorecard	161

รายละเอียดวิชา

คำอธิบายวิชาการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

ความรู้ทั่วไปของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร ปัจจัยที่มีผลกระทบด้านการเกษตร กระบวนการ การกำหนดเป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ และเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรในระดับต้นทาง กลางทาง และปลายทาง รวมถึงเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร ได้แก่ 7S , PESTEL , SWOT Analysis , Risk Management , Balance scorecard และ 7Ps ตลอดจนกรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์พืชเศรษฐกิจ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เรียนเข้าใจและนำไปถ่ายทอดได้
2. เพื่อให้ผู้เรียนนำความรู้ไปปฏิบัติงานในหน้าที่ได้
3. เพื่อให้ผู้เรียนประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ต่างๆ ได้

รายชื่อบทการเรียนรู้

- บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร
- บทที่ 2 กระบวนการในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร
- บทที่ 3 เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร
- บทที่ 4 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์พืชเศรษฐกิจ

คำชี้แจงการเรียนรู้

1. การดำเนินการเรียนรู้

ดำเนินการเรียนรู้ดังนี้

- 1) ศึกษาแนวการเรียนรู้
- 2) ศึกษาตามประเด็นเนื้อหาสาระ
- 3) ทำกิจกรรมการเรียนรู้ตามที่กำหนด

2. การทำกิจกรรม e-Learning

ให้ผู้เรียนทำกิจกรรม e-Learning ในประเด็นต่าง ๆ ในแต่ละสัปดาห์ ดังนี้

- สัปดาห์ที่ 1 ปฐมนิเทศวิชาและการประเมินผลตนเองก่อนเรียน
- สัปดาห์ที่ 2 บทที่ 1 ความรู้ทั่วไปในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร
- สัปดาห์ที่ 3 บทที่ 2 กระบวนการในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร
- สัปดาห์ที่ 4 บทที่ 3 เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร
- สัปดาห์ที่ 5 บทที่ 4 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์พืชเศรษฐกิจ
- สัปดาห์ที่ 6 สรุปและประเมินผลหลังเรียน

3. การประเมินผลการเรียนรู้

- 1) การเข้าร่วมการเรียนรู้ทุกสัปดาห์
- 2) การทำกิจกรรมในการเรียนรู้ทุกบท
- 3) การประเมินผลจากการสอบวิชาได้คะแนนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60

4. คำแนะนำการเข้าใช้ e-Learning

ให้ผู้เรียนศึกษาการเรียนรู้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตโดยปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ในเว็บไซต์
<https://e-learning.doae.go.th>

ความรู้ทั่วไปในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

1. นายวีรศักดิ์ บุญเชิญ
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร
กรมส่งเสริมการเกษตร
2. นางสาวปัทมรัฐลัญช์ สรชัชวรชัย
นักวิชาการเกษตรชำนาญการพิเศษ
กรมส่งเสริมการเกษตร
3. นางสาวธัญญา พนมกิจเจริญพร
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
กรมส่งเสริมการเกษตร
4. นางสาวจุฑามาศ ข่างประดิษฐ์
นักวิชาการเกษตร
กรมส่งเสริมการเกษตร

บทที่ 1

ความรู้ทั่วไปในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร มีความสำคัญกับงานส่งเสริมการเกษตร โดยมีเนื้อหาสาระที่ได้ศึกษาค้นคว้าและเรียบเรียงเพื่อนำมากรอบแนวคิดในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1.1 ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

เรื่องที่ 1.1.1 ความหมายของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

เรื่องที่ 1.1.2 ความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

ตอนที่ 1.2 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตร

เรื่องที่ 1.2.1 ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ

เรื่องที่ 1.2.2 ปัจจัยด้านการตลาด

เรื่องที่ 1.2.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลง

สภาพภูมิอากาศ

เรื่องที่ 1.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

เรื่องที่ 1.2.5 ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ

ตอนที่ 1.1 ความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

ประเทศไทยมีการทำการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ ผลผลิตสินค้าเกษตรนั้นเป็นรายได้สำคัญของประเทศ แต่การดำเนินกิจกรรมด้านการเกษตรที่ผ่านมาพบว่ามีความเสี่ยงหลายด้านซึ่งมีผลต่อปริมาณและคุณภาพผลผลิต ผู้ที่ได้รับผลกระทบอันดับแรก คือ เกษตรกร ผู้บริโภค และผู้ประกอบการต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ ดังนั้น เราจึงต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เพื่อให้เข้าใจและรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ เรื่องที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็น การสร้างความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ความหมายของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร และความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร ตามรายละเอียด 1.1.1 และ 1.1.2 ดังนี้

เรื่องที่ 1.1.1 ความหมายของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

ก่อนเข้าสู่การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร จำเป็นต้องให้ผู้เรียนเข้าใจความหมายของ การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร ที่ตรงกัน ซึ่งจะกล่าวดังต่อไปนี้

1. ความหมายของการวิเคราะห์

สำนักคิดจิตัลเพื่อการศึกษา (2567) ระบุว่า การวิเคราะห์ หมายถึง การแยกแยะเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดสิ่งนั้น เรื่องนั้น เวลาวิเคราะห์ ต้องพยายามหาคำตอบว่า ข้อความ บทความ เนื้อเรื่องนั้น ให้ความรู้อะไรบ้าง ผู้เขียนแสดงความคิดเห็นอะไรให้ทราบบ้าง มีความรู้สึกละอย่างไร

สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2560) ได้ให้นิยามของการวิเคราะห์ไว้ว่าเป็นการศึกษา ค้นคว้า หรือศึกษาหาคำตอบอย่างละเอียดรอบคอบต่อประเด็นตามที่เกิดขึ้น โดยเลือกใช้สถิติให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ และลักษณะของข้อมูล

อริภัทร มีแสงเพชร (2560) ได้ให้นิยามของการวิเคราะห์ไว้ 6 ข้อ มีดังนี้

- 1) ความเด่นชัด (Explicit) คือ การตั้งคำถามตรง ๆ ว่าต้องการศึกษาอะไรไม่วกวน
- 2) ความชัดเจน (Clear) คือ ระบุปัญหา โดยใช้ภาษาที่ง่ายกะทัดรัด และระบุขอบเขตไว้เฉพาะอย่างตายตัว
- 3) เป็นความคิดริเริ่ม (Original) คือ ควรเน้นปัญหาใหม่ไม่วิเคราะห์วิจัยในสิ่งที่มีความคืบหน้าแล้ว
- 4) ทดสอบได้ (Testable) คือ เน้นปัญหาที่สามารถตอบได้ด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์
- 5) มีความสำคัญทางทฤษฎี (Theoretically Significant) คือ เป็นการเสริมสร้าง และพัฒนาองค์ความรู้
- และ 6) สำคัญต่อสังคม (Socially Relevant) คือ สามารถช่วยแก้ไขหรือให้คำตอบต่อสิ่งที่เป็นปัญหาในสังคมหนึ่ง ๆ ได้

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์เป็นการจำแนกแยกแยะองค์ประกอบต่าง ๆ ของเรื่องอย่างมีระบบโดยการศึกษาในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งอาจจะเป็นวัตถุ สิ่งของ เรื่องราว โดยพิจารณาอย่างมีเหตุและผล เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ว่าความสัมพันธ์กันอย่างไร เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นและหาข้อสรุปนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

2. ความหมายของสถานการณ์

สถานการณ์ ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือ สถานะ หมายถึง ความเป็นอยู่ ความเป็นไป และการณ์ หมายถึง สาเหตุหรือสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเมื่อรวมเป็นสถานการณ์ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า เหตุและเรื่องราวที่กำลังเป็นอยู่ เหตุการณ์ที่กำลังเป็นอยู่ เหตุการณ์ที่กำลังเป็นไป สอดคล้องกับสำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2554) ระบุเพิ่มเติมไว้ว่า คำว่า สถานการณ์ มักมีส่วนขยายตามหลัง หมายถึง ความเป็นไปของสิ่งที่กล่าวถึง เช่น สถานการณ์อาหารของโลก มีแนวโน้มจะเข้าสู่ภาวะวิกฤต เนื่องจากราคาอาหารเพิ่มสูงขึ้น 2 - 3 เท่าตัว สถานการณ์ของประเทศขณะนี้อาจเรียกได้ว่าอยู่ในยุคข้าวยากหมากแพง เนื่องจากราคาสินค้าอุปโภคบริโภคพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

3. ความหมายของการเกษตร

การเกษตรเป็นการปฏิบัติกับที่ดินเพื่อให้เกิดผลผลิตทั้งการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ การทำประมง และการเกษตรผสมผสานโดยอาศัยความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ ทรัพยากรธรรมชาติ และเงินทุน เพื่อให้พืชและสัตว์เจริญเติบโต ให้ผลผลิตต่าง ๆ และความสำคัญของการเกษตร ได้แก่ เป็นแหล่งที่มาของปัจจัย 4 คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรคซึ่งเป็นปัจจัยของการดำรงชีวิตของประชากรของโลก มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของประเทศที่มีรายได้หลักมาจากการส่งสินค้าการเกษตรออกจำหน่ายยังต่างประเทศ สร้างอาชีพการเกษตรช่วยให้ประชากรของแต่ละประเทศมีงานทำ ซึ่งรวมทั้งประเทศไทยด้วย เป็นแหล่งท่องเที่ยว ช่วยรักษาสมดุลทางธรรมชาติ และเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ

สรุป

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เป็นการจำแนกแยกแยะข้อมูลที่ได้รับรวบรวมอย่างเป็นระบบที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรทั้งการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ การทำประมงและการทำเกษตรผสมผสาน เพื่อให้เข้าใจความเป็นมาของเหตุการณ์ การดำเนินของเหตุการณ์ ณ ปัจจุบัน แล้ว แนวโน้มที่จะเป็นไปได้อย่างไร ซึ่งผู้เรียนจำเป็นต้องเรียนรู้และฝึกในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เพื่อให้เข้าใจและเตรียมพร้อมกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ

เรื่องที่ 1.1.2 ความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

เรื่องที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร โดยได้แยกเป็นความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรโดยทั่วไป และความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรต่อผู้เกี่ยวข้อง รายละเอียด ดังนี้

1. ความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรโดยทั่วไป

อภิรักษ์ หลักชัยกุล (2559) กล่าวว่า การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมการเกษตร เนื่องจาก การวิเคราะห์สถานการณ์จะทำให้ทราบถึงทิศทางในการดำเนินการต่าง ๆ ว่ามีความเป็นไปได้แค่ไหน ทำไปแล้วจะได้ผลผลิต ได้ผลกำไรหรือไม่อย่างไร หากทำไปแล้วเกิดปัญหาจะแก้ไขโดยวิธีการใดบ้าง แล้วหากสถานการณ์เปลี่ยนไปเราต้องทำอะไรต่อไป การวิเคราะห์สถานการณ์จึงมีความสำคัญ ดังนี้

1.1 เป็นเครื่องมือสำหรับการวางแผนเป้าหมายของกิจกรรมที่จะดำเนินการผลิตในอนาคต

1.2 เป็นการประเมินสถานการณ์ในการผลิตในมิติต่าง ๆ และจัดทำเป็นแผน โดยวางแผนให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เหมาะสมในการผลิตและการตลาด

1.2.1 มิติแรงงาน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในกรณีที่ต้องใช้แรงงานมากกว่าภาวะปกติ เช่น ช่วงปลูกและเก็บเกี่ยว ต้องมีแผนสำรองเรื่องแรงงานว่าจะหาได้จากแหล่งใด หรือใช้เครื่องจักรกลทดแทนได้หรือไม่

1.2.2 มิติด้านเงินทุน ต้องมีแผนสำรองกรณีที่เกิดสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด เช่น ฝนตกหนัก ทำให้น้ำท่วมแปลงปลูกอาจต้องใช้เครื่องสูบน้ำและต้องจัดหาน้ำมันและแรงงานเพิ่มเติม จึงต้องมีแผนสำรองด้านการเงิน

1.2.3 มิติด้านการตลาด ต้องมีแผนสำรองกรณีที่ผลผลิตล้นตลาดจนคู่ค้าปกติไม่สามารถรับปริมาณผลผลิตที่เกินความต้องการได้ อาจจะต้องหาตลาดเพิ่มเติมจากคู่เจรจาเดิม หรือวางแผนล่วงหน้าในกรณีที่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ เช่น พืชไร่ ข้าว ที่ต้องหาสถานที่เก็บรักษาเพื่อรอการระบาย หรืออาจจะต้องมีแผนการแปรรูปเพื่อลดความเสียหายที่เกิดขึ้น

1.3 เป็นการวางแผนเพื่อป้องกัน ลดความเสี่ยง และแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2. ความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรต่อผู้เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรมีความสำคัญต่อผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรมีความสำคัญต่อเกษตรกร

2.1.1 เกษตรกรสามารถใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์เพื่อตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เช่น พืชที่จะปลูก สัตว์ที่จะเลี้ยง วิธีการผลิต การตลาด การลงทุน ฯลฯ ข้อมูลที่ถูกต้องจะช่วยให้เกษตรกรเลือกแนวทางที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ สภาพอากาศ ทรัพยากรที่มีอยู่ และความต้องการของตลาด ซึ่งจะเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จได้มากขึ้น และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นให้ลดลงได้

2.1.2 ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ทำให้รู้จุดอ่อนและปัญหาในกระบวนการผลิต เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร เพื่อช่วยลดต้นทุนและเพิ่มปริมาณผลผลิตได้

2.1.3 ช่วยเพิ่มรายได้ การวิเคราะห์ตลาดสามารถช่วยให้เกษตรกรทราบถึงความต้องการของตลาด แนวโน้มราคาสินค้าเกษตร ช่องทางการจำหน่าย ฯลฯ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เกษตรกรสามารถวางแผนการผลิต และการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรมีความสำคัญต่อภาครัฐ

2.2.1 ช่วยลดความเสี่ยงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น ธนาคาร บริษัทปุ๋ย และยาฆ่าแมลง supplying stores โรงงานแปรรูปสินค้าเกษตร ฯลฯ สามารถใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์เพื่อประเมินความเสี่ยงของธุรกิจ ตัดสินใจลงทุนวางแผนกลยุทธ์ ฯลฯ

2.2.2 ช่วยหาโอกาส ทราบถึงความต้องการของตลาด เทรนด์สินค้าเกษตร ช่องทางการจัดจำหน่าย พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ และการขยายตลาด ฯลฯ

2.3 การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรมีความสำคัญต่อภาครัฐ

2.3.1 เพื่อวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจ กำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมการเกษตรที่ตรงกับความต้องการของเกษตรกร สอดคล้องกับสภาพการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 ช่วยแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกษตรกรเผชิญ หาแนวทางแก้ไข พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และสนับสนุนเทคโนโลยีตามความเหมาะสม

สรุป

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรช่วยให้ทั้งเกษตรกร นักธุรกิจ และหน่วยงานภาครัฐ ทราบถึงสถานการณ์ในปัจจุบัน และแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต สามารถปรับตัวเตรียมความพร้อม และหาแนวทางการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที อย่างไรก็ตาม นักส่งเสริมการเกษตรสามารถนำผลจากการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร มาปรับใช้กับการทำงาน โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เกษตรกรได้มีการวางแผนทั้งด้านการผลิต และการตลาดได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม

ตอนที่ 1.2 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตร

จากตอนที่แล้วการสร้างความรู้ความเข้าใจในความหมายและความสำคัญของการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรทำให้สามารถจำแนก แยกแยะ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ด้านการเกษตร เพื่อหาส่วนประกอบ องค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเหล่านั้น เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในด้านการเกษตร สามารถหาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลอธิบายได้ และมีแนวทางในการรับมือกับสิ่งที่เกิดและกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตรที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นข้อมูลที่จะใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร ประกอบด้วย ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต และปัจจัยด้านผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เรื่องที่ 1.2.1 ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ

สถานการณ์ ปัญหา และแนวโน้มในการผลิต และการตลาดของสินค้าเกษตรในระดับโลก และระดับประเทศ เป็นการรวบรวมข้อมูลในแต่ละสินค้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ จัดประเภท จัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อทราบสถานการณ์ที่กำลังประสออยู่ในปัจจุบัน พร้อมทั้งคาดคะเนแนวโน้มจากข้อมูลที่มีอยู่ว่าจะเป็นอย่างไรมาก่อนในอนาคต สาเหตุที่ต้องนำข้อมูลในระดับโลก มาประกอบการวิเคราะห์ เนื่องจากสินค้าเกษตรในประเทศจะถูกกำหนดตามสภาพความเป็นไปของโลก ทั้งเรื่องของความต้องการในตลาดโลก เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระดับโลกส่งผลกระทบด้านการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร (2556) ระบุว่า ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตร ประกอบด้วย สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในระดับโลก สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงภายในประเทศ และแนวโน้มสถานการณ์ในอนาคต ดังต่อไปนี้

1. สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในระดับโลก

ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในระดับโลก มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตร ดังนี้

1.1 กฎ กติกาใหม่ของโลก จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ และวิกฤตเศรษฐกิจที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบในการบริหารจัดการเศรษฐกิจโลก ทั้งด้านการลงทุน การเงิน สิ่งแวดล้อม และสังคม เช่น มาตรการทางการค้าในรูปแบบที่ไม่ใช่ภาษี การเปิดเสรีทางการค้า

ในลักษณะต่าง ๆ เรื่องของทรัพย์สินทางปัญญา กฎระเบียบที่เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาส่งแวดล้อม และการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เรื่องของสิทธิเด็ก สตรี และคนพิการ เป็นต้น

1.2 การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลกแบบหลายศูนย์กลาง เป็นการถ่ายเทอำนาจทางเศรษฐกิจจากภูมิภาคตะวันตกมายังเอเชีย และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก

1.3 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของโลก ส่งผลให้เกิดการย้ายถิ่นของแรงงานข้ามชาติ โครงสร้างการผลิตเปลี่ยนจากการใช้แรงงานมาเป็นการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยี ทำให้ต้องพัฒนาคนควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยี

1.4 การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศโลก อุณหภูมิโลกที่สูงขึ้น การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงและบ่อยครั้ง ภูมิอากาศและฤดูกาลเปลี่ยนแปลง ปริมาณน้ำที่กักเก็บลดลงและขาดแคลน ส่งผลต่อระบบการผลิตทางการเกษตร รวมถึงการระบาดของศัตรูพืช ปศุสัตว์ และประมง ทำให้กระทบต่อความมั่นคงทางอาหาร และความต้องการใช้พลังงานที่มากขึ้น

1.5 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เช่น การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาพลังงานจากพืช การพัฒนาสินค้าสุขภาพ

2. สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงภายในประเทศ

ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงภายในประเทศ มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตร ดังนี้

2.1 ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศเสื่อมโทรม ถูกทำลาย และพื้นที่ทางการเกษตรและแรงงานภาคเกษตรมีแนวโน้มลดลง มีผลต่อการผลิตสินค้าเกษตรในอนาคตที่อาจต้องนำเทคโนโลยีหรือวิธีการที่เหมาะสมมาใช้ในภาคการเกษตร

2.2 โครงสร้างและการเจริญเติบโตของภาคเกษตร มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP : gross domestic product) ภาคเกษตรมีการเติบโตในอัตราที่ต่ำกว่าภาคอุตสาหกรรมและบริการ ภาคเกษตรต้องพึ่งพาตลาดต่างประเทศและต้องรับความเสี่ยงจากตลาดโลกที่มีความผันผวน อัตราการเจริญเติบโตของภาคเกษตรค่อนข้างที่จะมีความผันผวน เนื่องจากการผลิตต้องอาศัยปัจจัยทางธรรมชาติ ภาคเกษตรเริ่มประสบกับปัญหาเชิงโครงสร้างคือ การเพิ่มพื้นที่การเกษตรถึงจุดอิ่มตัว แรงงานภาคเกษตรมีอายุสูงขึ้นและมีจำนวนลดลง ทักษะในการผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่ยังเป็นแบบดั้งเดิม

2.3 ทรัพยากรทางการเกษตร ทรัพยากรดินมีความเสื่อมโทรมมากขึ้น ปริมาณน้ำที่สามารถกักเก็บ และใช้งานได้ในเขื่อนและอ่างเก็บน้ำทั่วประเทศไม่เพียงพอต่อความต้องการ

2.4 การบริหารจัดการภาคการเกษตร ได้แก่ การจัดตั้งสภาเกษตรกร การพัฒนาระบบสวัสดิการเกษตรกร การพัฒนาด้านตลาดและโลจิสติกส์ ระบบควบคุมคุณภาพสินค้าเกษตร ตามมาตรฐานสากล รวมไปถึง นโยบายและมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐในการให้ความช่วยเหลือเกษตรกร

2.5 สภาวะภัยธรรมชาติที่รุนแรงขึ้น เนื่องจากสภาวะโลกร้อน มีช่วงความยาวของฤดูแล้งยาวนานขึ้น ปริมาณวันที่มีฝนตกต่อปีลดลง ทำให้เกิดภาวะภัยแล้งยาวนานขึ้น ส่งผลกระทบต่อการวางแผนปลูกพืชตามฤดูกาลปกติทำให้ฤดูกาลผลิตเปลี่ยนไป ฝนตกไม่ตรงตามฤดูกาลปกติ อาจมีปริมาณน้ำฝนมากกว่าปกติ อาจเกิดภาวะอุทกภัยแบบฉับพลันทำให้พื้นที่การเกษตรเสียหาย

2.6 สถานการณ์ทางการเมือง อาจมีผลกระทบกับเกษตรกร ในด้านการตลาดมากที่สุด โดยเฉพาะคู่เจรจาทางการค้าที่ให้ความสำคัญกับระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย อาจทำให้โควตาการเจรจาการค้าระหว่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงเป้าหมาย และปริมาณสินค้า ทำให้ผลผลิตโดยรวมภายในประเทศเหลือจากการจำหน่ายกับคู่เจรจา มีผลกระทบต่อราคาจำหน่ายในประเทศ รวมถึงราคาที่เกษตรกรจำหน่ายได้ลดลงทำให้ได้กำไรลดลงหรืออาจขาดทุนได้ และอาจรุนแรงถึงเกษตรกรไม่สามารถขายสินค้าเกษตรจากฟาร์มได้ กรณีดังกล่าวอาจมีผลกระทบได้ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

3. แนวโน้มสถานการณ์ในอนาคต

ปัจจัยที่เกิดจากแนวโน้มสถานการณ์ในอนาคต มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตร ดังนี้

3.1 ด้านเศรษฐกิจ ภาวะเศรษฐกิจของโลกมีผลกระทบต่อเกษตรกรรุนแรงมากขึ้น การแข่งขันในระบบเศรษฐกิจและการค้าโลกมีการกำหนดมาตรการใหม่ ๆ เพื่อช่วงชิงตลาดและกีดกันทางการค้ามากขึ้น การปรับเปลี่ยนเป็นระบบเศรษฐกิจแบบสร้างมูลค่าเพิ่ม (new value creation economy) และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (creative economy) สถานการณ์พลังงานส่งผลทั้งทางบวกและทางลบต่อภาคเกษตร สัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ (GDP)

3.2 ด้านสินค้าเกษตร ผู้บริโภคมีความต้องการและเรียกร้องมากขึ้น สินค้าเกษตรถูกกำหนดคุณภาพ และมาตรฐานด้านต่าง ๆ มากขึ้น สินค้าเกษตรถูกตรวจสอบ ควบคุม กีดกันด้วยวิธีการต่าง ๆ สินค้าเพื่อสุขภาพเป็นที่ต้องการมากขึ้น มีความแตกต่างหลากหลาย เฉพาะเจาะจงกับลูกค้า และสินค้าที่มุ่งเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (niche market) การแข่งขันของสินค้าเกษตรในด้านราคา และคุณภาพจากประเทศที่มีศักยภาพเช่น จีน อินเดีย กัมพูชา ฯลฯ มีความรุนแรงขึ้น ความสมดุลของการผลิตพืชอาหารและพืชพลังงานเป็นเรื่องที่ต้องคำนึงถึง

3.3 ด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม โลกเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีชีวภาพ เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการเกษตร สินค้าอาหารจะถูกผลิตด้วยระบบอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านอาหารเสริมหรืออาหารที่ทำให้อายุยืน (สมุนไพร/พืชที่หายาก) มีมากขึ้นเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น และอย่างรวดเร็วซึ่งมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนในสังคมรวมถึงเกษตรกร ทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญา มีความสำคัญมากขึ้น

3.4 ด้านสังคม คนจำนวนมากอยู่ในภาคเกษตร ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนไทย การพัฒนาที่มุ่งเน้นหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การพึ่งพาตนเองและความยั่งยืน รวมถึงการให้ความสำคัญกับความสุขมวลรวมภายในประเทศ (gross domestic happiness : GDH) รูปแบบของสังคมเป็นสังคมข้อมูลข่าวสารและองค์ความรู้ ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น ประชากรภาคเกษตร

ลดลง คนชราเพิ่มมากขึ้น การเคลื่อนย้ายแรงงานภาคเกษตรเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการ อันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนของรายได้จากภาคเกษตร ความปลอดภัยด้านอาหาร (food safety) จัดเป็นปัญหาสำคัญ

3.5 ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงรุนแรง ความแปรปรวนของดินฟ้าอากาศและภัยธรรมชาติส่งผลรุนแรงมากยิ่งขึ้น ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรลดลงและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทรัพยากรมีน้อยลงและต้องแย่งชิงกันมากขึ้น รวมถึงการครอบครองที่ดินของนายทุนและชาวต่างชาติ

3.6 ด้านการบริหารและการปกครอง การปรับเปลี่ยนระบบการบริหารราชการและการให้บริการของภาครัฐ การบริหารราชการส่วนท้องถิ่น เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และการบริหารราชการส่วนภูมิภาค เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด มีบทบาทมากขึ้นและเป็นเจ้าภาพหลัก ในการส่งเสริมพัฒนาและให้บริการต่าง ๆ ในระดับพื้นที่การพัฒนาการเกษตรมีหน่วยงานอื่นเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น รวมถึงสถาบันการศึกษา องค์การนอกภาครัฐ และภาคเอกชน

สรุป

ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งการเปลี่ยนแปลงในระดับโลก ระดับประเทศ และแนวโน้มสถานการณ์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต มีความเชื่อมโยง สัมพันธ์กัน เนื่องจาก การตั้งกฎระเบียบ และเงื่อนไขต่าง ๆ ล้วนมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง ภาวะสงครามที่เกิดขึ้น รวมถึงสภาพสังคมที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่ผู้เรียนจำเป็นต้องศึกษา ทำความเข้าใจ เพื่อสามารถนำไปปรับใช้กับการทำงาน อย่างไรก็ตาม อีกปัจจัยสำคัญที่ควรนำมาวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรคือ ปัจจัยด้านการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มีแนวทางการพัฒนาด้านการเกษตรโดยใช้ ตลาดนำการผลิต ดังนั้น ในลำดับถัดไปจะกล่าวถึง ปัจจัยด้านการตลาด เพื่อให้ผู้เรียนได้ศึกษา ทำความเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

เรื่องที่ 1.2.2 ปัจจัยด้านการตลาด

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งระดับโลก ในประเทศ และแนวโน้มสถานการณ์ในอนาคตนั้น ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ และความเชื่อมโยงในระดับต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสถานการณ์ด้านการเกษตร ซึ่งในเรื่องที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นปัจจัยด้านการตลาด จะทำให้ผู้เรียนเข้าใจลักษณะของตลาด และทำการผลิตตามที่ตลาดต้องการเป็นการลดความเสี่ยง และสร้างโอกาสในการแข่งขัน การวิเคราะห์ตลาด ผู้เรียนจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็น พื้นฐานในการวิเคราะห์

ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อสถานการณ์สินค้าเกษตร มีดังนี้

1. ขนาดและแนวโน้มของตลาด การกำหนดขนาดตลาดมีแหล่งที่มาข้อมูล เช่น ข้อมูลภาครัฐ สมาคมการค้า ข้อมูลทางการเงินจากผู้เล่นรายใหญ่ แบบสำรวจลูกค้า เป็นต้น ซึ่งสิ่งสำคัญของการประเมินขนาดของตลาด คือ ข้อมูลจำนวนลูกค้าหรือกลุ่มลูกค้า ข้อมูลตลาดเป้าหมาย รวมถึงข้อมูลของคู่แข่ง ลูกค้า และผลิตภัณฑ์ ส่วนแนวโน้มของตลาดสามารถศึกษาจากสถิติข้อมูลปริมาณการผลิตของประเทศ ปริมาณความต้องการบริโภคทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงมูลค่าของผลผลิตในตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ ควบคู่กับพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. อัตราการเติบโตและแนวโน้มของตลาด เป็นการเคลื่อนไหวขึ้นหรือลงของตลาดในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งขึ้นกับข้อมูลตัวเลขลูกค้า หรือกลุ่มลูกค้าด้วย

3. ความสามารถในการทำกำไรในตลาด กรอบที่เป็นประโยชน์สำหรับการประเมินความน่าสนใจของอุตสาหกรรมหรือตลาด กรอบนี้เรียกว่า Porter five forces analysis ของ Michael Porter ได้ระบุปัจจัย 5 ประการ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำกำไรของตลาด ได้แก่ อำนาจของผู้ซื้อ อำนาจซัพพลายเออร์ อุปสรรคในการนำเข้า การคุกคามของผลิตภัณฑ์ทดแทน การแข่งขันระหว่างบริษัทต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย ในการวิเคราะห์ตลาดควรมีการตรวจสอบด้านต่อไปนี้

- 4.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มี ทำให้สามารถอธิบายได้ว่าตรงกับลูกค้าอย่างไร

- 4.2 แนวโน้มและช่องทางใหม่ ๆ สามารถให้โอกาสในการพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน

- 4.3 โครงสร้างอำนาจของช่องทาง ในกรณีของผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าเพียงเล็กน้อย ผู้ค้าปลีกมีอำนาจในการต่อรองกับผู้ผลิตและสามารถจับกำไรได้มากขึ้น

สรุป

ปัจจัยด้านการตลาดมีส่วนสำคัญในการผลิตสินค้าเกษตร ซึ่งลูกค้าจะเป็นผู้ที่กำหนดปริมาณความต้องการสินค้าในแต่ละชนิด ตลอดจนถึงคุณภาพและมาตรฐานที่ต้องการแต่ละกลุ่มลูกค้า การวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดนั้นส่วนใหญ่นิยมดูจากสถิติย้อนหลังถ้าข้อมูลการผลิต และการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น คาดการณ์ได้ว่าพีชชีนนั้นแนวโน้มของตลาดเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม สินค้าทุกประเภทย่อมมีผู้ประกอบการมากกว่า 1 รายเสมอ ดังนั้นเพื่อให้ได้เปรียบในด้านการตลาด จึงต้องมี

การศึกษาและประเมินคู่แข่ง ได้แก่ ส่วนแบ่งของตลาด จำนวนคู่แข่ง ลักษณะสินค้า และจุดแข็งจุดอ่อนที่สำคัญของคู่แข่งด้วย

เรื่องที่ 1.2.3 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพทางการผลิตพืช หากเกษตรกรเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทำให้สามารถวิเคราะห์ และตัดสินใจในการผลิตพืชได้ เนื้อหาที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ประกอบด้วย ดินและสภาพภูมิประเทศ แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร สภาพภูมิอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รายละเอียด ดังนี้

1. ดินและสภาพภูมิประเทศ

กรมส่งเสริมการเกษตร (2556) ได้รายงานข้อมูลเกี่ยวกับดินและสภาพภูมิประเทศ ที่มีผลต่อภาคการเกษตร ดังนี้

1.1 ดิน เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญทางการเกษตร เนื่องจากเป็นแหล่งอาหารของพืช ผลผลิตของพืชขึ้นอยู่กับคุณภาพของดิน ได้แก่

1.1.1 ความอุดมสมบูรณ์ของดิน บอกถึงปริมาณธาตุอาหารในดินที่มี

1.1.2 คุณสมบัติทางกายภาพของดิน เช่น ความโปร่งร่วนซุย มีการถ่ายเทอากาศ และระบายน้ำในดินได้ดี

1.1.3 คุณสมบัติทางเคมี เช่น ความเป็นกรด - ด่าง ความเค็มของดิน หรือสารพิษต่าง ๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดูดน้ำ และธาตุอาหารของรากพืช

1.1.4 คุณสมบัติทางชีวภาพของดิน เป็นคุณสมบัติของดินที่มีสิ่งมีชีวิตที่เป็นประโยชน์อยู่ในดิน เช่น พืชตระกูลถั่วจะเติบโตได้ดีเมื่อมีไรโซเบียม มาช่วยจับไนโตรเจนจากอากาศให้มาอยู่ในรูปที่พืชใช้ประโยชน์ได้ เป็นต้น

1.2 สภาพภูมิประเทศ สามารถแบ่งออกได้เป็น

1.2.1 ที่สูง เป็นพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลตั้งแต่ 700 เมตรขึ้นไป มีสภาพอากาศหนาวเย็นตลอดปี เหมาะสำหรับปลูกลิ้นจี่ ลำไย เชอร์รี่ ท้อ ไม้ดอกไม้ประดับ และพืชผักเมืองหนาว

1.2.2 ที่ดอน ในพื้นที่ที่อาศัยน้ำฝน เกษตรกรจะปลูกข้าวโพด ข้าวฟ่าง มันสำปะหลัง ถั่วเขียว ปอ และข้าวไร่ ส่วนในพื้นที่ที่สามารถเก็บกักน้ำได้ เกษตรกรจะทำนาและสำหรับในพื้นที่ที่มีปริมาณฝนน้อย เกษตรกรจะเลี้ยงสัตว์ และปลูกไม้ผลที่ทนต่อสภาพแห้งแล้งได้ดี ได้แก่ มะม่วงแก้ว มะม่วงหิมพานต์ มะขามหวาน เป็นต้น

1.2.3 ที่ราบลุ่ม เหมาะสมสำหรับการทำนาโดยเฉพาะในเขตชลประทานดินค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ มีน้ำเพียงพอ สามารถปลูกข้าวได้ปีละ 2 ครั้งขึ้นไป บางพื้นที่เกษตรกรจะปรับเปลี่ยนสภาพนาเป็นร่องสวน เพื่อใช้ปลูกพืชผัก ไม้ผล และไม้ยืนต้น

2. แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร

น้ำเป็นวัตถุดิบสำคัญต่อการสังเคราะห์แสงและการเจริญเติบโตของพืชเป็นตัวทำละลายสารอาหารและเกลือแร่ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในดิน ช่วยให้รากดูดซึมและลำเลียงไปยังส่วนต่าง ๆ ของพืช เช่น ลำต้น กิ่ง ก้าน และใบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อเยื่อที่กำลังเจริญเติบโต ถ้าขาดน้ำก็จะทำให้เซลล์ยืดยาวไม่เต็มที่ ต้นจะแคระแกร็น และถ้าขาดน้ำหนักมาก ๆ พืชจะเหี่ยวและเฉาตายในที่สุด

2.1 น้ำต้นทุน

กรมชลประทาน (2566) ระบุว่า ทรัพยากรน้ำของประเทศที่นำมาจัดสรรใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งอุปโภค บริโภค การทำเกษตร อุตสาหกรรม และรักษาระบบนิเวศ เรียกว่า น้ำต้นทุน ผลการศึกษาระบุว่า การผลิตของเกษตรกรในเขตชลประทานจะมีความมั่นคงสูงกว่าเกษตรกรนอกเขตชลประทาน ซึ่งชี้ให้เห็นว่า หากเข้าถึงแหล่งน้ำ ให้มีเพียงพอต่อการผลิตพืช จะช่วยให้เกษตรกรสามารถทำการเกษตรได้มากขึ้น ส่งผลให้รายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้น

2.2 แหล่งน้ำ

จีระพร จิตบำรุง (2544) กล่าวว่า แหล่งน้ำที่มีผลต่อภาคการเกษตร แบ่งเป็น

1) แหล่งน้ำตามธรรมชาติ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ มีทั้งน้ำบนดินหรือน้ำผิวดิน น้ำใต้ดิน และน้ำในอากาศ

2) แหล่งน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ บ่อน้ำ อ่างเก็บน้ำ เขื่อน เป็นต้น

2.3 ปริมาณน้ำ

นิพนธ์ พัวพงศกร และคณะ (2563) กล่าวว่า ความต้องการใช้น้ำในภาคการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 70 - 75 ของความต้องการน้ำทั้งหมด ซึ่งนับเป็นปริมาณที่มาก เมื่อเทียบกับปริมาณน้ำที่ใช้ในภาคอุปโภค บริโภค และภาคธุรกิจ ซึ่งมีปริมาณใช้น้ำน้อยกว่าร้อยละ 4

3. สภาพภูมิอากาศและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

3.1 สภาพภูมิอากาศ BCC NEW Thailand (2020) ระบุว่า นักวิทยาศาสตร์ได้เฝ้าสังเกตความเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิโดยเฉลี่ย เพื่อให้ทราบแนวโน้มในระยะยาวว่าภูมิอากาศโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ซึ่งพบว่า แนวโน้มในปัจจุบันอุณหภูมิโลกกำลังร้อนขึ้น และกำลังส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตที่อยู่บนโลก ทำให้เกิดสภาพอากาศรุนแรงสุดขีด น้ำแข็งในทะเลละลาย และระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น

3.2 อุณหภูมิ Plookphak (1999) ระบุว่า อุณหภูมิมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของพืชทั้งทางตรงและทางอ้อม เมื่ออุณหภูมิสูงขึ้นทำให้อินทรีนอยด์ในใบพืช ช่วยเพิ่มสารละลายของแร่ธาตุต่าง ๆ อัตราการเจริญเติบโตของพืชจะเพิ่มขึ้น การหายใจของพืชมีมากทำลายกลีสรสของพืช การสะสมอาหารแป้งหรือน้ำตาลของพืชและสัตว์ลดลง เกิดการระบาดของแมลงมากขึ้น ทำให้แมลงเข้าทำลายพืชมากขึ้น ในขณะที่อุณหภูมิต่ำจะช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตของพืช ช่วยในการงอกของเมล็ดและการออกดอกของพืช แต่จะทำให้พืชอ่อนแอ ติดโรคได้ง่าย โดยเฉพาะเมื่อเย็นเกินไป

3.3 ปริมาณน้ำฝน วิลาสลักษณ์ ว่องไว และคณะ (2555) กล่าวว่า การเกษตรในเขตน้ำฝนซึ่งมีพื้นที่กว่าร้อยละ 80 ของพื้นที่การเกษตรภาคเหนือตอนบนอาจจะได้รับผลกระทบในเชิงลบและปรับตัวไม่ทัน ระบบการปลูกพืชของภาคเหนือตอนบนที่ต้องพึ่งพิงน้ำฝนจะมีความคล้ายคลึงหรือแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจ - สังคม และการตัดสินใจเลือกพืชปลูกของ

เกษตรกร ซึ่งการเลือกชนิดพืชไร่เศรษฐกิจที่สามารถใช้ประโยชน์จากความยาวนานฤดูฝนได้เต็มที่ เช่นรูปแบบการปลูกพืชตามหรือต่อเนื่อง (sequential cropping) จำเป็นต้องทราบรูปแบบการตก และการกระจายของฝนในท้องถิ่นก่อน จึงวางแผนการปลูกให้เหมาะสมได้

3.4 แสงแดด Plookphak (1999) ระบุว่า แสงแดดมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของ พืชและสัตว์ โดยเฉพาะความเข้มของแสง (Solar radiation intensity) แสงที่มีความเข้มน้อยจะทำให้ พืชเจริญทางใบ ส่วนแสงที่มีความเข้มมากทำให้พืชเจริญทางผล นอกจากนี้ การออกดอกของพืชขึ้นอยู่กับ ความยาวนานของวัน และความเข้มของแสงแดดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่าง

3.5 ความชื้นสัมพัทธ์ (RH) Marshydro (ม.ป.ป.) ระบุว่า พืชต้องการอุณหภูมิและ ค่าความชื้นสัมพัทธ์แตกต่างกัน ในช่วงเพาะเมล็ด - เพาะกล้า และกิ่งชำ (seedling and clones) ต้องการอุณหภูมิประมาณ 24-26°C ความชื้นสัมพัทธ์ประมาณ 60-70% เนื่องจากในช่วงอายุนี้ต้นไม้ เราจะยังมีรากน้อย ความชื้นในอากาศที่สูงจะช่วยให้ต้นไม้ของเราดูดซึมน้ำทางใบได้มากขึ้น ช่วงระยะ เจริญเติบโตทางใบ (vegetative) อุณหภูมิและความชื้นยังคงเหมือนกับช่วง seedling แต่ในช่วงกลาง และท้ายควรค่อย ๆ ลดความชื้นสัมพัทธ์ และอุณหภูมิลงอย่างช้า ๆ เพื่อเป็นการเตรียมต้นเข้าสู่ช่วง การสร้างดอก (flowering) ซึ่งเป็นช่วงที่การควบคุมความชื้นสัมพัทธ์ และอุณหภูมิสำคัญมาก ควรลด อุณหภูมิลงมาอยู่ที่ประมาณ 22 - 24°C ความชื้นสัมพัทธ์ไม่เกิน 55%

3.6 ลมและความเร็วลม กุลวดี สุทธาวาส (ม.ป.ป.) กล่าวว่า พืชจะเจริญเติบโตดีที่สุด เมื่อลมมีความเร็วต่ำกว่า 1 เมตรต่อวินาที หรือประมาณ 4 กิโลเมตรต่อชั่วโมง (ลมเบา) ลมที่มีความเร็ว 5 เมตรต่อวินาที หรือประมาณ 18 กิโลเมตรต่อชั่วโมง (ลมเฉื่อย) จะทำให้พืชชงกการ เจริญเติบโตและเป็นอุปสรรคต่อการพ่นยากำจัดโรคและแมลง หากลมมีความเร็วเกินกว่า 8 เมตร ต่อวินาที หรือประมาณ 28 กิโลเมตรต่อชั่วโมง (ลมปานกลาง) จะทำลายผิวดิน และหากความเร็วของ ลมเพิ่มมากขึ้น จนถึงพายุและจะทำให้ต้นไม้สิ่งก่อสร้างหักพังเสียหาย

3.7 การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

3.7.1 สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ คณะกรรมการระหว่างรัฐบาล ว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ (2564) ระบุว่า เชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น ถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซ ล้วนเป็นปัจจัยเร่งให้เกิดภาวะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก ซึ่งสาเหตุของการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ได้แก่

1) การผลิตพลังงานไฟฟ้า และพลังงานความร้อนโดยการเผาไหม้เชื้อเพลิง ฟอสซิล ความต้องการใช้พลังงานในอาคารบ้านเรือน อาคารพาณิชย์และอาคารที่พักอาศัยใช้พลังงาน ไฟฟ้ามากกว่าครึ่งหนึ่งของพลังงานที่ใช้ทั่วโลก ก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมาก

2) กิจกรรมในภาคการผลิตและอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่มาจากการเผาไหม้ เชื้อเพลิงฟอสซิล เพื่อให้ได้พลังงานสำหรับการผลิตสินค้าต่าง ๆ เช่น ปูนซีเมนต์ เหล็ก โลหะ อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ พลาสติก เสื้อผ้า และอื่น ๆ การทำเหมืองแร่และอุตสาหกรรมอื่น ๆ รวมถึง อุตสาหกรรมก่อสร้าง

3) การคมนาคมขนส่ง รถยนต์ รถบรรทุก เรือ และเครื่องบินส่วนใหญ่ ขับเคลื่อนด้วยพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล เป็นสาเหตุหลักของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะอย่างยิ่งก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์

4) การผลิตอาหาร ทำให้เกิดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ก๊าซมีเทน และก๊าซเรือนกระจกอื่น ๆ กิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหารก็เช่นกัน เช่น การตัดไม้ทำลายป่า และแผ้วถางที่ดินเพื่อทำการเกษตรและทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ กระบวนการย่อยอาหารของวัวและแกะ การผลิตและการใช้ปุ๋ยและมูลสัตว์การใช้พลังงานสำหรับเครื่องมือทางการเกษตร และเรือประมง ส่วนใหญ่มักใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์อาหารและการกระจายสินค้าอาหารก็ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกเช่นกัน

5) การบริโภคที่มากเกินไป การเดินทางสิ่งที่รับประทานและทิ้งทั้งหมด ล้วนมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่นเดียวกับการบริโภคสินค้าต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ และพลาสติก รูปแบบการใช้ชีวิตของเราก็มีผลกระทบอย่างมหาศาลต่อโลก

3.7.2 ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อภาคการเกษตร สหประชาชาติ ประเทศไทย (2565) ระบุว่า เมื่อความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกเพิ่มสูงขึ้น อุณหภูมิพื้นผิวของโลก ก็จะเพิ่มสูงตามไปด้วยเช่นกัน ส่งผลต่อปริมาณฝน โดยทำให้เกิดพายุที่รุนแรงขึ้นและถี่ขึ้น เกิดน้ำท่วม ดินถล่ม สร้างความเสียหายแก่บ้านเรือนและชุมชน ในขณะที่หลายภูมิภาคเริ่มขาดแคลนน้ำ ความแห้งแล้ง จะยิ่งทำให้พายุฝุ่นและพายุทรายรุนแรงมากขึ้นจนอาจพัดพาทรายปริมาณหลายพันตันข้ามทวีปได้ ทะเลทรายที่ขยายตัวทำให้พื้นที่ในการเพาะปลูกลดลง น้ำดื่ม น้ำใช้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต ขาดแคลนอาหาร และปัญหาสุขภาพต่าง ๆ น้ำทะเลร้อนและสูงขึ้น มหาสมุทรต้องดูดซับความร้อน ส่วนใหญ่อันเกิดจากภาวะโลกร้อน ส่งผลให้น้ำแข็งละลายและระดับน้ำทะเลสูงขึ้น ซึ่งถือเป็นภัยต่อ ชุมชนริมชายฝั่งและบนเกาะต่าง ๆ นอกจากความร้อน มหาสมุทรยังต้องดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ไม่ให้ขึ้นไปบนชั้นบรรยากาศ จนทำให้น้ำทะเลเป็นกรดและเป็นอันตรายต่อสัตว์ทะเล และความอยู่รอด ของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ

ชัยสิทธิ์ อนุชิตวรวงศ์ และคณะ (2558) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศที่เกิดจากภาวะ โลกร้อนในขณะนี้ เริ่มส่งผลกระทบรุนแรงต่อผลผลิตอาหารทั่วโลก สำหรับประเทศไทย พบว่า ความแปรปรวนของภูมิอากาศจะมีผลกระทบรุนแรงต่อพืชผลการเกษตรที่สำคัญหลายชนิด โดยเฉพาะข้าว ข้าวโพด อ้อย การเลี้ยงสัตว์ และประมง เช่น ภาวะน้ำท่วมภาวะฝนแล้ง อุณหภูมิที่สูงขึ้น โดยเฉพาะ อุณหภูมิตอนกลางคืนในช่วงที่ข้าวกำลังออกดอกจะกระทบกระบวนการสังเคราะห์แสงของข้าวทำให้ ผลผลิตข้าวลดลง สำหรับภาวะฝนแล้งในประเทศไทยส่วนใหญ่เกิดจากปรากฏการณ์เอลนีโญ (ฝนแล้ง) ซึ่งเกิดขึ้นสลับกับลานีญา (ฝนชุก) ดัชนีวัดปรากฏการณ์ทั้งสองที่เรียกว่า ดัชนี ENSO ซึ่ง TDMI ได้นำสถิติดังกล่าว มาหาความสัมพันธ์กับค่าความผิดปกติของผลผลิตเกษตร (Yield Anomaly) แล้วพบว่า เมื่อไรที่มีภาวะฝนแล้งผลผลิตเกษตรที่สำคัญของไทยและเอเชียโดยเฉพาะข้าวโพดจะลดลงมากที่สุด รองลงมาคือ อ้อยและข้าว และได้ใช้แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ศึกษาพฤติกรรมमतตอบสนองของ เกษตรกร เมื่อเกิดภาวะน้ำแล้งรุนแรง (Extreme Drought) และภาวะน้ำท่วมรุนแรง (Extreme Flood) บริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา พบว่า หากอุณหภูมิสูงขึ้นและมีจำนวนวันที่ฝนตกน้อยลง พื้นที่การผลิต และผลผลิตต่อไร่จะลดลงอย่างชัดเจน ในทางกลับกันหากปริมาณน้ำชลประทานเพื่อการเกษตร ณ ต้นฤดูแล้งมีมาก พื้นที่ปลูกข้าวและอ้อยรวมถึงผลผลิตต่อไร่ในฤดูแล้งจะเพิ่มมากขึ้นด้วย

สรุป

สภาพภูมิอากาศ เช่น อุณหภูมิ ปริมาณน้ำฝน แสงแดด ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการเจริญเติบโตของพืช ซึ่งพืชแต่ละชนิดมีความต้องการที่แตกต่างกันไป จากการเร่งกำลังการผลิตโดยไม่ได้นิ่งถึงผลกระทบที่ตามมา ซึ่งผลกระทบต่อโอโซนในบรรยากาศ รวมทั้งการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในการผลิตและการขนส่ง ส่งผลให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มสูงขึ้นในชั้นบรรยากาศ ทำให้สภาพอากาศมีความแปรปรวน อุณหภูมิของโลกสูงขึ้น และเกิดภาวะโลกร้อนตามมา สภาพดังกล่าวมีผลกระทบต่อการผลิตในภาคการเกษตร เช่น ปัญหาการขาดแคลนน้ำ อ่างเก็บน้ำแห้ง ผลผลิตลดลง เกิดศัตรูพืชระบาดในวงกว้างยากต่อการควบคุม เมื่อสภาพแวดล้อมเปลี่ยนจะส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร และเมื่อเกิดวิกฤติด้านผลผลิตทางการเกษตร หลายประเทศต่างพยายามกักตุนสินค้าด้วยการนำเข้าเพื่อเป็นคลังสำรองในด้านพลังงาน จากภาวะความแปรปรวนส่งผลให้บางประเทศอุณหภูมิสูงขึ้นหรือต่ำลงอย่างมาก ทำให้ความต้องการใช้พลังงานพุ่งสูงขึ้น มีการหาทางใช้พืชพลังงานทางเลือกเพื่อเป็นพลังงานทดแทนเพิ่มขึ้น ซึ่งการนำพืชพลังงานมาใช้แทนน้ำมัน แสดงว่าต้องลดสัดส่วนการนำฟิสิกมาใช้ในการบริโภคลดลง

เรื่องที่ 1.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีส่วนและส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร ดูได้จากปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ และ/หรือ ต้นทุนการผลิตต่อไร่ต่ำ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ทั้งประสิทธิภาพการผลิตของตนเองและวิเคราะห์ประสิทธิภาพของคู่แข่งเพื่อนำไปปรับปรุงการผลิตของตนเอง

วิรัช วงศ์วาท (2562) รายงานว่า การนำความรู้และเทคโนโลยีการเกษตรมาใช้ในการนำความรู้ทักษะและทรัพยากรที่มีมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาเพิ่มศักยภาพและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานด้านการปลูกพืช และเลี้ยงสัตว์ให้ได้ผลผลิตมากขึ้น

1. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

1.1 เทคโนโลยีระดับพื้นฐาน เป็นเทคโนโลยีที่ชาวชนบทใช้เพื่อการยังชีพ ผลิตจากวัสดุอุปกรณ์ ทรัพยากร ตลอดจนแรงงานในท้องถิ่น เช่น คันไถ ครกกระเดื่อง สมุนไพร ซึ่งปัจจุบันเทคโนโลยีพื้นฐานหรือเทคโนโลยีท้องถิ่นได้รับความสนใจและพัฒนาให้เป็นจุดขายหลายแหล่ง

1.2 เทคโนโลยีระดับปานกลาง เป็นเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาจากเทคโนโลยีพื้นฐาน โดยทำให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ ประหยัด มีอายุการใช้งานและมีประโยชน์มากขึ้น เช่น การพัฒนาแหล่งน้ำ การปลูกพืชหมุนเวียน การพัฒนาเครื่องจักรกล เป็นต้น

1.3 เทคโนโลยีระดับสูง เป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นโดยอาศัยพื้นฐานความรู้ และประสบการณ์ระดับสูง มีการศึกษาค้นคว้า วิจัยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้ง Smart Farm” หรือ “เกษตรอัจฉริยะ” โดยใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายเข้ามาเพื่อพัฒนากระบวนการด้านการเกษตรให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้น มีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น มีพัฒนาการอย่างมั่นคงและยั่งยืน การก้าวสู่การเกษตรกรรมยุคใหม่ (Smart Farming) มีองค์ประกอบสำคัญในการทำฟาร์มอัจฉริยะมีประสิทธิภาพนั้นประกอบด้วย

1.3.1 องค์ประกอบของเกษตรอัจฉริยะ มีดังนี้

1) การระบุตำแหน่งพื้นที่เพาะปลูก ใช้โดรนช่วยตรวจสอบสภาพพื้นที่การถ่ายภาพทางอากาศและเทคโนโลยี (Global Positioning System: GPS)

2) การแปรวิเคราะห์ข้อมูลที่ตรงกับระยะเวลาของการเพาะปลูกพืช วงจรการเจริญเติบโตของพืชที่ปลูก เพื่อให้สอดคล้องกับระยะเวลาของการเพาะปลูกพืชซึ่งแปรผันไปตามสภาพอากาศ

3) การบริหารจัดการพื้นที่โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และต้องเข้ากับการเพาะปลูกพืชชนิดนั้น ๆ เช่น การใช้ระบบการให้น้ำและปุ๋ยที่แม่นยำ โดยนำเครื่องมือมาใช้ในการควบคุมหรือวัดค่าอุณหภูมิ ความชื้น สภาพความเป็นกรดต่าง และความอุดมสมบูรณ์ของดิน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการปลูกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การปลูกพืชในโรงเรือนแบบ Plant factory เป็นเทคโนโลยีการปลูกพืชในระบบปิด หรือกึ่งปิดสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมและปัจจัยต่าง ๆ ให้เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืชได้อย่างสมบูรณ์ ยกตัวอย่างเช่น ความชื้น อุณหภูมิ น้ำ อากาศ และแสง เป็นต้น

1.3.2 ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีมี ดังนี้

1) ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพและปริมาณคงที่ ด้วยเทคโนโลยีที่ควบคุมกระบวนการเพาะปลูก

2) สามารถประมาณการผลผลิตล่วงหน้าได้ ลดปัญหาผลผลิตขาดแคลนหรือล้นตลาด

3) ลดการใช้แรงงานคน เหมาะกับอนาคตที่แรงงานกำลังขาดแคลน

4) สามารถปลูกพืชได้ตลอดทั้งปีโดยไม่พึ่งฤดูกาล สามารถเลือกปลูกพืชให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและคาดการณ์ความแปรปรวนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

5) ลดการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในการปลูกได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่น น้ำ ธาตุอาหาร แรงงาน พื้นที่ เป็นต้น

6) การใช้เทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ทำให้เกษตรกรสามารถควบคุมกระบวนการเพาะปลูกได้อย่างทันต่อสถานการณ์ สามารถคาดการณ์สถานการณ์ด้านการเกษตรได้อย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์ ประมวลผล และจัดเก็บข้อมูล ช่วยลดความเสียหาย และเพิ่มผลผลิตทันต่อการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

สรุป

ปัจจุบันมีความต้องการผลผลิตทางการเกษตรเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะสวนทางกับปัจจัยการผลิตที่มีน้อยลง สาเหตุอาจเกิดจากความแปรปรวนของสภาพอากาศ ภัยธรรมชาติ รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติที่เสื่อมโทรม ทำให้ปัจจัยการผลิตที่มีน้อยลง ทั้งที่ดิน น้ำ แรงงาน และพลังงาน การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มปริมาณและคุณภาพผลผลิตทางการเกษตร จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น ปัจจุบันมีการทำการเกษตร Smart Farming ทำให้การบริหารจัดการพื้นที่โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร สามารถปลูกพืชได้ตลอดทั้งปี

โดยไม่พึ่งฤดูกาล สามารถเลือกปลูกพืชให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และคาดการณ์ความแปรปรวนที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้

เรื่องที่ 1.2.5 ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ

ปัจจุบันเกษตรกรรุ่นใหม่มีการพัฒนาจากเดิมเป็นผู้ผลิตเพียงอย่างเดียว ต่อมาทางภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรเป็นผู้ประกอบการเอง ทำให้การลงทุนในการผลิตของเกษตรกรที่จะผลิตพืชชนิดต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับมุมมอง แนวคิดของผู้ประกอบการ หรือตัวเกษตรกรผู้ประกอบการเอง ในเรื่องที่จะกล่าวต่อไปนี้ เป็นความรู้ความเข้าใจในคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และประเด็นต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จได้

1. ความหมายของผู้ประกอบการ

ภทราธิษฐ์ สรเสริมสมบัติ (2561) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่รับรู้โอกาสทางธุรกิจและฉกฉวยโอกาสนั้นด้วยการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ การเริ่มต้นธุรกิจจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อ ผู้ประกอบการรับรู้ว่าโอกาสนั้นมีความเป็นไปได้เพียงพอที่จะกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจ ถ้าผู้ประกอบการได้ตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจแล้ว จะต้องแบกรับความเสี่ยง และความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้น สิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ คือ ความสามารถที่จะรับรู้ถึงโอกาสทางธุรกิจ ในขณะที่บุคคลอื่นมองไม่เห็น และผู้ประกอบการจะพิจารณาว่าโอกาสนั้นเป็นไปได้ในขณะที่บุคคลอื่นไม่ได้พิจารณา

2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Characteristics) ประกอบไปด้วย 7 ด้านดังต่อไปนี้

- 2.1 ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ (Need for Achievement)
- 2.2 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)
- 2.3 ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ (Tolerance of Ambiguity)
- 2.4 แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ (Aspiration of Business)
- 2.5 ทักษะคติเชิงบวกต่อความล้มเหลว (Positive Attitude toward Failure)
- 2.6 ทักษะคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ (Innovativeness)
- 2.7 ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน (Internal Locus of Control)

3. ปัจจัยของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จ

กรมส่งเสริมการเกษตร (2556) ระบุว่า ผู้ประกอบการ/ผู้ผลิต เป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการดำเนินการในกิจกรรมต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จซึ่งมีประเด็นสำคัญที่จะส่งผลกระทบในการดำเนินการ ได้แก่

3.1 ศักยภาพของผู้ประกอบการด้านที่ดิน โดยผู้ประกอบการด้านการเกษตรจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของที่ดินอาจจะมีที่ดินเป็นของตนเองหรือเช่า ซึ่งผู้ประกอบการที่มีที่ดิน

เป็นของตนเองจะได้เปรียบในการวิเคราะห์และวางแผนในการดำเนินการตามกิจกรรมมากกว่าผู้ที่ต้องเช่าที่ดิน

3.2 ศักยภาพของผู้ประกอบการทางด้านทุนหรือการเงิน ซึ่งผู้ประกอบการต้องพิจารณาฐานะทางการเงินว่ามีเงินทุนหมุนเวียนและทรัพย์สินต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการผลิตมากน้อยเพียงใด หากจำเป็นต้องกู้เงินเพื่อมาลงทุนควรต้องพิจารณาในเรื่องความคุ้มทุน (ผลตอบแทนจากการลงทุนต้องมากกว่าเงินต้นทุนที่ต้องชำระพร้อมดอกเบี้ย) และความสามารถในการคืนทุนเพิ่มเติม

3.3 ศักยภาพของผู้ประกอบการด้านแรงงาน เนื่องจากต้องใช้แรงงานจำนวนมากในการปฏิบัติดูแลรักษา ตลอดจนกิจกรรมการเกษตร ปัจจุบันจะมีการใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรในการดำเนินงานเพื่อให้ได้งานมากขึ้น อีกทั้งเป็นการประหยัดเวลา และแรงงานที่หายากและค่าจ้างแรงงานที่สูง ซึ่งผู้ประกอบการด้านการเกษตรต้องพิจารณาถึงปัจจัยด้านนี้ด้วย เนื่องจากมีผลต่อต้นทุนการผลิตที่สูงได้

3.4 ศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการจัดการ โดยเฉพาะในเรื่องของความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ความเข้าใจเกี่ยวกับการผลิต ตั้งแต่การศึกษาหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ประสบการณ์ ในการดำเนินการที่ผ่านมา โดยนำสิ่งต่าง ๆ มาวิเคราะห์และประมวลผล เพื่อวางแผนการผลิตตลอดจน การลงมือผลิต การดูแลรักษาการเก็บเกี่ยว การเก็บรักษา การแปรรูป การขนส่งและการตลาดตลอดห่วงโซ่อุปทานในด้านการเกษตร

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการนั้นจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในสินค้านั้น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม คุณลักษณะของผู้ประกอบการนั้นจะต้องมีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ ความกล้าเสี่ยง ความอดทนต่อภาวะคลุมเครือ แรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ ทักษคติเชิงบวก ต่อความล้มเหลวทัศนคติที่ดีต่อความแปลกใหม่ ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตน รวมถึงประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ก็จะลดความเสี่ยงในการลงทุน และมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จได้

สรุป

ความรู้ทั่วไปในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร จะเห็นได้ว่าการที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรได้นั้น จะต้องมีความเข้าใจการเชื่อมโยงของปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งเรื่องปัจจัยที่เกิดจากสถานการณ์ต่าง ๆ ด้านการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ด้านประสิทธิภาพการผลิตและเทคโนโลยี และด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ ซึ่งจะมีผลกระทบซึ่งกันและกัน หากมีการวิเคราะห์ได้ครบทุกส่วนแล้วจะทำให้มองเห็นแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นเชิงลบหรือเชิงบวก สามารถวางแผนหาแนวทางลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น และแผนเชิงรุกด้วยกระบวนการต่าง ๆ ให้เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งการวางแผนการดำเนินการต่าง ๆ นั้น มีความจำเป็นที่ต้องบันทึก หรือรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนการนำเครื่องมือที่เหมาะสมมาช่วยในการวิเคราะห์ ให้เกิดแนวทางพัฒนาในรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะกล่าวในบทต่อ ๆ ไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมชลประทาน. 22 มีนาคม 2566. “โครงการเพิ่มปริมาณน้ำต้นทุนเขื่อนภูมิพล ก้าวสำคัญในการยกระดับประเทศด้วยความมั่นคงทางทรัพยากรน้ำ”. **ไทยรัฐออนไลน์**. จาก <https://www.thairath.co.th/news/local>.
- _____. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. **ลม**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก http://kmcenter.rid.go.th/kmc14/f_water/PDF/situation3.pdf.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2556. **คู่มือปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- กุลวดี สุทธาวาส. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. **ลม และการปลูกไม้บังลมเพื่อการอนุรักษ์ดินและน้ำ**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://webapp.idd.go.th/ThinkTank/datas/10/1628572064.pdf>.
- คณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ. 2564. **รายงาน Climate Change 2021: The Physical Science ของ IPCC**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://thailand.un.org/th>.
- ไทยเกษตรศาสตร์. 2555. **ความหมายและความสำคัญของการเกษตร**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.thaikasetsart.com>.
- จิระพร จิตบำรุง. 2544. **ความสำคัญของน้ำ**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.nectec.or.th/schoolnet/library/create-web/10000/science/10000-82.html>.
- ชัยสิทธิ์ อนุชิตวรวงศ์ นิพนธ์ พัวพงศกร และกรรณิการ์ ธรรมพานิชวงศ์. 2558. **ภาวะโลกร้อนกับผลกระทบต่อภาคเกษตรไทย**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://tdri.or.th>.
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย. 2529. **การนำการเปลี่ยนแปลงเน้นกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทองเปลว กองจันทร์. 23 มกราคม 2562. “กรมชลประทาน บริหารน้ำต้นทุนจัดสรรตามความต้องการผู้เกษตรกร และประชาชน”. **สยามรัฐออนไลน์**. จาก <https://siamrath.co.th/n/62260>.
- ทศนา แคมมณี. 2554. **ทักษะการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างสรรค์ และการคิดอย่างมีวิจารณญาณ: การบูรณาการในการจัดการเรียนรู้**. วารสารราชบัณฑิตยสถาน 36(2): 188–204.
- ธนากร น้ำหอมจันทร์ และอดิกร เสรีพัฒนานนท์. 2557. **ระบบควบคุมอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์ในโรงเรือนเพาะปลูกพืชไร้ดิน**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://dehum-mdthai.com>.
- นิพนธ์ พัวพงศกร อุชุก ตัวงบุตรศรี วิชสิณี วิบูลผลประเสริฐ และณณริฎ พิศลยบุตร. 2563. “**ภาพอนาคตในปี 2035 : ที่ดิน พลังงาน และน้ำในประเทศไทย**”. สืบค้น 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://researchcafe.tsri.or.th/future-of-the-supply-and-uses-water-in-thais-agriculture>.

- นำพลีย์ กิจรักษ์กุล และกัลยา เทียนวงศ์. 2558. **ภูมิศาสตร์กายภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท ด้านสุทธาการพิมพ์ จำกัด.
- บริษัท นิโอเน็ค จำกัด. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. **ความชื้นสัมพัทธ์ (Relative humidity)**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก [https://www.tools.in.th/moisture-and-humidity/](https://www.tools.in.th/moisture-and-humidity/relative-humidity/).
- บริษัท ซอล์ฟเทค อินโนเวชั่น จำกัด. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. **อุณหภูมิและความชื้นมีผลอย่างไรกับพืช**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.zolftech.com/18080079/>.
- ปรานี กันธิมา. 2563. **การทำงานแนวใหม่เพื่อก้าวสู่ Next Normal**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://erp.mju.ac.th/articleDetail.aspx?qid=1139>.
- ปิ่นรส มาลากุล ณ อยุธยา. 2560. **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. วารสารการประกันคุณภาพ. 8(1) : 1-12 น. ภาควิชาพัฒนาเศรษฐกิจการเกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์.
- การเกษตร**. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2567 จาก agecon-extens.agri.cmu.ac.th.
- ภัทรานิษฐ์ สรเสริมสมบัติ. 2561. **คุณลักษณะที่ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**. รายงานวิจัย. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มูลนิธิทางการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. **ความหมายของการเกษตร**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก www.dltv.ac.th.
- วิรัช วงศวาท. 2562. **เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://sites.google.com/a/ptss.ac.th/my-work-agri/2-2>.
- วิลาสลักษณ์ ว่องไว ฉัตรสุตา เจริญอักษร สมคิด รัตนบุรี สันติ โยธาราชภูริ วลัยพร ศศิประภา และอนุ สุวรรณโณม. 2555. **การวิเคราะห์ข้อมูลน้ำฝนและการใช้งานเพื่อให้คำแนะนำการปลูกพืช เขตอาศัยน้ำฝนของภาคเหนือตอนบน**. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม การประชุมวิชาการ ระบบเกษตรแห่งชาติ ครั้งที่ 8.
- ศิวพันธุ์ ชูอินทร์. 2559. **มลพิษทางอากาศ**. พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมพงษ์ มะนะสุทธิ์. 2535. **อุตุนิยมวิทยาเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.). 2554. **พืชคายน้ำได้อย่างไร**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.scimath.org/article-science/item/>.
- สหประชาชาติประเทศไทย. 2565. **สาเหตุและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ | สหประชาชาติใน ประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก <https://thailand.un.org/th/>.
- สุดาวรรณ ชันฉัตร. 2538. **พฤติกรรมบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัด สำนักงาน คณะกรรมการประถมศึกษาแห่งชาติ ในภาคกลาง**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวพันธ์ นิลายน. 2543. **อุตุนิยมวิทยา**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวิทย์ มูลคำ. 2547. **กลยุทธ์การสอนคิดวิเคราะห์**. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. 2554. **สถานการณ์**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567
จาก <http://legacy.orst.go.th>.
- องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. การยกระดับการบริหารจัดการ
น้ำฝนเชิงนวัตกรรม สำหรับเกษตรน้ำฝน (Rainfed Agriculture). สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567
จาก <https://dwr.go.th/uploads/file/article/2024/Article-240418163400-euWH.pdf>
- BCC NEW Thailand. 2020. **สภาพอากาศ แตกต่างจาก ภูมิอากาศ อย่างไร**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567.
จาก <https://www.bbc.com/thai/features-53723864>.
- Craft Team. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. **การวิเคราะห์ข้อมูลคืออะไร? พร้อมเทคนิคการวิเคราะห์ที่คุณ
ควรรู้**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567. จาก <https://1stcraft.com/what-is-data-analysis/>.
- Dusadeeviroj. 2021. **การวิเคราะห์ตลาด**. สืบค้น 3 มิถุนายน 2567 จาก <https://www.fusionsol.com>.
- German Portillo. 2024. **อากาศเป็นสภาพภูมิอากาศลักษณะองค์ประกอบและปัจจัยคืออะไร**.
สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2567 จาก www.meteorologiaenred.com.
- James Rao, Jean-Joseph Cadilhon, Charles Midega, Frederick Atieno, Francis O. Oduor,
Céline Termote, Joseph O. Auma, Nelson Mango, Irene Okeyo, George D.
Odhiambo and Macdonald Wesonga. 2015. **A situational analysis of
agricultural production and marketing, and natural resources
management systems in West Kenya**. International Livestock Research
Institute (ILRI) : 5-6.
- Marshydro. ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์. **อุณหภูมิและค่าความชื้นสัมพัทธ์ในแต่ละช่วงอายุ**. สืบค้นเมื่อ 1
มิถุนายน 2567 จาก <https://www.marshydro-th.com/content/39134/2->
- Plookphak. 1999. **ภูมิอากาศและอุณหภูมิที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของพืช**. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน
2567 จาก <https://www.plookphak.com/effect-of-temperature-on-plants/>

กระบวนการในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

1. นายวีรศักดิ์ บุญเชิญ
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร
กรมส่งเสริมการเกษตร
2. นางสาวอำพร เนติ
ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมระบบการผลิตข้าว
กรมส่งเสริมการเกษตร
3. นางสาวสุชญา ดอกธณธณัส
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
กรมส่งเสริมการเกษตร
4. นางสาวปรารถนา ไปเหนือ
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
กรมส่งเสริมการเกษตร
5. นางสาวดาริน สุขหงษ์
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
กรมส่งเสริมการเกษตร

บทที่ 2

กระบวนการในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

กระบวนการในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เป็นกระบวนการที่ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เพื่อให้เข้าใจโครงสร้างและพฤติกรรมของระบบการเกษตร โดยต้องกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการวิเคราะห์ข้อมูลให้ชัดเจน แล้ววางแผนการศึกษาข้อมูลเลือกวิธีการ เครื่องมือ และเทคนิคที่เหมาะสม โดยกำหนดกรอบแนวคิดการออกแบบกระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาอุปสรรคและคาดการณ์เฝ้าระวังแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 2.1 การกำหนดเป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ และข้อมูลในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

เรื่องที่ 2.1.1 การกำหนดเป้าประสงค์และวัตถุประสงค์

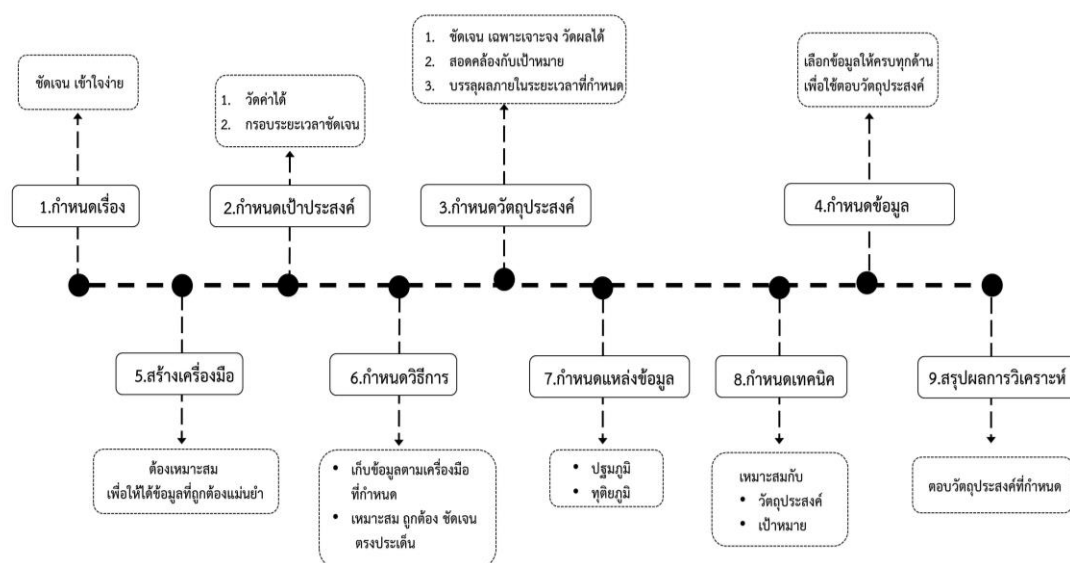
เรื่องที่ 2.1.2 ข้อมูลที่จำเป็นในการวิเคราะห์

ตอนที่ 2.2 วิธีการ เครื่องมือ และเทคนิคในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

เรื่องที่ 2.2.1 วิธีการ และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรื่องที่ 2.2.2 เทคนิคที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์

ตอนที่ 2.1 การกำหนดเป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ และข้อมูลในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร



ภาพที่ 2.1 แผนผังการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตร

เรื่องที่ 2.1.1 การกำหนดเป้าประสงค์และวัตถุประสงค์

การกำหนดเป้าประสงค์ และวัตถุประสงค์ในกระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตร เป็นการกำหนดเป้าหมาย หรือผลลัพธ์ที่คาดหวังที่จะได้รับหลังจากการวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ด้านการเกษตร หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการวิเคราะห์มีทิศทาง และความชัดเจน ช่วยให้เข้าใจว่าต้องการอะไร และคาดหวังผลลัพธ์อะไรจากการวิเคราะห์ เป้าประสงค์จะเป็นแนวทางหรือเป้าหมายที่ต้องการให้การวิเคราะห์มุ่งเน้นข้อมูลที่ต้องการทราบ และหาคำตอบของคำถามที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์นั้น ๆ หรือปัญหาที่ต้องการแก้ไข

1. การกำหนดเป้าประสงค์ (Goals)

การกำหนดเป้าประสงค์ (goals) ในการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตร เป็นการกำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการให้บรรลุในการดำเนินงานทางการเกษตร เพื่อให้กระบวนการวิเคราะห์มีทิศทาง และความชัดเจน ช่วยให้เข้าใจความต้องการ และสามารถคาดหวังผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ โดยการกำหนดเป้าหมายหรือผลลัพธ์ ควรมีความยากอยู่ในระดับพอดี มีความเฉพาะเจาะจงจะทำให้ประสบความสำเร็จได้ง่าย และถ้าเป้าหมายมีความชัดเจนจะนำไปสู่การวางแผนที่มีรายละเอียด มีความเป็นไปได้มากกว่า ดังนั้น การตั้งเป้าหมายอย่างเป็นระบบ หรือ Smart Goals จะทำให้จุดมุ่งหมายของภารกิจต่าง ๆ นั้น มีความชัดเจน และวัดผลได้ ลักษณะของเป้าประสงค์ที่ดี ดังนี้

1.1 เฉพาะเจาะจง (specific) การตั้งเป้าหมายความสำเร็จที่มีความเจาะจงและชัดเจน ด้วยคำถามที่ขึ้นต้นด้วย "W" ได้แก่ Who (ใคร) What (อะไร) When (เมื่อใด) Which (สิ่งใด) และ Why (ทำไม) ใครที่ต้องเกี่ยวข้องด้วย อะไรที่พยายามทำให้สำเร็จ เมื่อใดที่ต้องการทำให้สำเร็จ กำลังเผชิญกับอุปสรรคหรือข้อกำหนดใด ทำไมจึงตั้งเป้าหมายนี้ โดยตอบคำถามให้ละเอียดมากที่สุด

1.2 สามารถวัดได้ (measurable) เป้าหมายควรเป็นเชิงปริมาณหรือมีวิธีการวัด เพื่อให้สามารถประเมินได้ว่าบรรลุเป้าหมายหรือไม่ เช่น “ลดค่าใช้จ่ายในการจัดการฟาร์ม 10% ภายใน 6 เดือน”

1.3 เป็นไปได้ (achievable) ควรเป็นเป้าหมายที่สามารถทำได้จริงตามทรัพยากรและสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ เช่น “เพิ่มยอดขายผลไม้ในฤดูกาลหน้าขึ้น 15% โดยการเพิ่มการตลาดออนไลน์และการโปรโมท”

1.5 เกี่ยวข้อง (relevant) ความเกี่ยวข้องของเป้าหมายภายในองค์กร เป้าหมายควรเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์หรือยุทธศาสตร์ขององค์กร เพื่อให้การทำงานมีความสอดคล้องและมีความสำคัญ เช่น “ลดปริมาณขยะที่สร้างขึ้นจากการผลิตฟาร์มโคนม 20% เพื่อสนับสนุนยุทธศาสตร์ความยั่งยืนขององค์กร”

1.6 มีเวลากำหนด (time-bound) เป้าหมายควรมีกำหนดระยะเวลาเสร็จสิ้น เพื่อใช้ในการกำหนดเวลาที่เหมาะสมในการวางแผนและดำเนินการ เช่น “ลดการใช้น้ำในการเกษตรลง 20% ภายใน 1 ปี โดยใช้เทคโนโลยีการจัดการน้ำใหม่”

ตัวอย่าง การกำหนดเป้าประสงค์ของการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตร : ลดความเสี่ยงจากสภาวะอากาศเปลี่ยนแปลงลง ร้อยละ 20 ภายใน 5 ปี โดยปรับปรุงระบบการจัดการน้ำและการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ (Objectives)

การกำหนดวัตถุประสงค์ (objectives) ในกระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตร คือ การกำหนดเป้าหมายที่ต้องการให้บรรลุในการดำเนินงานทางการเกษตร ต้องมีความชัดเจน เฉพาะเจาะจง วัดผลได้ บรรลุได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับกลยุทธ์ เป้าหมาย และ วิสัยทัศน์ ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรเข้าใจความสำคัญและทิศทางการดำเนินงาน สามารถจัดสรรทรัพยากร ได้เหมาะสม ตัดสินใจและวางแผนการบริหารจัดการสินค้าเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนด วัตถุประสงค์ที่ระบุความต้องการของผู้ใช้งานในกรณีที่มีผู้ใช้งานหรือผู้รับผิดชอบเฉพาะควรระบุ วัตถุประสงค์ให้เน้นถึงความต้องการของกลุ่มเหล่านั้น เช่น การเพิ่มผลผลิตในฟาร์มของเกษตรกร หลักการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ดี ดังนี้

1. วัดค่าได้ มีระยะเวลาที่แน่นอน เพื่อใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานได้
2. มีความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ เพื่อให้สอดคล้องต่อความสามารถของกิจการ
3. มีความท้าทาย เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าในการดำเนินงาน
4. ต้องสอดคล้องกัน วัตถุประสงค์ที่มีหลายข้อต้องไม่ขัดแย้งกันเอง

สรุป

การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าประสงค์ที่ชัดเจน จะช่วยให้สามารถเลือกเทคนิค วิธีการที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถนำข้อมูลไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วย ในการวางแผนการผลิตและการจัดการด้านการเกษตรให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด และเหมาะสมกับเกษตรกรในพื้นที่นั้น

เรื่องที่ 2.1.2 ข้อมูลที่จำเป็นในการวิเคราะห์

ข้อมูล (Data) เป็นข้อมูลดิบ หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นจากการเก็บข้อมูลเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่ผ่านการประมวลผล โดยที่ข้อมูลอาจจะเป็นตัวเลข ตัวอักษร สัญลักษณ์ รูปภาพ เสียง หรือ ภาพเคลื่อนไหวก็ได้ ซึ่งข้อความหรือตัวเลขเหล่านี้อาจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ คน พืช สัตว์ หรือ สิ่งของ เป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากกระบวนการจัดเก็บเท่านั้น ยังไม่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์หรือแปลงสภาพ

1. ความหมายของข้อมูล (Data)

ข้อมูล (data) คือ ข้อเท็จจริง หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในรูปตัวเลข ตัวอักษร เสียง กลิ่น หรือสัญลักษณ์ หรือสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งได้รับการบันทึกจำแนก และเก็บรักษาไว้ โดยข้อมูลที่ดี ต้องมีความถูกต้องแม่นยำเป็นปัจจุบัน และถูกจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบ เพื่อสามารถนำมาอ้างอิงได้ นอกจากนั้นข้อมูลยังสามารถถูกแก้ไข หรือปรับแต่งได้ในภายหลังตามวัตถุประสงค์ของข้อมูล

2. ความสำคัญและประโยชน์ของข้อมูล

2.1 ความสำคัญของข้อมูล

มนุษย์ได้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์มากมายทั้งในชีวิตประจำวัน และในการปฏิบัติงาน ข้อมูลเปรียบเสมือนทรัพยากรที่มีค่าที่ช่วยให้สามารถตัดสินใจ วางแผน แก้ปัญหา และพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ

2.1.1 การตัดสินใจข้อมูลเป็นพื้นฐานสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจทั้งในส่วนบุคคล และองค์กร การเก็บรวบรวมและการนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ช่วยให้ผู้ตัดสินใจสามารถทำเลือกสิ่งที่ดีที่สุดได้อย่างมั่นใจ

2.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ถูกต้องช่วยในการวิเคราะห์และทำนายแนวโน้ม และสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งส่งผลต่อการวางกลยุทธ์และการดำเนินงาน

2.1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการข้อมูลช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและตลาดได้อย่างเหมาะสม

2.1.4 การวิจัยและพัฒนาข้อมูลเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำวิจัยและพัฒนาใหม่ ๆ ในหลายสาขา เช่น การแพทย์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและอื่น ๆ

2.1.5 การวางแผนการทำงาน ข้อมูลช่วยในการวางแผนและการดำเนินงานให้กับองค์กร โดยช่วยให้เกิดกลยุทธ์และแผนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

2.1.6 การสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ที่เกี่ยวข้องช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความสัมพันธ์ที่ดีได้

2.2 ประโยชน์ของข้อมูล

ข้อมูลต่าง ๆ เราสามารถรับรู้และนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ได้มากมายทั้งทางตรงและทางอ้อม ข้อมูลอาจถูกนำมาใช้ประโยชน์ได้ทันทีหรืออาจนำไปผ่านกรรมวิธีที่เรียกว่า การประมวลผล โดยใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น การบวก ลบ คูณหาร โดยใช้เครื่องคิดเลข เครื่องคอมพิวเตอร์ หรือกระบวนการคำนวณอื่น ๆ ข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลแล้วเรียกว่า สารสนเทศ ข้อมูลต่าง ๆ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ ดังนี้

2.2.1 ด้านการเรียนรู้ เช่น ข้อมูลที่ได้จากโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ มาใช้ประโยชน์ในการเรียนหรือเป็นความรู้เพิ่มเติม

2.2.2 ด้านการติดต่อสื่อสาร เช่น ถ้าเรามีข้อมูลเราสามารถที่จะสนทนาพูดคุยหรือบอกเรื่องต่าง ๆ ให้กับผู้อื่นได้

2.2.3 ด้านการตัดสินใจ เป็นการช่วยให้เราตัดสินใจต่าง ๆ ได้ดีขึ้น เช่น การเลือกซื้อของเล่น ถ้าเราทราบราคาของเล่นในแต่ละร้าน จะทำให้เราเลือกซื้อของเล่นที่เหมือนกันได้ในราคาที่ถูกต้องที่สุด

3. ประเภทของข้อมูล

การจำแนกประเภทของข้อมูลสามารถจำแนกได้หลายแบบ ดังนี้

3.1 จำแนกตามแหล่งที่มา

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) คือ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลโดยตรงหรือแหล่งข้อมูลเบื้องต้น หรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นข้อมูลดิบ ซึ่งถ้าเป็นมุมมองของการวิเคราะห์จะหมายถึง ข้อมูลที่นักวิเคราะห์ไปเก็บมาด้วยตัวเองด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การสำรวจ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การวัดจากอุปกรณ์ หรือการทดลอง เป็นต้น ซึ่งข้อมูลที่ได้จะมีความถูกต้อง ทันสมัย และเป็นปัจจุบัน ประโยชน์ของข้อมูลปฐมภูมิ ดังนี้

- 1) มีความเฉพาะเจาะจงต่อความต้องการของผู้วิเคราะห์ ทำให้สามารถตัดสินใจได้ว่าจะใช้การออกแบบวิธีการเก็บข้อมูล และเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลแบบใด
- 2) มีความถูกต้องแม่นยำกว่าเมื่อเทียบกับข้อมูลทุติยภูมิ เนื่องจากข้อมูลจะไม่อยู่ภายใต้อคติส่วนบุคคลจึงทำให้สามารถเชื่อถือได้
- 3) เป็นข้อมูลล่าสุด เนื่องจากรวบรวมข้อมูลตามเวลาจริงและไม่ได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลเก่า
- 4) ผู้วิเคราะห์สามารถแสดงความเป็นเจ้าของข้อมูลที่รวบรวมผ่านการวิจัยได้โดยอาจเลือกที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณะเป็นข้อมูลเปิด จดสิทธิบัตร หรือแม้แต่ขายมันได้

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) คือ ข้อมูลที่ถูกเก็บรวบรวมอย่างเป็นระบบโดยผู้หนึ่งผู้ใดหรือหน่วยงานได้ทำการเก็บรวบรวม หรือเรียบเรียงไว้ สามารถนำไปใช้ต่อยอดหรือใช้อ้างอิงได้เลย โดยไม่ต้องเก็บรวบรวมข้อมูลใหม่ด้วยตัวเอง ประโยชน์ของข้อมูลทุติยภูมิ มีดังนี้

- 1) เข้าถึงได้ง่ายกว่าเมื่อเทียบกับข้อมูลปฐมภูมิ
- 2) มีราคาไม่แพงมาก หรืออาจไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเลยถ้าเป็นข้อมูลเปิด
- 3) ใช้เวลาไม่นานในการรวบรวม เมื่อเทียบกับข้อมูลปฐมภูมิ
- 4) สามารถต่อยอดและสร้าง insight ใหม่ ๆ ให้กับข้อมูลปฐมภูมิ

3.2 จำแนกตามลักษณะของข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) เป็นข้อมูลที่สามารถวัดได้เป็นตัวเลข เช่น จำนวนสิ่งของ ราคาของสิ่งของ ปริมาณของน้ำ ความยาว พื้นที่หน่วยความจำของคอมพิวเตอร์ ค่าความพึงพอใจ ฯลฯ ซึ่งนอกจากจะสามารถนับได้แล้ว ยังสามารถนำมาเปรียบเทียบและคำนวณได้ด้วยข้อมูลเชิงปริมาณแบ่งได้ ดังนี้

- 1) ข้อมูลที่เป็นจำนวน (Discrete Data – numerical values) ข้อมูลที่ไม่มีค่าต่อเนื่อง หมายถึง ข้อมูลที่เป็นจำนวนเท่านั้น ไม่เพิ่มหรือลดด้วยตัวเอง เป็นจำนวนนับที่สามารถนับ และคำนวณได้ เช่น จำนวนคนในห้องประชุม จำนวนวัสดุที่ใช้ผลิตสิ่งของ จำนวนผลิตภัณฑ์ เป็นต้น
- 2) ข้อมูลที่มีค่าต่อเนื่อง (Continuous Data – continuous values) หมายถึง ข้อมูลที่เป็นตัวเลขที่สามารถเปลี่ยนแปลงเพิ่มหรือลดลงเองได้ โดยที่ไม่ต้องคำนวณ เช่น คลื่นความถี่ของสัญญาณโทรศัพท์ อุณหภูมิของอากาศ เป็นต้น

3.2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) เป็นข้อมูลที่สามารถใช้อธิบาย หรือบรรยายคน สัตว์ สิ่งของ ใช้แยกสิ่งหนึ่งออกจากสิ่งหนึ่ง หรือจัดกลุ่มกันได้ แต่ไม่สามารถนับจำนวนได้ รวมไปถึงการวัดค่าเป็นตัวเลขก็ทำได้ยาก เช่น ภาพสถานะ ได้แก่ หญิงและชาย หรือสายพันธุ์ของต้นไม้ ไม่ใช่ข้อมูลที่จะนับหรือวัดค่าเป็นตัวเลขได้ ข้อมูลเชิงคุณภาพแบ่งเป็น

1) ข้อมูลที่ไม่สามารถจัดเรียงตามธรรมชาติได้ (Nominal Data) ข้อมูลชนิดนี้จะไม่สามารถเรียงลำดับได้ตามธรรมชาติ นอกจากจะนำเกณฑ์อย่างอื่นมาจัดเรียง ยกตัวอย่างเช่น เสื้อผ้าสีแดง สีเขียว สีเหลือง เราไม่สามารถจัดเรียงได้ว่า สีใดมาก่อนมาหลัง และไม่สามารถเปรียบเทียบมาสีหนึ่งกับสีหนึ่งได้ เช่น สีแดงมีคุณค่ามากกว่าสีเขียว เป็นต้น

2) ข้อมูลที่สามารถจัดเรียงตามธรรมชาติได้ (Ordinal Data) ข้อมูลชนิดนี้สามารถจัดเรียงตามธรรมชาติได้ คือ กลุ่มข้อเท็จจริงที่สามารถเปรียบเทียบ และจัดเรียงหรือให้คุณค่าได้ตามธรรมชาติ เช่น ขนาดของเสื้อผ้า เรารู้ว่าขนาดเล็ก<กลาง<ใหญ่ หรือผลการเรียนที่แบ่งออกมาเป็นเกรด เช่น A, B, C, D หรือ F เรารู้ว่าจะต้องเรียงสิ่งเหล่านี้อย่างไร และอะไรมีค่ามากกว่า เป็นต้น

3.3 จำแนกตามสภาพของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal Data) คือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ชื่อสกุล อายุ เพศ อาชีพ ศาสนา เป็นต้น

3.3.2 ข้อมูลสิ่งแวดล้อม (Environmental Data) คือข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ลักษณะท้องดินที่กลุ่มตัวอย่างอาศัย

3.3.3 ข้อมูลพฤติกรรม (Behavioral Data) คือข้อมูลที่เป็นคุณลักษณะที่มีอยู่ในตัวของกลุ่มตัวอย่าง เช่น คุณลักษณะด้านความสามารถสมอง ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการ หรือการเรียน เช่น ความรู้ความเข้าใจ การวิเคราะห์ ความถนัด สติปัญญา ความสนใจ ความวิตกกังวล แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีโนภาพเกี่ยวกับตนเอง การปฏิบัติ การกระทำสิ่งต่าง ๆ

3.4 จำแนกตามการนำไปใช้กับคอมพิวเตอร์ได้

3.4.1 ข้อมูลตัวเลข (Numeric Data) หมายถึง ข้อมูลที่สามารถนำไปคำนวณได้ เช่น จำนวนเงินเดือน ราคาสินค้า ซึ่งอาจอยู่ในรูปของจำนวนเต็ม ทศนิยม เศษส่วน เป็นต้น

3.4.2 ข้อมูลตัวอักษร (Text Data) หมายถึง ข้อมูลที่ไม่สามารถนำไปคำนวณได้ แต่อาจนำไปเรียงลำดับได้ เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เลขประจำตัวประชาชน หมายเลขโทรศัพท์ เป็นต้น

3.4.3 ข้อมูลเสียง (Audio Data) หมายถึง ข้อมูลที่เกิดจากการได้ยิน เช่น เสียงคนพูด เสียงสัตว์ร้อง เสียงจากปรากฏการณ์ธรรมชาติ หรือเสียงจากอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่สามารถแสดงผลข้อมูลในรูปแบบเสียงได้ เช่น แผ่นซีดี โทรศัพท์ วิทยู เป็นต้น

3.4.4 ข้อมูลภาพ (Images Data) หมายถึง ข้อมูลที่เป็นภาพในลักษณะต่าง ๆ ที่เรามองเห็น ซึ่งอาจเป็นภาพนิ่ง เช่น ภาพวาด ภาพถ่าย เป็นต้น หรือภาพเคลื่อนไหว เช่น ภาพจากโทรทัศน์ ภาพจากวิดีโอ ภาพจากคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

3.4.5 ข้อมูลภาพเคลื่อนไหว (Video Data) หมายถึง ข้อมูลที่เป็นภาพเคลื่อนไหว หรือข้อมูลที่มีทั้งภาพ เสียง ข้อความปนกัน เช่น ภาพเคลื่อนไหวที่ถ่ายด้วยกล้องวิดีโอ หรือภาพที่ทำจากโปรแกรมต่าง ๆ เป็นต้น

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การเก็บข้อมูลขึ้นมาใหม่ และการรวบรวมข้อมูล หรือ เหตุการณ์ที่เราสนใจอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะนำไปวิเคราะห์หาคำตอบที่ถูกต้องในรูปแบบที่เหมาะสม อาจเป็นได้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น การทำแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ เป็นต้น ซึ่งมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.1 กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย คำถามที่ต้องการคำตอบหรือข้อมูลที่ต้องการรวบรวม เพื่อช่วยให้การเก็บข้อมูลมีความชัดเจน

4.2 ออกแบบเครื่องมือที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่ต้องการ โดยคำถามหรือข้อมูลที่ต้องการจะต้องเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์และประเด็นที่ต้องการคำตอบ

4.3 ระบุกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการสำรวจข้อมูล จำนวนการสำรวจ เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง รวมถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่จะต้องสำรวจ

4.4 เลือกเทคนิคหรือวิธีการในการเก็บข้อมูล เช่น สัมภาษณ์แบบสำรวจ (Survey), การสัมภาษณ์ (Interview), การสังเกต (Observation) เป็นต้น ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูล และวัตถุประสงค์

4.5 ทำการเก็บข้อมูลนำเครื่องมือหรือวิธีการที่เลือกไว้มาใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์และความถูกต้องของข้อมูล

4.6 ตรวจสอบคุณภาพข้อมูล ทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมา เช่น การตรวจสอบข้อมูลที่ขาดหายไปหรือการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่สมเหตุสมผล

4.7 วิเคราะห์และใช้ข้อมูล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อหาผลลัพธ์หรือข้อสรุปและจัดทำรายงาน

สรุป

ข้อมูลที่เก็บมาเพื่อทำการศึกษาสถานการณ์ด้านการเกษตรต้องสอดคล้อง และตอบวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์สถานการณ์ เช่น การวิเคราะห์สถานการณ์กลุ่มต้องประกอบด้วยข้อมูลสมาชิกกลุ่ม กิจกรรมของกลุ่ม การบริหารจัดการกลุ่ม การบริหารการเงิน เป็นต้น โดยการเลือกข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน มีความเกี่ยวข้อง เป็นปัจจุบัน และน่าเชื่อถือ จะทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

ตอนที่ 2.2 วิธีการ เครื่องมือ และเทคนิคในการวิเคราะห์สถานการณ์ ด้านการเกษตร

เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าประสงค์ในการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตรแล้ว กระบวนการสำคัญต่อไปคือ การกำหนดวิธีการ และเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง แม่นยำ และครบถ้วน นอกจากนี้การเลือกเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสม จะทำให้ผลของการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตรสามารถนำไปใช้ประกอบการวางแผนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เรื่องที่ 2.2.1 วิธีการ และเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตรให้มีประสิทธิภาพ ผู้เรียนจำเป็นต้องเลือกใช้วิธีการ และเครื่องมือที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และแม่นยำ และนำไปสู่การวิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในที่นี้จะกล่าวถึงประเภทของวิธีการ และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล หลักในการเลือกเครื่องมือ และข้อจำกัดของเครื่องมือที่ใช้ เพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจในการเลือกวิธีการ และเครื่องมือที่เหมาะสม

1. ความหมายและความสำคัญของวิธีการ และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 ความหมายของวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์และปัญหา ซึ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลมีหลายวิธี จะมีความสอดคล้องกับเครื่องมือที่นำมาใช้ ได้แก่ การทดสอบ การสอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนา การสังเกต และการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

1.2 ความหมายของเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ต้องการ ให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ มีหลายลักษณะ เช่น สิ่งพิมพ์ วัสดุอุปกรณ์ ซึ่งเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีหลายรูปแบบ ได้แก่ แบบทดสอบ แบบสอบถาม แบบบันทึกการสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสนทนา แบบบันทึกการสังเกต และแบบเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

1.3 ความสำคัญของวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเลือกใช้วิธีการ และเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีคุณภาพ จะทำให้การวิเคราะห์ถูกต้อง แม่นยำ สามารถนำมาใช้ตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน และน่าเชื่อถือ นอกจากนี้เครื่องมือที่ใช้ต้องมีคุณภาพดีแล้ว กระบวนการสร้างและพัฒนาต้องถูกต้องตามหลักเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละประเภท และต้องเหมาะสมกับลักษณะข้อมูลและกลุ่มตัวอย่าง จึงจะทำให้เกิดการวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมชาย, 2554)

2. ประเภทของวิธีการ และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

บุญเชิด (2545) กล่าวว่า วิธีการ และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีหลายประเภท ขึ้นกับวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 วิธีทดสอบด้วยแบบทดสอบ ในการเก็บข้อมูลที่เหมาะสมกับการวัดพฤติกรรมผู้เรียน และให้ผลการวัดแสดงออกมาเป็นคะแนน ดังนั้น วิธีที่เหมาะสมกับการเก็บข้อมูลในรูปแบบนี้ คือ การทดสอบ โดยใช้แบบทดสอบซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดผล

2.2 วิธีสอบถามด้วยแบบสอบถามการเก็บข้อมูลเพื่อต้องการวัดคุณลักษณะ ความคิดเห็นส่วนบุคคล โดยใช้ข้อคำถามเป็นตัวกระตุ้น หรือสิ่งเร้าให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงการตอบสนองตามความรู้สึกของตนเอง วิธีการที่เหมาะสมกับการเก็บข้อมูลลักษณะนี้ คือ การสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามมี 2 รูปแบบ คือ

2.2.1 แบบปลายเปิด เป็นแบบสอบถามที่กำหนดให้เพียงข้อคำถามเท่านั้น ส่วนคำตอบเป็นหน้าที่ของผู้ให้ข้อมูลอย่างอิสระ ซึ่งมีข้อดี คือ จะได้ข้อมูลที่นอกเหนือจากการคาดคะเน หลากหลาย แต่มีข้อจำกัด คือ การสรุปประเด็นค่อนข้างยุ่งยาก และใช้เวลาในการตอบค่อนข้างนาน

2.2.2 แบบปลายปิด เป็นแบบสอบถามที่กำหนดทั้งคำถามและตัวเลือกคำตอบ สามารถจำแนกได้ 5 รูปแบบ คือ 1) แบบตรวจสอบรายการเป็นแบบสอบถามที่กำหนดให้ผู้ตอบเลือก 2) แบบจัดลำดับความสำคัญเป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบเรียงลำดับความสำคัญ 3) แบบมาตราส่วนประมาณค่าเป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่กำหนดให้เป็นคู่ ๆ แล้วให้ผู้ตอบได้ประเมินตามความคิดเห็น และ 5) แบบสร้างสถานการณ์ เป็นแบบสอบถามที่กำหนดสถานการณ์ แล้วให้ผู้ตอบได้พิจารณาเลือกตอบตามความรู้สึก คุณธรรมหรือจริยธรรม ข้อดีของแบบสอบถามปลายปิดคือ จะได้ข้อมูลที่มีลักษณะเดียวกันง่ายต่อการสรุปเปรียบเทียบ แต่ข้อจำกัดคือ อาจไม่มีตัวเลือกที่สอดคล้องกับความเป็นจริงของผู้ให้ข้อมูล

2.3 วิธีสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์ ชักถาม และโต้ตอบระหว่างผู้เก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล เป็นวิธีการเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยมีแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ข้อดีของการใช้วิธีการสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูล คือ สามารถชี้แจงเพิ่มเติมในข้อสงสัยของผู้ตอบสัมภาษณ์ได้ชัดเจนขึ้น ได้ข้อมูลที่หลากหลาย แต่มีข้อจำกัดคือ ใช้งบประมาณและเวลาค่อนข้างมาก

2.4 วิธีสนทนากลุ่มด้วยแบบบันทึกการสนทนา เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ พูดคุย อภิปรายที่มีการนำกลุ่มคนมาพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลกันตามประเด็นที่กำหนด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลส่วนใหญ่จะมีผู้สังเกตการณ์เข้าร่วม เพื่อบันทึกความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ในระหว่างการอภิปราย เป็นวิธีที่ทำให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์ในรายละเอียด และช่วยให้การวิจัยได้ผลเป็นอย่างดี

2.5 วิธีสังเกตด้วยแบบบันทึกการสังเกต เป็นการเฝ้าดูสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างเอาใจใส่และกำหนดไว้อย่างมีระเบียบ วิธีการเก็บข้อมูลแบบการสังเกต คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าของผู้สังเกต ผ่านการตีความทางพฤติกรรมที่ได้เห็น เครื่องมือที่ใช้ คือ ประเด็นที่ต้องการ

ให้เก็บข้อมูล แบบบันทึกข้อมูล ซึ่งควรออกแบบให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว เพราะการเก็บข้อมูลในรูปแบบนี้ ต้องบันทึกข้อมูลอย่างรวดเร็ว ละเอียดย และต้องไม่มีอคติต่อการประมวลและสรุปข้อมูล ข้อดีของการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกต คือ ได้รับข้อมูลที่ไม่คาดหวัง เป็นข้อมูลธรรมชาติจากแหล่งปฐมภูมิที่ได้จากพฤติกรรมที่แสดงออกที่ชัดเจน แต่ก็มีข้อจำกัดคือ เป็นข้อมูลเชิงบรรยายที่ยุ่งยากในการสรุปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ

2.6 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิด้วยแบบบันทึกข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น รายงานของหน่วยงานต่าง ๆ รายงานการวิจัยที่มีผู้วิจัยไว้แล้ว โดยไม่ต้องมีการเข้าถึงหรือเก็บข้อมูลโดยตรง ซึ่งแตกต่างจากการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ ที่ต้องเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรง

ตารางที่ 2.1 แสดงวิธีการและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล
การทดสอบ	แบบทดสอบ
การสอบถาม	แบบสอบถาม
การสัมภาษณ์	แบบสัมภาษณ์
การสนทนากลุ่ม	แบบบันทึกการสนทนา
การสังเกต	แบบบันทึกการสังเกต
การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ	แบบบันทึกการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ

3. หลักในการเลือกเครื่องมือ

การเลือกเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ มีหลักในการพิจารณา ดังนี้

3.1 ประเด็นคำถาม ควรเป็นคำถามที่ชัดเจน เพื่อให้ทราบประเด็นหลักในการวิจัย และประชากรในการวิจัยที่จะเป็นเกณฑ์เบื้องต้นในการกำหนดวิธีการ/เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อตอบคำถามการวิจัย

3.2 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี การกำหนดกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ครอบคลุม จะช่วยให้เห็นแนวทางของการศึกษาประเด็นการวิจัยในอดีตว่าใช้ระเบียบวิธีวิจัยอย่างไร และมีแนวทางในการวัดประเด็น หรือตัวแปรที่สนใจอย่างไร จะทำให้สามารถเลือกใช้เครื่องมือได้อย่างเหมาะสม

3.3 หน่วยการวิเคราะห์ ควรเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัยที่สอดคล้องกับหน่วยการวิเคราะห์ ซึ่งอาจเป็นแต่ละหน่วย หรือเป็นกลุ่มก็ได้ ตามความเหมาะสมของงานวิจัย

3.4 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง/ประชากร ต้องมีความสอดคล้องกับการเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัย ระยะเวลา และงบประมาณที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง/ประชากร ที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะหรือข้อจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น ในการศึกษาพฤติกรรมของเด็ก ๆ อาจจะต้องเลือกใช้การสังเกต หรือการสัมภาษณ์แทนการใช้แบบสอบถาม เป็นต้น

4. ข้อจำกัดของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีข้อจำกัดที่ควรระมัดระวัง ดังนี้

4.1 ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของข้อมูล เนื่องจาก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการวัดทางอ้อมที่ใช้ข้อคำถามเป็นสิ่งเร้าให้ผู้ให้ข้อมูลแสดงพฤติกรรม (คำตอบ) แล้ววัดพฤติกรรมที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจเป็นพฤติกรรมที่เป็นจริงหรือเป็นเท็จก็ได้

4.2 ความสมบูรณ์ หรือครบถ้วนของข้อมูล เนื่องจากเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการวัดพฤติกรรมเพียงบางส่วนที่จำเป็นเท่านั้น แต่ไม่สามารถวัดพฤติกรรมที่ต้องการทั้งหมดได้

4.3 ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลที่สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งจากการสร้างของผู้เก็บข้อมูล และจากการตอบคำถามของผู้ให้ข้อมูล

4.4 หน่วยการวัดของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลไม่เท่ากัน เมื่อนำมาเปรียบเทียบ จะต้องมีความระมัดระวังในการให้ความหมาย

สรุป

เมื่อกำหนดข้อมูลที่ได้ศึกษา ที่สามารถตอบตามวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรแล้ว ผู้เรียนต้องเลือกใช้วิธีการและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม เครื่องมือที่ใช้จะต้องมีคุณภาพที่ดีเหมาะสมกับข้อมูลแต่ละประเภท เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความถูกต้อง และน่าเชื่อถือ สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน

เรื่องที่ 2.2.2 เทคนิคที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรมีความสำคัญอย่างมากที่ผู้เรียนต้องมีความเข้าใจในการเลือกใช้เทคนิคในการวิเคราะห์ ให้มีความเหมาะสมตรงกับวัตถุประสงค์ และเป้าหมายเพื่อให้ได้ทิศทางการดำเนินงาน การวางแผนการผลิต แผนกลยุทธ์ที่ถูกต้องชัดเจน ซึ่งในบทนี้ผู้เขียนได้เลือกการใช้เทคนิคบางประการ เช่น 7S McKinsey Model, PESTEL, SWOT Analysis, Risk Management, Balanced Scorecard และ 7Ps ซึ่งในปัจจุบันนิยมนำไปใช้ในการศึกษาสถานการณ์ก่อนจะนำไปใช้ในการทำงานตามวัตถุประสงค์ และการวางแผนเพื่อพัฒนา รวมถึงการวิเคราะห์ความเสี่ยงระหว่างการทำงาน เป็นต้น

1. 7S McKinsey Model

7S McKinsey Model เป็นกรอบแนวคิดที่นำมาใช้ในการตรวจประเมินสมรรถนะขององค์กร ด้วยปัจจัย 7 ประการ ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ (Strategy) โครงสร้าง (Structure) ระบบ (System) บุคลากร (Staff) รูปแบบ (Style) ทักษะ (Skill) และค่านิยมร่วม (Shared Value) ซึ่งการประเมินสมรรถนะขององค์กร หรือปัจจัยภายใน ถือว่าเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง สำหรับการสร้างความยั่งยืนในการพัฒนา เนื่องจากจะทำให้เราได้รับรู้สภาพความเป็นจริงว่าองค์กรของเรามีสมรรถนะอย่างไร นอกจากนี้ยังช่วยในการวางแผนกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์

ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยให้แนวทางในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติและช่วยให้ธุรกิจระบุจุดที่ต้องปรับปรุงได้อย่างชัดเจน และมุ่งเน้นในการช่วยยกระดับองค์กร

2. PESTEL

PESTEL คือเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หรือปัจจัยภายนอกแบบมหภาค โดยคำนึงถึงปัจจัยภายนอกทั้งหมด 6 ปัจจัย ได้แก่การเมือง (Politics) เศรษฐศาสตร์ (Economics) สังคม (Social) เทคโนโลยี (Technological) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และกฎหมาย (Legal) การวิเคราะห์ PESTEL จะช่วยให้ธุรกิจหรือองค์กรสามารถเข้าใจและตระหนักถึงปัจจัยที่อาจมีผลกระทบต่อการดำเนินกิจการของตน โดยการระบุและศึกษาปัจจัยเหล่านี้อย่างละเอียด จะช่วยให้องค์กรสามารถเตรียมความพร้อมและวางแผนการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. SWOT Analysis

เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กรเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต (Vision)

SWOT ประกอบด้วย 1) Strength จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบขององค์กร 2) Weaknesses จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบขององค์กร 3) Opportunities โอกาสที่จะทำให้องค์กรดำเนินการได้ 4) Threats อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญของ SWOT คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพแวดล้อม 2 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส - อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรที่เหมาะสมต่อไป

4. Risk Management

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร) (2548) ระบุ นิยามความเสี่ยงไว้ว่า ความเสี่ยงเป็นเหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ในอนาคต และอาจส่งผลในด้านลบที่ไม่ต้องการ และมีผลกระทบก่อให้เกิดความเสียหาย หรือทำให้องค์กรไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร ดังนั้น การตัดสินใจกระทำใด ๆ โดยไม่มีข้อมูล หรือไม่มีการวางแผน เป็นการตัดสินใจในสถานะของความเสี่ยง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการจัดการความเสี่ยง หรือ การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) ซึ่งหมายถึง กระบวนการในการระบุ (Risk Identification) การวิเคราะห์ (Risk Analysis) การประเมิน (Risk Assessment) การดูแลตรวจสอบและควบคุมความเสี่ยง (Risk Control)

ที่สัมพันธ์กับกิจกรรมและกระบวนการทำงาน เพื่อให้องค์กรลดความเสียหายจากความเสี่ยงมากที่สุด อันเนื่องมาจากความเสี่ยงที่องค์กรต้องเผชิญในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

การวิเคราะห์ความเสี่ยงของการดำเนินงาน มี 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดด้านและประเด็นการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยง

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดระดับความเสี่ยงของการดำเนินงาน ว่าอยู่ในระดับต่ำ ปานกลาง หรือสูง ซึ่งจะพิจารณาจากความสัมพันธ์ของ 2 ปัจจัย ได้แก่ ระดับของโอกาสที่จะเกิด และระดับผลกระทบที่จะเกิด

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความเสี่ยง ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาของระดับของโอกาสที่จะเกิดขึ้นของแต่ละประเด็นในแต่ละด้าน โดยแบ่งระดับโอกาสที่จะเกิดขึ้นเป็น 3 ระดับ ตามความถี่ของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น

5. Balanced Scorecard (BSC)

เป็นเครื่องมือทางการจัดการที่สามารถทำให้องค์กรมีความชัดเจนในเรื่อง วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เป้าหมาย และการนำไปปฏิบัติ โดยอาศัยการวัดหรือการประเมินที่จะช่วยทำให้องค์กรเกิดการรวมใจเป็นหนึ่งเดียวและมุ่งเน้นความสำเร็จขององค์กรเป็นสำคัญ

แนวคิดของ BSC ประกอบด้วย 4 มุมมอง ดังนี้

5.1 มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)

5.2 มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)

5.3 มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)

5.4 มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

ซึ่งภายใต้มุมมองทั้ง 4 นั้น จะประกอบด้วย 4 ช่องทาง ได้แก่ วัตถุประสงค์ (Objective) ตัวชี้วัด (Measures หรือ Key Performance Indicator) เป้าหมาย (Target) แผนงานโครงการหรือ กิจกรรม (Initiatives) และยังมีข้อมูลในปัจจุบัน (Baseline Data) ของตัวชี้วัด เป็นตัวช่วยในการกำหนดเป้าหมายของตัวชี้วัดแต่ละตัวให้ชัดเจนมากขึ้น ในการจัดทำ Balanced Scorecard วิสัยทัศน์และกลยุทธ์เป็นจุดศูนย์กลางของมุมมองทั้ง 4 ด้าน ซึ่งในแต่ละมุมมองจะต้องสอดคล้องกับวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กร และมีความสัมพันธ์ต่อกันในเชิงเหตุและผล กระบวนการจัดทำ Balanced Scorecard ประกอบด้วย การวิเคราะห์ทางกลยุทธ์ (Strategic Analysis) การจัดทำกลยุทธ์ (Strategic Formulation) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (Strategic Implementation)

6. 7Ps

Kotler (1997) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปร หรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนผสมการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปร (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดค้นตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process)

เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้น จึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

7. Value Chain Analysis

Value Chain Analysis หรือ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เป็นเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์กิจกรรมภายในขององค์กรทั้งหมดตั้งแต่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยมีเป้าหมายหลักที่ชัดเจนเพื่อการพัฒนาคุณค่า และเพิ่มประสิทธิภาพให้สูงสุด และสามารถลดต้นทุนการผลิต หรือค่าใช้จ่ายขององค์กรได้แบบมีนัยสำคัญ หรือมีความได้เปรียบในด้านการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

สรุป

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เมื่อผู้เรียนได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน จากกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้เรียนจำเป็นต้องเลือกเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ให้ถูกต้อง และเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อให้การตัดสินใจ หรือการวางแผนการดำเนินงาน เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และเหมาะสม สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ได้

- ตัวอย่าง -

แบบวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของแปลงเกษตรกร
ทางด้านกายภาพ ชีวภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
เพื่อประเมินความเหมาะสมสู่การพัฒนาศักยภาพสินค้าเกษตร

ชนิดพืช.....

กลุ่มเกษตรกร.....ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....

วัตถุประสงค์ : จัดเก็บข้อมูลพื้นฐานที่เป็นความจริง เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพเกษตรกร
และแปลงเกษตรกรได้อย่างถูกต้อง นำไปสู่การวินิจฉัย ประเมินสภาพปัญหา สามารถจัดหาแนวทางแก้ไข
ได้อย่างเหมาะสม

คำชี้แจง : แบบวิเคราะห์ต่อไปนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ โดยเจ้าหน้าที่นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรระดับ
ชำนาญการขึ้นไป จะเป็นผู้สัมภาษณ์เกษตรกร วิเคราะห์ข้อมูล และกรอกข้อมูลด้วยตนเองเท่านั้น

องค์ประกอบ : มี ๕ ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ ๑ ลักษณะพื้นฐานของเกษตรกร

ตอนที่ ๒ ลักษณะพื้นฐานด้านกายภาพ

ตอนที่ ๓ ลักษณะพื้นฐานด้านชีวภาพและเศรษฐกิจ

ตอนที่ ๔ ลักษณะพื้นฐานทางสังคม

ตอนที่ ๕ ลักษณะปัญหาพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดิน
ในแปลงเกษตร พร้อมการจัดลำดับความสำคัญ

เจ้าหน้าที่ผู้สัมภาษณ์ ชื่อ.....นามสกุล.....

ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร.....สำนักงานเกษตร.....

เบอร์โทรศัพท์มือถือ.....ID Line

ขอรับรองว่าข้อมูลต่อไปนี้ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เกษตรกรจริง และผ่านความเห็นชอบจาก
เกษตรกรทุกประการ

ลงชื่อ.....เกษตรกร

()

ลงชื่อ.....เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ

()

ตำแหน่ง.....

วันที่สัมภาษณ์.....

โปรดกา ☒ เพียงช่องเดียว และเติมคำในช่องว่างต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ ลักษณะพื้นฐานของเกษตรกร

๑. คำนำหน้าชื่อ.....ชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี

เลขประจำตัวประชาชน □-□□□□-□□□□□-□□-□

เบอร์โทรศัพท์มือถือ..... ID Line

๒. การเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

☐ ยังไม่ได้เป็นสมาชิก แต่สนใจเข้าร่วมการรวมกลุ่ม และ/หรือโครงการของกรมส่งเสริมการเกษตร

☐ เป็นสมาชิกแล้ว (กลุ่มแปลงใหญ่/วิสาหกิจชุมชน/สหกรณ์/อื่นๆ) โปรดระบุชื่อกลุ่ม

.....

กรณีเป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โปรดระบุเลขทะเบียน.....

๓. ระดับการศึกษา ☐ ประถมศึกษา.. ☐ มัธยมศึกษา.. ☐ ปริญญาตรี.. ☐ สูงกว่าปริญญาตรี....

๔. ที่อยู่ตามบัตรประชาชน เลขที่.....ถนน.....หมู่.....ตำบล.....

อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

๕. ที่ตั้งแปลง เลขที่.....ถนน.....หมู่.....ตำบล.....

อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

๖. พิกัดแปลง Zone :.....P

มุมแปลง จุดที่ ๑ $x =$ $y =$

มุมแปลง จุดที่ ๒ $x =$ $y =$

มุมแปลง จุดที่ ๓ $x =$ $y =$

มุมแปลง จุดที่ ๔ $x =$ $y =$

๗. ภาพขอบเขตที่ตั้งแปลง

8. สมาชิกในครอบครัวทั้งหมด.....คน เป็นแรงงานในภาคการเกษตร.....คน

9. อาชีพหลัก ☐ เกษตรกรรม ไร่/ไร่.....

☐ อื่น ๆ ไร่/ไร่.....

อาชีพรอง ☐ เกษตรกรรม ไร่/ไร่.....

☐ อื่น ๆ ไร่/ไร่.....

10. ประสบการณ์ในการทำเกษตร.....ปี

11. พืชหลักในแปลง 1 ชนิด คือ.....พันธุ์.....

พื้นที่ ปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ ผลผลิต (ไร่)	จำนวน ต้น ต่อไร่	ปริมาณ ผลผลิต (กก./ไร่/ ปี)	สัดส่วนเกรด (รวมกันให้ได้ 100%)	การรับรอง มาตรฐานการปลูก	การรับรอง คุณภาพผลผลิต
				A.....%	☐ ไม่มี	☐ ไม่มี
				B.....%	☐ อยู่ระหว่าง ดำเนินการขอ รับรอง มาตรฐาน	☐ อยู่ระหว่าง ดำเนินการขอ รับรองมาตรฐาน
				C.....%	☐ มี ได้แก่	☐ มี ได้แก่
				%	☐ GAP	☐ Q
				%	☐ เกษตรอินทรีย์	☐ GI
				%	☐ อื่นๆ ระบุ	☐ อื่นๆ ระบุ
				%		

หมายเหตุ : ใช้ค่าเฉลี่ยปี 2564 – 2566

12. รายได้จากการประกอบอาชีพการเกษตร จำนวน.....บาท/ปี

13. รายได้อื่น ๆ นอกเหนือจากอาชีพการเกษตร เป็นรายได้จาก.....รวม จำนวน.....บาท/ปี

ตอนที่ 2 ลักษณะพื้นฐานด้านกายภาพ

ด้านดิน

2.1 ชุดดินในแปลง

.....

2.2 การถือครองที่ดิน (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ พื้นที่ที่มีเอกสารสิทธิ์ ระบุ.....☐ พื้นที่ได้รับอนุญาต ระบุ.....☐ อื่นๆ ระบุ.....

2.3 การใช้ประโยชน์ที่ดิน จำนวน.....ไร่

2.3.1 พื้นที่.....จำนวน.....ไร่

2.3.2 พื้นที่.....จำนวน.....ไร่

2.3.3 พื้นที่.....จำนวน.....ไร่

2.3.4 พื้นที่.....จำนวน.....ไร่

2.4 การทำเกษตรกรรม จำนวน.....ประเภท ได้แก่

- ☐ พืชสวน ได้แก่.....จำนวน.....ไร่
- ☐ พืชไร่ ได้แก่.....จำนวน.....ไร่
- ☐ อื่น ๆ ได้แก่.....จำนวน.....ไร่

2.5 การใช้ประโยชน์พื้นที่ปลูก จำนวน.....ไร่

- 2.5.1 พื้นที่ปลูก.....จำนวน.....ไร่
- 2.5.2 พื้นที่ปลูก.....จำนวน.....ไร่
- 2.5.3 พื้นที่ปลูก.....จำนวน.....ไร่
- 2.5.4 พื้นที่ปลูก.....จำนวน.....ไร่
- 2.5.5 พื้นที่ปลูก.....จำนวน.....ไร่

2.6 การตรวจวิเคราะห์ค่าความอุดมสมบูรณ์ของดิน หากเคยตรวจโปรดระบุค่าต่อไปนี้

วันที่ตรวจ.....เดือน.....พ.ศ.....

- ☐ 1) ความเป็นกรดต่าง (pH) ค่า.....
- ☐ 2) ความเค็มของดิน (EC) ค่า.....ds/m
- ☐ 3) ปริมาณอินทรีย์วัตถุในดิน (OM) ค่า..... %
- ☐ 4) ฟอสฟอรัสที่เป็นประโยชน์ (P) ค่า..... mg/kg
- ☐ 5) โพแทสเซียมที่แลกเปลี่ยนได้ (K) ค่า..... mg/kg
- ☐ 6) แคลเซียมที่แลกเปลี่ยนได้ (Ca) ค่า..... mg/kg
- ☐ 7) แมกนีเซียมที่แลกเปลี่ยนได้ (Mg) ค่า.....mg/kg
- ☐ 8) ไนโตรเจนทั้งหมด (N) ค่า.....%
- ☐ 9) ความจุความชื้นที่เป็นประโยชน์ (AWC) ค่า.....

รายละเอียดตามภาคผนวก เรื่อง วิธีการเก็บตัวอย่างดินส่งตรวจวิเคราะห์ความอุดมสมบูรณ์ในดิน

**กรณีมีผลตรวจวิเคราะห์จาก LAB โปรดสำเนาเอกสารแนบแบบสัมภาษณ์ด้วย

***กรณีพืชที่ไม่ใช้ดินปลูก ให้ระบุค่าความสมบูรณ์ของวัสดุปลูก

ด้านน้ำ

2.7 ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยต่อเดือน (มม.) บริเวณแปลงปลูกปี พ.ศ. 2564 - 2566 ตามตารางต่อไปนี้

(เจ้าหน้าที่สามารถนำข้อมูลมาจากการการวัดปริมาณน้ำฝนหรือสถานีอุตุนิยมวิทยาในพื้นที่โดยไม่ต้องสอบถามเกษตรกร)

ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.

2.8 แปลงอยู่ในเขตที่ได้รับน้ำจากชลประทานหรือไม่

- ☐ แปลงไม่อยู่ในเขตชลประทาน
- ☐ แปลงอยู่ในเขตชลประทาน ระยะห่างจากคลองชลประทานถึงแปลงประมาณ.....กิโลเมตร และได้รับน้ำจากชลประทานผ่านท่อส่งน้ำชลประทาน
- ☐ แปลงอยู่ในเขตชลประทาน ระยะห่างจากคลองชลประทานถึงแปลงประมาณ.....กิโลเมตร แต่ไม่ได้รับน้ำจากชลประทาน

2.9 แหล่งน้ำที่ใช้ทำการเกษตรในแปลงของท่านในปัจจุบัน ได้แก่

2.9.1 แหล่งน้ำในแปลง

1) บ่อน้ำในแปลง จำนวน

บ่อที่ 1 กว้าง.....เมตร ยาว.....เมตร.....ลึก.....เมตร

บ่อที่ 2 กว้าง.....เมตร ยาว.....เมตร.....ลึก.....เมตร

บ่อที่ 3 กว้าง.....เมตร ยาว.....เมตร.....ลึก.....เมตร

บ่อที่ 4 กว้าง.....เมตร ยาว.....เมตร.....ลึก.....เมตร

บ่อที่ 5 กว้าง.....เมตร ยาว.....เมตร.....ลึก.....เมตร

2) อื่น ๆ

2.9.2 แหล่งน้ำนอกแปลง

1)ห่างจากพื้นที่เกษตรของท่าน.....กิโลเมตร

2)ห่างจากพื้นที่เกษตรของท่าน.....กิโลเมตร

3)ห่างจากพื้นที่เกษตรของท่าน.....กิโลเมตร

4)ห่างจากพื้นที่เกษตรของท่าน.....กิโลเมตร

5)ห่างจากพื้นที่เกษตรของท่าน.....กิโลเมตร

2.10 สัตว์ส่วนการใช้น้ำในข้อ 2.9

1)ร้อยละ.....

2)ร้อยละ.....

3)ร้อยละ.....

4)ร้อยละ.....

5)ร้อยละ.....

2.11 ปริมาณน้ำที่ใช้เพื่อการเกษตรในข้อ 2.10 เพียงพอหรือไม่ อย่างไร

☐ เพียงพอ จงอธิบาย.....

☐ ไม่เพียงพอ จงอธิบาย.....

2.12 ท่านมีระบบการให้น้ำในแปลงหรือไม่ ถ้ามีสามารถ ☒ ได้มากกว่า 1 ข้อ

☐ สปริงเกอร์ ☐ น้ำหยด ☐ IOT ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

2.13 แปลงของท่านเคยประสบปัญหาภัยธรรมชาติหรือไม่

☐ ไม่เคย

☐ เคย ได้แก่ ☐ ภัยแล้ง ☐ อุทกภัย ☐ วาตภัย ☐ คชภัย ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2.13.1 การเกิดภัยแล้ง ช่วงขาดน้ำ ตั้งแต่เดือน.....ถึงเดือน.....

ระยะเวลาขาดน้ำ.....เดือน

ความเสียหายที่เกิดจากการขาดน้ำ.....ร้อยละ.....ของพื้นที่แปลง

ภาวการณ์ขาดน้ำเกิดขึ้นบ่อยหรือไม่ ☐ ไม่มี ☐ มีทุกปี ☐ มีปีเว้นปี ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

2.13.2 การเกิดน้ำท่วมเกิดขึ้นประมาณเดือน.....ถึงเดือน.....
 ระยะเวลาการท่วมนาน.....เดือน ท่วมลึกสูงสุด.....เมตร
 ความเสียหายที่เกิดจากน้ำท่วม.....ร้อยละ.....ของพื้นที่แปลง
 ภาวการณ์น้ำท่วมเกิดขึ้นบ่อยหรือไม่ ☐ ไม่มี ☐ มีทุกปี ☐ มีปีเว้นปี ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

2.13.3 การเกิดภัย.....ตั้งแต่เดือน.....ถึงเดือน.....
 ระยะเวลา.....เดือน ความเสียหายที่เกิดจาก.....ร้อยละ.....ของพื้นที่แปลง
 ภาวการณ์ภัย.....เกิดขึ้นบ่อยหรือไม่ ☐ ไม่มี ☐ มีทุกปี ☐ มีปีเว้นปี ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

2.14 การตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำ หากเคยตรวจโปรดระบุค่าต่อไปนี้

- ☐ 1) ความเป็นกรดต่าง (pH) ค่า.....
- ☐ 2) ปริมาณ Na ที่เป็นอันตรายต่อพืช ค่า.....
- ☐ 3) ปริมาณ Cl ที่เป็นอันตรายต่อพืช ค่า.....
- ☐ 4) ปริมาณ CO_3 ที่เป็นอันตรายต่อพืช ค่า.....
- ☐ 5) ปริมาณ HCO_3 ที่เป็นอันตรายต่อพืช ค่า.....
- ☐ 6) ปริมาณ SO_4 ที่เป็นอันตรายต่อพืช ค่า.....
- ☐ 7) ปริมาณ Ca ที่เป็นอันตรายต่อพืช ค่า.....
- ☐ 8) ปริมาณ Mg ที่เป็นอันตรายต่อพืช ค่า.....
- ☐ 9) ค่าการนำไฟฟ้า (EC) ค่า.....

รายละเอียดตามภาคผนวก เรื่อง วิธีการเก็บตัวอย่างน้ำส่งตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำ

**กรณีมีผลตรวจวิเคราะห์จาก LAB โปรดสำเนาเอกสารแนบแบบสัมภาษณ์ด้วย

ตอนที่ 3 ลักษณะพื้นฐานด้านชีวภาพและเศรษฐกิจ

3.1 ปฏิทินการทำเกษตรในรอบ 1 ปี

เดือน	กิจกรรม
มกราคม	
กุมภาพันธ์	
มีนาคม	
เมษายน	
พฤษภาคม	
มิถุนายน	
กรกฎาคม	
สิงหาคม	
กันยายน	
ตุลาคม	
พฤศจิกายน	
ธันวาคม	

3.2 การใส่ปุ๋ย

เดือน	ประเภทปุ๋ย	ปริมาณปุ๋ย	ค่าใช้จ่ายปุ๋ย (บาท/ไร่)
มกราคม			
กุมภาพันธ์			
มีนาคม			
เมษายน			
พฤษภาคม			
มิถุนายน			
กรกฎาคม			
สิงหาคม			
กันยายน			
ตุลาคม			
พฤศจิกายน			
ธันวาคม			

3.3 แรงงานภาคการเกษตร ใช้แรงงานทั้งหมด.....คน/ปี

3.3.1 เป็นแรงงานในครัวเรือน.....คน

3.3.2 เป็นแรงงานนอกครัวเรือน.....คน ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ย.....บาท/คน/ปี

รวมค่าจ้างแรงงานทั้งสิ้น.....บาท/ปี

3.4 มีปัญหาเรื่องแรงงานภาคการเกษตรหรือไม่ ☐ ไม่มีปัญหา

☐ มีปัญหา ดังตารางต่อไปนี้

ปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหา ในมุมมองของเกษตรกร	แนวทางแก้ไขปัญหา จากการวิเคราะห์ของ เจ้าหน้าที่

3.5 พื้นที่เกษตรกรรมของท่านได้รับความเสียหายจากโรคพืช/ศัตรูพืชหรือไม่ ☐ พบช่วงเดือน.....
☐ ไม่พบ

3.6 วิธีการควบคุมและกำจัดโรคพืช/ศัตรูพืชที่พบ

โรคพืช/ศัตรูพืชที่พบในพืช.....	วิธีการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคพืช/ศัตรูพืช

3.7 แหล่งเงินทุนที่ใช้ทางการเกษตร.....แหล่ง ระบุ.....

3.8 ปัจจุบันผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่.....ในครัวเรือนของท่าน เพียงพอต่อความต้องการของตลาดหรือไม่

- ☐ เพียงพอ สามารถผลิตได้ตัน/ปี
- ☐ ไม่เพียงพอ สามารถผลิตได้เพียงตัน/ปี ในขณะที่ตลาด.....มีความต้องการ.....ตัน/ปี

3.9 รายได้เสริมอื่น ๆ ในภาคการเกษตร มีอะไรบ้าง และมีรายได้รวมเท่าไร

.....

.....

3.10 รายได้เสริมนอกภาคการเกษตรของท่านมีหรือไม่อย่างไร

.....

.....

3.11 ต้นทุนการผลิต.....ในฤดูกาลผลิตปี 2566

ที่	รายการ	ค่าใช้จ่าย (บาท) ต่อไร่
1	ต้นทุนรวม	
1.1	ค่าแรงงาน	
	- ค่าเตรียมดิน	
	- ค่าไถดะ	
	- ค่าไถแปร	
	- ค่าบ่มดิน	
	- ค่าระเบิดดินดาน	
	- ค่าปลูก รวมค่าเตรียมพันธุ์	
	- ค่ายกทรง	
	- ค่าดูแลรักษา	

ที่	รายการ	ค่าใช้จ่าย (บาท) ต่อไร่
	- ค่าเก็บเกี่ยว รวบรวม	
1.2	ค่าวัสดุ	
	- ค่าพันธุ์	
	- ค่าปุ๋ยเคมี สูตร...../อัตราที่ใช้.....	
	สูตร...../อัตราที่ใช้.....	
	- ค่าปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยชีวภาพ (โปรตระกูล)... ..	
	- ค่าสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชและวัชพืช	
	- ค่าสารชีวภัณฑ์ ระบุ	
	- ค่าระบบน้ำพร้อมติดตั้ง	
	- ค่าวัสดุอื่นๆ เช่น น้ำมันเชื้อเพลิง ค่าซ่อมแซม อุปกรณ์ อื่น ๆ (ระบุ).....	
1.3	ค่าเช่าที่ดิน	
1.4	ค่าเสื่อมอุปกรณ์	
2	ราคาที่คาดว่าจะขายได้ (บาท/กก.)	
3	รายได้รวมจากการขายผลผลิต (บาท)	
4	กำไร/ขาดทุน (นำข้อ 3 - ข้อ 1)	

หมายเหตุ คิดเป็นค่าเฉลี่ยและรวมเป็นเงินสด ข้อมูลที่จัดเก็บเป็นเพียงการประมาณการ เพื่อใช้ในการอ้างอิง

3.12 คาดการณ์ปริมาณผลผลิต ปี 2567

- 1) ผลผลิตที่คาดว่าจะเก็บเกี่ยวได้ กิโลกรัม หรือ ต้นต่อไร่ (ในปี 2567)
- 2) ผลผลิตเสียหาย..... กิโลกรัมต่อไร่ (ในปี 2567) เกิดจาก.....

3.13 ประเภทการขาย

- ☐ ขายส่ง ได้แก่.....ราคา.....บาท/ปี หรือคิดเป็นร้อยละ.....
- ☐ ขายปลีก ได้แก่.....ราคา.....บาท/ปี หรือคิดเป็นร้อยละ.....

3.14 ข้อมูลแหล่งรับซื้อผลผลิต / ผู้รับซื้อ (ตลาด) ระบุ

1) จำหน่ายในพื้นที่ คิดเป็น.....เปอร์เซ็นต์ ได้แก่

☐ ขายให้พ่อค้าคนกลาง/จุดรับซื้อในพื้นที่ เช่น สถานประกอบการ หรือ ล้งรับซื้อ

ชื่อ.....

☐ ขายตลาดท้องถิ่น / ชุมชน☐ ขายในงานแสดงสินค้าในพื้นที่ (จังหวัด / อำเภอ)☐ ขายให้ผู้ประกอบการ ชื่อ.....☐ ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับบริษัท / กลุ่ม / สถานประกอบการ / โรงพยาบาล

ชื่อ.....

☐ อื่น ๆ เช่น การตกเขียว เหมาะสวน (ระบุ).....

2) จำหน่ายนอกพื้นที่ คิดเป็น.....เปอร์เซ็นต์ ได้แก่

☐ ขายให้พ่อค้าคนกลางที่ตลาดกลาง ชื่อ.....☐ ขายตลาดออนไลน์☐ ขายให้ผู้ประกอบการ ชื่อ.....☐ ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับบริษัท / กลุ่ม / สถานประกอบการ/ โรงพยาบาล

ชื่อ.....

☐ ขายในงานแสดงสินค้านอกพื้นที่☐ อื่น ๆ เช่น การตกเขียว เหมาะสวน

(ระบุ).....

3) ต่างประเทศ คิดเป็น.....เปอร์เซ็นต์ ได้แก่

☐ ขายให้ผู้ประกอบการ ชื่อ.....☐ ทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับบริษัท ชื่อ.....☐ ขายตลาดออนไลน์.....☐ อื่น ๆ (ระบุ)

ตอนที่ 4 ลักษณะพื้นฐานทางสังคม

4.1 ท่านเข้าไปดูแลจัดการแปลงของท่านมากน้อยเพียงไร

☐ ทุกวัน ☐ วันเว้นวัน ☐ น้อยกว่าอาทิตย์ละ 3 วัน ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4.2 คราวเรือนของท่านมีปัญหาการอพยพออกนอกพื้นที่หรือต้องออกไปทำงาน/รับจ้างหรือไม่อย่างไร และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่ออกไปจำนวนเท่าไร

.....

.....

4.3 มีปัญหาความขัดแย้งกันเองระหว่างกลุ่มเกษตรกรด้วยกันหรือกลุ่มอื่น ๆ หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

4.4 มีปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภคหรือไม่ อย่างไร ระบุจำนวนวันที่ขาดแคลนในแต่ละปี และการแก้ปัญหาในปัจจุบัน

.....

.....

4.5 ท่านขายผลผลิตให้กับกลุ่มใด และมีทางเลือกในการขายผลผลิตหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

4.6 ท่านมีมาตรการในการฟื้นฟูดิน พักดิน เพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

4.7 หน่วยงานราชการ หรืออื่น ๆ เข้ามาอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรหรือไม่ และท่านเข้าร่วมและได้รับความรู้ระดับใด

.....

.....

4.8 ท่านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการเกษตรหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

4.9 ท่านประสบปัญหาใด ๆ ในการเกษตรกรรมในพื้นที่ที่อาศัยอยู่

.....

.....

4.10 ท่านมีการรวมกลุ่มกับเกษตรกรด้วยกันหรือไม่ อย่างไร และเริ่มต้นรวมกลุ่มจากการเริ่มต้นโดย.....กิจกรรมของกลุ่มที่เกิดขึ้น ระบุ.....

.....

.....

4.11 ใครบ้างที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย มาตรการต่าง ๆ ของการจัดการแปลงใหญ่

.....

.....

4.12 หน่วยงานไหนที่เข้ามาสนับสนุนการจัดการแปลงเกษตรที่ท่านได้รับรู้หรือเกี่ยวข้อง

.....

.....

4.13 ท่านสามารถเข้าถึงการจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ทรัพยากรน้ำ ปัจจัยการผลิตต่าง ๆ เช่น ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยอินทรีย์ หรือมีบทบาทต่อการจัดสรรหรือไม่ มีความถี่ในการเข้าถึงหรือเข้าไปมีบทบาทมากน้อยเพียงไร ท่านมีส่วนต่อการตัดสินใจในด้านการจัดสรรหรือไม่

.....

.....

4.14 ความรู้ (Knowledge) ท่านหรือองค์กรท่านมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรม แผนงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแปลงเกษตรหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

4.15 ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของแปลงใหญ่หรือไม่

1) ท่านมีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในองค์กรภาครัฐ เอกชน หรือกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นหรือไม่

☐ มีส่วนร่วม ☐ ไม่มีส่วนร่วม

2) ท่านเห็นความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมหรือไม่

☐ สำคัญ ☐ ไม่สำคัญ

3) ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ บ่อยครั้งเพียงใด

☐ บ่อยที่สุด ☐ ไปร่วมบ้าง ☐ ไม่ค่อยเข้าร่วม

และท่านมีบทบาทอย่างไรต่อกลุ่ม

.....

.....

ตอนที่ 5 ลักษณะปัญหาพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินในแปลงเกษตร พร้อมการจัดลำดับความสำคัญ

โปรดระบุปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินในแปลงเกษตรของท่าน เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาและบอกแนวทางการแก้ไขปัญหา

ข้อ	ปัญหา (เรียงตามลำดับ ความสำคัญ)	แนวทางการแก้ไขปัญหา ที่เกษตรกรต้องการ	แนวทางการแก้ไขปัญหา ที่ผ่านการวิเคราะห์ของ เจ้าหน้าที่
1			
2			

เอกสารอ้างอิง

- เจด โมราเลส. 2566. การวิเคราะห์ PESTEL. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2567. จาก <https://www.mindonmap.com/th/blog/what-is-pestel-analysis/>.
- ธนัทธ นาราสุนทรกุล. 2558. กลยุทธ์ทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต.
- นวพร ชัญเสน. 2567. ประเภทของข้อมูล. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2567. จาก <https://jirapornthainoktad.wordpress.com>.
- บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. 2545. การประเมินการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. แนวคิดและวิธีการ. กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.
- สถาบันนวัตกรรมและกรรมาภิบาลข้อมูล. 2565. เจาะลึกข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลทุติยภูมิ คืออะไร ต่างกันยังไง สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2567. จาก <https://digi.data.go.th/blog/difference-primary-data-and-secondary-data/>.
- สะอาด แก้วมา. 2567. ข้อมูลและสารสนเทศ. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2567. จาก <https://sites.google.com/view/krusaard/>.
- สายฝน พันแก้ว. 2562. หลักสูตร รายวิชาการพัฒนาตนเองชุมชนสังคม รหัส สค 31003 ของสำนักงาน กศน. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2567. จาก <https://sites.google.com/dei.ac.th/sd31003lp/2>.
- สมชาย วรภิเกษมสกุล. ๒๕๕๔. ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุดรธานี : อักษรศิลป์การพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. 2552. การบริหารความเสี่ยง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- อัจฉรา โพธิ์ดี และภวดี เจียมจิณฉัตร. 2563. หน้าที่ 7 การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและการจัดการ. ชุดวิชา 33312 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดการการเกษตร ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- JobsDB. 2566. ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย Locke's goal setting. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567. จาก <https://th.jobsdb.com/th/career-advice/article/>.
- Kaplan, R.S. 2005. How the balanced scorecard complements the Mckinsey 7-s model Strategy and Leadership. 33 (3). 41-46.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Lynch, R. 2006. Corporate strategy. (4th ed.) Harlow : Reason Education.
- Management KM Web. 2014. TOWS Matrix. Retrieved May 22, 2014 from [https:// www.dramanage.com](https://www.dramanage.com)

- PHAKAWAN PHOCHAROEN .2023. 5 ทริคเริ่มต้นปีใหม่กับทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567. จาก <https://www.altv.tv/content/altv-news/>.
- SONEXT 02. 2024. บทความข้อมูลคืออะไรมีประโยชน์และความสำคัญอย่างไรกับองค์กร. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2567. จาก <https://www.sonext.asia/why-data/>.

1. นายวีรศักดิ์ บุญเชิญ
รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร
กรมส่งเสริมการเกษตร
2. นางสาวอำพร เนติ
ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมระบบการผลิตข้าว
กรมส่งเสริมการเกษตร
3. นางสาวสุชญา ดอกธณธณัส
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
กรมส่งเสริมการเกษตร
4. นางสาวปรารถนา ไปเหนือ
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
กรมส่งเสริมการเกษตร
5. นางสาวดาริน สุขหงษ์
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
กรมส่งเสริมการเกษตร

บทที่ 3

เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร

การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตรเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและหลากหลาย เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถนำข้อมูลมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องเลือกใช้เทคนิคการวิเคราะห์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ด้านการเกษตร ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ต่าง ๆ ของสินค้าแต่ละชนิดที่มีความแตกต่างกัน ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 3.1 เทคนิคการวิเคราะห์ ด้วย 7S/ PESTEL และ SWOT Analysis

เรื่องที่ 3.1.1 เทคนิค 7S (McKinsey 7'S Framework)

เรื่องที่ 3.1.2 เทคนิค PESTEL Analysis

เรื่องที่ 3.1.3 เทคนิค SWOT Analysis

ตอนที่ 3.2 เทคนิคในการวิเคราะห์ ด้วย Risk Management และ Balance scorecard

เรื่องที่ 3.2.1 เทคนิค Risk Management

เรื่องที่ 3.2.2 เทคนิค Balance scorecard

ตอนที่ 3.3 เทคนิคในการวิเคราะห์ด้วย Marketing Mix และ Value Chain

เรื่องที่ 3.3.1 เทคนิค Marketing Mix

เรื่องที่ 3.3.2 เทคนิค value chain

ตอนที่ 3.1 เทคนิคในการวิเคราะห์ ด้วย 7S/ PESTEL และ SWOT analysis

เรื่องที่ 3.1.1 เทคนิค 7S (McKinsey 7'S Framework)

Lynch (2006) กล่าวว่า แนวคิดปัจจัย 7 ประการในการประเมินองค์กร ตามวิธีการของ McKinsey 7's Framework ประกอบด้วยกรอบแนวคิด 7 ประการ โดยใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์การประเมินองค์กร ซึ่งจะเห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. กลยุทธ์องค์กร (Strategy) การบริหารเชิงกลยุทธ์เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้บริหารตอบคำถามที่สำคัญ รวมถึงช่วยให้องค์กรกำหนดและพัฒนาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นแนวทางที่บุคคลภายในองค์กรรู้ว่าจะใช้ความพยายามทำไปในทิศทางใดให้ประสบความสำเร็จ

2. โครงสร้างองค์กร (Structure) ตั้งขึ้นมาจากกระบวนการหรือหน้าที่ของงาน โดยมีการรับบุคลากรเข้ามาทำงานในฝ่ายต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ การจัดองค์กรมีส่วนช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานลดความซ้ำซ้อน ช่วยให้บุคลากรได้ทราบขอบเขตงาน ความรับผิดชอบมีความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ผู้บริหารสามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการได้อย่างรวดเร็ว

3. ระบบการปฏิบัติงาน (System) การจัดลำดับขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างเป็นเหตุเป็นผลเป็นสิ่งสำคัญในการปฏิบัติงานตามกลยุทธ์ให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้สนับสนุนการจัดโครงสร้างองค์กรที่ดีและมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม

4. บุคลากร (Staff) ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งองค์กรจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตบนพื้นฐานของกลยุทธ์องค์กร

5. ทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill) ทักษะในการปฏิบัติงานของทรัพยากรบุคคล ภายในองค์กร สามารถแยกทักษะออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ทักษะด้านงานอาชีพ เป็นทักษะที่จะทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ได้ ตามหน้าที่ และลักษณะงานที่รับผิดชอบ (2) ทักษะ ความถนัด หรือความชำนาญเฉพาะเป็นความสามารถที่ทำให้พนักงานนั้น ๆ โดดเด่นกว่าคนอื่น

6. รูปแบบการบริหารจัดการ (Style) แบบแผนพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของผู้บริหาร เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งผู้นำจะต้องวางโครงสร้างวัฒนธรรม องค์กรด้วยการเชื่อมโยงระหว่างความเป็นเลิศและพฤติกรรมทางจรรยาบรรณให้เกิดขึ้นอย่างสมดุล

7. ค่านิยมร่วม (Shared values) ค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันโดยสมาชิก ขององค์กรที่ได้กลายเป็นรากฐานของระบบการบริหาร และวิถีปฏิบัติของบุคลากร และผู้บริหาร ภายในองค์กร

ตารางที่ 3.1 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มแปลงใหญ่ลันจี่ ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา ด้วย 7 -S Framework

ปัจจัย	ผลการวิเคราะห์	
	พร้อม (จุดแข็ง)	ไม่พร้อม (จุดอ่อน)
1. กลยุทธ์ของ องค์กร (Strategy)	- กลุ่มมีแผนในการพัฒนาสินค้า ให้ได้มาตรฐาน GAP ร้อยละ 35 และมีความพร้อมที่จะดำเนินการ ได้ตามเป้าหมาย - กลุ่มมีแผนในการเพิ่มมูลค่าสินค้า ตกเกรด (เกรด B และ C) เป็นไวน์ และสุรากลั่น	- สมาชิกกลุ่มบางรายไม่มั่นใจใน เป้าหมายที่กำหนด เนื่องจากปัจจัย สภาพภูมิอากาศจะยืนยันการออก ดอกได้หลังปีใหม่ - สมาชิกที่ผลิตสินค้า AA ยังไม่ สามารถทำราคาได้ถึง 200 บาทต่อ กิโลกรัม
2. โครงสร้าง (Structure)	- กลุ่มมีคณะกรรมการ ในการบริหาร จัดการ โดยแบ่งหน้าที่ในการ บริหารงานด้านต่าง ๆ ที่ชัดเจน โดยมี ประธานและรองประธานกลุ่ม ทำหน้าที่ประสานติดต่อเรื่อง การตลาดให้แก่สมาชิก	-
3. ระบบการ ปฏิบัติงาน (System)	- กลุ่มมีการคัดเกรดผลผลิต ตามกระบวนการคัดเกรด - กลุ่มจำหน่ายผลผลิตทางออนไลน์ เป็นหลัก - กลุ่มเลือกใช้แพ็คเกจกล่องโฟมเพื่อ ยืดอายุการเก็บรักษาสินค้า	-

ปัจจัย	ผลการวิเคราะห์	
	พร้อม (จุดแข็ง)	ไม่พร้อม (จุดอ่อน)
	- ประธานกลุ่มทำหน้าที่รับ order จาก Modern trade - กลุ่มมีระบบการตรวจสอบย้อนกลับของผลผลิต	
4. บุคลากร (Staff)	- เกษตรกรผู้นำมีความเข้มแข็ง - สมาชิกกลุ่มบางส่วนที่ผลิตสินค้าคุณภาพเข้าร่วมกับทาง อบต.แม่สุก	-
5. ทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill)	- สมาชิกกลุ่มมีการนำข้อมูลจากกรมอุตุนิยมวิทยามาประมาณผลผลิต - กลุ่มมีทักษะการห่อผลสินค้า เพื่อให้เป็นสินค้าพรีเมียมโดยไม่ต้องห่อผลในช่วงเช้า	- ทางกลุ่มยังขาดความรู้ในการจัดการผลผลิตเกรด B และ C ที่จะนำมาแปรรูปเป็นไวน์และสุรา
6. รูปแบบการบริหารจัดการ (Style)	- สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงานกลุ่ม - สมาชิกในกลุ่ม ใช้แรงงานในครัวเรือนตั้งแต่การปลูกจนถึงเก็บเกี่ยว เพื่อคงคุณภาพในการห่อผลอีกทั้งการจ้างแรงงานเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิต	- กลุ่มต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ระดับประเทศในการบริโภคสินค้า เช่น ใช้ดารา หรือ influencer - กลุ่มยังขาดการสนับสนุนในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนสินค้า) - กลุ่มยังขาดห้องเย็นพลังงานแสงอาทิตย์ขนาดเล็ก เพื่อใช้ในการเก็บรักษาผลผลิต
7. ค่านิยมร่วม (Shared values)	- กลุ่มมีมุมมองเรื่องราคาผลผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยในการกำหนดคุณภาพสินค้า	- กลุ่มยังไม่เห็นความสำคัญของการรับรอง GAP เนื่องจากส่งลงแบบสวมสิทธิ์ได้และส่วนใหญ่ขายออฟไลน์ และออนไลน์ไม่ต้องมี GAP ก็สามารถขายได้ราคาดีปกติ “ถ้าไม่ส่งออกไม่จำเป็นต้องมี GAP” ด้วยเหตุนี้ การรับรอง GAP ตามเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 35 อาจไปไม่ถึง

สรุป

จากผลการวิเคราะห์ โดยใช้ตัวแปร McKinsey 7-S Framework เพื่อประเมินความพร้อมภายในของกลุ่มแปลงใหญ่สินค้า ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา เพื่อประเมินศักยภาพความพร้อมของกลุ่มแปลงใหญ่ในเบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาตัวเองให้มีความยั่งยืนสามารถสรุปได้ว่า เกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่สินค้า ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา มีศักยภาพและความพร้อม 7 ด้าน แต่จำเป็นต้องได้รับการถ่ายทอดความรู้เรื่อง GAP การจัดการผลผลิตเกรด B และ C ที่จะนำมาแปรรูปเป็นไวน์และสุรา การสนับสนุนส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

(สวนลั่นจี่) การสนับสนุนห้องเย็นพลังงานแสงอาทิตย์ขนาดเล็ก เพื่อใช้ในการเก็บรักษาผลผลิต และการประชาสัมพันธ์การบริโภคสินค้าในระดับประเทศ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องหาแนวทางแก้ไขปัญหาคความไม่พร้อมโดยกำหนดข้อเสนอที่เหมาะสม ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม SWOT Analysis ต่อไป

เรื่องที่ 3.1.2 เทคนิค PESTEL Analysis

PESTLE Analysis คือ เครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) โดยวิเคราะห์ว่ามีปัจจัยปัจจัยภายนอกใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร และส่งผลกระทบต่อองค์กรในด้านใด ด้วยการจัดกลุ่มประเด็นปัจจัยภายนอกออกมาเป็นกลุ่มย่อย เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์

Newton (2010) กล่าวว่า PESTEL คือเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม หรือปัจจัยภายนอกแบบมหภาค โดยคำนึงถึงปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ 6 ปัจจัย ได้แก่ การเมือง (Politics) เศรษฐศาสตร์ (Economics) สังคม (Social) เทคโนโลยี (Technological) สิ่งแวดล้อม (Environmental) และกฎหมาย (Legal) ซึ่งวิธีการวิเคราะห์โดยใช้หลัก PESTEL ประกอบด้วย

1. Politics หรือ การเมืองในที่นี้ หมายถึง การเคลื่อนไหวของรัฐบาล เช่น การออกนโยบายต่าง ๆ ซึ่งนโยบายเหล่านี้จะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจโดยตรง เช่น การออกเกณฑ์ภาษีแบบใหม่ของรัฐบาล ซึ่งกระทบกับโครงสร้างรายได้และการทำกำไรของบริษัท ดังนั้น ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเมือง คำถามสำคัญที่เราจะต้องถามให้ถูกจุด ก็คือสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศเป็นอย่างไร และสถานการณ์เหล่านั้นจะกระทบกับอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างไร เพื่อให้สามารถวางกลยุทธ์ได้ถูกต้อง

2. Economics หรือ เศรษฐศาสตร์ ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์นั้น เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของธนาคารกลางในการออกนโยบายทางการเงินในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มหรือลดอัตราดอกเบี้ย รวมไปถึงอัตราแลกเปลี่ยน หรือนโยบายการดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลกับการดำเนินธุรกิจค่อนข้างมาก เช่น รัฐบาลมีการปรับอัตราดอกเบี้ยลดลงส่งผลให้อัตราเงินเพื่อปรับตัวสูงขึ้นซึ่งอาจกระทบกับ อำนาจในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค และความต้องการสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น คำถามสำคัญที่เราต้องคำนึงถึงคือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจในปัจจุบันมีอะไรบ้างนั่นเอง

3. Social หรือ สังคม คือ สภาพแวดล้อมทางสังคมในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกระแสสังคม วัฒนธรรมของประเทศ การกระจายรายได้ รวมไปถึง ปัจจัยด้านตัวเลขประชากร ตัวอย่างปัจจัยด้านสังคมที่เห็นได้ชัดคือ ในประเทศแถบตะวันตกที่จะมีการจับจ่ายมากเป็นพิเศษในช่วงเทศกาลคริสต์มาส ดังนั้น ก่อนที่เราจะออกสินค้าใหม่ ๆ เราควรพิจารณาด้วยว่า วัฒนธรรมในประเทศนั้น มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อแค่ไหน และมีอะไรเป็นตัวชี้วัด

4. Technological หรือ เทคโนโลยี ก่อนที่เราจะออกสินค้าใหม่ หรือการออกกลยุทธ์ต่าง ๆ เราต้องคำนึงด้วยว่าในเวลานั้นมีเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมอะไรใหม่ ๆ เกิดขึ้นบ้าง มีนวัตกรรมอะไรที่มีโอกาสเข้ามาเปลี่ยนแปลง หรือลบทิ้งเทคโนโลยีเดิมบ้างในขณะนั้น ตัวอย่างกรณี การเข้ามาของสตรีมมิงภาพยนตร์อย่าง Netflix ที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมเช่าแผ่น DVD Close Ad ดังนั้น องค์กรจึงต้องมีการเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้ตามทันเทคโนโลยีใหม่ ๆ เหล่านั้น

5. Environmental หรือ สิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันคนกำลังให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น แม้แต่ทางภาครัฐในหลายประเทศก็เริ่มมีมาตรการสำหรับธุรกิจที่สร้างมลพิษ หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ธุรกิจที่ช่วยลดมลพิษหรือช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมก็จะได้สิ่งตอบแทนเช่นกัน ดังนั้นเราจึงต้องมาดูว่าเรื่องใดบ้างที่ผู้บริโภคมีความกังวล หรือให้ความสำคัญในเวลานั้น นำมาปรับปรุง หรือแก้ไขจะมีส่วนช่วยให้บริษัทมีโอกาสเติบโตมากขึ้น โดยปัจจัยที่เราต้องคำนึงในการวิเคราะห์ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น กฎหมายทางด้านการกำจัดขยะ กฎระเบียบด้านการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม และทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เห็นถึงขอบเขต และแนวทางในการทำธุรกิจที่ชัดเจนมากขึ้น

6. Legal หรือ กฎหมาย ในการดำเนินธุรกิจมักจะมีกฎหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปตามกฎระเบียบที่ถูกต้อง เช่น กฎหมายแรงงาน กฎหมายเรื่องมาตรฐานความปลอดภัย กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ คือการวิเคราะห์ในแบบ PESTEL ซึ่งถือว่าเป็นการวิเคราะห์ที่สำคัญและค่อนข้างจำเป็น ก่อนที่องค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ในงาน นอกจากนี้ ยังสามารถนำหลักของ PESTEL มาปรับใช้ด้วยการเพิ่มเติมปัจจัยที่สำคัญอื่น ๆ เข้ามาอย่าง เช่น การเพิ่มปัจจัยในเรื่อง Ethics หรือจรรยาบรรณในการทำธุรกิจเข้ามาด้วย เพื่อให้การวิเคราะห์นั้นครอบคลุม และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



ภาพที่ 3.1 ปัจจัยสำคัญของการวิเคราะห์ PESTEL
ที่มา : เจต โมเลกุล, 2023

ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของกลุ่มแปลงใหญ่ลิ้นจี่ ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา ด้วย PESTLE Analysis

PESTEL	โอกาส (Opportunities : O)	อุปสรรค (Threats : T)
ด้านการเมือง (Political)	- นโยบายสนับสนุนส่งเสริมด้านการเกษตร เช่น การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรพัฒนาคุณภาพผลไม่ให้ได้ตามมาตรฐาน GAP - นโยบายการสร้างความมั่นคงด้านอาหาร การจัดสรรทรัพยากรการผลิตและผลผลิตพืชอาหารให้เพียงพอกับความต้องการของประชาชน เป็นต้น	- แนวทางการจัดการการผลิตใหม่ ๆ ที่เกษตรกรจะต้องทำการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งวิธีการและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ตามที่ตลาดปลายทางได้กำหนดขึ้น หากเกษตรกรไม่สามารถปฏิบัติได้ครบถ้วนจะทำให้สูญเสียโอกาสทางการตลาดไปในที่สุด
ด้านเศรษฐกิจ (Economic)	- ตลาดมีความต้องการสินค้าลิ้นจี่ - เป็นสินค้าที่มีความสามารถในการแข่งขันสูง	- ราคาสินค้าเกี่ยวข้องกับอุปสงค์และอุปทาน - ปัจจัยการผลิต (ปุ๋ย ,ยา) ราคาแพงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง
ด้านสังคม (Social)	- การเปลี่ยนแปลงด้านรสนิยมและระดับมาตรฐานความปลอดภัยในการเลือกบริโภค อาหาร ของกลุ่มรักสุขภาพส่งผลให้การผลิตสินค้าลิ้นจี่ต้องมีการเข้มงวดในการควบคุมมาตรฐานด้านความปลอดภัยและต้องทำให้มีการตรวจสอบย้อนกลับได้ด้วย	-
ด้านเทคโนโลยี (Technology)	- มีการเข้าถึงเทคโนโลยีเกษตรกรสามารถศึกษาหาความรู้ได้จากอินเทอร์เน็ต - การจัดการศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสาน (IPM) เช่น การใช้สารชีวภัณฑ์ และการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างถูกต้อง และปลอดภัย เป็นต้น - มีการพัฒนา IT เพื่อบริการลูกค้า	-
ด้านสภาพแวดล้อม (Environment)	- สภาพพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมทำให้ลิ้นจี่รสชาติอร่อย คุณภาพดีเป็นอัตลักษณ์	- ภาวะโลกร้อนทำให้ภูมิอากาศแปรปรวนผิดปกติไม่เป็นไปตามฤดูกาล เช่น ฝนตกหนัก น้ำท่วม

PESTEL	โอกาส (Opportunities : O)	อุปสรรค (Threats : T)
		และภัยแล้ง เป็นต้น ส่งผลต่อการวางแผนการผลิต และมีผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร ทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ - อากาศที่เปลี่ยนแปลงทำให้เกิดปัญหาการระบาดของโรคและแมลง ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรได้รับความเสียหาย ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นจำเป็นต้องคิดค้นหานวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยในการหาข้อมูลการคาดการณ์ภูมิอากาศ แนวโน้มการเกิดภัยธรรมชาติ ปัญหาการระบาดของโรคและศัตรูพืช
ด้านกฎหมาย (Legal)	- มีกฎหมายและมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมคุณภาพความปลอดภัยอาหารที่มีการบังคับใช้กับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตร ส่งผลต่อภาพลักษณ์ในด้านความน่าเชื่อถือของสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศไทยทั้งตลาดภายในและตลาดโลก	-

สรุป

การวิเคราะห์ PESTEL Analysis เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ปัจจัยสภาวะแวดล้อมภายนอก (external environment analysis) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการเชิงกลยุทธ์ (strategic management) ทำให้เห็นภาพรวมปัจจัยภายนอกอย่างชัดเจนเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคหรือช่วงชิงโอกาสที่จะเกิดขึ้น เป็นวิธีวิเคราะห์ปัจจัยที่เข้าใจง่ายและสามารถทำได้ง่ายเหมาะสำหรับการนำไปใช้สื่อสารให้กับคนกลุ่มใหญ่ และนำไปใช้บริหารองค์กร โดยสามารถนำมาวิเคราะห์ควบคู่กับเครื่องมือวิเคราะห์รูปแบบอื่นได้ด้วย

เรื่องที่ 3.1.3 เทคนิค SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นเครื่องมือกลยุทธ์ในการวิเคราะห์องค์กรที่ใช้ในการประเมินและทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กร ช่วยให้รู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร

Albert Humphrey (2005) กล่าวถึง เทคนิค SWOT Analysis โดยนำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตมฟอร์ด หลักการสำคัญของ SWOT คือการวิเคราะห์ โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายนอกและภายในองค์กร จะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งในปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อองค์กรธุรกิจ จุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ขององค์กร เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กร มีรายละเอียด ดังนี้

1. องค์ประกอบของ SWOT ดังต่อไปนี้

	Helpful to achieving the objective	Harmful to achieving the objective
Internal attributes of the organization	Strengths	Weaknesses
External attributes of the organization	Opportunities	Threats

ภาพที่ 3.2 องค์ประกอบของ SWOT
ที่มา : Albert Humphrey, 2005

1.1 S (Strengths) หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

1.2 W (Weaknesses) หมายถึง จุดด้อย จุดอ่อน หรือข้อเสียเปรียบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ซึ่งองค์กรจะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหาภายในองค์กรภายใต้สถานการณ์ที่เป็นรองหรือมีข้อด้อย

1.3 O (Opportunities) หมายถึง โอกาส มาจากสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กร ที่เอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โดยโอกาสมีความแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่ โอกาส เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็ง เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน นักการตลาดที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น เช่น การเมือง การปกครอง กฎหมาย ราคาน้ำมัน และค่าเงินบาท เป็นต้น

1.4 T (Threats) หมายถึง อุปสรรคหรือข้อจำกัด ซึ่งเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก บางครั้งการจำแนกโอกาสดังกล่าวกับอุปสรรคทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงไป ทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลายเป็นอุปสรรคได้ เช่น ค่าเงินบาท และคู่แข่ง เป็นต้น

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ด้วย SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้าง ด้วยการระบุ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมาย ที่จะถูกสร้างขึ้นมาจากจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กร ให้มีน้อยที่สุดภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้นจะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก องค์กร โดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ และพิจารณาจากทรัพยากร รวมถึงความสามารถภายในองค์กรทุกด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็ง และจุดอ่อนขององค์กร เพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงาน และทรัพยากรในการบริหาร (คน เงิน วัสดุ การจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมา ขององค์กร เพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลของกลยุทธ์ก่อนหน้า

2.1.1 จุดแข็งขององค์กร เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของบุคคล ภายในองค์กรนั้นว่ามีปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่ควรนำมาใช้ ในการพัฒนาองค์กร และคงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรต่อไป

2.1.2 จุดอ่อนขององค์กรเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของบุคคล ภายในองค์กรนั้นว่ามีปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุง ให้ดีขึ้น หรือขจัดให้หมดไปอันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

2.2 การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกสามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรค ทางการทำงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่าง ประเทศ เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบาย การเงิน การงบประมาณ เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษา อัตราการรู้หนังสือ ของประชาชน การตั้งถิ่นฐาน และการอพยพของประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อม เกี่ยวกับการเมือง เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี

2.2.1 โอกาสทางสภาพแวดล้อมเป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กร ในระดับมหภาค และองค์กรสามารถนำข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

2.2.2 อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร สามารถส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาคที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กร จำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกดดันดังกล่าว

2.3 ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อมเมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็งและ จุดอ่อน ภายในมาเปรียบเทียบกับ โอกาสและอุปสรรค จากภายนอก เพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญ สถานการณ์ใด และองค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT องค์กรจะอยู่ใน สถานการณ์ 4 รูปแบบ ดังนี้

2.3.1 สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง - โอกาส) เป็นสถานการณ์ที่ดีที่สุด เนื่องจาก องค์กรค่อนข้างจะมีข้อได้เปรียบหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive - Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และนำโอกาสต่าง ๆ มาสร้างประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

2.3.2 สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน - ภัยอุปสรรค) เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายใน ดังนั้น ทางเลือก ที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัย อุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

2.3.3 สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน - โอกาส) สถานการณ์ที่องค์กรมีโอกาสดัง เป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่เช่นกัน ดังนั้น ทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-Oriented Strategy) เพื่อขจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ให้พร้อมที่จะรับโอกาสที่เปิดให้

2.3.4 สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง - อุปสรรค) สถานการณ์ที่เกิดขึ้นจาก สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็ง หลายประการ ดังนั้น จึงต้องนำประโยชน์จากจุดแข็งมาสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน เป็นกลยุทธ์การแตกตัว หรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จาก จุดแข็งนั่นเอง

ตารางที่ 3.3 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ลีนจี ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา ด้วย SWOT Analysis

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
S1 สินค้าได้รับการรับรอง GI เมื่อปี 2562 S2 ลีนจีฮอวฮวย ตำบลแม่สุก อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา มีชื่อเสียง คุณภาพ อัตลักษณ์ อันดับต้นๆ ของประเทศ	W1 สินค้ามีเกรดพรีเมียม (AAห่อ) เพียง 1% ซึ่งไม่เพียงพอ (โดยมีเป้าหมาย 35%) ส่วนใหญ่ เกรด AA+A 30% (นิยามห่อซ่อ คือ ไม่เกิน 35 ลูกต่อกิโลกรัม)

จุดแข็ง (S) (ต่อ) S3 เกษตรกรมีประสบการณ์การผลิตลิ้นจี่ 30-40 ปี มีองค์ความรู้การผลิตลิ้นจี่เป็นอย่างดี S4 เกษตรกรมีความเข้มแข็งรวมกลุ่มกันขาย S5 กลุ่มมีช่องทางการตลาดที่หลากหลายทั้งตลาดออฟไลน์ ออนไลน์ และลิ้งที่เข้าถึงได้ง่าย S6 พื้นที่และสินค้ามีการเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (สวนลิ้นจี่ GI และจำหน่ายลิ้นจี่หน้าสวน) และท่องเที่ยวชุมชนได้เป็นอย่างดี (หนองเล็งทราย) S7 มีทายาทเกษตรกรบางส่วนสืบทอดสวนลิ้นจี่	จุดอ่อน (W) (ต่อ) W2 ช่องทางการตลาด online ยังทำไม่ได้ถึง 40% (ราคา 180 บาทต่อกิโลกรัม) ส่วนใหญ่ยังเป็นการขายส่งถึง 60% W3 เกษตรกรยังไม่มีองค์ความรู้ เรื่องการทำตลาด online และแนวทางการผลิตเพิ่มมูลค่า เช่น ไวน์ ลิ้นจี่ โดยนำลิ้นจี่เกรด B และ C มาแปรรูป W4 เกษตรกรสนใจการทำ “ลิ้นจี่อบแห้งพลังงานแสงอาทิตย์” เพิ่มมูลค่า แต่ขาดความรู้ในการทำ premium ซึ่งเกษตรกรมีเตาอบพลังงานแสงอาทิตย์อยู่แล้ว W5 เกษตรกรขาดห้องเย็น และเทคโนโลยีนวัตกรรมในการยืดอายุ shelf life ลิ้นจี่ และแปรรูปลิ้นจี่เกรดคละ W6 มุมมองจากเกษตรกรมองว่าการเพิ่มมูลค่าลิ้นจี่จะช่วยให้ขายได้ยากถ้าจะไปถึงเป้าหมาย (AA = 50%) แม้ยากจะตั้งราคาขาย 200 บาทต่อกิโลกรัม เพราะลิ้นจี่จักรพรรดิเชียงใหม่ยังตั้งราคาเพียง 150 บาทต่อกิโลกรัม W7 ขาดการประชาสัมพันธ์ระดับประเทศ จึงอยากให้กรมส่งเสริมการเกษตร มี YouTuber ฯลฯ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ลิ้นจี่แม่ใจโด่งดัง W8 เกษตรกรบางส่วนขาดองค์ความรู้ในการผลิตลิ้นจี่ให้มีคุณภาพเกรดพรีเมียม AA และ A ทำให้ยังมีลิ้นจี่เกรด B C เกรดคละ และตกเกรดปริมาณมาก
โอกาส (O) O1 สภาพพื้นที่และภูมิอากาศเหมาะสมทำให้ลิ้นจี่มีรสชาติอร่อย คุณภาพดี เป็นอัตลักษณ์ O2 มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนทั้งด้านการผลิตและการตลาด เช่น 2.1 กรมส่งเสริมการเกษตร (เกษตรจังหวัด เกษตรอำเภอ order ผ่าน google form / คณะกรรมการไม้ผลอัตลักษณ์ / คณะกรรมการแปลงใหญ่ สนับสนุนรถห้องเย็น และห้องโกดังสำหรับจัดเก็บ) 2.2 พาณิชย์ order สินค้า	อุปสรรค (T) T1 ค่านิยมทำสวนลิ้นจี่ลดลง เพราะราคาไม่จูงใจ เกษตรกรจึงโค่นลิ้นจี่ปลูกยางพารา T2 พื้นที่บางส่วนเป็นพื้นที่อุทยานดอยหลวง ไม่มีเอกสารสิทธิ์เป็นของตนเอง ทำให้ไม่สามารถขอการรับรอง GAP T3 การออกดอกของลิ้นจี่ ขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ (ถ้าอุณหภูมิ 16-18 องศาเซลเซียสต่อเนื่อง 2 สัปดาห์จึงจะสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตลิ้นจี่ได้) ซึ่งจะส่งผลให้อาจไปไม่ถึงเป้าหมาย (ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 35) ส่วนการพยากรณ์ปริมาณผลผลิตจะมีมากหรือน้อยรอยืนยันเดือนเมษายน

โอกาส (O) (ต่อ) 2.3 มหาวิทยาลัย (มศว. อาจารย์พิสิฏฐ์ ธรรมวิที ส่งเสริม start up ในการแปรรูปเป็นไวน์ หรือห้องเย็น อาจารย์หน้อย ม.ราชภัฏพะเยา สอนการแปรรูปทำขนม) O3 มีหน่วยงานภาคเอกชน เช่น โลตัส order O4 มีการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ กับมหาวิทยาลัย เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ ประสานมหาวิทยาลัยพะเยาสอนกลุ่มแปรรูปลิ้นจี่ ไซรัป และส่งลิ้นจี่ให้มหาวิทยาลัยพะเยาทำลิ้นจี่ อบแห้ง	
---	--

สรุป

การวิเคราะห์ SWOT Analysis เป็นกระบวนการประเมินสภาพแวดล้อม ทั้งภายใน และภายนอก โดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ช่วยให้สามารถวางแผน กลยุทธ์ใหม่ได้อย่างถูกต้องและถูกทิศทาง หรือต่อยอดจากเดิมให้ดีขึ้น สามารถกำหนดแผน การดำเนินงานและตระหนักถึงความเสี่ยงและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งหลังจากที่มีการประเมิน สภาพแวดล้อมแล้วยังสามารถนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ โดยวิเคราะห์ ในรูปแบบ Matrix ที่ใช้ตารางเรียกว่า TOWS Matrix ช่วยให้คิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบโดยตรง จากสภาพแวดล้อมภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) จากสภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน)

ตอนที่ 3.2 เทคนิคในการวิเคราะห์ ด้วย Risk Management และ Balance scorecard

เรื่องที่ 3.2.1 เทคนิค Risk Management

การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) เป็นกระบวนการประเมินและจัดการความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินงานหรือโครงการต่าง ๆ หรือบุคคล โดยการบริหารปัจจัยและควบคุมกิจกรรมรวมทั้งกระบวนการและการดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อลดโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ที่นำไปสู่ความเสียหายและส่งผลกระทบต่อองค์กร ผู้ที่มีส่วนได้เสียขององค์กร เพื่อให้ระดับของความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอยู่ในระดับที่องค์กรสามารถยอมรับได้ สามารถประเมินควบคุมและตรวจสอบได้อย่างมีระบบ โดยคำนึงถึงการบรรลุจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นสำคัญ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2552) กล่าวว่า โครงการไม่ว่าจะเป็นโครงการขนาดเล็กหรือใหญ่ จะต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ หรือความเสี่ยงตลอดช่วงอายุของโครงการ ถ้าหากละเลยในเรื่องดังกล่าวอาจส่งผลกระทบทางลบอย่างมากต่อต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของโครงการ ตารางเวลาการปฏิบัติงานของโครงการ (ทำให้เกิดความล่าช้า) คุณภาพและความสำเร็จ (การบรรลุวัตถุประสงค์) ของโครงการ การวิเคราะห์ความเสี่ยงของโครงการว่าเป็นระดับใด จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องทำ และเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการบริหารจัดการโครงการ เพื่อช่วยให้โครงการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการดำเนินงาน มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดด้านและประเด็นการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยง ประกอบไปด้วยทั้งสิ้น 7 ด้าน ดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 การกำหนดด้านและประเด็นการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยง

ด้านความเสี่ยง	ประเด็นการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง
1. ด้านการเมืองและสังคม	1.1 ความไม่แน่นอนทางการเมือง (รัฐบาลผสม)
	1.2 การแทรกแซงของการเมืองท้องถิ่นจากการได้รับผลประโยชน์ของโครงการ (ส่วนได้ส่วนเสีย/ผลประโยชน์)
	1.3 การได้รับผลประโยชน์ซ้ำซ้อนของเกษตรกรและความไม่เท่าเทียมต่อเกษตรกรผู้ปลูกไม้ผลชนิดอื่นๆ
	1.4 ความเข้มแข็งในการพึ่งพาตนเองของเกษตรกร
2. ด้านการเงินและเศรษฐกิจ	2.1 ภาวะเงินเฟ้อ
	2.2 หนี้สินที่รัฐบาลกู้ (รัฐบาลแบกภาระ)
	2.3 ความจำเป็นเร่งด่วนในการใช้เงินงบประมาณในสถานการณ์ปัจจุบัน

ด้านความเสี่ยง	ประเด็นการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้อง
3. ด้านกฎหมาย	3.1 ไม่มีกฎหมายหรือระเบียบรองรับว่ามีความเหมาะสมในการจ่ายเงินเยียวยา
	3.2 ขัดต่อ พรก.ฉุกเฉิน (การรวมตัวของเกษตรกร) ในการประชุมและยืนยันข้อมูลการขึ้นทะเบียนเกษตรกร
4. ด้านเทคโนโลยี	4.1 ความผิดพลาดของเทคโนโลยี (การอัปเดตข้อมูลเกษตรกรผ่านแอปพลิเคชัน)
	4.2 เกษตรกรขาดความพร้อมในการใช้เทคโนโลยี
	4.3 ความเสถียรของระบบสื่อสาร/สัญญาณอินเทอร์เน็ต
	4.4 ไม่มีระบบตรวจสอบพื้นที่ปลูกที่แม่นยำ
5. ด้านการดำเนินการ	5.1 ขาดแคลนบุคลากร
	5.2 ระยะเวลาดำเนินการเร่งด่วน (เกิดข้อผิดพลาด)
	5.3 การรวมตัวของเกษตรกรซึ่งขัดต่อมาตรการของสาธารณสุข
6. ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ	6.1 ความแปรปรวนของสภาพอากาศ
7. ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า	7.1 เกษตรกรไม่พึ่งพาตัวเอง รอความช่วยเหลือจากภาครัฐ

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดระดับความเสี่ยงของการดำเนินงาน ว่าอยู่ในระดับต่ำ ปานกลาง หรือสูง ซึ่งจะพิจารณาจากความสัมพันธ์ของ 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) ระดับของโอกาสที่จะเกิด และ 2) ระดับผลกระทบที่จะเกิด ดังนี้

ระดับผลกระทบ

3	7	8	9	→ ความเสี่ยงระดับสูง
2	4	5	6	→ ความเสี่ยงระดับปานกลาง
1	1	2	3	→ ความเสี่ยงระดับต่ำ
	1	2	3	

ระดับของโอกาสที่จะเกิด

ภาพที่ 3.3 การกำหนดระดับความเสี่ยงของการดำเนินงาน

ที่มา : สำนักงานพัฒนาระบบราชการ, 2552

ความเสี่ยงระดับต่ำ (แถบสีเขียว)			ความเสี่ยงระดับปานกลาง (แถบสีเหลือง)			ความเสี่ยงระดับสูง (แถบสีแดง)		
ผลกระทบ	โอกาส	คะแนน	ผลกระทบ	โอกาส	คะแนน	ผลกระทบ	โอกาส	คะแนน
1	1	1	2	1	4	3	1	7
1	2	2	2	2	5	3	2	8
1	3	3	2	3	6	3	3	9

ภาพที่ 3.4 คะแนนในระดับความเสี่ยง
ที่มา : สำนักงานพัฒนาระบบราชการ, 2552

การวิเคราะห์ความเสี่ยงจะวิเคราะห์ตามประเด็นต่าง ๆ ของแต่ละด้าน โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างระดับของโอกาสที่จะเกิดกับระดับผลกระทบที่จะเกิด เพื่อดูว่าจะมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ ใน 3 ระดับ คือ สูง ปานกลาง และต่ำ โดยแต่ละระดับความเสี่ยงจะมีความหมายเพื่อบอกให้ทราบว่าหากปฏิบัติงานไปแล้วจะมีระดับความเสี่ยงเกิดขึ้นรุนแรงมากน้อยเพียงใด ดังตารางที่ 3.5 และตารางที่ 3.6

ตารางที่ 3.5 การอธิบายความหมายของระดับความเสี่ยง

คะแนน	ระดับความเสี่ยง	แถบสี	ความหมาย
7-9	สูง	สีแดง	ระดับที่ไม่สามารถยอมรับได้ โดยต้องจัดการ ความเสี่ยงเพื่อให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ต่อไป
4-6	ปานกลาง	สีเหลือง	ระดับที่พอยอมรับได้ แต่ต้องมีการควบคุมเพื่อป้องกันไม่ให้ความเสี่ยงเคลื่อนย้ายไปยังระดับที่ยอมรับไม่ได้
1-3	ต่ำ	สีเขียว	ระดับที่ยอมรับได้ โดยไม่ต้องควบคุมความเสี่ยง ไม่ต้องมีการจัดการเพิ่มเติม

ที่มา : สำนักงานพัฒนาระบบราชการ, 2552

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความเสี่ยง ได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาของระดับของโอกาสที่จะเกิดขึ้นของแต่ละประเด็นในแต่ละด้าน โดยแบ่งระดับโอกาสที่จะเกิดขึ้นเป็น 3 ระดับตามความถี่ของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น ดังนี้

ตารางที่ 3.6 ระดับโอกาสของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

ระดับ	โอกาสที่จะเกิดขึ้น	ความถี่ของเหตุการณ์
1	ต่ำ	ผ่านมา 2 ปี
2	ปานกลาง	ผ่านมา 1 ปี
3	สูง	เหตุการณ์เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ที่มา : สำนักงานพัฒนาระบบราชการ, 2552

นอกจากนี้ยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาระดับผลกระทบของแต่ละประเด็นในแต่ละด้าน โดยแบ่งระดับผลกระทบเป็น 3 ระดับ ตามเกณฑ์ต่างๆ ดังตารางที่ 3.7

ตารางที่ 3.7 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาระดับผลกระทบของแต่ละประเด็นในแต่ละด้าน

ด้าน/ประเด็นย่อย	หลักเกณฑ์		
	ระดับ 1 = ระดับ ผลกระทบต่ำ	ระดับ 2 = ระดับ ผลกระทบปานกลาง	ระดับ 3 = ระดับ ผลกระทบสูง
1. ด้านการเมืองและสังคม			
1.1 ความไม่แน่นอนทางการเมือง (รัฐบาลผสม)	มีความมั่นคงและมี เสถียรภาพ มากกว่า 3 ปี	มีความมั่นคงและมี เสถียรภาพ มากกว่า 2 ปี	มีความมั่นคงและมี เสถียรภาพ มากกว่า 1 ปี
1.2 การแทรกแซงของการเมือง ท้องถิ่นจากการได้รับผลประโยชน์ ของโครงการ (ส่วนได้ส่วนเสีย/ ผลประโยชน์)	นักการเมืองท้องถิ่น หน้าใหม่ไม่ได้รับการ เลือกตั้ง	นักการเมืองท้องถิ่น หน้าใหม่ได้รับการ เลือกตั้งบางครั้ง	นักการเมืองท้องถิ่น คนเดิมได้รับการ เลือกตั้งทุกครั้ง
1.3 การได้รับผลประโยชน์ ซ้ำซ้อนของเกษตรกรและความไม่ เท่าเทียมต่อเกษตรกรผู้ปลูกพืช ชนิดอื่น ๆ	เกษตรกรส่วนใหญ่ปลูก พืช 1 ชนิด	เกษตรกรส่วนใหญ่ ปลูกพืชมากกว่า 1 ชนิด	เกษตรกรส่วนใหญ่ ปลูกพืชมากกว่า 2 ชนิด
1.4 ความเข้มแข็งในการพึ่งพา ตนเองของเกษตรกร	ร้อยละ 30-59 มีรายได้ น้อยกว่า 40,000 บาท/ ปี	ร้อยละ 60-89 มีรายได้ไม่น้อยกว่า 40,000 บาท/ปี	มากกว่า ร้อยละ 90 มี รายได้การน้อยกว่า 40,000 บาท/ปี
2. ด้านการเงินและเศรษฐกิจ			
2.1 ภาวะเงินเฟ้อ	ค่าเงินบาทแข็งค่า น้อยกว่า 30 ดอลลาร์	ค่าเงินบาทแข็งค่า เท่ากับ 30 ดอลลาร์	ค่าเงินบาทแข็งค่า มากกว่า 30 ดอลลาร์
2.2 หนี้สินที่รัฐบาลกู้ (รัฐบาลแบก ภาระ)	แนวโน้มลดลง	มีแนวโน้มคงที่	มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
2.3 ความจำเป็นเร่งด่วนในการใช้เงิน งบประมาณในสถานการณ์ปัจจุบัน	ร้อยละ 90 จำเป็น เร่งด่วนต้องใช้เพื่อแก้ไข ปัญหา	ร้อยละ 60 จำเป็น เร่งด่วนต้องใช้เพื่อ แก้ไขปัญหา	ร้อยละ 30 จำเป็น เร่งด่วนต้องใช้เพื่อ แก้ไขปัญหา
3. ด้านกฎหมาย			
3.1 ไม่มีกฎหมายหรือระเบียบ รองรับว่ามีความเหมาะสมในการ จ่ายเงินเยียวยา	มีกฎหมาย/ระเบียบ รองรับ มากกว่า 1 ฉบับ	มีกฎหมาย/ระเบียบ รองรับ เท่ากับ 1 ฉบับ	ไม่มีกฎหมาย/ ระเบียบรองรับ
3.2 ขัดต่อ พรก.ฉุกเฉิน (การรวมตัว ของเกษตรกร) ในการประชุมและ ยืนยันข้อมูลการขึ้นทะเบียน เกษตรกร	ไม่มี พรก.ฉุกเฉิน	มี พรก.ฉุกเฉิน แต่ไม่ปฏิบัติตาม	มี พรก.ฉุกเฉิน ต้องปฏิบัติตาม

ด้าน/ประเด็นย่อย	หลักเกณฑ์		
	ระดับ 1 = ระดับ ผลกระทบต่ำ	ระดับ 2 = ระดับ ผลกระทบปานกลาง	ระดับ 3 = ระดับ ผลกระทบสูง
4. ด้านเทคโนโลยี			
4.1 ความผิดพลาดของเทคโนโลยี (การอัปเดตข้อมูลเกษตรกรผ่าน แอปพลิเคชัน)	น้อยกว่าร้อยละ 10 เกิด ความผิดพลาดจาก เทคโนโลยีที่ใช้ดำเนินการ	ร้อยละ 10-20 เกิดความ ผิดพลาดจากเทคโนโลยี ที่ใช้ดำเนินการ	มากกว่าร้อยละ 20 เกิด ความผิดพลาดจาก เทคโนโลยีที่ใช้ ดำเนินการ
4.2 เกษตรกรขาดความพร้อมใน การใช้เทคโนโลยี	น้อยกว่าร้อยละ 30 เกษตรกรมีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ไม่มีความพร้อม ในการใช้เทคโนโลยี	ร้อยละ 30-40 เกษตรกรมีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ไม่มีความ พร้อมในการใช้ เทคโนโลยี	มากกว่าร้อยละ 40 เกษตรกรมีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ไม่มีความ พร้อมในการใช้ เทคโนโลยี
4.3 ความเสถียรของระบบสื่อสาร/ สัญญาณอินเทอร์เน็ต	ไม่เกิดสถานการณ์ที่ ส่งผลต่อระบบสื่อสาร	เกิดสถานการณ์ที่ส่งผล ต่อระบบสื่อสาร บางครั้ง	เกิดสถานการณ์ที่ ส่งผลต่อระบบ สื่อสารทุกครั้ง
4.4 ไม่มีระบบตรวจสอบพื้นที่ปลูกที่ แม่นยำ	มีการจัดทำระบบ ตรวจสอบแบบ ออนไลน์/แอปพลิเคชัน/ GPS	มีการจัดทำระบบ ตรวจสอบแบบ ออนไลน์	ไม่มีการจัดทำระบบ ตรวจสอบพื้นที่ปลูกที่ แม่นยำ
5. ด้านการดำเนินการ			
5.1 ขาดแคลนบุคลากร	มีทักษะ 1 ด้าน (ด้านพืช)	มีทักษะ 1-2 ด้าน (ด้านพืช ด้านบริหาร จัดการ)	มีทักษะ 3 ด้าน (ด้านพืช ด้านบริหาร จัดการ ด้านการเงิน)
5.2 ระยะเวลาดำเนินการเร่งด่วน (เกิดข้อผิดพลาด)	มีระยะเวลาเตรียมการ มากกว่า 6 เดือน	มีระยะเวลา เตรียมการ 3-6 เดือน	มีระยะเวลา เตรียมการ น้อยกว่า 3 เดือน
5.3 การรวมตัวของเกษตรกรซึ่งขัดต่อ มาตรการของสาธารณสุข	ไม่มีการรวมตัว	มีการรวมตัวน้อยกว่า 5 คน	มีการรวมตัวมากกว่า 5 คน
6. ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ			
6.1 ความแปรปรวนของสภาพ อากาศ	ไม่มี	มีบางครั้ง	มีทุกครั้ง/ทุกปี
7. ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า			
7.1 เกษตรกรไม่พึ่งพาตัวเอง รอ ความช่วยเหลือจากภาครัฐ	ไม่มี	มีบางครั้ง	มีทุกครั้ง/ทุกปี

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552

สรุป

การวิเคราะห์ Risk Management เป็นกระบวนการที่สำคัญเพื่อให้สามารถรับมือกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ ช่วยให้การตัดสินใจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความสูญเสียเพิ่มโอกาสในการบรรลุเป้าหมาย พร้อมทั้งเตรียมพร้อมในการดำเนินการต่อไป โดยการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการวางแผนการจัดการความเสี่ยง เช่น การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง การลดความเสี่ยง การยอมรับความเสี่ยง หรือการโอนถ่ายความเสี่ยง

เรื่องที่ 3.2.2 เทคนิค Balance scorecard

Kaplan (2005) กล่าวว่า เป็นเครื่องมือทางด้านการบริหารจัดการที่ช่วยในการประเมินผลองค์กรและช่วยให้องค์กรนำเอากลยุทธ์ไปปฏิบัติจริง (Strategic Implementation) โดยเริ่มต้นที่วิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งเป็นขั้นของการกำหนดปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จ และจากนั้นก็เป็นการสร้างดัชนีวัดผลสำเร็จ (Key Performance Indicators: KPI) ขึ้นเพื่อเป็นตัวบ่งชี้ถึงเป้าหมายและใช้วัดผลการดำเนินงานในส่วนที่สำคัญต่อกลยุทธ์

Balanced Scorecard เป็นแนวคิดที่เกิดจาก Professor Robert Kaplan อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัย Harvard และ Dr. David Norton ที่ปรึกษาทางด้านการจัดการ โดยทั้งสองได้ศึกษาและสำรวจถึงสาเหตุของการที่ตลาดหุ้นของอเมริกาประสบปัญหาในปี 1987 และพบว่าองค์กรส่วนใหญ่ในอเมริกานิยมใช้แต่ตัวชี้วัดด้านการเงินเป็นหลัก ดร. Kaplan และ Norton (จาก Harvard Business School) จึงตระหนักว่า เครื่องมือที่ใช้วัดประสิทธิภาพของบริษัทแบบเก่า ๆ นั้นมีจุดอ่อนและกำกวม เช่น ตัวเลขสถานการณ์เงินของบริษัท ซึ่งเป็นแค่มุมมองเดียวของความสำเร็จของบริษัท และมักเป็นจากอดีตไม่ได้แสดงถึงศักยภาพและแนวโน้มบริษัทในอนาคต ได้พิจารณาตัวชี้วัดในสี่มุมมอง (Perspectives) แทนการพิจารณาเฉพาะมุมมองด้านการเงินเพียงอย่างเดียว ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบมุมมองของ balance scorecard ดังนี้

1.1 มุมมองทางการเงิน (Financial Perspective) เป็นมุมมองที่จะตอบคำถามว่า เพื่อที่จะประสบผลสำเร็จทางการเงิน องค์กรจะต้องเป็นอย่างไรในสายตาของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของ หรือผู้ถือหุ้น/เจ้าของต้องการให้องค์กรประสบความสำเร็จทางการเงินอย่างไร เช่น กำไรอาจเป็นสิ่งที่ผู้ถือหุ้นต้องการมากที่สุด ดังนั้นกำไรจึงเป็นตัววัดตัวหนึ่งในมุมมองทางการเงิน เป็นต้น

1.2 มุมมองทางลูกค้า (Customer Perspective) เป็นมุมมองที่จะตอบคำถามที่ว่า เพื่อจะบรรลุถึงเป้าหมายของกิจการ องค์กรจะต้องเป็นอย่างไรในสายตาของลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้าต้องการให้องค์กรเป็นอย่างไรในมุมมองของลูกค้า เช่น ลูกค้าอาจต้องการให้องค์กรสามารถผลิตของที่มีคุณภาพ ดังนั้น คุณภาพสินค้าก็จะเป็นตัววัดตัวหนึ่งในมุมมองทางลูกค้า เป็นต้น

1.3 มุมมองทางกระบวนการภายใน (Internal Business Process) เป็นมุมมองที่จะตอบคำถามที่ว่า เพื่อที่จะทำให้ผู้ถือหุ้นและลูกค้าเกิดความพอใจองค์กร จะต้องมีการจัดการภายในอย่างไรในคุณภาพ (Quality), ระยะเวลาในการผลิตสินค้าและการบริหาร (Response Time), ต้นทุน (Cost), และการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด (New Product Introduction)

1.4 มุมมองทางด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth) เป็นมุมมองที่จะตอบคำถามที่ว่า องค์กรจะต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างไร เพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างยั่งยืน เช่น ความพึงพอใจของพนักงาน (Employee Satisfaction), ระบบข้อมูลด้านสารสนเทศ (Information System)

2. การจัดลำดับความสำคัญด้วย Balance Scorecard

การจัดลำดับสภาพแวดล้อม (Environment Analysis) ด้วย Balance Scorecard การจัดลำดับ SWOT เป็นการวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดโดยเลือกใช้ Balance Scorecard เป็นมาตรฐานกลางเพื่อนำผลการวิเคราะห์ SWOT มาเทียบเคียงการประเมินองค์กรแบบสมดุลกับมุมมองของผลสัมฤทธิ์ที่จะเกิดขึ้น มุมมองทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspective : F) ด้านลูกค้า (Customer Perspective : C) ด้านการดำเนินการภายใน (Internal Perspective : I) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth : L) จากนั้น ผู้วิเคราะห์ที่ประกอบด้วยบุคลากร ได้แก่ เกษตรกรและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสายงานด้านไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารา) แต่ละคนจะให้คะแนนผลการวิเคราะห์ SWOT เพื่อนำมาจัดกลุ่มและวัดความไม่เห็นพ้อง หรือส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่เกิดขึ้น (Standard Deviation : SD)

สำหรับการกำหนดลำดับชั้นของ SWOT แบ่งตามระดับค่าคะแนนเฉลี่ยเป็น 3 ระดับ คือ เกรด A = 1.90 – 1.85 เกรด B = 1.84 – 1.80 เกรด C = 1.79 ลงมา สำหรับการแปลความหมายของ S และ O อธิบายได้ว่า เกรด A หมายถึง จุดแข็งหรือโอกาสที่โดดเด่นและเกิดขึ้นได้สูงสุด และลดหลั่นกันลงมาตามลำดับของเกรด ในขณะที่การแปลความหมายของ W และ T อธิบายได้ว่า เกรด A หมายถึง จุดอ่อนหรืออุปสรรคที่วิกฤตและเป็นปัญหาสาหัสที่ควรได้รับการดำเนินการแก้ไขโดยเร่งด่วน โดยจะเรียงลำดับความวิกฤตจากมากไปหาน้อย ปรากฏผลการจัดลำดับความสำคัญดังตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 ผลการจัดลำดับความสำคัญของ SWOT

Strengths	G1	G2	G3	G4	G5	G6	เฉลี่ย	SD	ลำดับความสำคัญ
S1 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารามีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดการสวนได้ตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี	1.66	2.16	1.57	2.00	1.83	2.00	1.87	0.23	A
S2 สภาพพื้นที่อยู่ในเขตความเหมาะสมสูง (S1) และเหมาะสมปานกลาง	1.66	2.16	1.57	2.00	1.82	2.00	1.86	0.22	A

Strengths	G1	G2	G3	G4	G5	G6	เฉลี่ย	SD	ลำดับ ความสำคัญ
(S2) มากกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่ทั้งหมด									
S3 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารามีการรวมกลุ่มในรูปสถาบันเกษตรกรกระจายอยู่ทั่วประเทศ	2.33	2.00	1.14	2.14	1.66	1.86	1.83	0.43	B
S4 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารามีความสามารถผลิตพืชได้ตลอดทั้งปี	2.33	2.00	1.14	2.14	1.66	1.57	1.81	0.47	B
S5 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารามีความรู้และประสบการณ์ในการทำสวนเป็นอย่างดี	2.16	1.66	1.43	1.86	1.66	1.86	1.77	0.25	C
S6 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพาราสามารถบริหารจัดการสวนให้เกิดผลผลิตคุณภาพดีที่ได้รับรางวัลหลายสายพันธุ์	2.33	1.66	1.14	2.00	1.33	1.57	1.67	0.44	C
S7 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารา มีความสามารถในการกำหนดแผนปฏิบัติงานในสวนตามหลักวิชาการ สอดคล้องกับปฏิทินการปลูกพืช	2.00	1.33	1.00	1.71	1.33	2.14	1.59	0.44	C

Weakness	G1	G2	G3	G4	G5	G6	เฉลี่ย	SD	ลำดับ ความสำคัญ
W1 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม่ยั่งยืน และขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ ขาดความรู้ด้าน กฎหมาย/ ระเบียบ/ข้อบังคับ ในการขอ เงินช่วยเหลือจากรัฐบาล	1.67	2.17	1.57	2.00	1.83	2.00	1.89	0.23	A
W2 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม่ยั่งยืน และขาดความรู้ด้านการเข้าถึงข้อมูลการผลิตและ การตลาด ที่ทันสมัย ต่อ เหตุการณ์ รวมทั้งยังไม่มี ศูนย์กลางรวบรวมและจัดทำ ระบบฐานข้อมูลไม้ผล ไม่ยั นยืน และขาดพารามิเตอร์	1.66	2.16	1.57	2.00	1.82	2.00	1.86	0.22	A
W3 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม่ยั่งยืน และขาดความรู้ด้าน ค่านิยมร่วมในเรื่องธรรมาภิ บาล และจิตสำนึกในการพึ่งพา ตัวเอง	2.33	2.00	1.14	2.14	1.66	1.86	1.83	0.43	B
W4 การถ่ายทอดความรู้เรื่อง GAP สู่เกษตรกรไม้ผล ไม่ยั นยืน และขาดพารามิเตอร์	2.33	2.00	1.14	2.14	1.65	1.57	1.80	0.47	B
W 5 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม่ยั่งยืน และขาดความรู้ใน เงินทุนหมุนเวียนและความรู้ใน การดำเนินธุรกิจการค้า	2.33	2.00	1.14	2.14	1.66	1.86	1.83	0.43	B
w5 เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม่ยั่งยืน และขาดพารามิเตอร์ ยังไม่ สามารถจัดการผลผลิตให้ สอดคล้องกับความต้องการ ของตลาด	2.16	1.66	1.43	1.86	1.66	1.86	1.79	0.25	C
W6 ขาดงานวิจัยและพัฒนา เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม่ยั นยืน และขาดพารามิเตอร์	2.33	1.66	1.14	2.00	1.33	1.57	1.67	0.44	C

Opportunity	G1	G2	G3	G4	G5	G6	เฉลี่ย	SD	ลำดับ ความสำคัญ
O1 การคมนาคมขนส่งสินค้า ส่งออกผ่านเครือข่ายเส้นทาง คมนาคมทางบกโดยใช้เส้นทาง R12 R9 R3A R3E และ R3W สู่ ประเทศเพื่อนบ้านและอาเซียน ทำให้ขนส่งผลผลิตได้รวดเร็วและ มีคุณภาพ	1.67	2.16	1.57	2.00	1.83	2.00	1.88	0.23	A
O2 มีเครือข่ายกับผู้ประกอบการ ผู้ค้าและผู้ส่งออก	1.66	2.16	1.57	2.00	1.82	2.00	1.86	0.22	A
O3 นโยบายรัฐบาลด้านการ ช่วยเหลือให้เงินทุนอุดหนุนเป็น ส่วนช่วยผลักดันให้เกษตรกร ชาวสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และ ยางพาราสามารถทำธุรกิจได้ คล่องตัวมากขึ้น	2.33	2.00	1.14	2.14	1.66	1.86	1.83	0.43	B
O4 การบริโภคสินค้าเกษตร (ไม้ผล ไม้ยืนต้น) ของตลาดทั้งใน และต่างประเทศสามารถ ขยายตัวเพิ่มขึ้น สร้างโอกาสการ ทำธุรกิจเชิงพาณิชย์ของ เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืน ต้น ได้หลากหลาย	2.32	2.00	1.14	2.14	1.66	1.57	1.80	0.47	B
O5 การส่งออกผลผลิตของ เกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืน ต้น และยางพาราไปยังตลาดใหม่ เช่น อินโดนีเซีย อินเดีย ยุโรป ตะวันออกกลาง และประเทศ เพื่อนบ้าน ยังสามารถขยายตัว เพิ่มขึ้น	2.33	2.00	1.14	2.14	1.66	1.86	1.83	0.43	B
O6 ความก้าวหน้าและนวัตกรรม ทางเทคโนโลยีสารสนเทศใน รูปแบบใหม่ๆ เป็นช่องทางการ เข้าถึงข้อมูลและข่าวสารได้ สะดวกและรวดเร็ว เช่น ระบบ อินเทอร์เน็ต และ SMS	2.33	2.00	1.14	2.14	1.66	1.57	1.81	0.47	B
O7 มีคณะกรรมการพัฒนาและ บริหารจัดการผลไม้ คณะกรรมการยางแห่งประเทศไทย	2.00	1.33	1.00	1.71	1.33	2.14	1.59	0.44	C

Opportunity	G1	G2	G3	G4	G5	G6	เฉลี่ย	SD	ลำดับ ความสำคัญ
ไทย กำกับดูแล									
O8 มีแนวทางพัฒนาผลไม้ไทย พ.ศ. 2565 – 2570 ยุทธศาสตร์ ยางพาราระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ยุทธศาสตร์ มะพร้าวอุตสาหกรรม เพื่อแก้ไข ปัญหาระยะยาว พร้อมรักษา ตลาดเดิมและเพิ่มตลาดใหม่	2.16	1.66	1.43	1.86	1.66	1.86	1.79	0.25	C
O9 ภาครัฐให้ความสำคัญและ สนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตและการขยายช่องทาง การตลาด ทั้งในและต่างประเทศ ในรูปแบบประชารัฐ และตลาด เกษตรกร	2.33	1.66	1.14	2.00	1.33	1.57	1.67	0.44	C
O10 มีระบบรับรองมาตรฐาน GAP/ GMP	2.16	1.66	1.43	1.86	1.66	1.86	1.79	0.25	C

Treats	G1	G2	G3	G4	G5	G6	เฉลี่ย	SD	ลำดับ ความสำคัญ
T1 กฎระเบียบและเงื่อนไขการ นำเข้าของหลายประเทศมีความ เข้มงวดมากขึ้นในเรื่องความ ปลอดภัยด้านอาหาร โดยเฉพาะ การตรวจสอบสารตกค้าง ต้อง ผ่านผู้นำเข้าของประเทศ ปลายทาง ส่งผลให้ผู้นำเข้ามี อำนาจต่อรองราคา	1.67	2.16	1.57	2.00	1.83	2.00	1.88	0.23	A
T2 การเกิดภัยธรรมชาติ ทำให้ เป็นอุปสรรคต่อการเก็บเกี่ยว ผลผลิตและการคมนาคมขนส่ง สินค้า	1.66	2.16	1.57	2.00	1.82	2.00	1.86	0.22	A
T3 การส่งออกสินค้าบางชนิด เช่น ลำไยทุเรียน ยังเป็นระบบ ตลาดผูกขาดของประเทศจีนทำให้ ผู้ส่งออกไทยต้องแบกภาระ ความเสี่ยงเรื่องราคา เมื่อ ประสบภาวะสงครามโลก หรือ เหตุการณ์ความไม่สงบส่งผลให้	2.33	2.00	1.14	2.14	1.66	1.86	1.83	0.43	B

Treats	G1	G2	G3	G4	G5	G6	เฉลี่ย	SD	ลำดับ ความสำคัญ
มีต้นทุนการส่งออกสูงขึ้น									
T4 เส้นทางขนส่งทางบกผ่านประเทศเพื่อนบ้านมีข้อจำกัดในเรื่องความปลอดภัย และการเรียกค่าผ่านแดนที่ไม่เป็นทางการ	2.32	2.00	1.14	2.14	1.66	1.57	1.80	0.47	B
T5 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID 19 ส่งผลต่อการขนส่ง และการปิดด่านการค้าชายแดน	2.00	1.33	1.00	1.71	1.33	2.14	1.59	0.44	C
T6 ในช่วงผลผลิตออกสู่ตลาดมาก ค่าระวางเรือขนส่งจะมีราคาสูง เนื่องจากต้องอาศัยตู้คอนเทนเนอร์และเรือขนส่งจากต่างประเทศ	2.15	1.66	1.43	1.86	1.66	1.86	1.76	0.25	C
T7 สัดส่วนการบริโภคในประเทศไม่เกินร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับสัดส่วนการส่งออกไปต่างประเทศ	2.32	1.66	1.14	2.00	1.33	1.57	1.66	0.44	C

สรุป

การจัดลำดับความสำคัญของ SWOT โดยใช้ Balance Scorecard พบว่า จุดแข็งที่โดดเด่นของเกษตรกรชาวสวนไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพารา คือ (1) S1 เกษตรกรชาวสวนไม้ผลไม้ยืนต้น และยางพารามีเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการทำให้มีระบบการบริหารจัดการสวนได้ตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี และ (2) S2 สภาพพื้นที่อยู่ในเขตความเหมาะสมสูง (S1) และเหมาะสมปานกลาง (S2) มากกว่าร้อยละ 50 ของพื้นที่ทั้งหมด ส่วนจุดอ่อนที่ต้องเร่งแก้ไข คือ (1) W1 การขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ ขาดความรู้ด้าน กฎหมาย/ระเบียบ/ข้อบังคับ ในการขอเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล และ (2) W2 ขาดการเข้าถึงข้อมูลการผลิตและการตลาด ที่ทันสมัยต่อเหตุการณ์ รวมทั้งยังไม่มีศูนย์กลางรวบรวมและจัดทำระบบฐานข้อมูลไม้ผล ไม้ยืนต้น และยางพาราทั้งระบบ ทางด้านโอกาสที่เอื้ออำนวยในขณะนี้ คือ (1) O1 การคมนาคมขนส่งสินค้าส่งออกผ่านเครือข่ายเส้นทางคมนาคมทางบกโดยใช้เส้นทาง R12 R9 R3A R3E และ R3W สู่ประเทศเพื่อนบ้านและอาเซียน ทำให้ขนส่งผลผลิตได้รวดเร็ว และมีคุณภาพ และ (2) O2 มีเครือข่ายกับผู้ประกอบการผู้ค้าและผู้ส่งออก ในขณะที่อุปสรรคที่ต้องเร่งแก้ไข คือ (1) T1 กฎระเบียบและเงื่อนไขการนำเข้าของหลายประเทศมีความเข้มงวดมากขึ้นในเรื่องความปลอดภัยด้านอาหาร โดยเฉพาะการตรวจสอบสารตกค้าง ต้องผ่านผู้นำเข้าของประเทศปลายทาง ส่งผลให้ผู้นำเข้ามีอำนาจต่อรองราคา และ (2) T2 การเกิดภัยธรรมชาติ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเก็บเกี่ยว

ผลผลิตและการคมนาคมขนส่งสินค้า ทั้งหมดที่กล่าวมาจึงต้องกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ตอนที่ 3.3 เทคนิคในการวิเคราะห์ด้วย Marketing Mix และ Value Chain

เรื่องที่ 3.3.1 เทคนิค Marketing Mix

Marketing Mix หรือ ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือด้านการตลาดที่นำมาใช้เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการตลาดของกิจการในตลาดเป้าหมายที่กำหนด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือที่เรียกว่าการใช้กลยุทธ์ Marketing Mix (4Ps) แต่ในปัจจุบันธุรกิจทางด้านการบริการเกิดขึ้นจำนวนมาก ประกอบกับผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป แนวคิดการตลาดที่ควรนำมาใช้ คือ Marketing Mix (7Ps) เพิ่มอีก 3 รายการ ดังนี้ บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) โดยการใช้ส่วนประสมการตลาด Marketing Mix 7Ps ส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 รายการ มีรายละเอียด ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ เพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ

2) ราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะในรูปของเงินและเวลา รวมไปถึงความพยายามที่เกิดขึ้นในการซื้อและการใช้บริการ

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง เป็นการตัดสินใจถึงการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้า

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เป็นกิจกรรมด้านการออกแบบสิ่งจูงใจและการสื่อสารด้านการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

5) บุคลากร (People) หมายถึง ปัจจัยทางด้านบุคลากรทั้งหมดที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการส่งมอบบริการโดยจะมีผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าด้วย

6) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สถานที่และสิ่งแวดล้อมรวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้และสิ่งอำนวยความสะดวกที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าที่มาใช้บริการรวมถึงช่วยสื่อสารการบริการนั้นให้ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการอย่างเป็นรูปธรรมด้วย

7) กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการที่จำเป็นในการทำงานและให้บริการแก่ลูกค้ารวมถึงวิธีการในการทำงานสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์โดยต้องอาศัยการออกแบบ และปฏิบัติให้ได้ตามกระบวนการที่มีประสิทธิผลโดยมีความเกี่ยวข้องกับด้านการผลิตและเสนอบริการนั้น ๆ ให้กับลูกค้าใช้บริการ

สรุป

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของผู้ผลิต (7Ps) ถือได้ว่าเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจการสินค้าหรือบริการ โดยจะช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพการตลาดและความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วนและเหมาะสม สร้างโอกาสและการเติบโตของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เรื่องที่ 3.3.2 เทคนิค Value Chain

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ (2561) กล่าวว่า โซ่อุปทาน (supply chain) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนการผลิต และกิจกรรมทางการตลาด เพื่อควบคุมประสิทธิภาพการไหลเวียนในโซ่อุปทาน มีกระบวนการหลัก คือ การวางแผน การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดส่ง การรับกลับคืน การขนส่งทุกสิ่งที่อยู่ในระบบโซ่อุปทาน ตั้งแต่เริ่มนำมาเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตไปจนถึงจุดที่มีการใช้งานหรือส่งถึงมือผู้บริโภค มักนิยมเรียกว่า “ดำเนินการขนส่งตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ”

วิทยา สุหฤทธำรง (2564) กล่าวว่า โซ่อุปทาน คือ อนุกรมของเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องกัน โดยมีเป้าหมายในการสร้างความพอใจให้ลูกค้า

สายทิพย์ ไสรัตน์ และนงนุช อังยุริกุล (2564) กล่าวว่า โซ่อุปทาน หมายถึง การเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินโดยผู้ประกอบการแต่ละรายที่อยู่ในโครงข่าย เพื่อให้อุปทานสินค้าและบริการสามารถเคลื่อนไหลได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดการโซ่อุปทานถือได้ว่าเป็นการจัดการในระดับกลยุทธ์ (strategy)

อภิชาติ พงษ์ศรีหตุลชัย (2565) กล่าวว่า โซ่อุปทาน หมายถึง กระบวนการที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งมอบสิ่งของหรือบริการให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภคปลายทาง ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจการเกษตร ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรจะต้องทราบถึงความหมายและความสำคัญของการจัดการโซ่อุปทาน เพื่อให้การประกอบธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จ

ประจวบ กล่อมจิตร (2566) กล่าวว่า โซ่อุปทาน (Supply Chian) หมายถึง กระบวนการบูรณาการการประสานงานและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าคงคลังของวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องในกระบวนการจากผู้ขายวัตถุดิบผ่านกิจการไปยังผู้บริโภค เพื่อให้เป็นไปตามต้องการของผู้บริโภค

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) หรือการอธิบายถึงคุณค่าของกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรที่มีความสัมพันธ์ และเกี่ยวเนื่องกับการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบและสินค้าภายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) กล่าวง่าย ๆ คือ กิจกรรมทุกประเภทยมีส่วนร่วมในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการขององค์กร กิจกรรมต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่การจัดซื้อหรือรับวัตถุดิบ จนผ่านเข้าสู่กระบวนการแปลงสภาพกลายเป็นสินค้าต่าง ๆ โดยทุกขั้นตอนจะมีการใช้ทรัพยากร ไม่ว่าจะเป็นเงิน บุคลากร วัตถุดิบ อุปกรณ์ต่าง ๆ และมีการบริหารจัดการ ซึ่งห่วงโซ่คุณค่าขององค์กรจะถูกเชื่อมต่อกับห่วงโซ่คุณค่าของผู้ส่งมอบ และห่วงโซ่คุณค่าของลูกค้าต่อไปเรื่อย ๆ

กล่าวโดยสรุป ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) หมายถึง การเชื่อมโยงกิจกรรมที่ครอบคลุมตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำในการส่งมอบผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยเกี่ยวเนื่องกับการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการภายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ตั้งแต่กิจกรรมระดับต้นน้ำ

ประกอบด้วย การพัฒนาปัจจัยการผลิต กิจกรรมระดับกลางน้ำ ประกอบด้วย การแปรรูป การเก็บรักษาบรรจุภัณฑ์ และกิจกรรมระดับปลายน้ำ ประกอบด้วย การตลาด การกระจายสินค้า เพื่อนำผลิตภัณฑ์และบริการสู่ผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย ซึ่งองค์กรและผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าในตลาดที่เราตั้งเป้าหมายไว้ด้วยว่า ลูกค้าต้องการสินค้าที่มีคุณค่าประเภทใด สินค้าแบบไหนถึงจะมีคุณค่าในมุมมองของลูกค้า เพื่อผลประโยชน์ที่ลูกค้าและองค์กรสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

- เจด โมราเลส. 2566. การวิเคราะห์ PESTEL. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2567. จาก <https://www.mindonmap.com/th/blog/what-is-pestel-analysis/>.
- ธนัทธ นาราสุนทรกุล. 2558. กลยุทธ์ทางการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต.
- นวพร ชัญเสน. 2567. ประเภทของข้อมูล. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2567. จาก <https://jirapornthainoktad.wordpress.com>.
- บุญเชิด ภิญโญนันตพงษ์. 2545. การประเมินการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. แนวคิดและวิธีการ. กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.
- สถาบันนวัตกรรมและกรรมาภิบาลข้อมูล. 2565. เจาะลึกข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลทุติยภูมิ คืออะไร ต่างกันยังไง สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2567. จาก <https://digi.data.go.th/blog/difference-primary-data-and-secondary-data/>.
- สะอาด แก้วมา. 2567. ข้อมูลและสารสนเทศ. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2567. จาก <https://sites.google.com/view/krusaard/>.
- สายฝน พันแก้ว. 2562. หลักสูตร รายวิชาการพัฒนาตนเองชุมชนสังคม รหัส สค 31003 ของสำนักงาน กศน. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2567. จาก <https://sites.google.com/dei.ac.th/sd31003lp/2>.
- สมชาย วรภิเกษมสกุล. ๒๕๕๔. ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุดรธานี : อักษรศิลป์การพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. 2552. การบริหารความเสี่ยง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- อัจฉรา โพธิ์ดี และภวดี เจียมจิณฉัตร. 2563. หน้าที่ 7 การเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและการจัดการ. ชุดวิชา 33312 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดการการเกษตร ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.
- JobsDB. 2566. ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย Locke's goal setting. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567. จาก <https://th.jobsdb.com/th/career-advice/article/>.
- Kaplan, R.S. 2005. How the balanced scorecard complements the Mckinsey 7-s model Strategy and Leadership. 33 (3). 41-46.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Lynch, R. 2006. Corporate strategy. (4th ed.) Harlow : Reason Education.
- Management KM Web. 2014. TOWS Matrix. Retrieved May 22, 2014 from [https:// www.dramanage.com](https://www.dramanage.com)

PHAKAWAN PHOCHAROEN .2023. 5 ทริคเริ่มต้นปีใหม่กับทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567. จาก <https://www.altv.tv/content/altv-news/>.

SONEXT 02. 2024. บทความข้อมูลคืออะไรมีประโยชน์และความสำคัญอย่างไรกับองค์กร. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2567. จาก <https://www.sonext.asia/why-data/>.

กรมส่งเสริมการเกษตร

1. นายวีรศักดิ์ บุญเชิญ
ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร
2. นางสาวเพ็ญระพี ทองอินทร์
ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมไม้ผล
3. นางปตารณี ธรรมธร
ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมพืชผักและเห็ด
4. นางสาวประพิศพรรณ อนุพันธ์
ผู้อำนวยการกลุ่มคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตร
5. นางสาวอำพร เนติ
ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมระบบการผลิตข้าว
6. นางสาวมณฑกาฬ ลีมา
ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมธุรกิจเกษตร
7. นางสาวนันทิกา จำพิชม
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
8. นายวาสิฏฐ์ วรวงษ์
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
9. นางสาวสุภาวดี เนินคณา
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
10. นางสาวณิศรา สามบุญศรี
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
11. นางสาวนภาพร ตระการตาทิพย์
นักวิชาการเกษตรชำนาญการ
12. นางสาวณัฐรวินท์ จินดานภาพร
นักวิชาการเกษตรปฏิบัติการ
13. นางสาวนัทธมน ปัญศิริ
นักวิชาการเกษตรปฏิบัติการ
14. นายวสันต์ สงวนมานะศักดิ์
นักวิชาการเกษตรปฏิบัติการ

บทที่ 4

กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์พืชเศรษฐกิจ

กระบวนการในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เป็นกระบวนการที่ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เพื่อให้เข้าใจโครงสร้างและพฤติกรรมของระบบการเกษตร โดยต้องกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการวิเคราะห์ข้อมูลให้ชัดเจน แล้ววางแผนการศึกษาข้อมูล เลือกวิธีการ เครื่องมือ และเทคนิคที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาอุปสรรคและเฝ้าระวังแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 4.1 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง

เรื่องที่ 4.1.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง

เรื่องที่ 4.1.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของโลก
และประเทศไทย

เรื่องที่ 4.1.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของกลุ่มแปลงใหญ่
หน่อไม้ฝรั่ง ม.8 ตำบลวังสาวป อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น

เรื่องที่ 4.1.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์

เรื่องที่ 4.1.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง

ตอนที่ 4.2 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง

เรื่องที่ 4.2.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง

เรื่องที่ 4.2.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยหอมทองของโลก
และประเทศไทย

เรื่องที่ 4.2.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยหอมทองของกลุ่มแปลงใหญ่
กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

เรื่องที่ 4.2.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์

เรื่องที่ 4.2.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง

ตอนที่ 4.3 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก

เรื่องที่ 4.3.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก

เรื่องที่ 4.3.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกของโลก
และประเทศไทย

เรื่องที่ 4.3.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก
ของกลุ่มแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิด ตำบลไผ่หูช้าง
อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

เรื่องที่ 4.3.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์

เรื่องที่ 4.3.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก

ตอนที่ 4.4 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว

เรื่องที่ 4.4.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว

เรื่องที่ 4.4.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์ข้าวของโลกและประเทศไทย

- เรื่องที่ 4.4.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์ข้าวของกลุ่มแปลงใหญ่
เกษตรกรสมัยใหม่ (ข้าว) อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี
- เรื่องที่ 4.4.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์
- เรื่องที่ 4.4.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว

ตอนที่ 4.1 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง

หน่อไม้ฝรั่งเป็นพืชที่ตลาดทั้งในและต่างประเทศมีความต้องการเป็นอย่างมาก ซึ่งได้มีการส่งเสริมการปลูกหน่อไม้ฝรั่งมาตั้งแต่ปี 2529 เนื่องจากเป็นพืชที่สามารถปลูกได้ดีในประเทศไทย ที่สำคัญมีตลาดรับซื้อที่แน่นอน ราคาซื้อขายอยู่ในเกณฑ์ดี และมีสัญญาซื้อขายระหว่างกลุ่มเกษตรกรและบริษัทผู้รับซื้อ ส่งผลให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนสูง การที่จะขับเคลื่อนให้หน่อไม้ฝรั่งสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้ ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบทางภาครัฐ เอกชน และเกษตรกรจำเป็นต้องรู้และเข้าใจสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาดหน่อไม้ฝรั่ง ซึ่งเนื้อหาสาระประกอบด้วย การออกแบบการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง กลุ่มแปลงใหญ่หน่อไม้ฝรั่ง ม.8 ตำบลสวาป อำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่น วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์ ดังนี้

เรื่องที่ 4.1.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง

การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง เริ่มจากกำหนดเป้าประสงค์ และวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน จากนั้น จึงทำการกำหนดขอบเขตและแหล่งที่มาของข้อมูลที่จะใช้ ซึ่งข้อมูลต้องเป็นข้อมูลที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ และมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ สำหรับวิธีการ และเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลควรเลือกใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงเลือกเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ตามความเหมาะสม ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงการออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง

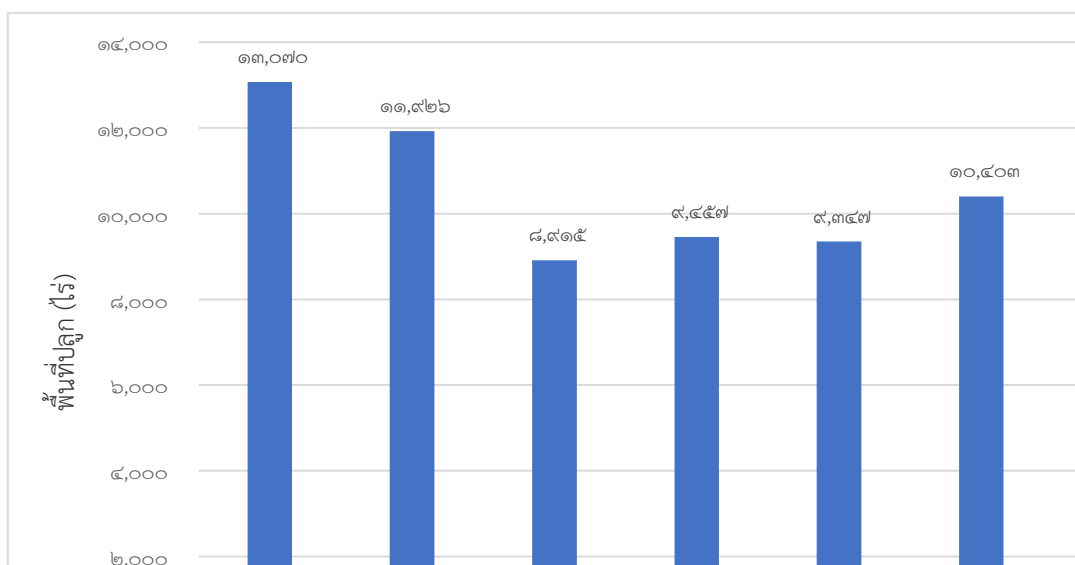
เป้าประสงค์	วัตถุประสงค์	ข้อมูล	แหล่งข้อมูล	วิธีการ	เครื่องมือ	เทคนิค
ยกระดับรายได้เกษตรกรผู้ปลูกหน่อไม้ฝรั่งให้มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 3 เท่าใน 4 ปี	1. เพื่อศึกษาสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของโลกและของประเทศไทย	- ข้อมูลทุติยภูมิ: ข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจาก หน่วยงานผู้รับผิดชอบ	องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO), กรมส่งเสริมการเกษตร, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และ สำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ	- การสืบค้นข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ	- ฐานข้อมูล - เว็บไซต์ - สื่อสังคมออนไลน์	- McKinsey 7-s Framework : วิเคราะห์ปัจจัยภายใน - PESTEL Analysis : วิเคราะห์ปัจจัยภายนอก
	2. เพื่อศึกษาสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของแปลงใหญ่หน่อไม้ฝรั่ง ม.8 ตำบลวังสวาบ อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น	- ข้อมูลปฐมภูมิ : ข้อมูลพื้นฐานเกษตรกร ข้อมูลด้านกายภาพ ข้อมูลด้านชีวภาพและเศรษฐกิจ ข้อมูลด้านสังคม และข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม - ข้อมูลสิ่งแวดล้อมจากความเป็นจริงของพื้นที่ปลูกหน่อไม้ฝรั่ง	- เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย - เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง - พื้นที่ปลูกหน่อไม้ฝรั่ง	- ใช้การสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกหน่อไม้ฝรั่ง - การ Focus Group กับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกหน่อไม้ฝรั่ง - สังเกตและสอบถามข้อเท็จจริงจากการลงพื้นที่แปลงปลูกหน่อไม้ฝรั่งของเกษตรกร เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมตามความเป็นจริง	- แบบสัมภาษณ์เกษตรกร - แบบคำถามในการ Focus Group - แบบคำถามในการลงพื้นที่	- SWOT analysis : วิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค

กล่าวโดยสรุป การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งนั้น ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สามารถตอบความสำเร็จของเป้าประสงค์ได้อย่างชัดเจน และกำหนดข้อมูลที่ครอบคลุมและเพียงพอต่อการวิเคราะห์ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ การทำ focus group การลงพื้นที่ ตามประเด็นคำถามที่กำหนดไว้ และข้อมูลทุติยภูมิ ที่ได้จากสืบค้นจากแหล่งต่างๆ ที่สะท้อนความเป็นจริงของสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง และใช้เทคนิค McKinsey 7-s Framework ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน PESTEL Analysis ในการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก และ SWOT analysis ในการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค

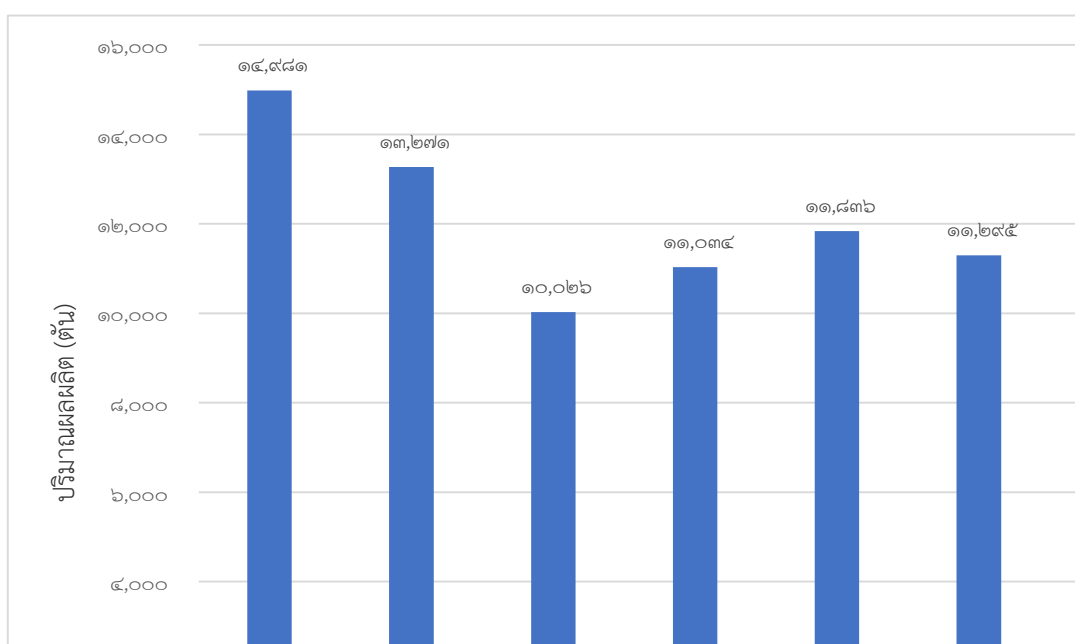
เรื่องที่ 4.1.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของโลกและประเทศไทย

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิตามที่ได้ออกแบบข้อมูลสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของโลก พบว่า ปี 2565 สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นผู้ผลิตหน่อไม้ฝรั่งรายใหญ่ของโลก มีปริมาณผลผลิต 7,683,763 ตัน คิดเป็นร้อยละ 87.08 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด และมีพื้นที่เก็บเกี่ยวมากที่สุดเช่นกัน ในขณะที่ประเทศไทยมีปริมาณการผลิตเป็นอันดับที่ 9 ของโลก มีปริมาณผลผลิต 24,498 ตัน คิดเป็นร้อยละ 0.28 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมด แต่มีพื้นที่เก็บเกี่ยวเป็นอันดับที่ 16 ของโลก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพในการผลิตหน่อไม้ฝรั่ง โดยประเทศที่มีศักยภาพในการส่งออกมากที่สุด ได้แก่ ประเทศเปรู มีปริมาณการส่งออก 127,763 ตัน คิดเป็นมูลค่า 13,289 ล้านบาท ส่วนประเทศไทยมีการส่งออกหน่อไม้ฝรั่งเป็นอันดับที่ 15 ของโลก มีปริมาณการส่งออก 1,081 ตัน คิดเป็นมูลค่า 155 ล้านบาท สำหรับประเทศที่มีการนำเข้ามากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีการนำเข้าหน่อไม้ฝรั่ง 263,146 ตัน คิดเป็นมูลค่า 24,831 ล้านบาท ส่วนประเทศไทยไม่มีการนำเข้าหน่อไม้ฝรั่ง (FAO, 2022)

สำหรับข้อมูลสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทย พบว่า จังหวัดกาญจนบุรีมีพื้นที่ปลูกหน่อไม้ฝรั่งมากที่สุด ประมาณ ร้อยละ 18.82 ของพื้นที่ปลูกหน่อไม้ฝรั่งทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ จังหวัดนครปฐม เพชรบูรณ์ ลพบุรี และจังหวัดนครสวรรค์ มีพื้นที่ปลูกร้อยละ 16.99 10.75 10.74 และ 7.51 ของพื้นที่ปลูกทั้งหมด ตามลำดับ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) พื้นที่ปลูกหน่อไม้ฝรั่งมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2556/2557 ถึงปี 2558/2559 สาเหตุเกิดจากผลกระทบที่ได้จากการเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่เมื่อปลายปี 2554 ทำให้เกิดการระบาดของเชื้อรา 3 กลุ่ม ได้แก่ *Phomopsis asparagi* , *Fusarium* sp. และ *Rhizoctonia solani* ส่งผลให้ผลผลิตหน่อไม้ฝรั่งเกิดความเสียหาย เกษตรกรหลายรายปรับเปลี่ยนจากการปลูกหน่อไม้ฝรั่งไปปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2559/2560 ถึงปี 2562/2563 พื้นที่ปลูกหน่อไม้ฝรั่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเริ่มลดลงในปี 2563/2564 และปี 2564/2565 (ภาพที่ 4.1) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับปริมาณผลผลิตหน่อไม้ฝรั่งในประเทศไทย (ภาพที่ 4.2) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566)

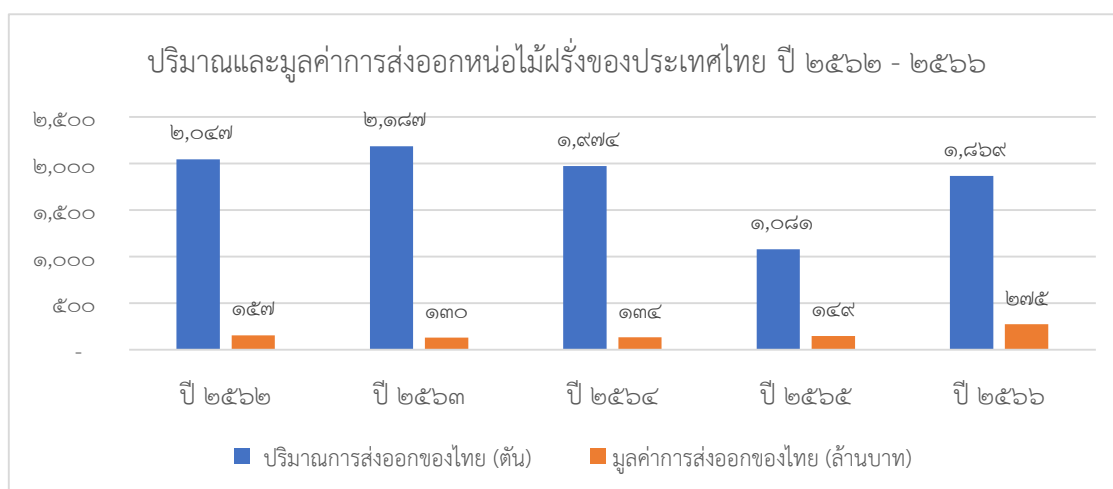


ภาพที่ 4.1 พื้นที่ปลูกหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทย ปี 2556/57 – 2564/65
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566



ภาพที่ 4.2 ปริมาณผลผลิตหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทย ปี 2556/57 – 2564/65
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566

ปี 2566 ประเทศไทยสามารถส่งออกหน่อไม้ฝรั่งได้ 1,864 ตัน คิดเป็นมูลค่า 275 ล้านบาท ประเทศไทยที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศไต้หวัน สาธารณรัฐเกาหลี สหรัฐอเมริกา เม็กซิโก ราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย และสหพันธรัฐรัสเซีย โดยระหว่างปี 2562 ถึงปี 2566 พบว่า ปี 2564 ประเทศไทยมีการส่งออกลดลงจาก ปี 2563 และลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึง ปี 2565 ทั้งนี้เกิดจาก สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออก เนื่องจากมีการ ปิดประเทศ ทำให้ไม่สามารถส่งออกหน่อไม้ฝรั่งได้ แต่ใน ปี 2566 ปริมาณการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น คาดว่าสถานการณ์การส่งออกหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ภาพที่ 4.3) (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566)



ภาพที่ 4.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทย ปี 2562 – 2566
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า หน่อไม้ฝรั่งเป็นพืชผักที่ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่สำคัญของโลก สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ จึงได้จัดทำมาตรฐานหน่อไม้ฝรั่งขึ้น ตามประกาศกรมการมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ เรื่องกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ : หน่อไม้ฝรั่ง พ.ศ. 2547 เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดทำคุณภาพ มาตรฐานหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทยในเชิงการค้า

เรื่องที่ 4.1.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งของกลุ่มแปลงใหญ่หน่อไม้ฝรั่ง ม.8 ตำบลวังสวาป อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น

จากการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกร จำนวน 30 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งข้อมูลประกอบด้วย 1) ข้อมูลพื้นฐานเกษตรกร 2) ข้อมูลด้านกายภาพ 3) ข้อมูลด้านชีวภาพและเศรษฐกิจ 4) ข้อมูลด้านสังคม และ 5) ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม รายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 70 ของเกษตรกรทั้งหมด อายุเฉลี่ยของเกษตรกร 50.6 ปี เกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาได้แก่ ประถมศึกษา ปริญญาตรี และ ปวส. สมาชิกเฉลี่ยครัวเรือนละ 3.9 คน แรงงานภาคการเกษตรเฉลี่ยครัวเรือนละ 2.6 คน เกษตรกรทุกรายประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก และมีประสบการณ์ในการทำการเกษตรเฉลี่ย 19.1 ปี พืชหลักที่ปลูก คือ หน่อไม้ฝรั่ง พันธุ์แม่ริ้วชิงตัน มีพื้นที่ปลูกทั้งหมด 31 ไร่ เฉลี่ยครัวเรือนละ 1.07 ไร่ รายได้จากการปลูกหน่อไม้ฝรั่งเฉลี่ยประมาณ 164,000 บาท/ไร่/ปี

เกษตรกรสามารถผลิตหน่อไม้ฝรั่งได้ ประมาณ 3,478 กิโลกรัม/ไร่ แบ่งเป็น เกรด A ร้อยละ 37 เกรด B , C และ Z (ตกเกรด) ร้อยละ 29, 24 และ 14 ตามลำดับ เกษตรกรที่ผลิตเกรด A ได้มากที่สุด สามารถผลิตได้ถึงร้อยละ 80 และผลิตเกรด A ได้น้อยที่สุด ผลิตได้ร้อยละ 10 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสามารถในการผลิตหน่อไม้ฝรั่งของกลุ่มมีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ มีเกษตรกรที่ผลิตตามมาตรฐาน GAP โดยผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP จำนวน 1 ราย และอยู่ระหว่างการต่ออายุใบรับรอง 29 ราย

2. ข้อมูลด้านกายภาพ

2.1 ดิน

เกษตรกร ส่วนใหญ่ร้อยละ 96.67 ถือครองที่ดินแบบ น.ส.4 จ และ ร้อยละ 3.33 ถือครองที่ดิน ส.ป.ก. ตั้งแต่เริ่มทำการเพาะปลูกหน่อไม้ฝรั่ง เกษตรกรไม่เคยตรวจวิเคราะห์ค่าความอุดมสมบูรณ์ของดิน แต่เกษตรกร จำนวน 15 ราย มีการพักดินและปรับปรุงบำรุงดินด้วยการพรวนดิน และใส่ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก เพื่อเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดิน และอีก 15 รายที่เหลือไม่มีการพักดิน มีแต่ปรับปรุงบำรุงดินด้วยการพรวนดิน และใส่ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ซึ่งจากการหาข้อมูลชุดดินพบว่า ชุดดินของเกษตรกรอำเภอภูผาม่าน เป็นชุดดินที่ 31 เป็นกลุ่มดินเหนียวลึกถึงลึกมากที่เกิดจากวัตถุต้นกำเนิดดินเนื้อละเอียด ปฏิกริยาดิน (pH) มีความเป็นกรดปานกลางถึงเป็นกลาง (pH 6.0 - 7.0) ในดินบน และเป็นกรดปานกลางถึงเป็นกรดเล็กน้อย (pH 6.0 - 6.5) ในดินล่าง ความอุดมสมบูรณ์ของดินอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ กรมพัฒนาที่ดินได้ให้คำแนะนำให้ใส่ปุ๋ยคอกและปุ๋ยหมัก เพื่อปรับปรุงให้ดินมีสมบัติทางกายภาพดีขึ้น และเพิ่มธาตุอาหารให้แก่พืช (กรมพัฒนาที่ดิน, 2548)

2.2 น้ำ

แปลงของเกษตรกรทุกรายอยู่นอกเขตชลประทาน เกษตรกรใช้น้ำจากแหล่งน้ำในแปลง จำนวน 5 คน ใช้น้ำจากแหล่งน้ำนอกแปลง จำนวน 21 คน และใช้น้ำจากแหล่งน้ำทั้งในแปลงและนอกแปลง จำนวน 4 คน ซึ่งเกษตรกรมีปริมาณน้ำเพียงพอสำหรับการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง จำนวน 27 คน และไม่เพียงพอ ขาดน้ำช่วงเดือนมีนาคม ถึง กรกฎาคม จำนวน 3 ราย แหล่งน้ำนอกแปลงที่เกษตรกรนำมาใช้เป็นแหล่งน้ำสาธารณะ ได้แก่ ลำห้วยสังขวน ลำน้ำเชิญ สระน้ำสาธารณะ บ่อบาดาล และคลองฝายจานไฮ ซึ่งเป็นแหล่งน้ำที่ไม่มีความเสี่ยงในการปนเปื้อนเนื่องจากเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติ ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรม ไม่ไหลผ่านชุมชน และไม่เป็นที่ตั้ง

ของโรงพยาบาล แต่อย่างไรก็ตาม เกษตรกรไม่เคยตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำที่ใช้ในการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง ระบบน้ำที่เกษตรกรใช้มากที่สุด คือ ระบบน้ำพุ่ง ร้อยละ 63.33 รองลงมาได้แก่ สปริงเกอร์ ร้อยละ 16.7 ให้ทั้งแบบน้ำพุ่งและสปริงเกอร์ ร้อยละ 16.7 และให้น้ำแบบน้ำหยด ร้อยละ 3.3

3. ข้อมูลด้านชีวภาพและเศรษฐกิจ

เกษตรกรมีการใช้แรงงานภาคเกษตรเฉลี่ยครัวเรือนละ 2.6 คน และแรงงานที่ใช้ในการปลูกหน่อไม้ฝรั่งเป็นแรงงานในครัวเรือนทั้งหมด จึงไม่พบปัญหาขาดแคลนแรงงานในการผลิตหน่อไม้ฝรั่ง แปลงปลูกหน่อไม้ฝรั่งได้รับความเสียหายจากโรคและแมลงได้ทุกฤดูการผลิต ซึ่งเกษตรกรแก้ปัญหาด้วยการใช้การควบคุมและกำจัดโรคพืช/แมลงศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสาน (IPM) สำหรับการลงทุนในการผลิตหน่อไม้ฝรั่ง พบว่า เกษตรกรร้อยละ 93.33 ใช้ทุนส่วนตัว และร้อยละ 6.37 กู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินในการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง ปัจจุบัน (ปี 2567) เกษตรกรไม่สามารถผลิตหน่อไม้ฝรั่งได้เพียงพอตามความต้องการของบริษัทบรรณ ซึ่งเป็นบริษัทส่งออกไปยังประเทศไต้หวัน ในการรับซื้อ บริษัทรับซื้อหน่อไม้ฝรั่งทั้งหมด ทั้งในเกรดและนอกเกรดจากเกษตรกร ในรูปแบบเกษตรพันธสัญญา มีการกำหนดราคาขั้นต่ำ ราคาหน่อไม้ฝรั่งที่บริษัทรับซื้อขึ้นกับคุณภาพของหน่อไม้ฝรั่งแบ่งเป็น เกรด A ตูม A บาน B ตูม B บาน C และ Z (ตกเกรด) (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงราคาในแต่ละช่วงโดยแบ่งตามคุณภาพ

ช่วงเวลา เกรด	ธันวาคม – กุมภาพันธ์ ราคา (บาท/กก.)	มีนาคม – พฤศจิกายน ราคา (บาท/กก.)
A ตูม	120	80
A บาน	80	40
B ตูม	55	50
B บาน	30	30
C	25	25
Z (ตกเกรด)	10	10

นอกจากนี้ หน่อไม้ฝรั่งเป็นพืชอายุยืน สามารถเก็บผลผลิตได้นาน 8 - 10 ปี หากเกษตรกรมีการดูแลรักษาที่ดี โดยทั่วไปเกษตรกรจะเก็บผลผลิตนาน 2 เดือน และพักต้น 1 เดือน ซึ่งสามารถสรุปปฏิทินการผลิตหน่อไม้ฝรั่ง ดังภาพที่ 4.4

ภาพที่ 4.4 แสดงปฏิทินการผลิตหน่อไม้ฝรั่ง

การปฏิบัติ	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	หมายเหตุ
ปีที่ 1	เตรียมดิน/เพาะกล้า (ถุงดำ)			ปลูก		ดูแลรักษา		เก็บเกี่ยว	พักต้น		เก็บเกี่ยว	พักต้น	1. หลังย้ายปลูก ในช่วง 1 - 4 เดือนแรก ต้องหมั่นถอนต้นเล็กที่สมบูรณ์น้อยออก เพื่อให้กอโปร่ง หยอดเลี้ยงต้นแม่ไว้ 5 - 6 ต้น/กอ 2. เริ่มเก็บผลผลิตครั้งแรก หลังย้ายปลูก 6 เดือน 3. การเก็บเกี่ยวครั้งแรกที่เก็บผลผลิตควรเก็บ 1 เดือน และพักต้น 1 เดือน จากนั้น สามารถเก็บได้ 1.5 - 2 เดือน พัก 1 เดือน ขึ้นกับสภาพต้นแม่และสภาพภูมิอากาศ และควรเก็บช่วง เช้า 5.00-9.00 น. 4. การพักต้น ต้องตัดต้นแม่ทิ้งทั้งหมด บำรุงต้นด้วยปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยเคมีพรวนดินปูนโคนป้องกันต้นล้ม เมื่อหน่อเจริญเป็นต้นแม่ใหม่ (ประมาณ 1 เดือน) คัดต้นแม่ที่มีขนาดเล็กไม่สมบูรณ์ออก เก็บต้นที่สมบูรณ์ไว้ ประมาณ 5 ต้น/กอ
ปีที่ 2 เป็นต้นไป		เก็บเกี่ยว	พักต้น		เก็บเกี่ยว		พักต้น		เก็บเกี่ยว		พักต้น	เก็บเกี่ยว	ช่วงที่ผลผลิตมีราคาสูง

4. ข้อมูลด้านสังคม

เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเป็นแปลงใหญ่ ในปี 2567 มีการจัดการโครงสร้างกลุ่ม และกำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของสมาชิกและคณะกรรมการบริหารกลุ่ม รวมถึงกำหนดกฎระเบียบกลุ่ม มีการกำหนดกำหนดแนวทางในการพัฒนากลุ่มร่วมกัน นอกจากนี้ กลุ่มยังมีการสื่อสาร ทำให้ไม่มีปัญหาความขัดแย้งระหว่างเกษตรกรด้วยกัน และไม่มีปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มอื่น ๆ เกษตรกรได้รับความรู้และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ จากสำนักงานเกษตรอำเภอ และหน่วยงานในพื้นที่ ซึ่งนับเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง และมีความพร้อมที่จะพัฒนาต่อไปได้

5. ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม

จากการรวบรวมและจัดลำดับความสำคัญของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินในแปลงเกษตรกร พบว่า ปัญหาสำคัญที่ต้องเร่งดำเนินการแก้ไขเนื่องจากส่งผลกระทบต่อปริมาณและคุณภาพผลผลิตของเกษตรกร คือ ปัญหาเชื้อราโรคพืช รongลงมา คือ แมลงศัตรูพืช ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ ภัยแล้ง ในเดือนมีนาคมถึงกรกฎาคม และน้ำท่วมแปลง/น้ำป่าไหลหลาก ตามลำดับ ซึ่งทั้งเจ้าหน้าที่ และเกษตรกรได้ระบุแนวทางในการแก้ไขปัญหาในแต่ละประเด็นเพื่อนำไปใช้ในการหาแนวทางการแก้ไขปัญหาร่วมกันต่อไป (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ที่ดินในแปลงเกษตร

ลำดับ	ปัญหา (เรียงตามลำดับ ความสำคัญ)	แนวทางการแก้ไขปัญหา ที่เกษตรกรต้องการ	แนวทางการแก้ไขปัญหา ที่ผ่านการวิเคราะห์ของ เจ้าหน้าที่
1	เชื้อราโรคพืช	กำจัดเชื้อราในแปลง	1) ต้องมีการจัดการแปลงที่ดี มีการปักแปลง และป้องกันเชื้อราโรคพืชอย่างสม่ำเสมอ 2) ฉีดพ่นสารเคมีป้องกันกำจัดเชื้อรา 3) ถอนต้นเผาทำลาย
2	แมลงศัตรูพืช	กำจัดแมลง	1) ฉีดพ่นสารชีวภัณฑ์ 2) ใช้กับดักกาวเหนียว 3) ฉีดพ่นสารเคมี
3	ดินขาดความอุดมสมบูรณ์	สนับสนุนปัจจัยปรับปรุงบำรุงดิน	ใช้อินทรีย์วัตถุปรับปรุงบำรุงดิน
4	ภัยแล้ง เดือน มี.ค. - ก.ค.	ขุดบ่อบาดาลเพื่อการเกษตร	
5	น้ำท่วมแปลง/น้ำป่าไหลหลาก	- ทำแนวป้องกันน้ำป่า - เช่าพื้นที่อื่น	ทำแนวป้องกัน/ปรับพื้นที่ให้มีความพร้อม

จากผลการเก็บข้อมูลสถานการณ์การผลิตหน่อไม้ฝรั่งของกลุ่มแปลงใหญ่หน่อไม้ฝรั่ง หมู่ 8 ตำบลวังสวาป อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น พบว่าเกษตรกรมีการจัดโครงสร้าง กำหนดบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบในการทำงาน และมีกฎกติการ่วมกัน เกษตรกรมีประสบการณ์ในการทำเกษตรไม่น้อยกว่า 5 ปี ไม่มีปัญหาเรื่องขาดแรงงานภาคการเกษตร เกษตรกรปลูกหน่อไม้ฝรั่งเฉลี่ยครัวเรือนละประมาณ 1 ไร่ เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการรับรองมาตรฐาน GAP และไม่มีการวิเคราะห์ดินในแปลงปลูก ปริมาณน้ำไม่เพียงพอต่อการปลูกหน่อไม้ฝรั่งในบางราย ซึ่งจะมีปัญหาขาดแคลนน้ำในเดือน มีนาคม – กรกฎาคม เกษตรกรยังคงประสบปัญหาเรื่องเชื้อราโรคราแป้ง แมลงศัตรูพืช และดินขาดความอุดมสมบูรณ์

เรื่องที่ 4.1.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์

จากการศึกษา และรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค McKinsey 7-s Framework , PESTEL Analysis และ SWOT Analysis มีผลดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้เทคนิค McKinsey 7-s Framework

ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในโดย McKinsey 7-s Framework

7-s McKinsey	จุดแข็ง (Strength : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
กลยุทธ์ (Strategy)	- มีแผนการดำเนินงานในการพัฒนา กลุ่ม	-
โครงสร้างองค์กร (Structure)	- โครงสร้างองค์กร มีการแบ่งบทบาท หน้าที่	- เกษตรกรเป็นเกษตรกรสูงวัย (อายุเฉลี่ย 51 ปี)
ระบบปฏิบัติการ (System)	- เกษตรกรใช้แรงงานครัวเรือนและมี แรงงานเพียงพอ	-
บุคลากร (Staff)	- เกษตรกรผู้นำมีความเข้มแข็ง - เกษตรกรที่มีความใกล้ชิด ร่วม วางแผน ร่วมแก้ปัญหา - เจ้าหน้าที่ เข้าถึงพื้นที่ และเป็น พี่เลี้ยงให้เกษตรกร	-
ทักษะ ความรู้ ความสามารถ (Skill)	- เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในการปลูก หน่อไม้ฝรั่ง	- เกษตรกรยึดติดในประสบการณ์ และความคิดของตนเอง ไม่ ยอมรับเทคโนโลยี
รูปแบบการบริหาร จัดการ (Style)	- สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการวาง แผนการดำเนินงานกลุ่ม - มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ชัดเจน	-

7-s McKinsey	จุดแข็ง (Strength : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
ค่านิยมร่วม (Shared Values)	- มีแนวทางในการพัฒนากลุ่มร่วมกัน	-

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เทคนิค PESTEL Analysis

ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้ PESTEL Analysis

PESTEL Analysis	โอกาส (Opportunities : O)	อุปสรรค (Threats : T)
ด้านการเมือง (Political)	- มีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมด้านการเกษตร - มีการกำหนดมาตรฐาน	-
ด้านเศรษฐกิจ (Economic)	- ตลาดมีความต้องการผลผลิตหน่อไม้ฝรั่ง ที่ที่คุณภาพ มีมาตรฐานรองรับ	- การรับรองมาตรฐาน GAP ไม่ต่อเนื่อง - ปัจจัยการผลิต (ปุ๋ย ,ยา) ราคาแพง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง - ค่าแรงงานสูง
ด้านสังคม (Social)	- มีหน่วยงานพร้อมให้การสนับสนุน - เกษตรกรมีเอกสารสิทธิ์ในที่ทำกิน	-
ด้านเทคโนโลยี (Technology)	- มีการเข้าถึงเทคโนโลยี เกษตรกรสามารถศึกษาหาความรู้ได้จากอินเทอร์เน็ต	-
ด้านสภาพแวดล้อม (Environment)	- มีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมสามารถวางแผนการผลิตได้ตลอดทั้งปี - สามารถปรับปรุงบำรุงดินให้มีสภาพที่เหมาะสมกับการปลูกหน่อไม้ฝรั่งได้ - มีแหล่งน้ำที่เพียงพอ และเหมาะสมในการทำการเกษตรเนื่องจากอยู่ในพื้นที่ที่ไม่เสี่ยงต่อการปนเปื้อน และมีหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนงบประมาณในการจัดหาแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรได้	- การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรเสียหาย - สภาพอากาศที่แปรปรวน ส่งผลต่อการวางแผนการผลิต - มีเชื้อราโรคพืชและแมลงศัตรูพืช ที่ทำความเสียหายให้กับผลผลิตหน่อไม้ฝรั่ง

PESTEL Analysis	โอกาส (Opportunities : O)	อุปสรรค (Threats : T)
ด้านกฎหมาย (Legal)	- มี พรบ. คุ้มครองการทำเกษตรแบบพันธสัญญา - มีการจัดทำมาตรฐานหน่อไม้ฝรั่งเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ และอำนวยความสะดวกในการส่งออก	-

3. การวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง ของเกษตรกรแปลงใหญ่ โดยใช้ SWOT Analysis

ได้ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. เกษตรกรมีการรวมกลุ่มและบริหารจัดการร่วมกัน ส่งผลให้กลุ่มมีการวางแผนการผลิตและการตลาดร่วมกัน 2. ผู้นำมีความเข้มแข็ง ส่งผลให้กลุ่มมีการดำเนินการได้อย่างยั่งยืน 3. เกษตรกรบางรายมีความเชี่ยวชาญในการปลูกหน่อไม้ฝรั่ง สามารถพัฒนาเป็นเกษตรกรต้นแบบได้ 4. เกษตรกรมีศักยภาพด้านการเงิน ส่งผลให้เกษตรกรมีความพร้อมในการลงทุนเพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิต	1. เกษตรกรเป็นเกษตรกรสูงวัย (อายุเฉลี่ย 51 ปี) ส่งผลต่อการเข้าถึงเทคโนโลยี 2. เกษตรกรบางรายไม่ยอมรับเทคโนโลยี ส่งผลให้ผลผลิตไม่มีคุณภาพ 3. เกษตรกรบางรายขาดทักษะ/ความรู้ด้านการผลิต ส่งผลให้ปริมาณการผลิตน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่ม
โอกาส	อุปสรรค
1. มีความมั่นคงด้านการตลาด /ตลาดมีความต้องการผลผลิตสูง ส่งผลให้สามารถเพิ่มปริมาณการผลิตและเพิ่มพื้นที่การผลิตได้ 2. มีการประกันราคาขั้นต่ำ ในรูปแบบเกษตรพันธสัญญา ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ที่แน่นอน 3. มีการบูรณาการของหน่วยงาน ส่งผลให้สามารถพัฒนากระบวนการผลิตและพัฒนาเกษตรกรได้ 4. มี พรบ.เกษตรพันธสัญญา	1. การรับรองมาตรฐาน GAP ขาดความต่อเนื่อง ส่งผลให้ผลผลิตไม่สามารถส่งออกได้ 2. ต้นทุนการผลิตสูง เนื่องจากปัจจัยการผลิตมีราคาสูงขึ้น 3. เกษตรกรบางรายมีปริมาณน้ำไม่เพียงพอ ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่ม

ผลจากการวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน (จุดแข็ง จุดอ่อน) ด้วยเทคนิค McKinsey 7-s Framework พบว่า เกษตรกรมีจุดแข็งในด้านต่าง ๆ ครบทั้ง 7 ด้าน และพบจุดอ่อนใน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างองค์กร ที่เกษตรกรมีอายุเฉลี่ยอยู่ในกลุ่มสูงวัย และด้านทักษะ ความรู้ ความสามารถ

ที่ยังมีเกษตรกรบางส่วนยึดติดในประสบการณ์ของตนเอง ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา สำหรับการวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก (โอกาส และ อุปสรรค) ด้วยเทคนิค PESTEL Analysis พบว่าเกษตรกรมีโอกาสดังในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี การเมือง สภาพแวดล้อม และกฎหมาย ที่เอื้อต่อการผลิตหน่อไม้ฝรั่งเพื่อสร้างรายได้ แต่ก็ยังพบจุดอ่อนในด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมในบางประเด็น และเมื่อนำมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค SWOT analysis ทำให้เข้าใจบริบทของเกษตรกร และสภาพแวดล้อม สามารถนำมาใช้ในการวางแผนเพื่อพัฒนากลุ่มได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดได้ต่อไป

เรื่องที่ 4.1.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง

สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่งสรุปได้ใน 2 ประเด็น ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถานการณ์หน่อไม้ฝรั่ง จากปริมาณผลผลิตและพื้นที่เก็บเกี่ยวของโลก พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพการผลิตสูง ที่ผ่านมานหน่อไม้ฝรั่งเป็นพืชเศรษฐกิจส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย มีตลาดรับซื้อที่แน่นอน การซื้อขายหน่อไม้ฝรั่งส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบเกษตรกรพันธสัญญา มีการตกลงราคาซื้อขายเป็นรายปี หรือการประกันราคาขั้นต่ำ จังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี รองลงมา ได้แก่ จังหวัดนครปฐม เพชรบูรณ์ และจังหวัดลพบุรี แต่อย่างไรก็ตาม พื้นที่ปลูกมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ทำให้ผลผลิตหน่อไม้ฝรั่งได้รับความเสียหายเป็นอย่างมาก จึงทำให้เกษตรกรเปลี่ยนไปปลูกพืชชนิดอื่นแทน เพื่อตัดวงจรของเชื้อสาเหตุและเกษตรกรเริ่มกลับมาปลูกหน่อไม้ฝรั่งอีกครั้ง ในปี 2559 ซึ่งพื้นที่ปลูกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ในปี 2563 พื้นที่ปลูกเริ่มลดลงอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณผลผลิตที่ประเทศไทยส่งออกไปยังต่างประเทศ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีการปิดประเทศ และจำกัดจำนวนเครื่องบินที่สามารถเข้าประเทศได้ ส่งผลให้ปริมาณการส่งออกหน่อไม้ฝรั่งลดลง อย่างไรก็ตามในปี 2564 การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีสถานการณ์ที่ดีขึ้น การส่งออกหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทยมีแนวโน้มที่สูงขึ้นอีกครั้ง จึงเป็นโอกาสของเกษตรกรผู้ปลูกหน่อไม้ฝรั่งของประเทศไทยในการปลูกหน่อไม้คุณภาพเพื่อการส่งออก

2. การวิเคราะห์สถานการณ์แปลงใหญ่หน่อไม้ฝรั่ง หมู่ 8 ตำบลวังสวาป อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น จะเห็นได้ว่า เกษตรกรยังมีโอกาสในการเพิ่มศักยภาพการผลิตหน่อไม้ฝรั่ง เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น จากการที่ตลาดยังมีความต้องการผลผลิตหน่อไม้ฝรั่งอย่างต่อเนื่องและไม่จำกัดปริมาณ ด้วยศักยภาพของเกษตรกรเองที่มีการรวมกลุ่มการผลิตเป็นเกษตรกรแปลงใหญ่หน่อไม้ฝรั่ง มีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง และมีเกษตรกรที่มีทักษะ มีความเชี่ยวชาญในการปลูกคอยช่วยเหลือกันภายในกลุ่ม และมีความพร้อมในการลงทุน อีกทั้งเกษตรกรยังสามารถขยายเพิ่มที่ปลูกให้มากขึ้นได้ เนื่องจากหน่อไม้ฝรั่งสามารถปลูกได้คร้วเรือนละ 2 ไร่ โดยไม่ต้องจ้างแรงงานภาคการเกษตร แต่ด้วยเกษตรกรโดยเฉลี่ยเป็นเกษตรกรสูงวัย จึงจำเป็นต้องวางแผนการนำเทคโนโลยีมาใช้แทนแรงงาน ดังนั้นการเพิ่มศักยภาพการผลิตของเกษตรกร ทำได้โดยการเพิ่มปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ให้สูงขึ้น ลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่สูงขึ้น เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานโดยการใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมาช่วยในการผลิต พัฒนาคูณภาพผลผลิตให้ได้มาตรฐานการส่งออก เพื่อขยายช่องทางการตลาด เพิ่มโอกาสและความยั่งยืนในการผลิตหน่อไม้ฝรั่งต่อไป

ตอนที่ 4.2 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง

กล้วยหอมทองเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย มีการผลิตและจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ สถานการณ์การผลิตกล้วยหอมทองในปัจจุบันมีทั้งโอกาสและความท้าทาย เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองเผชิญกับปัญหาด้านต่าง ๆ เช่น ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โรคและแมลงศัตรูพืช ภัยธรรมชาติ ดังนั้นการขับเคลื่อนให้กล้วยหอมทองสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และเกษตรกร โดยมีความจำเป็นต้องเข้าใจสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาดกล้วยหอมของโลกละและของประเทศไทย ซึ่งเนื้อหาสาระประกอบด้วยกรอบการออกแบบการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง สถานการณ์กล้วยหอมทองของกลุ่มแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์ ดังนี้

เรื่องที่ 4.2.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง

การวิเคราะห์สถานการณ์สินค้ากล้วยหอมทองเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลจากหลายแหล่ง วิธีการออกแบบที่เหมาะสมจะช่วยให้การวิเคราะห์มีประสิทธิภาพ ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง โดยกรอบแนวคิดเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยในการกำหนดขอบเขตของการวิเคราะห์ ระบุประเด็นสำคัญ และเลือกเทคนิคในการวิเคราะห์ที่เหมาะสม สำหรับกรอบแนวคิดสำหรับการออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง ดังตารางที่ 4.7 ประกอบด้วยเป้าประสงค์และวัตถุประสงค์ในการวิเคราะห์ เพื่อกำหนดเป้าหมาย และศึกษาสถานการณ์กล้วยหอมทอง โดยมีขอบเขตของข้อมูลที่เป็นในการวิเคราะห์ครอบคลุมประเด็น การตลาด การผลิต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนบริบทด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้จากแหล่งที่มาต่าง ๆ ด้วยวิธีการและเครื่องมือที่เหมาะสม มีการใช้เทคนิคในการวิเคราะห์ตามความเหมาะสม

ตารางที่ 4.7 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง

เป้าประสงค์	วัตถุประสงค์	ข้อมูล	แหล่งข้อมูล	วิธีการ	เครื่องมือ	เทคนิค
ยกระดับรายได้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองให้เพิ่มขึ้น 3 เท่า ภายใน 4 ปี	1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิตกล้วยและกล้วยหอมของโลกและของประเทศไทย	- ข้อมูลทุติยภูมิ: เป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยหน่วยงานอื่นๆ ได้แก่ ปริมาณนำเข้า/ส่งออกกล้วยของประเทศผู้นำในโลก เนื้อที่ให้ผลผลิต ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ ต้นทุนการผลิต	- Trade Map สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการ เกษตรสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรแห่งชาติ กรม	- สืบค้นข้อมูล	- สื่อมวลชน: วารสาร เว็บไซต์ เอกสาร สารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์	- การวิเคราะห์ SWOT: วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค - การวิเคราะห์ความเสี่ยง Risk manageme

เป้าประสงค์	วัตถุประสงค์	ข้อมูล	แหล่งข้อมูล	วิธีการ	เครื่องมือ	เทคนิค
		ผลตอบแทนสุทธิ การบริโภคใน ประเทศ การ ส่งออกกล้วยหอม ของไทย	ศุลกากร			nt: วิเคราะห์ ความเสี่ยง 7 ด้าน ได้แก่ การเมืองและ สังคม
	2. เพื่อศึกษา สถานการณ์ การผลิต กล้วยหอม ของแปลง ใหญ่กล้วย หอมทอง ตำบล นพรัตน์ อำเภอหนอง เสือ จังหวัด ปทุมธานี	- ข้อมูลปฐมภูมิ: เป็นข้อมูลที่เก็บ รวบรวมโดยตรง จากแหล่งข้อมูล ได้แก่ ข้อมูล พื้นฐานกลุ่ม ข้อมูลกายภาพ (ดิน น้ำ) ชีวภาพ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม - ข้อมูลทุติยภูมิ: ได้แก่ ข้อมูล แปลงใหญ่ ข้อมูล การตลาด การ ผลิตและแปรรูป ต้นทุนและ ผลตอบแทน	- เกษตรกร กลุ่มแปลง ใหญ่ เจ้าหน้าที่ และ ผู้เกี่ยวข้อง - หน่วยงาน ภาครัฐ: กรม ส่งเสริม การเกษตร สำนักงาน เกษตรจังหวัด ปทุมธานี	- สอบถาม สัมภาษณ์ สังเกต ลง พื้นที่เก็บ ข้อมูลจาก สภาพแวดล้อมจริง - สืบค้น ข้อมูล	- แบบคำถาม แบบ สัมภาษณ์ สมุดบันทึก - เอกสาร ไฟล์เอกสาร	การเงินและ เศรษฐกิจ กฎหมาย เทคโนโลยี การ ดำเนินการ สิ่งแวดล้อม และภัย ธรรมชาติ และ สถานการณ์ ในอนาคต ข้างหน้า

การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทองได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่ต่อ
ความสำเร็จของเป้าประสงค์ โดยมีการศึกษาสถานการณ์กล้วยหอมทองทั้งในและต่างประเทศ
และสถานการณ์กลุ่มแปลงใหญ่เป้าหมาย เพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์สถานการณ์และสนับสนุนการตัดสินใจ
บนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ สามารถนำไปใช้วางแผนกลยุทธ์และนโยบายต่าง ๆ
ที่เกี่ยวข้องกับสินค้ากล้วยหอมทอง

เรื่องที่ 4.2.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยหอมของโลกและประเทศไทย

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิตามที่ได้ออกแบบข้อมูลสถานการณ์กล้วยหอมของโลก
และประเทศไทย พบว่า กล้วยหอมเป็นแหล่งอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงประกอบกับผู้บริโภค
หันมาให้ความสำคัญต่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น กล้วยหอมจึงเป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมอย่างมากจาก
ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ กล้วยหอมจึงมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจการเกษตรของโลก ดังนั้น
การวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมจึงมีความสำคัญต่อทั้งเกษตรกร ผู้ประกอบการ และผู้บริโภค

1. สถานการณ์การผลิตและการตลาดกล้วยและกล้วยโลก

กล้วยเป็นพืชเศรษฐกิจระดับโลก ปี 2565 มีมูลค่าการค้า (ส่งออก) รวมทั้งโลก
13.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยประเทศที่มีการส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ เอกวาดอร์ กัวเตมาลา

โคลัมเบีย ฟิลิปปีนส์ และคอสตาริกา ดังตารางที่ 4.9 ในขณะที่ประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน รัสเซีย เยอรมัน และญี่ปุ่น ดังตารางที่ 4.8 ซึ่งมีมูลค่านำเข้ารวมทั้งโลก 15.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยกล้วยที่ซื้อขายในตลาดโลกส่วนใหญ่เป็นกล้วยหอม ซึ่งกล้วยหอมเป็นกล้วยชนิดหนึ่งที่มีกาบใบซ้อนกันแน่นเป็นลำต้นเทียมเหนือดิน มีลักษณะตั้งตรง ใบเดี่ยวเรียงสลับ ลักษณะแบน ยาว ใหญ่ เส้นใบแบบขนาน ในเครือจะมีหวี มีปลีออกที่ปลายยอด มีผลยาวใหญ่ทรงรี เรียงอยู่ในหวี มีรสชาติหวานหอม มีถิ่นกำเนิดในเขตร้อนแถบเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีการปลูกขยายกันอย่างแพร่หลายในเขตร้อน มีด้วยกัน ๒ กลุ่มย่อย ได้แก่ คาเวนดิช (Cavendish) และกรอสไมเชล (Gros Michel) ประกอบด้วยหลายสายพันธุ์ โดยกล้วยหอมเขียว คาเวนดิช เป็นพันธุ์กล้วยหอมที่มีการปลูกเพื่อการส่งออกมากที่สุดถึงร้อยละ 95 ของปริมาณกล้วยหอมในตลาดโลก ปลูกมากแถบอเมริกากลาง อเมริกาใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ เอกวาดอร์ กัวเตมาลา โคลัมเบีย คอสตาริกา และฟิลิปปินส์ โดยประเทศที่นำเข้ากล้วยจำนวนมาก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน รัสเซีย เยอรมัน และญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.8 ปริมาณนำเข้ากล้วย กล้วย (สดหรือแห้ง) แยกตามประเทศ 5 ลำดับแรก

ประเทศ	ปริมาณการนำเข้า (ตัน)				อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
	2562	2563	2564	2565	
สหรัฐอเมริกา	5,053,869	5,077,041	5,036,340	5,001,674	-0.39
จีน	1,939,973	1,764,344	1,863,995	1,810,695	-1.50
รัสเซีย	1,512,447	1,515,717	1,460,437	1,627,426	1.84
เยอรมัน	1,342,078	1,355,313	1,422,466	1,293,291	-0.62
ญี่ปุ่น	1,045,828	1,068,680	1,109,589	1,055,206	0.64

ที่มา : Trade Map, 2022

ตารางที่ 4.9 ปริมาณส่งออกกล้วย กล้วย (สดหรือแห้ง) แยกตามประเทศ 5 ลำดับแรก

ประเทศ	ปริมาณการส่งออก (ตัน)				อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
	2562	2563	2564	2565	
เอกวาดอร์	6,881,117	7,265,065	7,026,500	7,139,043	0.77
กัวเตมาลา	2,698,959	2,639,806	2,605,784	2,757,973	0.52
โคลัมเบีย	2,009,965	2,175,030	2,249,888	2,371,267	5.44
ฟิลิปปินส์	4,351,975	3,725,774	2,428,194	2,275,548	-21.12
คอสตาริกา	2,384,821	2,628,146	2,326,811	2,057,412	-5.49

ที่มา : Trade Map, 2022

2. สถานการณ์การผลิตและการตลาดกล้วยหอมภายในประเทศ

กล้วยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งของประเทศไทย กล้วยที่นิยมปลูกเพื่อเป็นการค้าในประเทศไทยมี 3 ชนิด ได้แก่ กล้วยน้ำว้า กล้วยไข่ และกล้วยหอม แต่กล้วยที่มีศักยภาพในการส่งออก คือ กล้วยหอม โดยพันธุ์ทางการค้าที่นิยมปลูก ได้แก่ กล้วยหอมทอง และกล้วยหอมเขียว ซึ่งมีลักษณะผลคล้ายกันและขนาดใกล้เคียงกัน แต่จะแตกต่างกันที่ลักษณะของลำต้น และกล้วยหอมเขียวจะสุกรับประทานได้ในขณะที่ผลยังเขียว ส่วนกล้วยหอมทองจะเริ่มสุกและรับประทานได้เมื่อผลเริ่มเปลี่ยนเป็นสีเหลือง สำหรับในประเทศไทย "กล้วยหอมทอง" จัดเป็นกล้วยที่มีศักยภาพในการส่งออกมากที่สุด เมื่อเทียบกับกล้วยส่งออกอื่น ๆ ด้วยคุณลักษณะที่มีรสชาติดีมีกลิ่นหอม นารับประทาน เปลือกบาง ไม่เหนียว สีผิวของกล้วย เมื่อสุกจะเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทอง แต่ละลูกเรียงกันอยู่ในหวีอย่างสวยงาม ทำให้กล้วยหอมทองได้รับความนิยมเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ จึงมีแนวโน้มความต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้น

จากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร พบว่า ปี 2566 ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกกล้วยหอมให้ผลแล้ว จำนวน 42,605 ไร่ ผลผลิต 149,757 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 3,515 กิโลกรัมต่อไร่ ต้นทุนการผลิตอยู่ที่ 5,687 บาทต่อตัน โดยราคากล้วยหอมทองขนาดใหญ่ที่เกษตรกรขายได้ 15,233 บาทต่อตัน ผลตอบแทนสุทธิ 9,546 บาทต่อตัน และจากระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร รายงานว่า ในปี 2566 มีครัวเรือนเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมจำนวน 15,268 ครัวเรือน จังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกมากที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ปทุมธานี สุราษฎร์ธานี สระบุรี และจังหวัดชุมพร เมื่อพิจารณาจากเนื้อที่ให้ผลย้อนหลัง 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2562 - 2566) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ร้อยละ 3.05 ต่อปี ในขณะที่ประสิทธิภาพการผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.67 ต่อปี ใกล้เคียงกับศักยภาพการผลิตกล้วยหอมที่ประมาณ 3,500 กิโลกรัมต่อไร่ต่อปี ดังตารางที่ 4.10 ส่วนด้านราคาเกษตรกรขายได้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.99 สูงกว่าการเพิ่มขึ้นของต้นทุนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.36 ดังนั้นผลตอบแทนสุทธิจึงคุ้มค่าต่อการลงทุน ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.10 เนื้อที่ให้ผล ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยกล้วยหอมของประเทศไทยย้อนหลัง 5 ปี
(ปี 2562 – 2566)

ปี	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตเฉลี่ย (กิโลกรัม/ไร่)
2562	38,019	129,759	3,413
2563	39,156	136,067	3,475
2564	42,007	146,478	3,487
2565	42,117	147,494	3,502
2566	42,605	149,757	3,515
อัตราเพิ่มเฉลี่ย	3.05	3.74	0.67

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566

ตารางที่ 4.11 ต้นทุนการผลิต ราคาที่เกษตรกรขายได้ และผลตอบแทนสุทธิกล้วยหอมของประเทศไทย
ย้อนหลัง 5 ปี (ปี 2562 – 2566)

ปี	ต้นทุนการผลิต (บาท/ตัน)	ราคาที่เกษตรกรขายได้* (บาท/ตัน)	ผลตอบแทนสุทธิ (บาท/ตัน)
2562	4,959	11,340	6,381
2563	4,891	13,425	8,534
2564	4,959	12,986	8,028
2565	5,700	13,315	7,615
2566	5,687	15,233	9,546
อัตราเพิ่มเฉลี่ย	4.36	5.99	7.16

***กล้วยหอมทองขนาดใหญ่**

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566

GAP DOA Online รายงานว่าปัจจุบัน (10 มิถุนายน 2567) มีเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมได้รับการรับรองทั้งหมด 1,679 ราย จำนวน 1,773 แปลง พื้นที่รวม 14,492.32 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 34.02 ของพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทั่วประเทศ นอกจากนี้ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรแห่งชาติ (มกอช.) มีการกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรกล้วย มกอช. 0006 - 2548 ไว้ใช้เป็นมาตรฐานสมัครใจ

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรรายงานว่า ปี ๒๕๖๖ มีการบริโภคกล้วยหอมภายในประเทศจำนวน ๑๔๘,๒๓๖ ตัน คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๙๘ โดยจำหน่ายผ่านตลาดกลางและห้างสรรพสินค้า โดยผลผลิตบางส่วนจะเข้าสู่กระบวนการแปรรูป ในขณะที่การส่งออกจะอยู่ในรูปแบบผลสดเพียง ๑,๕๒๑ ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ ๑.0๒ โดยตลาดสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น และจีน ส่วนใหญ่เป็นการทำสัญญาข้อตกลงล่วงหน้า ที่ผลผลิตต้องมีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานเงื่อนไขของคู่ค้า ซึ่งปัจจุบันมีข้อจำกัดในเรื่องคุณภาพผลผลิตที่ไม่ตรงตามความต้องการของตลาด สำหรับคู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกกล้วยหอมสด ได้แก่ ฟิลิปปินส์ เอกวาดอร์ เบลีเยม และคอสตาริกา และเมื่อพิจารณาจากข้อมูลการบริโภคย้อนหลัง ๕ ปี (ตั้งแต่ ปี ๒๕๖๒ - ๒๕๖๖) ดังตารางที่ 4.12 พบว่ามีแนวโน้มการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้นโดยตลอด โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.34 ต่อปี ขณะที่การส่งออกมีปริมาณลดลงร้อยละ 21.54 จากการที่ได้รับผลกระทบ จากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้การผลิตเพื่อการส่งออกในพื้นที่หลายจังหวัดต้องชะงักไป โดยลดลงอย่างเห็นได้ชัดในปี ๒๕๖๕ ถึงแม้ปัจจุบันสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จะคลี่คลายแล้ว แต่การส่งออกกล้วยหอมสดของไทยในปี ๒๕๖๖ ยังอยู่ที่ ๑,๕๒๑ ตัน เท่านั้น และข้อมูลจากกรมศุลกากรพบว่า ในไตรมาสแรกของปี ๒๕๖๗ (มกราคม - มีนาคม ๒๕๖๗) มีการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น จีน พม่า กัมพูชา และมัลดีฟ เพียง ๔๓๖.๓๑ ตัน มูลค่า 13.94 ล้านบาท ดังตารางที่ 4.13 ทั้งที่ประเทศไทยได้รับโควตาส่งออกกล้วยหอมทองไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าภายใต้กรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย-ญี่ปุ่น (Japan – Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) จำนวน 8,000 ตัน/ปี

ตารางที่ 4.12 การค้ากล้วยหอมภายในประเทศและต่างประเทศย้อนหลัง 5 ปี (ปี 2562 – 2566)

ปี	ปริมาณบริโภค ภายในประเทศ	ส่งออก	
		ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2562	125,284	4,475	92.28
2563	132,603	3,464	103.7
2564	140,032	6,446	186.09
2565	144,844	2,650	90
2566	148,236	1,521	53
อัตราการเปลี่ยนแปลง เฉลี่ยร้อยละ	4.34	-21.54	-11.76

ที่มา : ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566

ตารางที่ 4.13 ปริมาณและมูลค่าส่งออกกล้วยหอมสดปี 2566 และไตรมาสแรกปี 2567
แยกรายประเทศ

ลำดับ	ม.ค. - ธ.ค. 2566			ม.ค. - มี.ค. 2567		
	ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ประเทศ	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
1	ญี่ปุ่น	1,314.90	44.85	ญี่ปุ่น	379.12	11.94
2	จีน	59.00	4.53	จีน	17.00	1.31
3	กัมพูชา	47.20	1.34	พม่า	29.61	0.36
4	พม่า	95.78	1.22	กัมพูชา	10.50	0.33
5	แคนาดา	1.66	0.46	มัลดีฟ	0.08	0.002
6	อื่นๆ	2.11	0.96			
	รวม	1,520.65	53.36	รวม	436.31	13.94

ที่มา : กรมศุลกากร, 2567

เรื่องที่ 4.2.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยหอมทองของกลุ่มแปลงใหญ่ กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

กล้วยหอมทอง จัดเป็นหนึ่งในสินค้าเกษตรมูลค่าสูง ที่สามารถจำหน่ายได้ทั้งผลสดหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยจังหวัดปทุมธานีเป็นหนึ่งในแหล่งปลูกกล้วยหอมทองสำคัญของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบทั้งการตลาดและโลจิสติกส์ เนื่องจากจังหวัดปทุมธานีอยู่ในเขตปริมาณทลใกล้แหล่งรับซื้อสามารถกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง มีตลาดรองรับสินค้าทั้งตลาดกลางและห้างสรรพสินค้า อีกทั้งกล้วยหอมทองปทุมได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้

ทางภูมิศาสตร์ หรือสินค้า GI ของจังหวัดปทุมธานี ตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม 2560 มีลักษณะเด่นคือ มีผลใหญ่ยาว หน้าตัดค่อนข้างกลม ปลายคอดเล็กน้อย ผิวฉนวน เปลือกบาง ผลดิบสีเขียวฉนวน ผลสุกสีเหลืองทองฉนวน เนื้อเหนียวแน่นรสชาติหอมหวาน ปลูกในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี และยังเป็นสินค้าเกษตรมูลค่าสูงที่ตลาดต้องการอีกด้วย

1. ข้อมูลทั่วไป

แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี หรือวิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองปทุมรัตน์ เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรปลูกกล้วยหอมทองในอำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี และเป็นแปลงใหญ่เพียงแปลงเดียวของจังหวัดปทุมธานีที่ได้ขึ้นทะเบียนแปลงใหญ่กับกรมส่งเสริมการเกษตร มีสมาชิกเกษตรกรจำนวน 21 ราย โดยมี คุณนุกูล นามปราศรัย เป็นประธานแปลงฯ มีพื้นที่ปลูกรวม 1,066 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 5,000 กิโลกรัม/ไร่ ผลผลิตรวม 3,150 ตัน/ปี และมีมูลค่ารวม 31.50 ล้านบาท/ปี กลุ่มมีการประชุมสม่ำเสมอเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ แก้ไขปัญหาอุปสรรค มีการรวมกันซื้อปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยคอก สารเคมี และมีการรวมกลุ่มกันแปรรูปเพิ่มมูลค่ากล้วยหอมทอง โดยทางกลุ่มได้มีการบริหารจัดการโดยใช้หลักการ “ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้” ดังนี้

1.1 ข้อมูลด้านการตลาด (ตลาดนำ)

สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี และเกษตรกร คุณนุกูล นามปราศรัย ประธานกลุ่มฯ และคุณปราณี เหมเชื้อ ให้ข้อมูลด้านการตลาดว่า ในอดีตกลุ่มเคยมีการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นผ่านบริษัทแพนแปซิฟิกเพอร์ชัวร์ แต่ปัจจุบันมีการจำหน่ายสินค้าเฉพาะภายในประเทศ เนื่องจากปริมาณกล้วยหอมทองสดไม่เพียงพอสำหรับส่งออก อีกทั้งการส่งออกมีข้อกำหนดด้านคุณภาพผลผลิตที่มีรายละเอียดปลีกย่อยมาก โดยผิวผลต้องไม่มีตำหนิ ขนาดตรงตามกำหนด และต้องเป็นกล้วยที่ผลิตภายใต้มาตรฐานอินทรีย์ที่ปราศจากการปนเปื้อนสารเคมี ซึ่งการผลิตแบบอินทรีย์มีข้อได้เปรียบในเรื่องต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า แต่มีข้อจำกัดในคุณภาพของผลผลิตที่ได้ผลผลิตเกรด A น้อยกว่า และยังมีต้นทุนในการดำเนินการเพื่อการส่งออก ประกอบกับราคาจำหน่ายผลสดเฉลี่ยภายในประเทศที่ 10 บาท/กิโลกรัม (ดังภาพที่ 4.5) สูงกว่าราคาส่งออกเฉลี่ยที่ 8.50 บาท/กิโลกรัม ทั้งนี้ ราคาอาจเปลี่ยนแปลงตามกลไกตลาดหรือภาวะเศรษฐกิจ ดังนั้นเมื่อคำนวณรายได้สุทธิแล้วการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อจำหน่ายภายในประเทศให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า เกษตรกรจึงนิยมผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ



ภาพที่ 4.5 ราคากล้วยหอมทองในประเทศปี 2566 ของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์
อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี
ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี, 2567

สำหรับการตลาดกล้วยหอมทองภายในประเทศของกลุ่ม ดังภาพที่ 4.6 ได้มีการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของตลาดเป็นสำคัญ โดยมีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาที่เหมาะสม ซึ่งกลุ่มมีการผลิตสินค้ากล้วยหอมทองทั้งผลผลิตผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูป แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่

1.1.1 เพื่อบริโภคผลสดในประเทศ สัดส่วนร้อยละ 70 มีช่องทางการจำหน่าย 3 ช่องทาง คือ

1) เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตผลสดให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งพ่อค้าคนกลางนำเข้าโรงคัดบรรจุเพื่อคัดบรรจุตามมาตรฐาน และมีขนาดตามความต้องการของร้านสะดวกซื้อ มีการบรรจุกล้วยหอมทองในบรรจุภัณฑ์ส่งจำหน่ายปลีกให้กับร้านสะดวกซื้อไปจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภคต่อไป

2) เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตผลสดให้กับพ่อค้าคนกลางโดยทำสัญญาซื้อขาย (ไม่มีลายลักษณ์อักษร) แบบเหมาสวน ซึ่งมีการทยอยเก็บผลผลิตจนหมดสวน เพื่อจำหน่ายไปยังช่องทางการตลาด ดังนี้

- (1) แผงค้าปลีก เป็นกล้วยหอมทองเกรดจัมโบ้ เกรด A
- (2) ตลาดค้าส่งผลิตผลทางการเกษตร
- (3) บริษัทที่ทำส่งห้าง Modern trade เป็นกล้วยหอมทองเกรด A

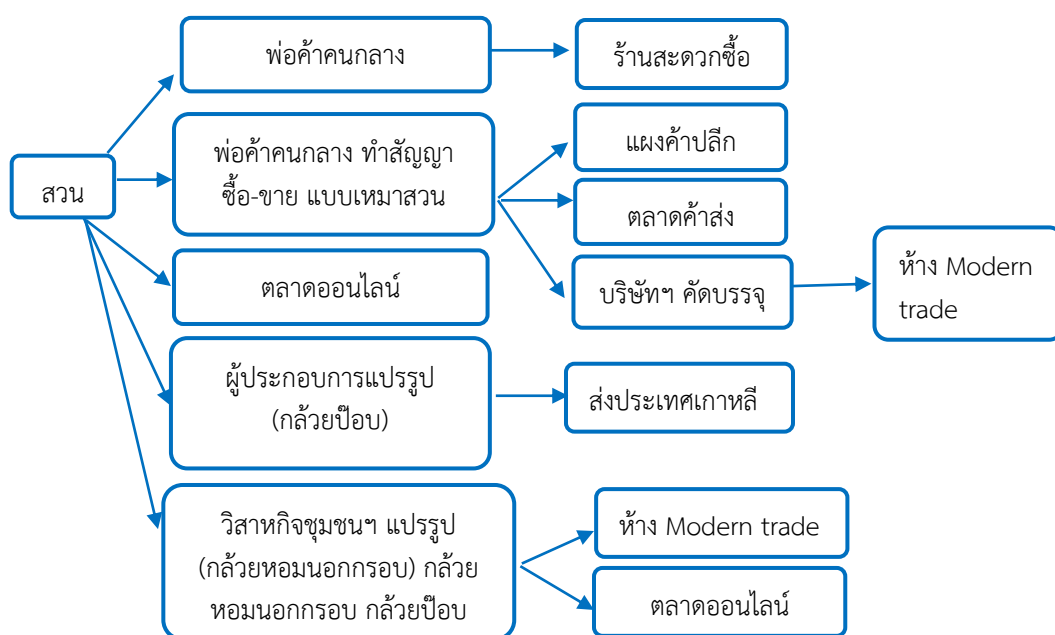
3) เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตสดผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งเป็นผลิตผลกล้วยสดที่ผ่านการคัดเกรดตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ เกรดจัมโบ้ เกรด A

หมายเหตุ ปัจจุบันมีพ่อค้าคนกลางหลายรายมารับซื้อกล้วยหอมทองกับกลุ่ม เนื่องจากปริมาณกล้วยหอมทองมีปริมาณมากเกินที่พ่อค้าคนกลางรายเดียวจะกระจายสินค้าได้ทัน นอกจากนี้สหกรณ์บ้านลาด และสหกรณ์ท้ายาง จังหวัดเพชรบุรี ได้มารับซื้อกล้วยหอมทองสดจากกลุ่มในช่วงที่สหกรณ์ฯ มีผลผลิตไม่เพียงพอจำหน่าย

1.1.2 เพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ ใช้กล้วยหอมทองเกรด B และ C มีสัดส่วนร้อยละ 30 ได้แก่

1) เกษตรกรจำหน่ายกล้วยหอมทองเกรด B และ C ในราคากิโลกรัมละ 15 บาท ให้ผู้ประกอบการ/บริษัทฯ แปรรูปเป็นกล้วยป๊อปเพื่อส่งไปจำหน่ายยังประเทศเกาหลีใต้

2) วิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองปทุมรัตน์แปรรูปกล้วยหอมทองเกรด B และ C เป็นกล้วยแผ่นทอดกรอบหลากหลายรสชาติ ตรา “หอมนอกกรอบ” ซึ่งอยู่ระหว่างการขอรับรองมาตรฐานเพื่อจำหน่ายห้าง Modern Trade และตลาดออนไลน์ และมีแผนดำเนินการแปรรูป “กล้วยป๊อป” ทำตลาดกลุ่มอาหารว่างเพื่อสุขภาพทั้งตลาดในและต่างประเทศ



ภาพที่ 4.6 โครงสร้างการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองปทุมรัตน์

1.2 ข้อมูลด้านการผลิต (นวัตกรรมเสริม)

สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี และเกษตรกร คุณนุกูล นามปราศรัย ประธานกลุ่มฯ และคุณปรานี เหมเชื้อ ได้ร่วมกันให้ข้อมูลว่าทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูป ปัจจัยการผลิต วัสดุอุปกรณ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ สถาบันการศึกษา โดยได้นำองค์ความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ผสมผสานกับภูมิปัญญาของเกษตรกร เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตทั้งการผลิตผลสดและการแปรรูปเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

1.2.1 เทคโนโลยีการผลิต

ด้านประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่ม พบว่า ผลผลิตเฉลี่ย 5,000 กิโลกรัม/ไร่ ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยระดับประเทศ ที่ 3,515 กิโลกรัม/ไร่ หรือคิดเป็น สูงขึ้น 42.24 % ซึ่งการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเกิดจากการบริหารจัดการของกลุ่ม ที่มีการวางแผนการผลิต เพื่อให้มีผลผลิตตลอดทั้งปีและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่แตกต่างกันไปตามช่วงเทศกาล ซึ่งการให้ผลผลิตออกในช่วงเทศกาลจะได้ราคาจำหน่ายสินค้าสูง เช่น เทศกาลตรุษจีน เช็งเม้ง และสารทจีน เป็นต้น

ประกอบกับการจัดทำปฏิทินการเพาะปลูกซึ่งมีความจำเป็นเพื่อให้ทราบถึงกิจกรรมในแต่ละช่วงเวลาของการผลิต ดังภาพที่ 4.7

Crop Calendar แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

วิธีปฏิบัติ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
การปลูก	←→ 1. ปลูกใหม่ปีละ 1 รอบ ทำสวนกล้วยแบบยกร่อง เนื้อที่ปลูกกว้างประมาณ 4-8 เมตร ร่องน้ำกว้างประมาณ 1.5 เมตร 2. เตรียมหน่อพันธุ์กล้วยหอมทองที่เป็นหน่อใบแคบหรือหน่อตาบ มีใบอยู่ประมาณ 3-4 ใบ เพื่อให้ต้นกล้วยแตกเครือพร้อมๆ กัน 3. ปลูกระยะ 1.0x1.5 หรือ 1.5x1.5 เมตร ประมาณ 300 ต้นต่อไร่ โดยขุดหลุมลึกและกว้างประมาณ 50 เซนติเมตร รองก้นหลุมด้วยปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก											
การดูแลรักษา	หลังการเก็บเกี่ยวหมดทั้งแปลง ไถดินต้นกล้วย ทำความสะอาดแปลง กำจัดวัชพืช และตากดิน ระหว่างพักแปลงปลูกพืชอื่น เช่น ข้าวโพดหวาน และปลูกเป็น ปุ๋ยพืชสดบำรุงดิน			ให้น้ำวันละ 1-2 ครั้ง ด้วยเรื่อรดน้ำ รักษาระดับน้ำในร่องสวนให้มีระดับน้ำ 1 เมตรและต่ำกว่าระดับดินท้องร่อง ประมาณ 50-80 เซนติเมตร ตัดแต่งใบล่าง 1-2 ใบ					ช่วงที่ต้นกล้วยกำลังตั้งท้อง ให้ต้นกล้วยมีใบ 10-12 ใบ อายุ 7-8 เดือน ระยะเริ่มแทงปลี ให้ใส่ปุ๋ยฟอสฟอรัสด้านขวาของต้น เมื่อเริ่มเปิดกาบปลี เห็นผลอ่อน ตัดปลี ตัดแต่งใบไม่ให้ทับและตัดแต่งใบที่เปื้อนครีกล้วยออก เมื่อเครือกล้วยเริ่มมีลูกเข้าทรง ห่อเครือด้วยถุงพลาสติกบางสีฟ้าใส ขนาด 1.0x1.2 เมตร เจาะรูระบายอากาศ			
การใส่ปุ๋ยและสารเคมี	อายุ 10-20 วัน ใส่ปุ๋ยยูเรีย 46-0-0 ต้นละ 1 กำมือ ปุ๋ยคอก ต้นละ 1 ถ้วยแกง			อายุ 1 เดือน ใส่ปุ๋ยสูตร 25-7-7 ต้นละ 1 กำมือ อายุ 2-4 เดือน ใส่ปุ๋ยสูตร 16-16-16 ต้นละ 1 กำมือ อายุ 4 เดือน ใส่ปุ๋ยคอก ต้นละ 2 ถ้วยแกง			อายุ 5-7 เดือน ใส่ปุ๋ยสูตร 13-13-21, 0-0-60 ต้นละ 1-2 กำมือ อายุ 5 เดือน โกลยเลนจากร่องน้ำขึ้นมาสู่โคนต้นกล้วย ประมาณ 2 ครั้ง			อายุ 7-8 เดือนใส่กระดูกป่น บำรุงต้นกล้วย เพื่อให้ต้นกล้วยขยายปลีได้ดียิ่งขึ้น		
การเก็บเกี่ยว	เก็บเกี่ยวผลผลิต ประมาณ 3 เดือน											
Pain Point	ผลผลิตเสียหายร้อยละ 20 (จากขาดภัย และความอุดมสมบูรณ์ของดินลดลง) ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 50 ผลผลิตตกเกรด ร้อยละ 30 ผลผลิตที่แปรรูปยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (อย.)											
Gain Point	1. ปรับปรุงบำรุงดิน/ปลูกพืชหมุนเวียน (ใส่ปุ๋ยคอก/กระดูกป่น/ปลูกข้าวโพดหวาน/ปลูกเป็นปุ๋ยพืชสด) 2. ทำกล้วยต้นเดียวเพื่อลดความเสี่ยงจากขาดภัย (งานทดลองร่วมกับ วว.) 3. พัฒนาระบบการผลิตเพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP 4. ส่งเสริมการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า (กล้วยนอกกรอบ) 5. พัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด 6. การถ่ายทอดความรู้และข้อปฏิบัติในการเข้าสู่มาตรฐาน 7. ดำเนินการผลิตตามมาตรฐาน อย. 8. ขอตรวจรับรองมาตรฐาน อย.											

ภาพที่ 4.7 ปฏิทินการปลูก (Crop Calendar) ของแปลงใหญ่กล้วยหอมทองตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

จากที่ได้กล่าวไปแล้วว่าการผลิตต้องคำนึงถึงตลาดก่อน ดังนั้น ในการจัดทำปฏิทินการปลูกจึงต้องสอดคล้องกับการวางแผนการผลิตที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ สมาชิกในกลุ่มมีรูปแบบการปลูกเป็นมาตรฐานเดียวกันในการปลูกเลี้ยงทั้งระยะปลูก การใส่ปุ๋ย การใช้สารเคมี จึงทำให้คุณภาพผลผลิตกล้วยหอมทองของกลุ่มมีความสม่ำเสมอ คุณภาพใกล้เคียงกัน คือ เกรดจัมโบ้ และ A ร้อยละ 70 เกรด B ร้อยละ 20 เกรด C ร้อยละ 10 มีสมาชิกเพียงบางรายเท่านั้นที่ทำเกรด A ได้ร้อยละ 90 โดยฤดูกาลปลูก เริ่มในช่วงเดือน เมษายน-พฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงฤดูฝน ซึ่งพื้นที่ปลูกมีลักษณะเป็นดินเหนียว จึงต้องเตรียมดินเพื่อปลูกใหม่ทุกรอบการผลิต และต้องคำนึงถึงลักษณะพื้นที่ปลูกด้วย** ส่วนใหญ่นิยมวางแผนในแนวทิศเหนือ-ใต้ โดยใช้หน่อพันธุ์กล้วยหอมทองปทุม (ได้รับการรับรอง GI) ที่เกิดจากการไว้หน่อ มีลักษณะเป็นหน่อใบแคบหรือหน่อตาบ มีใบอยู่ประมาณ 3-4 ใบ เพื่อให้ต้นกล้วยแตกเครือพร้อม ๆ กัน มีการปลูกแบบยกร่อง โดยทำเนินดินเป็นหลังเต่ากว้าง 4-8 เมตร (ความกว้าง 4 เมตร ปลูกได้ 3 แถว ความกว้าง 8 เมตร ปลูกได้ 4 แถว) เพื่อไม่ให้เกิดน้ำขังและลดการเกิดโรค มีร่องน้ำกว้าง 1.5 เมตร ระยะปลูก 1.0 x 1.5 หรือ 1.5 x 1.5 เมตร ซึ่งเป็นการปลูกระยะชิด อัตราจำนวน 300 ต้น/ไร่* โดยขุดหลุมขนาด 50 x 50 x 50 เซนติเมตร

รองกันหลุมด้วยปุ๋ยหมักหรือปุ๋ยคอก ใช้เรื่อรดน้ำให้น้ำวันละ 1-2 ครั้ง รักษาระดับน้ำในร่องสวนให้มีความลึก 1 เมตร และต่ำกว่าระดับดินท้องร่องประมาณ 50-80 เซนติเมตร ตัดแต่งใบล่าง 1-2 ใบ อายุ 1 เดือน ใส่ปุ๋ยสูตร 25-7-7 ต้นละ 1 กำมือ อายุ 2-4 เดือน ใส่ปุ๋ยสูตร 16-16-16 ต้นละ 1 กำมือ อายุ 4 เดือน ใส่ปุ๋ยคอก ต้นละ 2 ถ้วยแกง อายุ 5-7 เดือน ใส่ปุ๋ยสูตร 13-13-21 หรือ 0-0-60 ต้นละ 1-2 กำมือ อายุ 5 เดือน โยกเลนจากร่องน้ำขึ้นมาสู่มโคนต้นกล้วย 2 ครั้ง เพื่อเพิ่มธาตุอาหาร อายุ 7-8 เดือน ใส่กระดุกปูน บำรุงต้นกล้วย เพื่อให้ต้นกล้วยขยายปลีได้ดียิ่งขึ้นช่วงที่ต้นกล้วยกำลังตั้งท้องให้ต้นกล้วยมีใบ 10-12 ใบ อายุ 7-8 เดือน ระยะเวลาเริ่มแทงปลีใช้ไม้ค้ำพยุงลำต้นด้านขวาของต้น เมื่อเริ่มเปิดกาบปลี เห็นผลอ่อน ตัดปลี ตัดแต่งใบไม่ให้ทึบ และตัดแต่งใบที่เปื้อนหวีกล้วยออก ใช้ฮอร์โมนจิบเบอเรลลินช่วงขยายผล โดยใช้หลังออกเครือ 15-20 วัน เพื่อขยายขนาดของผล จากเกรด B เป็น A เมื่อเครือกล้วยเริ่มมีลูกเข้าทรง ห่อเครือด้วยถุงพลาสติกบางสีฟ้าใส ขนาด 1.0x1.2 เมตร เจาะรูระบายอากาศ ห่อเครือ เพื่อป้องกันแมลงและไม่ให้ผิวกล้วยมีตำหนิ ใช้ระยะเวลาจากเริ่มปลุกจนถึงเก็บเกี่ยวประมาณ 8-9 เดือนขึ้นกับสภาพอากาศ หลังการเก็บเกี่ยวหมดทั้งแปลง โคนต้นกล้วย ทำความสะอาดแปลง กำจัดวัชพืชและตากดิน ระหว่างพักแปลงปลูกพืชอื่นได้แก่ ปลูกข้าวโพดหวานไถกลบเป็นปุ๋ยพืชสดบำรุงดิน และสร้างรายได้เสริมจากการขายข้าวโพด นอกจากนี้ยังมีการบูรณาการร่วมกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ทำกล้วยต้นเตี้ย เพื่อลดความเสี่ยงจากวาทภัย พร้อมทั้งพัฒนาระบบการผลิต เพื่อให้ทุกแปลงได้รับรองมาตรฐาน GAP และ GI

หมายเหตุ * ความเสียหายจากการผลิตร้อยละ 17-20 จากวาทภัยและความอุดมสมบูรณ์ของดินลดลง ส่งผลให้ต้นกล้วยหักล้มหรือไม่ออกเครือ ทำให้ได้ผลผลิตต่อไร่ประมาณ 250 เครือ จากจำนวนต้น 300 ต้น โดยเฉพาะการผลิตกล้วยให้ออกช่วงฤดูฝนมีความเสี่ยงผลผลิตเสียหายจากวาทภัย

****** ลักษณะการวางแผนปลูกขึ้นกับลักษณะของพื้นที่ มี 2 แบบ ได้แก่ วางแปลงในแนวทิศเหนือ - ใต้ หรือขวางตะวัน จะทำให้ต้นกล้วยได้รับแสงเท่ากันตลอดทั้งแปลง ซึ่งมีข้อดีคือ ปลูกระยะชิดได้ กล้วยมีลักษณะต้นเตี้ยหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “กล้วยอั้น” เก็บเกี่ยวผลผลิตง่าย และวางแผนในแนวทิศตะวันออก - ตะวันตก หรือตามตะวัน จะทำให้ต้นกล้วยบังแสงกัน จึงต้องปลูกระยะห่าง กล้วยมีลักษณะต้นสูงเก็บเกี่ยวผลผลิตยาก

สำหรับผลผลิตผลสดกล้วยหอมทองปทุม กลุ่มมีการแบ่งเกรดเพื่อใช้สำหรับกำหนดราคาและตลาด โดยกล้วยหอมทองปทุม 1 เครือ ประกอบด้วยจำนวนหวี 7-8 หวี น้ำหนักเครือ 19-20 กิโลกรัม ภายใน 1 เครือ แบ่งออกเป็น 4 เกรด ดังนี้

- 1) กล้วยหอมเกรดจัมโบ้ ใน 1 เครือ มีจำนวน 1 หวี น้ำหนักหวี 4 กิโลกรัม
- 2) กล้วยหอมเกรด A ใน 1 เครือ มีจำนวน 3 หวี น้ำหนักหวีละ 3 กิโลกรัม
- 3) กล้วยหอมเกรด B ใน 1 เครือ มีจำนวน 2 หวี น้ำหนักหวีละ 2.5 กิโลกรัม
- 4) กล้วยหอมเกรด C ใน 1 เครือ มีจำนวน 1-2 หวี น้ำหนักหวีละ 1 กิโลกรัม

ซึ่งการแบ่งเกรดกล้วยหอมทองปทุม มีความจำเป็นสำหรับด้านการตลาด ซึ่งได้กล่าวไปแล้ว ในข้อมูลด้านการตลาด

1.2.2 เทคโนโลยีการแปรรูป

เริ่มต้นจากแนวคิดที่ต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกล้วยหอมทองตากเกรด (เกรด B และ C) ซึ่งเดิมใช้เป็นอาหารปลา โดยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยหอมแผ่นทอดกรอบ ตรา “หอมนอกกรอบ” ซึ่งได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้ เครื่องมืออุปกรณ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ และสถาบันการศึกษา โดยมีการพัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด เช่น กล้วยหอมนอกกรอบรสต่าง ๆ เค้กกล้วยหอมทอง เป็นต้น และมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคที่คำนึงถึงความสะดวกในการรับประทาน การรักษาคุณภาพสินค้า ซึ่งในอนาคตจะมีผลิตภัณฑ์กล้วยหอมชนิดใหม่ “กล้วยป๊อป” เพื่อทำตลาดกลุ่มผู้รักสุขภาพรับประทานเป็นอาหารว่างทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันกระแสของผู้บริโภคได้ให้ความสนใจและตระหนักถึงคุณค่าอาหารที่รับประทานมากขึ้น โดยหันมาเลือกสินค้าบริโภคที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ อันเป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง และลดปริมาณการสูญเสียสูญเสียเปล่าในกระบวนการผลิต ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา ร่วมกันถ่ายทอดองค์ความรู้และข้อปฏิบัติในการเข้าสู่มาตรฐาน และผลักดันให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปของกลุ่มได้รับมาตรฐาน อย. นอกจากนี้กลุ่มยังมีแนวคิดที่จะเพิ่มช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปไปจำหน่ายยังร้านสะดวกซื้อ และมีแผนการลงทุนจัดหาเครื่องทอดแบบสุญญากาศ (Vacuum fryer) เพื่อผลิตกล้วยป๊อป ซึ่งการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากวัสดุเศษเหลือจากส่วนต่าง ๆ ของกล้วย เช่น กล้วยจากเชือกกล้วย กระถางชีวภาพ สิ่งทอเส้นใยกล้วย เป็นอีกทางเลือกหนึ่งในอนาคตที่จะดำเนินการซึ่งสอดคล้องกับ BCG Model คือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว อันจะส่งผลให้เกิดความยั่งยืน นำสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนต่อไป

ผลิตภัณฑ์แปรรูปหลักของกลุ่ม คือ ผลิตภัณฑ์กล้วยแผ่นทอดกรอบ ตรา “หอมนอกกรอบ” มีหลากหลายรสทั้ง รสดั้งเดิม รสหวาน รสชาควครีม มีกรรมวิธีในการผลิต ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การปอกเปลือก การสไลด์แผ่นกล้วย การทอดที่ต้องควบคุมอุณหภูมิ และระยะเวลาที่เหมาะสม ตลอดจนเทคโนโลยีการบรรจุที่มีการเติมก๊าซไนโตรเจนลงในบรรจุภัณฑ์ เพื่อป้องกันความเหม็นหืนของผลิตภัณฑ์ สามารถช่วยยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งได้รับการสนับสนุนองค์ความรู้หรือเทคโนโลยีการผลิต รวมถึงวัสดุอุปกรณ์การผลิต จากหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ และสถาบันการศึกษา ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตรสนับสนุนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งสนับสนุนบรรจุภัณฑ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สนับสนุนเครื่องซีลไนโตรเจนในขบวนการบรรจุสินค้า

1.3 เพิ่มรายได้ (ด้านการเงิน)

สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี และเกษตรกร คุณนุกุล นามปราศรัย ประธานกลุ่มฯ และคุณปราณี เหมเชื้อ ได้ให้ข้อมูลด้านรายได้ว่าจากการที่กลุ่มได้มีการบริหารจัดการทั้งด้านการตลาด มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการผลิตทั้งผลสดและการแปรรูป สุดท้ายกลุ่มมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้และสร้างความยั่งยืนในการปลูกกล้วยหอมทองให้กับเกษตรกรสมาชิก ซึ่งต้นทุนการผลิตกล้วยหอมทองปทุมอยู่ที่ 35,000 บาท/ไร่ ซึ่งมาจากปัจจัยการผลิต ค่าแรงงานรดน้ำ ค่าแรงงานเก็บเกี่ยว ค่าวัสดุอื่น ๆ เช่น ไม้ค้ำต้น (ลำละ 18 บาท) ถุงพลาสติกสำหรับห่อผล ในขณะที่สามารถสร้างรายได้สุทธิรวมให้กับเกษตรกร 40,000 บาท/ไร่ โดยมีรายได้หลักจากสินค้ากล้วยหอมทองทั้งแบบผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสร้างรายได้สุทธิหรือกำไร 17,500 บาท และมีรายได้เสริม

จากพืชรองที่ได้ปลูกพืชหมุนเวียน และพืชแซมกล้วยเล็กข้างร่อง ได้แก่ ข้าวโพดหวานสร้างรายได้สุทธิ 10,000 บาท และมะระจีนสร้างรายได้สุทธิ 12,500 บาท ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ต้นทุน รายได้ และรายได้สุทธิจากกิจกรรมของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี บนพื้นที่ปลูก 1 ไร่

กิจกรรม	บาท/ไร่
1.รายได้พืชหลัก (กล้วยหอมทอง)	
● ผลผลิตกล้วยหอมทอง	50,000
● ผลผลิตตกเกรดสำหรับแปรรูป	2,500
ต้นทุนพืชหลัก (กล้วยหอมทอง)	35,000
รายได้สุทธิ	17,500
2. รายได้พืชรองหมุนเวียน (ข้าวโพดหวาน)	17,000
ต้นทุนพืชรองหมุนเวียน (ข้าวโพดหวาน)	7,000
รายได้สุทธิ	10,000
3. รายได้พืชรองปลูกแซมกล้วยเล็กข้างร่อง (มะระจีน)	16,000
ต้นทุนพืชรองปลูกแซมกล้วยเล็กข้างร่อง (มะระจีน)	3,500
รายได้สุทธิ	12,500
รายได้สุทธิรวม	40,000

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี ,2567

2. แนวทางการพัฒนาแปลงใหญ่

แนวทางการพัฒนาแปลงใหญ่ กล้วยหอมทองตำบลนพรัตน์ อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สถานการณ์การผลิต โดยสำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี ร่วมกับเกษตรกรในพื้นที่ ดังภาพที่ 4.8 ซึ่งแบ่งได้ 2 รูปแบบตามการดำเนินการ ได้แก่

2.1 ดำเนินการแล้ว ได้แก่ การปรับปรุงบำรุงดินโดยปลูกพืชหมุนเวียน (ข้าวโพดหวาน) การส่งเสริมการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (กล้วยแผ่นทอดกรอบตรา หอมนอกกรอบ) การถ่ายทอดความรู้ และข้อปฏิบัติในการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ และขอรับรองมาตรฐาน อย.

2.2 อยู่ระหว่างดำเนินการ ได้แก่ การทำกล้วยต้นเตี้ยเพื่อลดความเสี่ยงจากภัย การพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อขอรับรองมาตรฐาน GAP ให้ครบทุกแปลง การพัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด และการดำเนินการผลิตตามมาตรฐาน อย.

ในเรื่องถัดไปท่านจะได้ศึกษาการนำเทคนิคการวิเคราะห์มาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทองของกลุ่มแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

เรื่องที่ 4.2.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์

สำหรับเทคนิคที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์สินค้ากล้วยหอมทองของแปลงใหญ่ กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอบางบาล จังหวัดปทุมธานี มี 2 เทคนิค ได้แก่ การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT analysis) และการวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk management) โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อระบุจุดแข็งและจุดอ่อนซึ่งเป็นเหตุปัจจัยภายใน พร้อมทั้งระบุปัญหา อุปสรรค และหาโอกาสอันเป็นปัจจัยภายนอก โดยจะนำประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT มาเป็นประเด็นความเสี่ยงในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความเสี่ยง ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้จะเป็นข้อมูลที่จะนำมาใช้วางแผนการดำเนินงานในการจัดการ และป้องกันความเสี่ยง รวมถึงจัดทำแนวทางในการพัฒนาต่อไป

1. เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT analysis)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT analysis) เป็นเทคนิคเชิงกลยุทธ์ที่ใช้ประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของกลุ่ม โครงการหรือบุคคล โดยวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอก เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจสถานการณ์โดยรวม และนำไปสู่การตัดสินใจที่ถูกต้อง สำหรับแปลงใหญ่กล้วยหอมทองตำบลนพรัตน์ อำเภอนองสี จังหวัดปทุมธานี ได้เลือกใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เป็นลำดับแรก ซึ่งการได้มาของข้อมูล

โดยใช้การสอบถาม การสัมภาษณ์ การสังเกต และลงพื้นที่จริง ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากกลุ่มเกษตรกร และข้อมูลทุติยภูมิจากการสืบค้นข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร และสำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานี ซึ่งได้นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ SWOT ดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วยเทคนิค SWOT analysis ของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. สมาชิกกลุ่มมีการรวมกลุ่มและบริหารจัดการร่วมกันส่งผลให้กลุ่มมีการวางแผนการผลิตและการตลาดร่วมกัน 2. ผู้นำมีความเข้มแข็ง ส่งผลให้กลุ่มมีการดำเนินการได้อย่างยั่งยืน 3. สมาชิกกลุ่มมีความเชี่ยวชาญในการปลูกกล้วยหอมทอง ประสบการณ์เฉลี่ย 27 ปี 4. สมาชิกกลุ่มมีศักยภาพด้านการเงิน ส่งผลให้เกษตรกรมีความพร้อมในการลงทุนเพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิต 5. สมาชิกกลุ่มมีทักษะการแปรรูปกล้วยหอมทอง 6. สินค้าได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 7. สถานที่ตั้งแปลงอยู่ใกล้แหล่งรับซื้อ การคมนาคมขนส่งสะดวก	1. สมาชิกกลุ่มหลายรายยังขาดความชำนาญด้านการตลาด 2. สมาชิกกลุ่มไม่เห็นถึงความสำคัญของการขอรับรองมาตรฐาน GAP 3. สมาชิกกลุ่มบางรายยังไม่ได้รับการอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 4. สถานที่ตั้งแปลงเป็นพื้นที่โล่ง ผลผลิตได้รับความเสียหายจากลม 5. ผลผลิตคุณภาพไม่สม่ำเสมอ ผลิตขึ้นคุณภาพเดียวกันจำนวนมากเพื่อให้คุ้มต่อการส่งออกแต่ละครั้งไม่ได้
โอกาส	อุปสรรค
1. มีความมั่นคงด้านการตลาด /ตลาดมีความต้องการผลผลิตสูง 2. มีการทำสัญญาซื้อขาย กับพ่อค้าคนกลางแบบเหมาสวน ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ที่แน่นอน 3. มีการบูรณาการของหน่วยงานทั้งภาครัฐ สถาบันการศึกษา ส่งผลให้สามารถพัฒนากระบวนการผลิต การแปรรูป และพัฒนาเกษตรกรได้ 4. มีเทรนด์ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมใหม่ ๆ ที่ตอบสนองกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้รักสุขภาพ กลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น	1. การรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 50 2. ความแปรปรวนสภาพภูมิอากาศ (วาตภัย) ส่งผลให้ผลผลิตเสียหาย 3. ผลิตภัณฑ์แปรรูปยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน อย. 4. การตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปยังไม่เป็นที่รู้จัก 5. ข้อกำหนดคุณลักษณะของผลผลิตที่ตลาดต่างประเทศต้องการมีความจำเพาะสูง 6. ราคารับซื้อเพื่อส่งออกต่ำกว่าราคาจำหน่ายภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ SWOT แปลงใหญ่กล้วยหอมทองตำบลนพรัตน์ อำเภอนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ทำให้ทราบประเด็นปัญหาและอุปสรรคที่ต้องแก้ไข โดยเลือกประเด็นปัญหา

และอุปสรรคที่สำคัญมา 3 ประเด็น ซึ่งนำมาเป็นประเด็นความเสี่ยงสำหรับการใช้ในการวิเคราะห์ความเสี่ยง ได้แก่

1.1 ประเด็นความเสี่ยงต้นน้ำ ได้แก่ การรับรองมาตรฐาน GAP กล้วยหอมทอง ซึ่งทางกลุ่มแปลงใหญ่มีความต้องการให้สมาชิกทุกคนได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ซึ่งเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค

1.2 ประเด็นความเสี่ยงกลางน้ำ ได้แก่ การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทอง ซึ่งทางกลุ่มแปลงใหญ่มีความต้องการรักษามาตรฐานคุณภาพของผลผลิต ลดการสูญเสีย และรักษาเสถียรภาพด้านราคาผลผลิต

1.3 ประเด็นความเสี่ยงปลายน้ำ ได้แก่ การแปรรูปกล้วยหอมทองเบื้องต้น ซึ่งทางกลุ่มแปลงใหญ่มีความต้องการการรับรองมาตรฐาน ออ. ให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูป พัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายตลาด

เทคนิคการวิเคราะห์ความเสี่ยงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้สามารถตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้อง เตรียมพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงเลือกเทคนิคนี้มาใช้ในการวิเคราะห์ต่อจากการวิเคราะห์ SWOT

2. เทคนิคการวิเคราะห์ความเสี่ยง (Risk management)

ประเด็นความเสี่ยงที่นำมาวิเคราะห์ 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 ต้นน้ำ : การวิเคราะห์การรับรองมาตรฐาน GAP กล้วยหอมทอง

แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนสมาชิกผู้ปลูกกล้วยหอมทองจำนวน 21 ราย พื้นที่ปลูก 1,066 ไร่ ในปี 2566 ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ร้อยละ 50 โดยในปี 2567 ทางกลุ่มแปลงใหญ่มีแผนให้สมาชิกทุกรายได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP เมื่อใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความเสี่ยงในการรับรองมาตรฐาน GAP กล้วยหอมทองของเกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่ ตามประเด็น 7 ด้าน โดยทำการวิเคราะห์หาระดับความเสี่ยงในแต่ละด้าน ประกอบด้วย ด้านการเมืองและสังคม ด้านการเงินและเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านการดำเนินการ ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ และด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า ได้ผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการรับรองมาตรฐาน GAP กล้วยหอมทองของ
แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอบางบาล จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความ เป็นไปได้	ระดับ ผลกระทบ	ระดับ ความเสี่ยง	แถบสีระดับ ความเสี่ยง
1. ด้านการเมืองและสังคม	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (4.00)			
1.1 สถานการณ์การเมืองประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อราคาและตลาดส่งออก กล้วยหอมทอง	ปานกลาง	ต่ำ	1	
1.2 สถานการณ์การเมืองโลก เช่น สงคราม รัสเซีย-ยูเครน ส่งผลให้ต้นทุนการผลิต กล้วยหอมทองสูง	สูง	สูง	9	
1.3 การได้รับผลประโยชน์ซ้ำซ้อนของ เกษตรกร (เกษตรกรรายเดิมได้รับรอง GAP หลายรอบหลายแปลง)	ปานกลาง	ปานกลาง	4	
1.4 ความเข้มแข็งในการพึ่งพาตนเอง ของเกษตรกร	ต่ำ	ต่ำ	2	
2. ด้านการเงินและเศรษฐกิจ	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (4.50)			
2.1 ภาวะเงินเฟ้อ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง	สูง	สูง	9	
2.2 ข้อยกกันทางการค้าในการส่งออก กล้วยหอมทอง	ปานกลาง	ปานกลาง	4	
2.3 กลุ่มเกษตรกรมีกองทุนหมุนเวียน	สูง	ปานกลาง	3	
2.4 กลุ่มเกษตรกรมีภาระหนี้สิน ขาดเงินทุน ในการผลิตกล้วยหอมทองให้ได้มาตรฐาน	ต่ำ	ต่ำ	2	
3. ด้านกฎหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับต่ำ (3.00)			
3.1 กฎหมายหรือข้อยกกันทางการค้า ด้านมาตรฐานในการส่งออกกล้วยหอมไทยไป ต่างประเทศ	สูง	ปานกลาง	5	
3.2 กฎหมายการส่งออกภายใต้สถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรค COVID-19	สูง	ต่ำ	2	

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความ เป็นไปได้	ระดับ ผลกระทบ	ระดับ ความเสี่ยง	แถบสีระดับ ความเสี่ยง
3.3 พื้นที่ปลูกต้องไม่ส่งผลกระทบกับ สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะพื้นที่ที่มีความลาดชัน และสอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมายที่ เกี่ยวข้อง หรือหลักเกณฑ์เงื่อนไขที่ส่วนราชการ กำหนด รวมถึงไม่บุกรุกพื้นที่ป่าหรือพื้นที่ห้าม ตามกฎหมาย เช่น กฎหมายป่าไม้ กฎหมาย สิ่งแวดล้อม กฎหมายการใช้ที่ดิน สปก. เป็นต้น	ต่ำ	ต่ำ	2	
4. ด้านเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (4.00)			
4.1 เกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจใน เทคโนโลยีการผลิตกล้วยหอมทอง	ต่ำ	ต่ำ	2	
4.2 ขาดงานวิจัย เทคโนโลยีนวัตกรรม ในการผลิตกล้วยหอมทองให้ได้มาตรฐาน	ปานกลาง	ปานกลาง	6	
5. ด้านการดำเนินการ	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (4.90)			
5.1 ขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร	ปานกลาง	ปานกลาง	5	
5.2 เกิดการสวมสิทธิ์มาตรฐานในการส่งออก เช่น GAP	สูง	สูง	9	
5.3 ขาดผู้รวบรวม (Supplier) ในการรับซื้อ ผลผลิตที่ได้มาตรฐาน ในราคาสูงกว่าราคาขาย ในประเทศ	สูง	สูง	9	
5.4 น้ำที่ใช้ต้องมาจากแหล่งที่ไม่มี สภาพแวดล้อมที่จะก่อให้เกิดการปนเปื้อนวัตถุ หรือสิ่งที่เป็นอันตรายต่อผลผลิต	ต่ำ	ต่ำ	2	
5.5 พื้นที่ปลูกต้องไม่อยู่ในสภาพแวดล้อม ที่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนจากสิ่งที่เป็นอันตราย ต่อผลผลิต	สูง	สูง	9	

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความเป็นไปได้	ระดับผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	แถบสีระดับความเสี่ยง
5.6 การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตรตามคำแนะนำและ/หรืออ้างอิงคำแนะนำ และ/หรือตามฉลากที่ขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร ต้องหยุดใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตรก่อนเก็บเกี่ยวตามคำแนะนำในฉลาก หรือคำแนะนำของทางราชการ กรณีสงสัยให้สุ่มผลิตผล วิเคราะห์สารพิษตกค้างในผลิตผล ถ้าผลวิเคราะห์เกินค่ามาตรฐานหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ให้ตรวจสอบหาสาเหตุ และแก้ไข รวมทั้งบันทึกข้อมูลดังกล่าวไว้เป็นหลักฐาน รวมถึงไม่ใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร ที่ห้ามผลิต นำเข้า ส่งออก ตาม พ.ร.บ.วัตถุอันตราย. พ.ศ. 2535 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม (วอ.4) และในกรณีผลิตเพื่อการส่งออก เกษตรกรใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร ตามที่ประเทศคู่ค้ากำหนด	ปานกลาง	ปานกลาง	4	
5.7 มีการใช้ปุ๋ยและสารปรับปรุงดินที่ปลอดภัยต่อผลิตผลและการบริโภค โดยปุ๋ยที่ใช้ต้องขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องกับกรมวิชาการเกษตร และพื้นที่เก็บรักษา/ผสม และขนย้ายปุ๋ยและสารปรับปรุงดิน ต้องแยกเป็นสัดส่วนไม่ปนเปื้อนสู่แหล่งน้ำและพื้นที่ปลูก รวมถึงไม่ใช้สิ่งขับถ่ายของคนมาเป็นปุ๋ย	ปานกลาง	ปานกลาง	4	
5.8 ต้องเก็บเกี่ยวผลิตผลที่มีอายุเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม คัดแยกผลิตผลด้อยคุณภาพกับผลิตผลที่มีคุณภาพออกจากกัน มีการจัดชั้นคุณภาพและขนาดก่อนจำหน่ายโดยผลิตผลมีคุณภาพตามความต้องการของตลาด หรือตามข้อกำหนดของคู่ค้า การเก็บเกี่ยวต้องปฏิบัติอย่างถูกสุขลักษณะ เพื่อป้องกันการปนเปื้อน และใช้เครื่องมือ/วิธีการเก็บเกี่ยวที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการซ้ำ รอยตำหนิ และการปนเปื้อนที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค รวมถึงแยกภาชนะบรรจุของเสีย สารเคมี และวัตถุอันตรายทางการเกษตรอย่างชัดเจน จากภาชนะบรรจุผลิตผลในการเก็บเกี่ยว และการขนย้าย เพื่อป้องกันการปนเปื้อน	ต่ำ	ต่ำ	2	

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความ เป็นไปได้	ระดับ ผลกระทบ	ระดับ ความเสี่ยง	แถบสีระดับ ความเสี่ยง
5.9 มีการจัดการด้านสุขลักษณะของสถานที่ และวิธี การขนย้าย พักผลิตผล และ/หรือ เก็บ รักษาผลิตผล เพื่อป้องกันการปนเปื้อนจาก อันตรายและสิ่งแปลกปลอมที่มีผลต่อความ ปลอดภัยในการบริโภคและคุณภาพของผลิตผล และมีการจัดวางผลิตผลในบริเวณที่พักผลิตผล หรือแปลงปลูกอย่างเหมาะสม สามารถป้องกัน การเกิดรอยแผลที่เกิดจากการขูดขีด/กระแทก รวมทั้งปัญหาการเสื่อมสภาพของผลิตผลที่เกิด จากความร้อนและแสงแดด	ต่ำ	ต่ำ	2	
5.10 เจ้าของฟาร์มและผู้ปฏิบัติงานต้องม ีความรู้หรือได้รับการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับ การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี และผู้ที่สัมผัสกับ ผลิตผลโดยตรงโดยเฉพาะหลังการเก็บเกี่ยว ผลิตผลที่มีความเสี่ยงต่อการปนเปื้อนต้องมีการ ดูแลสุขลักษณะส่วนบุคคล และมีวิธีการป้องกัน ไม่ให้เกิดการปนเปื้อนสู่ผลิตผล	ต่ำ	ต่ำ	3	
5.11 มีการบันทึกข้อมูลการปฏิบัติก่อน และหลังการเก็บเกี่ยวในขั้นตอนสำคัญที่มีผลต่อ ความปลอดภัยของผลิตผล โดยเฉพาะข้อมูล การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตรทุกครั้งที่ใช้ และรวบรวมเอกสารหลักฐานครบถ้วนสำหรับ การผลิตในฤดูกาลนั้นๆ และลงชื่อผู้ปฏิบัติงาน รวมถึงการจำหน่ายผลิตผลต้องบันทึกข้อมูล ผู้รับซื้อ แหล่งที่นำผลิตผลไปจำหน่าย รวมถึง ปริมาณและวันที่จำหน่าย	ปานกลาง	ปานกลาง	5	
6. ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับสูง (9.00)			
6.1 ความแปรปรวนของสภาพอากาศส่งผล ต่อการแพร่ระบาดของศัตรูพืช	สูง	สูง	9	
6.2 แปลงเพาะปลูกข้างเคียงแปลงกล้วยหอม ทอง ของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ใช้สารเคมี ทำให้ขาดกันชนในการขอรับรองมาตรฐาน	สูง	สูง	9	
7. ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับสูง (7.00)			

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความเป็นไปได้	ระดับผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	แถบสีระดับความเสี่ยง
7.1 เกษตรกรไม่พึ่งพาตนเอง รอความช่วยเหลือจากภาครัฐ ในการตรวจรับรองมาตรฐาน	สูง	สูง	7	

จากการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการรับรองมาตรฐาน GAP กล้วยหอมทองของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดพิจิตร พบว่า ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง เนื่องจากความแปรปรวนของสภาพอากาศส่งผลต่อการแพร่ระบาดของศัตรูพืช ประกอบกับสถานการณ์การเมืองโลก เช่น สงครามรัสเซียยูเครน และภาวะเงินเฟ้อ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตกล้วยหอมทองสูงขึ้น ได้แก่ ปุ๋ย/ยา/สารเคมี/ค่าน้ำมันขนส่ง เป็นต้น และแปลงเพาะปลูกข้างเคียงแปลงกล้วยหอมทองของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ใช้สารเคมี ทำให้ชาวก้นขนในการขอรับรองมาตรฐาน ซึ่งจะทำการขอรับรองมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices) ของเกษตรกรทำได้ยาก ประกอบกับพื้นที่ปลูกต้องไม่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนจากสิ่งที่เป็นอันตรายต่อผลิตผลเกษตรกร ควรเว้นระยะการใส่ปุ๋ย/ยา/สารเคมี รวมถึงต้องเว้นระยะปลูกพืชแนวกันชนเพื่อให้เกิดการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีในการขอรับรองมาตรฐาน GAP ได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า มีค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง เนื่องจากเกษตรกรไม่พึ่งพาตนเองรอความช่วยเหลือจากภาครัฐ ในการตรวจรับรองมาตรฐาน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสวมสิทธิ์มาตรฐานในการส่งออก เช่น GAP เพื่อให้สามารถส่งออกกล้วยหอมทองได้ภายใต้ข้อกำหนดทางการค้าและกฎหมายการส่งออกภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 นอกจากนี้การขาดผู้รวบรวม (Supplier) ในการรับซื้อผลผลิตที่มีมาตรฐานในราคาสูงกว่าสำหรับราคาขายต่างประเทศ (ส่งออก) ทำให้เกษตรกรแปลงใหญ่เลือกขายกล้วยหอมทองภายในประเทศ เนื่องจากราคาขายภายในประเทศสูงกว่าต่างประเทศ และไม่ต้องมีขั้นตอนการผลิตกล้วยหอมทองให้ได้มาตรฐานการส่งออกซึ่งมีความยุ่งยากในด้านขั้นตอนการปลูกเลี้ยงดูแลรักษากล้วยหอมทอง และขั้นตอนการส่งออกกล้วยหอมทองสำหรับเกษตรกร

2.2 กลางน้ำ: การวิเคราะห์ความเสี่ยงในการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทอง : การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทองของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดพิจิตร เมื่อใช้เครื่องมือวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทองของเกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่ ตามประเด็น 7 ด้าน โดยทำการวิเคราะห์หาระดับความเสี่ยงในแต่ละด้าน ประกอบด้วย ด้านการเมืองและสังคม ด้านการเงินและเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านการดำเนินการ ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ และด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า ได้ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงในการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทอง
ของเกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความ เป็นไปได้	ระดับ ผลกระทบ	ระดับ ความเสี่ยง	แถบสีระดับ ความเสี่ยง
1. ด้านการเมืองและสังคม	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (4.00)			
1.1 สถานการณ์การเมืองประเทศไทย ส่งผล กระทบต่อราคาและตลาดส่งออกกล้วยหอมทอง	ปานกลาง	ต่ำ	1	
1.2 สถานการณ์การเมืองโลก เช่น สงคราม รัสเซีย-ยูเครน ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตกล้วยหอม ทองสูง	สูง	สูง	9	
1.3 ความเข้มแข็งในการพึ่งพาตนเอง ของเกษตรกร	ต่ำ	ต่ำ	2	
2. ด้านการเงินและเศรษฐกิจ	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (4.50)			
2.1 ภาวะเงินเฟ้อ ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูง	สูง	สูง	9	
2.2 ข้อยกีดกันทางการค้าในการส่งออก กล้วยหอมทอง	ปานกลาง	ปานกลาง	4	
2.3 กลุ่มเกษตรกรมีกองทุนหมุนเวียน	สูง	ปานกลาง	3	
2.4 กลุ่มเกษตรกรมีภาระหนี้สิน	ต่ำ	ต่ำ	2	
3. ด้านกฎหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (3.50)			
3.1 กฎหมายหรือข้อกีดกันทางการค้าในการ ส่งออกกล้วยหอมไทยไปต่างประเทศ และรวมถึง กฎหมายการส่งออกหรือข้อกีดกันที่ไม่ใช่ภาษี	สูง	ปานกลาง	5	
3.2 กฎหมายการส่งออกภายใต้สถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรค COVID-19	สูง	ต่ำ	2	
4. ด้านเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (4.00)			
4.1 เกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจใน เทคโนโลยีการบริหารจัดการหลังการเก็บเกี่ยว กล้วยหอมทอง	ต่ำ	ต่ำ	2	
4.2 ขาดงานวิจัย เทคโนโลยีนวัตกรรม ในการ บริหารจัดการหลังการเก็บเกี่ยวของกล้วยหอมทอง	ปานกลาง	ปานกลาง	6	

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความเป็นไปได้	ระดับผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	แถบสีระดับความเสี่ยง
5. ด้านการดำเนินการ	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง (3.66)			
5.1 ขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตร	ปานกลาง	ปานกลาง	5	
5.2 ขาดผู้รวบรวมผลผลิต (Supplier) ในการรับซื้อผลผลิตที่มีมาตรฐาน ในราคาสูงกว่าหรือเท่ากับราคาขายต่างประเทศ	สูง	สูง	9	
5.3 การตัดเครื่องกล้าย และการขนส่งเครื่องกล้ายจากต้นสู่โรงคัดบรรจุหีบห่อ ต้องระมัดระวังไม่ให้ผลชำ	ต่ำ	ต่ำ	3	
5.4 การตัดแบ่งหวีเครื่องกล้ายในคูน้า น้ำจะพวยงให้กล้ายลอยตัว ลดการเสียดสีหรือลดการชำของกล้าย	ต่ำ	ต่ำ	1	
5.5 การล้างกล้ายโดยใช้น้ำประปาล้างแมลงศัตรูพืชและสิ่งสกปรกให้สะอาด ก่อนตากกล้ายบนใบตองให้แห้ง	ปานกลาง	ปานกลาง	5	
5.6 จุ่มหวีกล้ายลงถังสารบ่มกล้าย เพื่อกระตุ้นการสุกของกล้ายให้มีสีเหลืองสวยงามทั่วเท่ากันทั้งหวี (กรณีลูกค้าขอให้บ่ม หรือกรณีออกงานแสดงสินค้า)	ต่ำ	ต่ำ	2	
5.7 การคัดแยกกล้ายหอมทอง 5.7.1 การคัดแยกตามคุณภาพ กล้ายหอมทองต้องมีคุณภาพดี ไม่มีโรคแมลงทำลาย สะอาด สีสดใส รูปร่างดี ไม่มีจุดดำจากโรค ไม่มีรอยชำ หรือร่องรอยความเสียหาย 5.7.2 การคัดแยกตามมาตรฐาน มาตรฐานของกล้ายหอมในประเทศไทยยังไม่มี การซื้อขายมักจะซื้อกันเป็นเครือ โดยการเรียกว่าตั้งกล้ายหอม 1 เครือควรมีหวีที่สมบูรณ์ 4 หวี นับเป็น 1 ตั้ง หาก 1 เครือมี 3 หวี ให้นับ 2 เครือเป็น 1 ตั้ง สำหรับกลุ่มแปลงใหญ่กล้ายหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี แบ่งเกรดกล้ายหอมตามน้ำหนักหวี โดยกล้ายหอมทอง 1 เครือ มี 4 เกรด เกรดจัมโบ้ (4 กก.) 1 หวี เกรด A (3 กก.) 3 หวี เกรด B (2.5 กก.) 2 หวี และเกรด C (1 กก.) 1-2 หวี	ปานกลาง	ปานกลาง	5	

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความเป็นไปได้	ระดับผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	แถบสีระดับความเสี่ยง
5.8 การบรรจุกล้วยลงบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ 5.8.1 การใช้ใบตองรองช่องในการบรรจุหีบกล้วย เพื่อกันกระแทก กันผลกล้วยช้ำ 5.8.2 การบรรจุลงกล่องกระดาษลูกฟูกที่สะอาดใหม่ ไม่ได้รับอันตรายจากหนอน แมลง และสิ่งแวดลอมเพื่อส่งขายต่างประเทศ ต้องมีคุณสมบัติดังนี้ 1) กล้วยจะต้องเป็นพันธุ์เดียวกัน มีความแก่สม่ำเสมอ สะอาด รูปร่างดี มีสีดี 2) ไม่มีความเสียหายเนื่องจากการเน่า ขั้วเน่า ผลแตก หัก แผล ผลช้ำ ไม่สุกเกินไปซึ่งจะทำให้เกิดการเน่า 3) ผลไม่ควรมีแผล รูที่เกิดจากการเจาะของแมลง การแห้งเนื่องจากแสงแดด/ปุ๋ย/ยา ไม่มีจุดที่เกิดจากเชื้อรา โรคแอนแทรคโนส และโรคเหี่ยว 4) โคนหวีควรจะตัดเสมอกัน และควรจะจุ่มด้วยสารที่กันการเน่า 5) ก้านของผลจะต้องเหนียว ไม่หลุดง่าย ความยาวของผลประมาณ 3.5 เท่าของความกว้าง เนื้อแน่น 6) น้ำหนักของหวีไม่ควรต่ำกว่า 1.2 กิโลกรัม และความยาวของผลไม่ควรต่ำกว่า 15 เซนติเมตร 7) ถ้าขนาดของหวีใหญ่ ต้องตัดให้เป็นหวีเล็ก ให้แต่ละหวีหนักไม่ต่ำกว่า 0.6 กิโลกรัม และความยาวของผลของหวีที่เล็กที่สุด ไม่ควรต่ำกว่า 15 เซนติเมตร	ต่ำ	ต่ำ	2	
5.9 การขนส่งกล้วยสู่ลูกค้า (บริษัท/ผู้ประกอบการ) ต้องระมัดระวังการกระแทก การเสียดสี หรือการกดทับของกล้วย เพื่อไม่ให้เกิดการชำรุดหรือเสียหายของกล้วย	ต่ำ	ต่ำ	1	
6. ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง (6.50)			
6.1 ความแปรปรวนของสภาพอากาศส่งผลต่อการแพร่ระบาดของโรคพืชศัตรูพืช	สูง	สูง	7	
6.2 ภัยพิบัติส่งผลให้ต้นกล้วยที่สูงหักโค่น	ปานกลาง	ปานกลาง	6	

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความเป็นไปได้	ระดับผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	แถบสีระดับความเสี่ยง
7. ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง (5.00)			
7.1 ราคาซื้อตลาดต่างประเทศ รวมถึงราคาซื้อของผู้รวบรวม (Supplier) ส่งออกตลาดต่างประเทศ ให้ราคาสูงขึ้น หรือลดราคาต่ำลง	ปานกลาง	ปานกลาง	5	

จากการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทองของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี พบว่าด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง เนื่องจากความแปรปรวนของสภาพอากาศส่งผลกระทบต่อการแพร่ระบาดของโรคแมลงศัตรูพืช ทำให้ผลผลิตบางส่วนไม่มีคุณภาพมีความจำเป็นต้องใช้ปุ๋ย/ยา/สารเคมี และการห่อคลุมเครือผลกล้วยหอมทอง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการผลิตกล้วยหอมทองให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยต้องมีการนับระยะการใส่สารเคมีเพื่อป้องกันสารเคมีตกค้างในผลผลิต ประกอบกับสภาวะทางการเมืองของโลก และสภาวะเงินเฟ้อของประเทศไทย ส่งผลให้ราคาต้นทุนการผลิตปุ๋ย/ยา/สารเคมี มีราคาสูง ส่วนวัตถุดิบที่ส่งผลให้ต้นทุนที่สูงหักโคนได้มีหน่วยงานสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) วิจัยและส่งเสริมการใช้สารแพคโคลบิวทราโซลผสมน้ำรดโคนต้นกล้วย เพื่อให้ต้นกล้วยเตี้ยลง 1 เมตร ลำต้นลำใหญ่ ลดความเสียหายจากวาทภัย ต้นไม้หักโคน กาบใบแข็ง ทนต่อลมได้ดี แต่อย่างไรก็ตามความยาวของเครือจะสั้นไปตามความสูงของต้น จาก 6-7 หวี/เครือ เหลือ 5-6 หวี/เครือ นอกจากนี้แม้กล้วยหอมทองของประเทศไทยจะเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น แต่เนื่องจากราคาการซื้อของผู้รวบรวมผลผลิต (Supplier) ส่งออกต่างประเทศ กดราคาในการซื้อต่ำกว่าราคาการซื้อกล้วยหอมทองภายในประเทศ ทำให้ทางกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่นิยมขายส่งให้บริษัทและผู้ประกอบการในประเทศไทยมากกว่า

2.3 การวิเคราะห์ความเสี่ยงการแปรรูปกล้วยหอมทองเบื้องต้น : แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี ได้มีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนในนามวิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองปทุมรัตน์ ซึ่งมีการผลิตและจำหน่ายกล้วยหอมทองทั้งแบบผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูป โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายผลสด (เกรดจัมโบ้ และ A) เพื่อการบริโภคภายในประเทศร้อยละ 70 และเพื่อการแปรรูป (เกรด B และ C) ร้อยละ 30 ซึ่งเป็นการบริหารจัดการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการนำกล้วยหอมทองเกรด B และ C มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยแผ่นทอดกรอบหลากหลายรสชาติ ได้แก่ กล้วยนอกรอบรสดั้งเดิม รสหวาน และรสชาครีม ภายใต้แบรนด์ “หอมนอกรอบ” ซึ่งผลิตภัณฑ์แปรรูปยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน อย. ซึ่งในปีงบประมาณ 2567 ทางกลุ่มมีแผนดำเนินการเพื่อขอการรับรองมาตรฐาน อย. โดยมีสถานที่ผลิตและกระบวนการผลิตอาหารให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร นอกจากนี้กลุ่มยังมีแผนที่จะแปรรูปกล้วยหอมทองเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยป๊อบ ซึ่งเป็นการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค ดังนั้นเมื่อนำเครื่องมือวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงมาวิเคราะห์ การแปรรูปกล้วยหอมทองของกลุ่ม ตามประเด็น 7 ด้าน โดยวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงในแต่ละด้าน ประกอบด้วย

ด้านการเมืองและสังคม ด้านการเงินและเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านการดำเนินการ ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ และด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้าจะได้ผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการแปรรูปกล้วยหอมทองเบื้องต้นของเกษตรกร กลุ่มแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความเป็นไปได้	ระดับผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	แถบสีระดับความเสี่ยง
1. ด้านการเมืองและสังคม	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (3.33)			
1.1 สถานการณ์การเมืองในประเทศ : ส่งผลกระทบต่อราคาและตลาดผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทอง	ปานกลาง	ต่ำ	2	
1.2 สถานการณ์การเมืองโลก : สงครามรัสเซีย-ยูเครน ส่งผลให้ปัจจัยการผลิตกล้วยหอมทองสูงขึ้นกระทบต่อต้นทุนในการแปรรูปกล้วยหอมทอง	สูง	ปานกลาง	6	
1.3 ความเข้มแข็งของกลุ่มเกษตรกร : ระเบียบข้อตกลงร่วมกันภายในกลุ่ม	ต่ำ	ต่ำ	2	
2. ด้านการเงินและเศรษฐกิจ	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (4.75)			
2.1 ต้นทุนสูง: การลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์และเทคโนโลยี สำหรับการแปรรูปกล้วยหอมทอง อาจต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ภาวะเงินเฟ้อ	ปานกลาง	ปานกลาง	6	
2.2 ราคาผลผลิตที่ผันผวน: ราคากล้วยหอมทองสด มีขึ้นมีลง อาจส่งผลกระทบต่อกำไรจากการแปรรูป	สูง	ปานกลาง	6	
2.3 การแข่งขันสูง: ตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยหอมทอง มีการแข่งขันสูง ต้องอาศัยกลยุทธ์การตลาดที่ดี	ปานกลาง	ปานกลาง	5	
2.4 ระเบียบด้านการเงินภายในกลุ่ม : มีกองทุนหมุนเวียน ภาระหนี้สิน ขาดเงินทุน	ต่ำ	ปานกลาง	2	

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความ เป็นไปได้	ระดับ ผลกระทบ	ระดับ ความเสี่ยง	แถบสีระดับ ความเสี่ยง
3. ด้านกฎหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (7.00)			
3.1 กฎหมายและมาตรฐาน: ผู้ประกอบการแปรรูปกล้วยหอมทอง ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายว่าด้วยอาหาร มาตรฐาน อย. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น	ปานกลาง	สูง	7	
3.2 การติดฉลาก: ผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยหอมทอง ต้องมีฉลากที่ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน ตามกฎหมายกำหนด	ปานกลาง	สูง	7	
4. ด้านเทคโนโลยี	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (3.00)			
4.1 เกษตรกรขาดความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีการแปรรูปกล้วยหอมทอง	ต่ำ	ต่ำ	2	
4.2 ขาดงานวิจัย เทคโนโลยีนวัตกรรม ในการแปรรูปกล้วยหอมทองให้ได้มาตรฐาน	ปานกลาง	ปานกลาง	5	
4.3 องค์กรความรู้ในการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์	ต่ำ	ปานกลาง	2	
5. ด้านการดำเนินการ (ยกตัวอย่างผลิตภัณฑ์กล้วยนอกกรอบ)	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับปานกลาง (3.70)			
5.1 การคัดกล้วยหอมทองสดสำหรับแปรรูป	ต่ำ	ต่ำ	2	
5.2 การเตรียมกล้วยหอมทอง : การปอกเปลือก	ต่ำ	ต่ำ	2	
5.3 การสไลด์แผ่นกล้วยหอมทอง	ต่ำ	ปานกลาง	3	
5.4 การทอดแผ่นกล้วยหอมทอง	ปานกลาง	ปานกลาง	4	
5.5 การบรรจุผลิตภัณฑ์กล้วยนอกกรอบ	ปานกลาง	ปานกลาง	4	
5.6 การปนเปื้อน: กระบวนการแปรรูป อาจมีโอกาสนปนเปื้อนเชื้อจุลินทรีย์ สารเคมี หรือสิ่งสกปรก	ปานกลาง	สูง	7	
5.7 ขาดแคลนแรงงานในการแปรรูป	ปานกลาง	ปานกลาง	4	
6. ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยง อยู่ในระดับสูง (6.00)			

ปัจจัยความเสี่ยง	โอกาส/ความเป็นไปได้	ระดับผลกระทบ	ระดับความเสี่ยง	แถบสีระดับความเสี่ยง
6.1 การใช้พลังงาน: การแปรรูปกล้วยหอมทองบางชนิด ใช้พลังงานสูง อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	ปานกลาง	ปานกลาง	5	
6.2 การผลิตขยะ: กระบวนการแปรรูป อาจก่อให้เกิดขยะบรรจุภัณฑ์ และขยะอื่นๆ	สูง	ปานกลาง	6	
6.3 ภัยธรรมชาติ : ลมพายุ ภาวะแล้ง และน้ำท่วม ส่งผลกระทบต่อผลผลิตกล้วยหอมทองสดที่จะนำมาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูป	สูง	สูง	7	
7. ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า	ค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง (6.33)			
7.1 เทรนด์ของตลาด : ลดระดับความนิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์กล้วยหอมของตลาดในและนอกประเทศ	ปานกลาง	สูง	7	
7.2 ช่องทางการจำหน่าย : มีความหลากหลายทั้งตลาดในประเทศและนอกประเทศ	ปานกลาง	สูง	6	
7.3 กลุ่มเป้าหมาย : ทั้งตลาดในประเทศและนอกประเทศ	ปานกลาง	สูง	6	

จากการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการแปรรูปกล้วยหอมทองของเกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่ทั้ง 7 ด้าน พบว่า ด้านกฎหมายมีความเสี่ยงสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับสูง (7.00) ซึ่งประกอบด้วยความเสี่ยงเกี่ยวกับกฎหมายและมาตรฐานซึ่งผู้ประกอบการแปรรูปกล้วยหอมทองต้องปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายว่าด้วยอาหาร มาตรฐาน ออย. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น รวมถึงการติดฉลากผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยหอมทองต้องมีฉลากที่ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน ตามกฎหมายกำหนด เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยของอาหารต่อผู้บริโภค โดยทางกลุ่มต้องมีการปรับปรุงอาคารผลิตอาหารให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร ซึ่งจะมีผลต่อการขอรับรองมาตรฐาน ออย. ของผลิตภัณฑ์ ส่วนความเสี่ยงอันดับรอง ได้แก่ ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า โดยค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง (6.33) ต้องมีการติดตามสถานการณ์การตลาดผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทองอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ทราบถึงเทรนด์ของตลาด กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการจำหน่าย โดยการสำรวจตลาดถึงความนิยมบริโภค กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทองทั้งตลาดในและนอกประเทศจะช่วยให้สามารถลดระดับความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ โดยค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง (6.00) โดยต้องคำนึงถึงการใช้พลังงานเนื่องจากพลังงานเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญในกระบวนการแปรรูป ซึ่งกระบวนการแปรรูปกล้วยหอมทองบางชนิดที่จะมีแผนดำเนินการในอนาคต ได้แก่ กล้วยปอบมีการใช้หม้อทอดแรงดันสูงในกระบวนการผลิตซึ่งใช้พลังงานสูง

และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย อีกทั้งในขบวนการแปรรูป ส่งผลให้เกิดขยะจากบรรจุภัณฑ์ และขยะอื่น ๆ ซึ่งอาจมีการนำบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุจากธรรมชาติมาใช้แทน ส่วนด้านภัยธรรมชาติ มีผลกระทบต่อวัตถุดิบ (ผลผลิตกล้วยหอมทองสด) ที่จะนำมาแปรรูป อาจทำให้ราคาสูงขึ้น หรือขาดแคลน วัตถุดิบตั้งต้นในการแปรรูป โดยการปลูกกล้วยหอมทองมักประสบกับปัญหาลมพายุทำให้เกิดความเสียหายต่อผลผลิต รวมถึงภัยแล้งและน้ำท่วมก็อาจส่งผลกระทบต่อวัตถุดิบและขบวนการแปรรูปได้ เช่นเดียวกัน กลุ่มจึงต้องมีการวางแผนการผลิตเพื่อการแปรรูปให้รอบคอบโดยต้องคำนึงถึงภาวะตลาด ราคาวัตถุดิบ ความเพียงพอของวัตถุดิบ เพื่อให้ขบวนการผลิตดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องเกิดความคุ้มค่าและเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในขบวนการผลิต

เรื่องที่ 4.2.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทอง

สถานการณ์กล้วยหอมทองสรุปได้ใน 2 ประเด็น ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถานการณ์การผลิตกล้วยหอมของโลกและประเทศไทย พบว่ากล้วยที่ซื้อขายในตลาดโลกส่วนใหญ่เป็นกล้วยหอม โดยกล้วยหอมเขียวคาเวนดิช เป็นพันธุ์ที่ปลูกเพื่อการส่งออกร้อยละ 95 ของปริมาณกล้วยหอมในตลาดโลก แต่สำหรับในประเทศไทย "กล้วยหอมทอง" เป็นกล้วยที่มีศักยภาพในการส่งออก ด้วยรสชาติดีมีกลิ่นหอม เปลือกบาง ไม่เหนียว สีสวยเมื่อสุก มีสีเหลืองทอง โดยมีแหล่งปลูกที่สำคัญ ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ปทุมธานี สุราษฎร์ธานี สระบุรี และจังหวัดชุมพร ซึ่งพื้นที่ปลูกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ โดยมีการบริโภคภายในประเทศร้อยละ 98.98 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่การส่งออกมีเพียงร้อยละ 1.02 โดยตลาดสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น และจีน ส่วนใหญ่เป็นการทำสัญญาข้อตกลงล่วงหน้า ที่ผลผลิตต้องมีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานเงื่อนไขของคู่ค้า ซึ่งปัจจุบันมีข้อจำกัดในเรื่องคุณภาพผลผลิตที่ไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ซึ่งการส่งออกมีแนวโน้มลดลง จากที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยลดลงอย่างเห็นได้ชัดในปี ๒๕๖๕ ถึงแม้ปัจจุบันสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จะคลี่คลายแล้ว แต่การส่งออกกล้วยหอมสดของไทยในปี ๒๕๖๖ และไตรมาสแรก ของปี ๒๕๖๗ ยังน้อย เมื่อเทียบกับโควตาส่งออกกล้วยหอมทองของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าภายใต้กรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) จำนวน 8,000 ตัน/ปี ประกอบกับการผลิตกล้วยหอมมีผลตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน จึงเป็นโอกาสของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองของประเทศไทยในการปลูกกล้วยหอมทองคุณภาพเพื่อการบริโภคในประเทศและการส่งออก

2. การวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยหอมทองของแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอบางบาล จังหวัดปทุมธานี โดยใช้เทคนิควิเคราะห์ SWOT เพื่อระบุปัญหาและอุปสรรค พบประเด็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่นำไปเป็นประเด็นความเสี่ยงเพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยง ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่ การวิเคราะห์ระดับความเสี่ยงของการรับรองมาตรฐาน GAP กล้วยหอมทอง การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทอง และการแปรรูปกล้วยหอมทอง เบื้องต้น โดยทำการวิเคราะห์หาระดับความเสี่ยงของประเด็นต่าง ๆ ใน 7 มิติ ประกอบด้วยมิติ ด้านการเมืองและสังคม ด้านการเงินและเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านการดำเนินการ

ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติและด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า จากผลการวิเคราะห์ ความเสี่ยงช่วยให้รู้ระดับความเสี่ยง ทำให้สามารถจัดการกับความเสี่ยงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ดังนี้

2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงสถานการณ์ แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่

2.1.1 ต้นน้ำ: ประเด็นการรับรองมาตรฐาน GAP กล้วยหอมทอง พบว่า มี 2 ด้าน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงสูง ดังนี้

1) ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ เนื่องจากความแปรปรวนของสภาพอากาศส่งผลต่อการแพร่ระบาดของศัตรูพืช และแปลงเพาะปลูกข้างเคียงแปลงกล้วยหอมทองของกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ใช้สารเคมี ทำให้ชาดกันชนในการขอรับรองมาตรฐาน ซึ่งจะทำการขอรับรองมาตรฐาน GAP ของเกษตรกรทำได้ยาก ประกอบกับพื้นที่ปลูกต้องไม่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนจากสิ่งที่เป็นอันตรายต่อผลิตผล เกษตรกรควรเว้นระยะการใส่ปุ๋ย/ยา/สารเคมี รวมถึงต้องเว้นระยะปลูกพืชแนวกันชน เพื่อให้เกิดการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีในการขอรับรองมาตรฐาน GAP ได้

2) ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า เนื่องจากเกษตรกรไม่พึ่งพาตนเอง รอความช่วยเหลือจากภาครัฐในการตรวจรับรองมาตรฐาน ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดการสวมสิทธิ์มาตรฐานในการส่งออก เช่น GAP เพื่อให้สามารถส่งออกกล้วยหอมทองได้ นอกจากนี้กรณีการส่งออกยังการขาดผู้รวบรวม (Supplier) ในการรับซื้อผลผลิตที่มีมาตรฐานในราคาสูงกว่าราคาซื้อภายในประเทศ ทำให้เกษตรกรแปลงใหญ่เลือกจำหน่ายสินค้ากล้วยหอมทองภายในประเทศ เนื่องจากราคาซื้อที่ต่ำกว่าภายในประเทศสูงกว่าต่างประเทศ และไม่จำเป็นต้องมีขั้นตอนการผลิตกล้วยหอมทองให้ได้มาตรฐาน GAP เพื่อการส่งออก ซึ่งมีความยุ่งยากในด้านขั้นตอนการปลูกเลี้ยงดูแลรักษากล้วยหอมทองสำหรับเกษตรกร

2.1.2 กลางน้ำ : การวิเคราะห์การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวกล้วยหอมทอง พบว่า มีด้านที่มีค่าเฉลี่ยระดับความเสี่ยงสูง ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ เนื่องจากความแปรปรวนของสภาพอากาศส่งผลต่อการแพร่ระบาดของโรคแมลงศัตรูพืช ทำให้ผลผลิตบางส่วนไม่มีคุณภาพ มีความจำเป็นต้องใช้ปุ๋ย/ยา/สารเคมี และการห่อคลุมเครือผลกล้วยหอมทอง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการผลิตกล้วยหอมทองให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย ต้องมีการนับระยะการใส่สารเคมีเพื่อป้องกันสารเคมีตกค้างในผลผลิต ส่วนวัตถุดิบที่ส่งผลให้ต้นกล้วยที่สูงหักโค่น

2.1.3 ปลายน้ำ: การวิเคราะห์การแปรรูปกล้วยหอมทองเบื้องต้น พบว่า มี 4 ด้าน ที่มีค่าเฉลี่ยความเสี่ยงในระดับสูง และปานกลาง ตามลำดับ ดังนี้

1) ด้านกฎหมาย ประกอบด้วยความเสี่ยงเกี่ยวกับกฎหมายและมาตรฐาน ซึ่งผู้ประกอบการแปรรูปกล้วยหอมทองต้องปฏิบัติตามกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายว่าด้วยอาหาร มาตรฐาน ออย. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น รวมถึงการติดฉลากผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยหอมทองต้องมีฉลากที่ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน ตามกฎหมายกำหนด เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยของอาหารต่อผู้บริโภค โดยทางกลุ่มต้องมีการปรับปรุงอาคารผลิตอาหารให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร ตั้งแต่ห้องเย็นสำหรับเก็บวัตถุดิบ ห้องจัดเตรียมวัตถุดิบ จนถึงสุดท้ายกระบวนการผลิต ซึ่งจะมีผลต่อการขอรับรองมาตรฐาน ออย. สำหรับผลิตภัณฑ์

2) ด้านสถานการณ์ในอนาคตข้างหน้า ต้องมีการติดตามสถานการณ์การตลาด ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทองอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ทราบถึงเทรนด์ของตลาด กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการจำหน่าย โดยการสำรวจตลาดถึงความนิยมบริโภค กลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการตลาด ของผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทองทั้งตลาดในและนอกประเทศจะช่วยให้สามารถลดระดับความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

3) ด้านสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ โดยต้องคำนึงถึงการใช้พลังงาน เนื่องจากเป็นต้นทุนการผลิต ที่สำคัญในการแปรรูป ซึ่งการแปรรูปกล้วยหอมทองบางชนิด (กล้วยป๊อบ) ที่จะมีแผนดำเนินการในอนาคต ใช้พลังงานสูงและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย อีกทั้งในขบวนการแปรรูปส่งผลให้เกิดขยะบรรจุภัณฑ์ และขยะอื่น ๆ ซึ่งอาจมีการนำบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุจากธรรมชาติมาใช้แทน

4) ด้านภัยธรรมชาติมีผลกระทบต่อวัตถุดิบ (ผลผลิตกล้วยหอมทองสด) ที่จะนำมาแปรรูป อาจทำให้ราคาสูงขึ้น หรือขาดแคลนวัตถุดิบตั้งต้นในการแปรรูป จึงต้องมีการวางแผนการผลิตเพื่อการแปรรูปให้รอบคอบ โดยต้องคำนึงถึงภาวะตลาด ราคาวัตถุดิบ ความเพียงพอของวัตถุดิบ เพื่อให้กระบวนการผลิตดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและเกิดการคุ้มค่า และเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในกระบวนการผลิต

2.2 ผลการวิเคราะห์มาใช้ในการวางแผนเพื่อจัดการความเสี่ยง ดังนี้

2.2.1 พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการในการขอการรับรองมาตรฐาน GAP อย. โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตรในส่วนงานที่รับผิดชอบวิสาหกิจชุมชน สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ และสาธารณสุขจังหวัดในส่วนงานที่รับผิดชอบให้การรับรอง อย.

2.2.2 ส่งเสริมด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกล้วยหอมทอง

2.2.3 พัฒนาความรู้ให้กับเกษตรกร ด้านการผลิต การแปรรูป บรรจุภัณฑ์ การตลาด และการบริหารจัดการกล้วยหอมทอง รวมถึงด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

2.2.4 ส่งเสริมการจัดทำหรือพัฒนาฐานข้อมูลเดิม (Base Line) ทั้งด้านการผลิต และการตลาดไว้สำหรับเปรียบเทียบ เพื่อการวางแผนในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและการตลาด

อย่างไรก็ดี ตลาดกล้วยหอมทองยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากความต้องการบริโภคกล้วยหอมทองทั้งในประเทศและต่างประเทศยังมีสูงอยู่ คาดว่าในอนาคตจะมีการพัฒนาสายพันธุ์กล้วยหอมทองให้มีรสชาติอร่อย เนื้อสัมผัสดี และยืดอายุการเก็บรักษาได้นานขึ้น นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้กับกล้วยหอมทองให้มีความหลากหลายมากขึ้นที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งการพัฒนาการตลาดโดยการจับคู่ธุรกิจ (Business matching) หรือตลาดเฉพาะ (Niche market) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมให้ตลาดกล้วยหอมทองเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ตอนที่ 4.3 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก

กล้วยไม้ตัดดอกเป็นพืชที่สำคัญของประเทศไทย มีการผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ เป็นที่ต้องการของตลาดเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ ชาวต่างชาตินิยมมอบให้กันเป็นของขวัญ และของตกแต่งสถานที่ ตามงานเทศกาลที่สำคัญต่าง ๆ ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญมีตลาดรับซื้อที่แน่นอน มีสัญญาซื้อขายระหว่างกลุ่มเกษตรกรและบริษัทผู้รับซื้อ ส่งผลให้เกษตรกรได้รับผลตอบแทนค่อนข้างสูง การที่จะขับเคลื่อนให้กล้วยไม้ตัดดอกสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้อย่างต่อเนื่อง นั้น ผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบ บริษัทเอกชน และเกษตรกร มีความจำเป็นต้องเข้าใจสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาดกล้วยไม้ตัดดอกทั้งของโลกและของประเทศไทย ซึ่งเนื้อหาสาระประกอบด้วย การออกแบบการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกของกลุ่มแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ ตำบลไผ่สูง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์ ดังนี้

เรื่องที่ 4.3.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก

การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก เพื่อให้ผู้เรียนได้เข้าใจขอบเขตของการวิเคราะห์ข้อมูลโดยจำเป็นต้องกำหนดเป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ของการวิเคราะห์ เลือกข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีความเหมาะสม เชื่อถือได้ กำหนดวิธีการและเครื่องมือให้ได้มาของข้อมูลที่ครอบคลุมเพียงพอกับการนำมาวิเคราะห์ รวมถึงการเลือกใช้เทคนิคในการวิเคราะห์ให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และสามารถตอบโจทย์เป้าประสงค์ได้ ดังนั้น การออกแบบการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก ประกอบด้วย

1. เป้าประสงค์
2. วัตถุประสงค์
3. ข้อมูล
4. แหล่งข้อมูล
5. วิธีการ
6. เครื่องมือ
7. เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์

การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก

เป้าประสงค์	วัตถุประสงค์	ข้อมูล	แหล่งข้อมูล	วิธีการ	เครื่องมือ	เทคนิค
ยกระดับรายได้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกให้เพิ่มขึ้น 3 เท่าภายใน 4 ปี	1. เพื่อศึกษาสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกของโลกและประเทศไทย	1. แนวโน้มการผลิตและการตลาดภายในประเทศ 2. แนวโน้มการผลิตและการตลาดต่างประเทศ	(ร่าง) แผนพัฒนากล้วยไม้ไม้ดอกไม้ประดับ พ.ศ. 2566 – 2570 กลุ่มส่งเสริมไม้ดอกไม้ประดับสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตรกรมส่งเสริมการเกษตร	สัมภาษณ์ผู้มีความรู้ทางด้านกล้วยไม้ตัดดอก	แบบสัมภาษณ์ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมไม้ดอกไม้ประดับ	1. Value Chain Analysis 2. Marketing Channel
	2. เพื่อศึกษาสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกของแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์	1. ข้อมูลพื้นฐานแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ 2. โครงสร้างคณะกรรมการแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ 3. การบริหารจัดการแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ 4. ผลการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาแปลงใหญ่ 5 ด้าน	แปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ ตำบลไผ่สูง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม	วิธีการได้มาของข้อมูล 2 วิธี 1. สัมภาษณ์เกษตรกร ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลทำให้เห็นภาพรวมของกลุ่มเกษตรกร 2. ลงพื้นที่พูดคุยกับเกษตรกร เก็บข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นที่ต้องการ ทำให้เข้าใจบริบทของกลุ่มได้มากขึ้น	แบบสัมภาษณ์เกษตรกร	1. SWOT Analysis 2. Value Chain Analysis 3. Marketing Channel 4. ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 4Ps และ 7Ps)

กล่าวโดยสรุป การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก สามารถใช้กรอบแนวคิดการออกแบบกระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์ และปัญหาที่เกิดขึ้นในภาคการเกษตรของกล้วยไม้ตัดดอกอย่างชัดเจน สามารถนำไปใช้ในวางแผน การดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาอุปสรรค คาดการณ์และเฝ้าระวัง แนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ทั้งสถานการณ์การผลิตกล้วยไม้ตัดดอกของโลกและประเทศไทย และของแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์

เรื่องที่ 4.3.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกของโลกและประเทศไทย

กล้วยไม้ตัดดอกสกุลหวายเป็นไม้ตัดดอกยอดนิยม เนื่องจากมีลักษณะดอกและสี สัน ลวดลายสวยงาม มีอายุการใช้งานได้นาน และเป็นที่ต้องการอย่างมากทั้งตลาดต่างประเทศ และในประเทศ ทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายร้อยล้านบาท จึงเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ ของไทย ในกรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกนั้น จึงมีความจำเป็นต้องเรียนรู้ แนวโน้มการผลิตและการตลาดต่างประเทศและในประเทศ โดยใช้การออกแบบกระบวนการ ในการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลตามทีออกแบบได้ข้อมูล ดังนี้

1. แนวโน้มการผลิตและการตลาดต่างประเทศ

แนวโน้มการผลิตและการตลาดต่างประเทศของกล้วยไม้ตัดดอก ประเทศผู้ผลิตกล้วยไม้ ตัดดอกที่สำคัญของโลกในปี 2565 ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ ไทย ไต้หวัน สิงคโปร์ เวียดนาม และนิวซีแลนด์ ความต้องการของตลาดต่างประเทศหลัก คือ ประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน และตลาดใหม่ในภูมิภาค อาเซียน ได้แก่ เวียดนาม สิงคโปร์ เมียนมาร์ และฟิลิปปินส์ ด้านการตลาดต่างประเทศ ประกอบด้วย การส่งออกและการนำเข้าของกล้วยไม้ตัดดอก ดังนี้

1.1 การส่งออก

การส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกในปี 2566 พบว่า ประเทศไทยส่งออกกล้วยไม้ตัดดอก จำนวน 17,992 ตัน มูลค่า 2,116 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากในช่วงเดียวกันของปี 2565 คือ 17,096 ตัน มูลค่า 2,070 ล้านบาท โดยพบว่าปริมาณส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.25 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.24 ตามลำดับ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) โดยมีราคาขายที่เกษตรกรขายได้ ดังนี้

1.1.1 กล้วยไม้ก้านช่อดอกยาวขนาด 55 - 64 เซนติเมตร ราคาไม้แนวโน้มลดลงร้อยละ 0.99 โดยปี 2566 ขายได้เฉลี่ยช่อละ 3.99 บาท ลดลงจากปี 2565 ที่เกษตรกรขายได้ ช่อละ 4.03 บาท

1.1.2 กล้วยไม้ก้านช่อดอกยาวขนาด 45 - 54 เซนติเมตร ราคาไม้แนวโน้มเพิ่มขึ้น ร้อยละ 2.26 โดยปี 2566 ขายได้เฉลี่ยช่อละ 3.17 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่เกษตรกรขายได้ช่อละ 3.10 บาท

1.2.3 กล้วยไม้ก้านช่อดอกยาวขนาด 35 - 45 เซนติเมตร ราคาไม้แนวโน้มเพิ่มขึ้น ร้อยละ 19.39 โดยปี 2566 ขายได้เฉลี่ยช่อละ 2.34 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่เกษตรกรขายได้ช่อ ละ 1.96 บาท

1.2 การนำเข้า

การนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกในปี 2566 พบว่า ประเทศไทยนำเข้ากล้วยไม้ตัดดอกจำนวน 12.71 ตัน มูลค่า 12.87 ล้านบาท เปรียบเทียบกับในช่วงเดียวกันของปี 2565 คือ 38.98 ตัน มูลค่า 12.17 ล้านบาท โดยพบว่า ปริมาณนำเข้าลดลงร้อยละ 67.40 และมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.83 ตามลำดับ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566)

คาดว่าสถานการณ์การส่งออกของกล้วยไม้ตัดดอกในปี 2567 มีแนวโน้มปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากการคลี่คลายของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 และภาวะเศรษฐกิจค่อย ๆ ปรับฟื้นตัวขึ้น ประกอบกับกล้วยไม้ตัดดอกเป็นดอกไม้ที่ทั่วโลกมีความต้องการ โดยเฉพาะลูกค้ากลุ่มโรงแรมและร้านอาหาร ตกแต่งสถานที่ รวมไปถึงงานพิธีต่าง ๆ

2. แนวโน้มการผลิตและการตลาดภายในประเทศ

การผลิตภายในประเทศของกล้วยไม้ตัดดอกในปี 2566 เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทยมีจำนวน 1,476 ราย ลดลงจากปี 2565 อยู่ที่ 1,508 ราย ลดลงร้อยละ 2.12 โดยมีแหล่งปลูกที่สำคัญ 5 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร ราชบุรี กรุงเทพมหานคร และจังหวัดกาญจนบุรี พื้นที่เก็บเกี่ยวกล้วยไม้ตัดดอกของประเทศไทยอยู่ที่ 17,183 ไร่ ลดลงจากปี 2565 อยู่ที่ 17,981 ไร่ ลดลงร้อยละ 4.44 ผลผลิตรวม 35,372 ตัน ลดลงจากปี 2565 ซึ่งอยู่ที่ 35,513 ตัน ลดลงร้อยละ 0.40 และผลผลิตเฉลี่ย (กิโลกรัมต่อไร่) อยู่ที่ 2,059 กิโลกรัมต่อไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2565 อยู่ที่ 1,975 กิโลกรัมต่อไร่ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.25 (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2566) ทั้งนี้ ผลผลิตและพื้นที่ลดลงเป็นผลมาจากในช่วงสถานการณ์โควิดที่ผ่านมา เศรษฐกิจในด้านการส่งออกชะลอตัว ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น เกษตรกรรายย่อยหลายรายมีการลดพื้นที่ปลูกเนื่องจากประสบปัญหาน้ำแล้งและสภาพอากาศที่แปรปรวน ส่งผลให้ผลผลิตต่อไร่ลดลง เกษตรกรแบกรับต้นทุนไม่ไหว จึงเลิกกิจการและบางกิจการมีการซื้อสวนปลูกใหม่ ประกอบกับปัญหาสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวนและไม่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของกล้วยไม้ ส่งผลให้ผลผลิตลดลงเช่นกัน

การตลาดกล้วยไม้ตัดดอกในประเทศ ปี 2566 พบว่า ปริมาณการบริโภคภายในประเทศ อยู่ที่ 14,631 ตัน ลดลงร้อยละ 1.86 จากปี 2565 ที่ 14,909 ตัน ซึ่งความต้องการใช้ภายในประเทศมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 ของผลผลิตทั้งหมด สาเหตุความต้องการใช้ภายในประเทศลดลงเนื่องจากการมี การนำเข้าดอกไม้จากต่างประเทศจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีราคาถูก อีกทั้ง ผู้บริโภคหันไปซื้อดอกไม้ประดิษฐ์ทดแทน เนื่องจากมีอายุการใช้งานนาน และมีราคาถูกกว่าดอกไม้สด แนวโน้มการตลาดภายในประเทศของกล้วยไม้ตัดดอก คาดว่าความต้องการใช้กล้วยไม้ตัดดอกในประเทศจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากภาวะเศรษฐกิจที่ค่อย ๆ ฟื้นตัวจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจต่าง ๆ รวมทั้ง ผู้ประกอบการมีการพัฒนาและเชื่อมโยงตลาดการขนส่งไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ และพยายามสร้างอัตลักษณ์กล้วยไม้เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้กล้วยไม้ในประเทศเพิ่มขึ้น

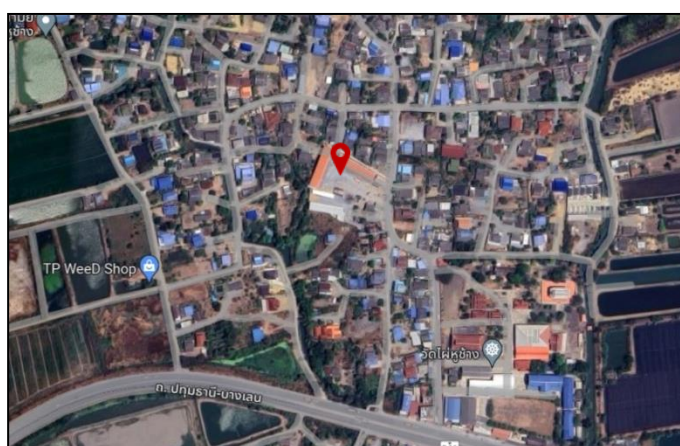
ระบบการตลาดสินค้าเกษตรมีความสำคัญต่อประเทศ เพราะระบบการตลาดสินค้าเกษตรที่ดีช่วยลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ภาคการเกษตรกับนอกภาคการเกษตร เพิ่มความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศให้มากขึ้น และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการทั้งการค้าในประเทศและการส่งออก

เรื่องที่ 4.3.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกของแปลงใหญ่หมื่นล้าน ออร์คิดส์ ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิตามทีออกแบได้ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์

แปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2560 รหัสแปลงคือ 755 โดยนายสมชาย เลิศรุ่งวิทย์ชัย เป็นประธานแปลงใหญ่ มีจำนวนสมาชิก 28 ราย จำนวนพื้นที่ 984 ไร่ สถานที่ตั้งแปลง ณ หมู่ที่ 7 ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลผลิตของแปลงใหญ่เป็นกล้วยไม้ตัดดอกสกุลหวาย สีม่วงแดง (Dendrobium hybrid) และกระบวนการผลิตของสมาชิกทุกราย ผ่านการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) สำหรับการผลิตกล้วยไม้ มีการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันเรื่องการรับรอง GAP เทคนิคการผลิต โดยเฉพาะการผสมปุ๋ยกล้วยไม้ และรวมกันซื้อปุ๋ย สินค้าส่วนใหญ่ขายในลักษณะกล้วยไม้ตัดดอกส่งออก ตลาดส่งออกหลัก คือ ประเทศจีน บางส่วนขายในประเทศ ปัญหาอุปสรรคในการผลิตกล้วยไม้ ได้แก่ ราคาปัจจัยการผลิตปรับตัวสูงขึ้นทำให้ต้นทุนการผลิตสูง สภาพอากาศที่ผันผวน ส่งผลต่อคุณภาพกล้วยไม้ สภาพคล่องทางการเงิน ค่าแรงงานเพิ่มขึ้น และต้องพึ่งพาแรงงานข้ามชาติ



ภาพที่ 4.9 แผนที่แปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (พิกัด X : 615654 Y : 1553159)

2. โครงสร้างคณะกรรมการแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์

โครงสร้างคณะกรรมการบริหารจัดการแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ ประกอบด้วย

1.1 นายสมชาย เลิศรุ่งวิทย์ชัย	ตำแหน่ง	ประธาน
1.2 นายอภิเชษฐ์ ชำนาญเศรษฐกุล	ตำแหน่ง	รองประธาน
1.3 นายณรงค์ วรรณวัฒน์	ตำแหน่ง	ผู้จัดการแปลง
1.4 นางสาววรรณิ พุ่มกุมาร	ตำแหน่ง	เหรัญญิก
1.5 นางสาวอำพร กมลสัลย์	ตำแหน่ง	เลขานุการ
1.6 นายบุญชัย กมลสัลย์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.7 นายลิมปภาส กมลสัลย์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.8 นายบุญเลิศ กมลสัลย์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.9 นายบุญสม กมลสัลย์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.10 นายบุญศรี กมลสัลย์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.11 นายบุญส่ง พุ่มกุมาร	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.12 นายวิเชียร ทองพุ่ม	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.13 นายเชิดชัย จงอรุณงามแสง	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.14 นายอเนก ครุฑใจกล้า	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.15 นายสุภิสสิทธิ์ ว่องวนิชพันธ์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.16 นายชาติชาย เกศกนกกรกิจ	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.17 นายการบูร ศิริจันทร์ราชวงศ์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.18 นายบุญเกื้อ ทรัพย์ดำรง	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.19 นายพงศ์ธร บุรณะเจตน์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.20 นายเอกลักษณ์ เฉยฉิน	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.21 นายสุรินทร์ กมลสัลย์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.22 นายสุทัศน์กิจ สายธนาภัทร์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.23 นายจิรภัฏธ์ กำไรเจริญสุข	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.24 นายพิพิธชัย เต็มกลสีพาณิชย์	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.25 นายศิวกร เลิศรุ่งวิทย์ชัย	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.26 นางสาวอัญชลี เลิศรุ่งวิทย์ชัย	ตำแหน่ง	กรรมการ
1.27 นางสาวนงนุช สังข์เกิด	ตำแหน่ง	ประชาสัมพันธ์
1.28 นายอภิรักษ์ บุรณะเจตน์	ตำแหน่ง	ที่ปรึกษา

3. การบริหารจัดการแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์

การบริหารจัดการแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ มีความโดดเด่น ดังต่อไปนี้

3.1 การจัดการด้านตลาด เกษตรกรสามารถผลิตกล้วยไม้ให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในตลาดต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน และตลาดในประเทศ เช่น ปากคลองตลาด

3.2 เทคโนโลยีและนวัตกรรม แปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

3.2.1 เทคโนโลยีระบบปุ๋ยและน้ำ

มีการบริหารจัดการเรื่องปุ๋ยและน้ำ โดยการปรับ pH ให้มีค่าประมาณ 6 ก่อนใช้ในการรดน้ำกล้วยไม้ มีส่วนช่วยในการประหยัดสารเคมีได้ค่อนข้างสูง

3.2.2 บล็อกซีเมนต์

การผลิตกล้วยไม้โดยใช้กาบมะพร้าวเป็นวัสดุหลักทำให้ราคาสูง ควบคุมความชื้นได้ยาก เกษตรกรจึงทำการศึกษาทดลองโดยใช้บล็อกซีเมนต์เป็นวัสดุทดแทน พบว่าการใช้บล็อกซีเมนต์สามารถลดต้นทุนได้ เนื่องจากเป็นวัสดุที่แข็งแรงทนทาน ไม่ยุ่ยสลาย สามารถใช้ได้นานถึง 4 ปี โดยไม่ต้องเปลี่ยนวัสดุใหม่ ทั้งนี้ การใช้บล็อกซีเมนต์ยังทำให้วัชพืชขึ้นในปริมาณที่น้อยมาก และลดปัญหาเรื่องการเกิดเชื้อรา แมลงศัตรูพืชลดลงอย่างมาก มีส่วนช่วยให้กล้วยไม้แตกหน่อใหม่จำนวนมาก ทำให้ช่วยลดต้นทุนการผลิต

3.3 การบริหารจัดการกลุ่มด้วยระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่

3.3.1 จัดสรรปัจจัยการผลิตให้กับสมาชิกในกลุ่ม

3.3.2 ประชุมและวางแผนการผลิตร่วมกัน

3.3.3 สนับสนุนให้สมาชิกพัฒนาผลผลิตให้ได้มาตรฐาน

3.3.4 ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิต

3.3.5 ขยายเป็นศูนย์การเรียนรู้ “แปลงเรียนรู้การผลิตกล้วยไม้ให้ได้คุณภาพเพื่อการส่งออก” ให้แก่สมาชิก รวมถึงเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ ทั้งในและนอกพื้นที่ เป็นส่วนที่ช่วยส่งเสริมในการผลิตกล้วยไม้คุณภาพเพื่อตอบสนองตลาดกล้วยไม้ตัดดอก

3.3.6 ร่วมจัดเวทีชุมชนกับสำนักงานเกษตรอำเภอบางเลน ประเด็นการลดต้นทุนการผลิตและการทำให้ผลผลิตมีคุณภาพที่ดีขึ้น แบ่งปันความรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิก และได้รับการถ่ายทอดความรู้จากวิทยากร และเจ้าหน้าที่ของรัฐ

4. ผลการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาแปลงใหญ่ 5 ด้าน

ผลการดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาแปลงใหญ่ 5 ด้าน ประกอบด้วย การลดต้นทุนการผลิต การเพิ่มผลผลิต การพัฒนาคุณภาพผลผลิต การบริหารจัดการ และการเพิ่มช่องทางการตลาด ดังนี้

4.1 การลดต้นทุนการผลิต การใช้บล็อกซีเมนต์เข้ามาช่วยเป็นวัสดุในการผลิตกล้วยไม้ ต้นทุนต่ำ ใช้ได้นาน และรักษาความชื้นได้ดี สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ร้อยละ 10

4.2 การเพิ่มผลผลิต การใช้บล็อกซีเมนต์เข้ามาช่วยให้วัชพืชขึ้นในปริมาณที่น้อยมาก และลดปัญหาเรื่องการเกิดเชื้อรา แมลงศัตรูพืชลดลงอย่างมาก มีส่วนช่วยให้กล้วยไม้แตกหน่อใหม่จำนวนมาก สามารถเพิ่มผลผลิตได้ร้อยละ 10

4.3 การพัฒนาคุณภาพผลผลิต การพัฒนาคุณภาพผลผลิตกล้วยไม้ โดยผลักดันให้สมาชิกกลุ่มได้ใบรับรองมาตรฐาน GAP

4.4 การบริหารจัดการ มีการประชุมสมาชิกทุกปี ปีละ 1 - 2 ครั้ง สมาชิกกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเพื่อพัฒนาคุณภาพผลผลิตกล้วยไม้ให้ได้มาตรฐาน และวางแผนการปลูกร่วมกัน

4.5 การเพิ่มช่องทางการตลาด รักษาฐานลูกค้าเดิมโดยการผลิตกล้วยไม้ตัดดอกให้ได้มาตรฐาน ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ เพิ่มช่องทางการตลาดโดยการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์

เรื่องที่ 4.3.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ และผลการวิเคราะห์

เทคนิคหรือเครื่องมือที่ช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการเกษตร กรณีศึกษา กล้วยไม้ตัดดอก ได้แก่ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) วิธีการตลาด (Marketing Channel) และส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix: 4Ps และ 7Ps) ซึ่งจากการเก็บข้อมูลหัตถ์ภูมิได้นำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ มีผลดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของแปลงใหญ่ หนื่นล้านออร์คิดส์ ดังตารางที่ 4.20 และ 4.21 ดังนี้

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของแปลงใหญ่หนื่นล้านออร์คิดส์

สภาพแวดล้อมภายใน	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
S1. สภาพภูมิศาสตร์ สภาพภูมิอากาศ ที่ตั้ง เหมาะสม แหล่งน้ำเพียงพอ	W1. เกษตรกรสูงอายุ ไม่มีทายาทสืบทอดกิจการ ทำให้ขาดแคลนแรงงานในครัวเรือน
S2. สมาชิกกลุ่มมีที่ดินเป็นของตนเอง	W2. ไม่มีการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า
S3. เกษตรกรมีศักยภาพสูง มีประสบการณ์สูง มีองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะ และความเชี่ยวชาญด้านการผลิตกล้วยไม้ตัดดอก	W3. ใช้สารชีวภัณฑ์น้อย ใช้สารเคมีสูงที่อาจมีผลต่อสุขภาพของเกษตรกร
S4. ผู้นำกลุ่มมีความสามารถ มีความเข้มแข็ง	W4. ไม่มีการใช้เทคโนโลยีการเก็บเกี่ยว เครื่องจักรกล เทคนิคสมัยใหม่
S5. มีการรวมตัวกันในลักษณะวิสาหกิจชุมชน และการส่งเสริมแปลงใหญ่	W5. ไม่มีการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่เพื่อจดสิทธิบัตร สำหรับจำหน่ายสายพันธุ์กล้วยไม้
S6. กระบวนการผลิตของเกษตรกรทุกราย ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP	W6. ไม่มีประกันภัยพืชผล
S7. มีนวัตกรรมช่วยในการผลิต เช่น การใช้วัสดุปลูก บล็อกซีเมนต์ และการปรับ pH น้ำก่อนรดน้ำกล้วยไม้	W7. ระบบเครดิต มีความเสี่ยงชำระเงินไม่ตรงตามกำหนด/ไม่ครบถ้วน เกษตรกรมีความเสี่ยงถูกโกง

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์

สภาพแวดล้อมภายนอก	
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
O1. มีตลาดกล้วยไม้รองรับแน่นอน สินค้า Luxury เป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง O2. ตลาดมีความต้องการกล้วยไม้แปรรูปเพิ่มมูลค่า เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น บริโภคเป็นอาหารและชา กล้วยไม้ด้วยเทคโนโลยี nanobubbles water และเครื่องสำอาง O3. ใช้พลังงานทางเลือก เพื่อลดต้นทุน O4. นโยบายภาครัฐในการให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ มีแหล่งทุนเพื่อการพัฒนาการผลิตและขยายธุรกิจ O5. นโยบายภาครัฐส่งเสริมกล้วยไม้เป็นสินค้ามูลค่าสูง สินค้าอัตลักษณ์ O6. เมืองคึก/สมาคม/สหกรณ์/เครือข่ายภายนอก/สมาคมผู้ประกอบการส่งออกกล้วยไม้ไทย	T1. ภัยธรรมชาติ โรคแมลง โรคระบาดโควิด-19 และสงคราม T2. Climate Change ส่งผลให้ผลผลิตลดลง เนื่องจากสภาพอากาศที่ร้อนจัดหรือหนาวจัดมากเกินไป รวมทั้งเกิดภัยธรรมชาติทั้งฝนแล้งและน้ำท่วมที่จะเกิดถี่และรุนแรงขึ้น T3. มาตรการกีดกันทางการค้าสำหรับประเทศกำลังพัฒนาที่ยังไม่มีเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาดลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ T4. เกษตรกรต้องเผชิญสภาวะต้นทุนในการผลิตสูง และสินค้ามีราคาแพง T5. การกำหนดราคาเป็นไปตามกลไกการตลาด รวมทั้งปริมาณความต้องการ และผลผลิต

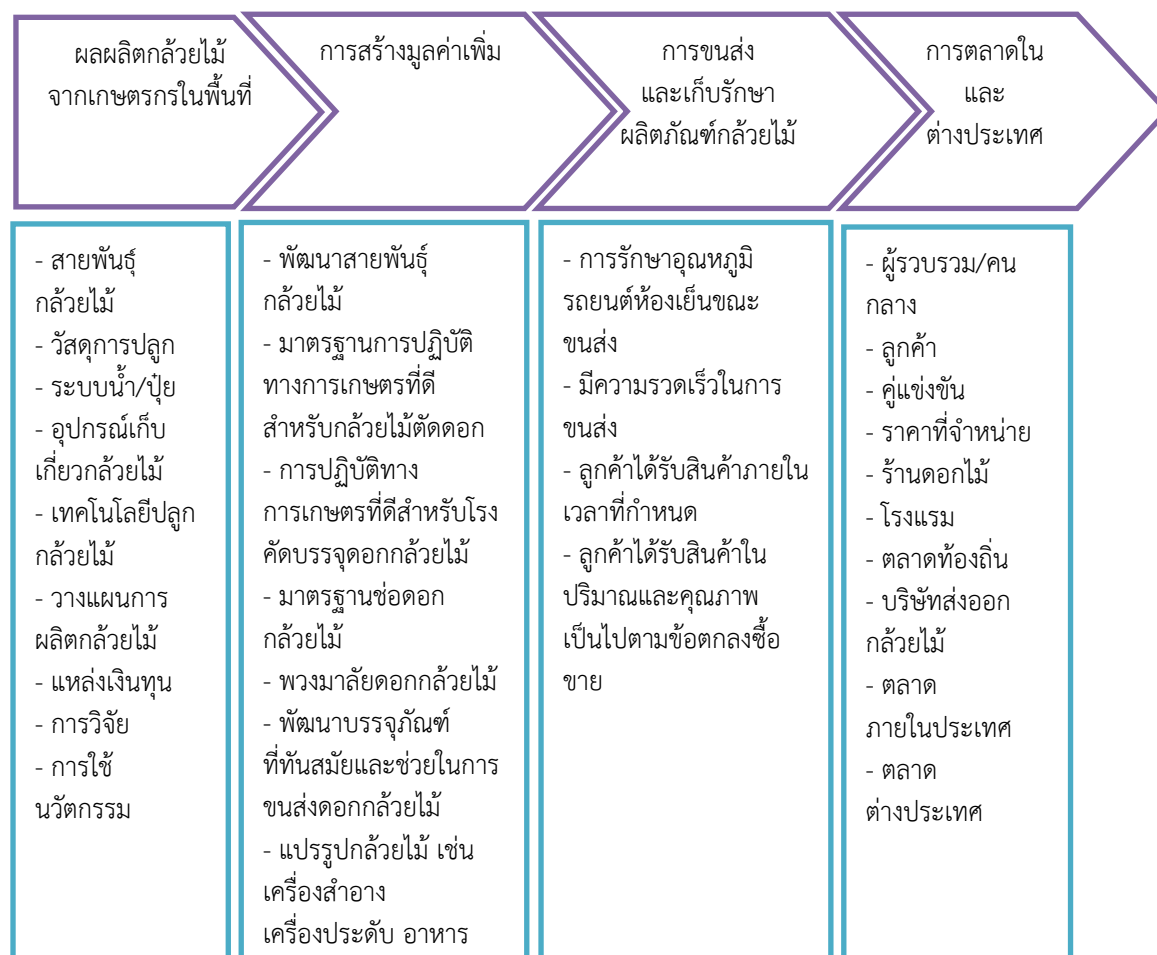
กล่าวโดยสรุป จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์พบว่า

1) สภาพแวดล้อมภายใน ด้านจุดแข็งที่สำคัญคือ ผู้นำกลุ่มมีความเข้มแข็ง สมาชิกมีความใฝ่รู้ ส่งผลให้กระบวนการผลิตของสมาชิกทุกรายได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP กลุ่มสามารถที่จะพัฒนาการบริหารจัดการให้เกิดความเข้มแข็งต่อไปได้ในอนาคต จุดอ่อนที่ต้องพัฒนา คือ สินค้ากล้วยไม้สามารถแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า เพิ่มช่องทางการจำหน่ายเข้าสู่ระบบออนไลน์ สร้างสโลแกนให้แบรนด์ อยู่ไกลแค่ไหนก็สั่งได้ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึง ช้อย่าย ขายเป็น ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

2) สภาพแวดล้อมภายนอกที่สำคัญคือ สินค้ากล้วยไม้เป็นที่ต้องการของตลาดกล้วยไม้ทั้งในและต่างประเทศ มีตลาดรองรับแน่นอน ด้านอุปสรรคมีไม่มากแต่เป็นสถานการณ์ที่คาดการณ์ไม่ได้ เช่น ภัยธรรมชาติ โรคแมลง และโรคระบาดที่อาจเกิดขึ้น ดังนั้นผู้นำและสมาชิกกลุ่มต้องมีการวางแผนการทำงานในด้านต่าง ๆ มีการป้องกันโรคแมลง ตรวจสอบความผิดปกติภายในฟาร์มกล้วยไม้ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้

2. วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)

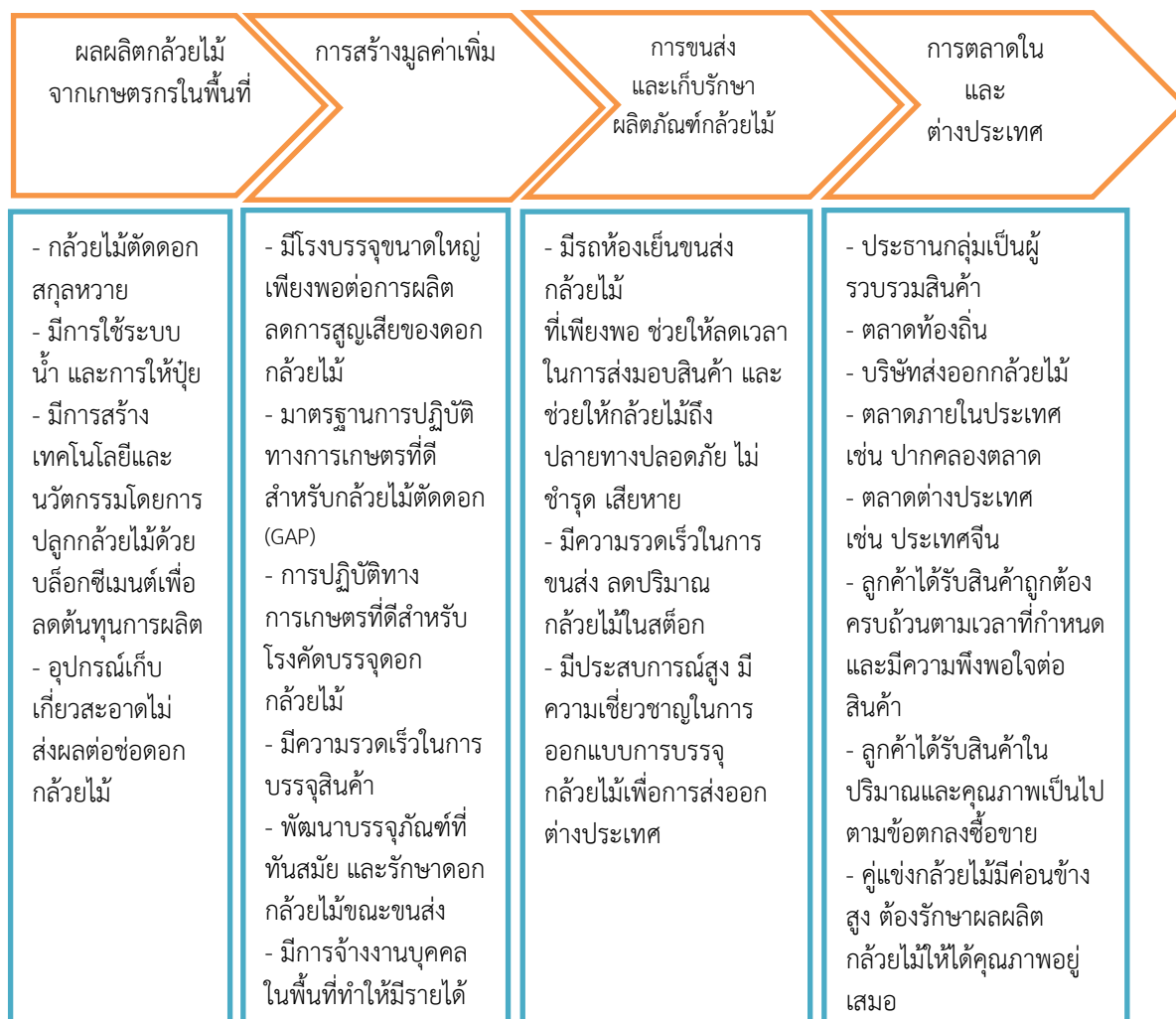
การจัดการโซ่อุปทานกล้วยไม้ตัดดอกของไทยที่มีประสิทธิภาพจะทำให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งผู้ส่งมอบและผู้รับมอบในขั้นตอนต่าง ๆ ไปจนถึงผู้บริโภคหรือผู้ใช้ประโยชน์คนสุดท้าย ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 การวิเคราะห์โซ่อุปทานกล้วยไม้ตัดดอกของไทย

ปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศที่เพาะปลูกและส่งออกกล้วยไม้เขตร้อนอันดับต้น ๆ ของโลก โดยเฉพาะกล้วยไม้ตัดดอกที่มีปริมาณการส่งออกมากที่สุดในโลก เมื่อพิจารณามูลค่าพบว่ามากเป็นอันดับสองของโลก รองจากประเทศเนเธอร์แลนด์ ดอกกล้วยไม้ที่ไทยส่งออกส่วนใหญ่เป็นสกุลหวาย สกุลมอคคารา และสกุลออนซิเดียม ดังนั้น เพื่อลดการนำเข้าดอกกล้วยไม้จากต่างประเทศ สามารถรักษาตลาดกล้วยไม้ของไทยไม่ให้สูญเสียแก่ประเทศคู่แข่ง รวมทั้งขยายการส่งออกดอกกล้วยไม้ให้มีศักยภาพ การส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร รักษาคุณภาพตลอดห่วงโซ่อุปทานกล้วยไม้ของประเทศไทยควรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนมีความยั่งยืนด้านอาชีพ สังคม และสิ่งแวดล้อม

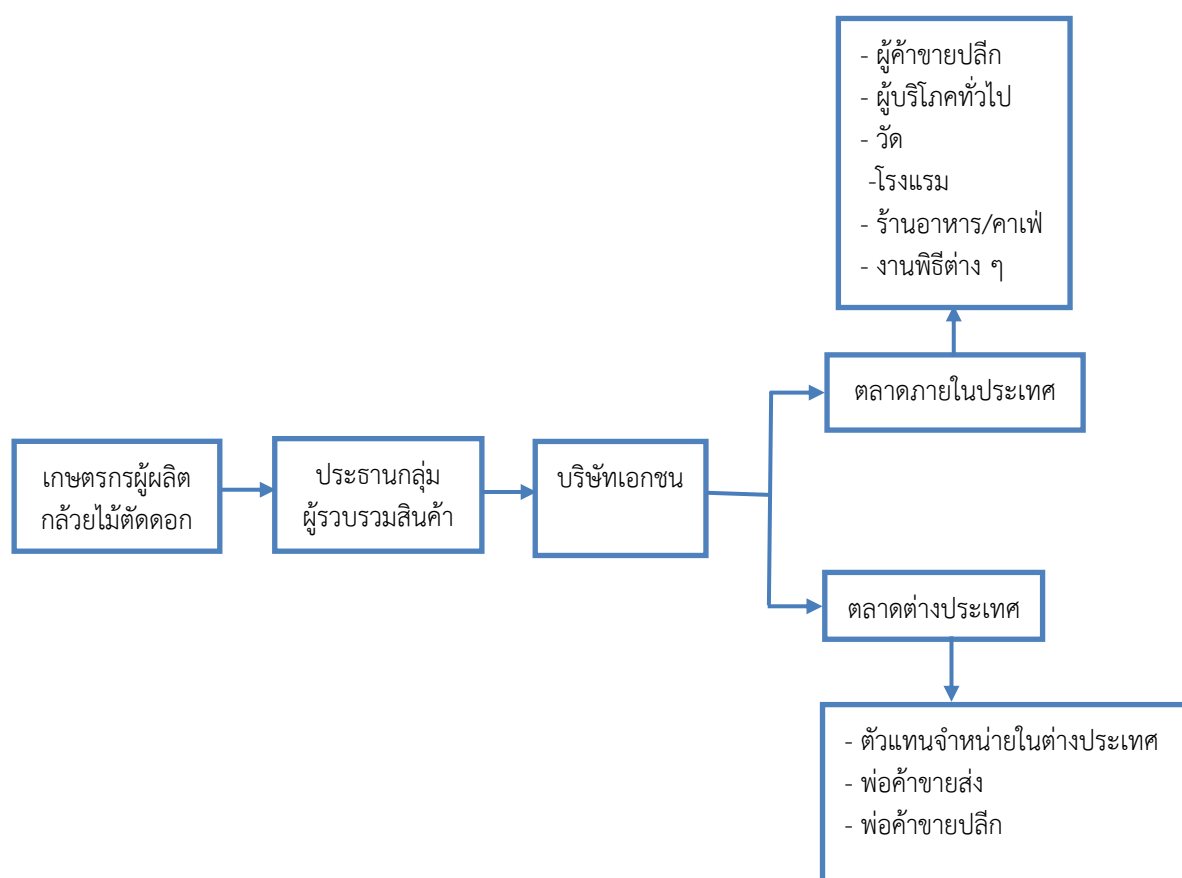
กลุ่มแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ ตำบลไผ่สูง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีการรวมตัวกันในลักษณะวิสาหกิจชุมชน ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 28 ราย และกระบวนการผลิตของสมาชิกทุกราย ผ่านการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) สำหรับการผลิตกล้วยไม้ มีการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือกันเรื่องการขอรับรอง GAP เทคนิคการผลิตโดยเฉพาะการผสมปุ๋ยกล้วยไม้ และรวมกันซื้อปุ๋ย สินค้าส่วนใหญ่ขายในลักษณะกล้วยไม้ตัดดอกส่งออก ตลาดส่งออกหลัก คือ ประเทศจีน บางส่วนขายในประเทศ



ภาพที่ 4.11 การวิเคราะห์โซ่อุปทานกล้วยไม้ตัดดอกกลุ่มแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์

3. วิธีการตลาด (Marketing Channel)

วิธีการตลาด (Marketing Channel) ของกล้วยไม้ตัดดอกแปลงใหญ่หมีน้านอร์คิสส์ กล้วยไม้ตัดดอกจากฟาร์มกล้วยไม้ตัดดอกของสมาชิกแต่ละคนซึ่งเป็นผู้ผลิต เคลื่อนย้ายมาสู่ประธานกลุ่มซึ่งเป็นผู้รวบรวมสินค้า เข้าสู่กระบวนการตัดแต่ง คัด บรรจุ จากนั้นจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทเอกชนที่รับซื้อสินค้า และสินค้าเข้าสู่ช่องทางการตลาดทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ จนถึงมือผู้บริโภคเป็นลำดับสุดท้าย ตามความต้องการที่ผู้บริโภคนำไปใช้ เช่น มาลัยไหว้พระ ตกแต่งสถานที่งานพิธีต่าง ๆ เป็น



ภาพที่ 4.12 วิธีการตลาดของกล้วยไม้ตัดดอกของแปลงใหญ่หมีน้านอร์คิสส์

4. Marketing Mix

ผลการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Marketing Mix หรือส่วนประสมการตลาด ดังตาราง 4.22

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ Marketing Mix : 4Ps และ 7Ps ของกล้วยไม้ตัดดอกแปลงใหญ่
หมื่นล้านออร์คิดส์

ส่วนประสมการตลาด Marketing Mix : 4Ps และ 7Ps	
1. การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (Product) - สินค้าของเราแก้ปัญหาอย่างไร - สินค้าของเราแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร - สินค้าของเรามีข้อได้เปรียบอะไรบ้าง	- กล้วยไม้ตัดดอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น ใช้ให้พระประดับตกแต่งสถานที่จัดงานพิธีต่าง ๆ งานอาหารและเครื่องดื่ม เป็นสินค้า Luxury ที่ขายดี - สินค้าผ่านกระบวนการผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP - การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับโรงคัดบรรจุดอกกล้วยไม้ ช่วยส่งเสริมให้สินค้าสามารถขายไปยังตลาดต่างประเทศได้ - ต้องทำสินค้าให้ดีกว่าคู่แข่ง พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยช่วยให้กล้วยไม้มีความปลอดภัย และมีอายุการใช้งานได้นานขึ้น
2. การวิเคราะห์ราคา (Price) - กลยุทธ์การตั้งราคา - ราคาของคู่แข่ง	- ระบบเครดิต มีความเสี่ยงชำระเงินไม่ตรงตามกำหนด/ ไม่ครบถ้วน เกษตรกรถูกโกง - ทางกลุ่มต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม สร้างกลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า ต้นทุนการผลิตของตนเอง - วิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของตลาด - ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อให้เกิดเทียบกับคู่แข่ง
3. การวิเคราะห์การส่งเสริมการขาย (Promotion) - การโฆษณา ช่องทางการสื่อสาร - สารที่ต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมาย - การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ - การขายโดยบุคคล การตลาดทางตรง	- กลุ่มมีการใช้การสื่อสารทางโทรศัพท์ Line และตัวบุคคล ซึ่งมีความสะดวก รวดเร็ว ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย - ทางกลุ่มต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม สร้างกลยุทธ์การสื่อสาร เช่น ทำเพจ สร้างการรับรู้ ทำสื่อโฆษณาสินค้าให้น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง

ส่วนประสมการตลาด Marketing Mix : 4Ps และ 7Ps	
4. วิเคราะห์ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) - ช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านตลาดออฟไลน์ ตลาดออนไลน์ ลูกค้าจะเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างไร - ช่องทางในการซื้อสินค้าและบริการ - ขายตรงหรือตัวแทนจำหน่าย - การขนส่ง	- จำหน่ายผ่านตลาดออฟไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ - มีบริษัทเอกชนรับซื้อสินค้า - ออกงานกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อแสดงสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นเพื่อขยายฐานลูกค้าและร่วมกิจกรรมเจรจาธุรกิจ - เพิ่มช่องทางการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ลูกค้าจะได้เข้าถึงสินค้าและบริการที่ดี
5. วิเคราะห์คนให้บริการนั้นได้ (People) - การพัฒนาบุคคล - การฝึกอบรม - การให้บริการ - การโต้ตอบลูกค้า	- มีการประชุมสมาชิกทุกปี ปีละ 1-2 ครั้ง โดยสมาชิกกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เพื่อพัฒนาคุณภาพผลผลิตกล้วยไม้ให้ได้มาตรฐานและวางแผนการผลิตร่วมกัน - แบ่งปันความรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิก และได้รับการถ่ายทอดความรู้จากวิทยากร และเจ้าหน้าที่ของรัฐ - มีการบริการที่ดี
6. วิเคราะห์กระบวนการบริการ (Process) - ขั้นตอนการให้บริการอย่างไร - การควบคุม - การรักษามาตรฐานการให้บริการ - การตรวจสอบการให้บริการ	- มีขั้นตอนการบริการโดยผ่านประธานกลุ่มเป็นหลัก - มีการรักษามาตรฐานการให้บริการที่ดี - ทางกลุ่มควรเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าประเมินหลังการจำหน่าย เพื่อนำมาพัฒนาในส่วนของการบริการต่อไป
7. วิเคราะห์ลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) - พื้นที่ของการบริการ - บรรยากาศ - ผังพื้นที่จุดบริการ - การให้บริการ - การโต้ตอบลูกค้า	- มีพื้นที่แบ่งเป็นสัดส่วนในกระบวนการขนส่งสินค้าที่เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า - มีพื้นที่กว้าง มีจุดจอดรถที่เพียงพอ

กล่าวโดยสรุป จากการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด Marketing Mix : 4Ps และ 7Ps ของกล้วยไม้ตัดดอกแปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ ด้านบุคคล (People) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) กลุ่มสามารถดำเนินการได้ดีมาก โดยด้านบุคคลมีการประชุมสมาชิกทุกปี ปีละ 1-2 ครั้ง สมาชิกกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เพื่อพัฒนาคุณภาพผลผลิตกล้วยไม้ให้ได้มาตรฐาน และวางแผนการผลิตร่วมกัน แบ่งปันความรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิก และได้รับการถ่ายทอดความรู้จากวิทยากร และเจ้าหน้าที่ของรัฐ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) สถานที่บริการ พื้นที่แบ่งเป็นสัดส่วนในกระบวนการขนส่งสินค้าที่เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า มีพื้นที่กว้าง มีจุดจอดรถที่เพียงพอ ส่วนทางด้านอื่น ๆ กลุ่มมีความจำเป็นต้องพัฒนาดังต่อไปนี้ ผลิตภัณฑ์ (Product) ต้องทำสินค้าให้ดีกว่าคู่แข่ง พัฒนา Packaging ให้มีความทันสมัย ราคา (Price) ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อตั้งราคาให้ทัดเทียมกับคู่แข่ง การส่งเสริมการขาย (Promotion) ทางกลุ่มต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม สร้างกลยุทธ์การสื่อสาร เช่น ทำเพจ สร้างการรับรู้ ทำโฆษณาสินค้าให้น่าสนใจ และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เพิ่มช่องทางการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ ลูกค้าจะได้เข้าถึงสินค้าและบริการที่ดี กระบวนการบริการ (Process) ทางกลุ่มควรเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าประเมินหลังการจำหน่ายเพื่อนำมาพัฒนาในส่วนของการบริการต่อไป

เรื่องที่ 4.3.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอก

สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกสรุปได้ใน 2 ประเด็น ดังนี้

1. สถานการณ์กล้วยไม้ตัดดอกของโลก พบว่าประเทศไทยมีปริมาณส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.25 มูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.24 และมีปริมาณนำเข้าลดลงร้อยละ 67.40 เนื่องจากช่วงเวลาที่ผ่านมามา สถานการณ์โลกและประเทศไทยต้องเผชิญกับสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ลดน้อยลงอย่างมาก ส่งผลให้การใช้กล้วยไม้ตัดดอกมีปริมาณน้อย โดยคาดการณ์ว่าสถานการณ์การส่งออกกล้วยไม้ตัดดอกของไทยในปี 2567 มีแนวโน้มปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น เนื่องจากการคลี่คลายของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมามา และสภาวะเศรษฐกิจค่อย ๆ ปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับกล้วยไม้ตัดดอกเป็นดอกไม้ที่ทั่วโลกมีความต้องการ โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าโรงแรม ร้านอาหาร ตกแต่งสถานที่งานพิธีต่าง ๆ สำหรับการผลิตในประเทศไทย เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ตัดดอกลดลงร้อยละ 2.12 โดยมีแหล่งปลูกที่สำคัญ 5 อันดับแรก ได้แก่ จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร ราชบุรี กรุงเทพมหานคร และจังหวัดกาญจนบุรี และมีพื้นที่เก็บเกี่ยวกล้วยไม้ตัดดอกลดลงร้อยละ 4.44 ทั้งนี้ ผลผลิตและพื้นที่ลดลงเป็นผลมาจากในช่วงสถานการณ์โควิดที่ผ่านมา เศรษฐกิจในด้านการส่งออกชะลอตัว ส่งผลให้เกษตรกรแบกรับต้นทุนไม่ไหว จึงเลิกกิจการ บางกิจการมีการรื้อสวนปลูกใหม่ ทำให้พื้นที่และผลผลิตลดลง ประกอบกับปัญหาสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวนและไม่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของกล้วยไม้ จึงส่งผลให้ผลผลิตลดลง รวมทั้งการตลาดกล้วยไม้ตัดดอกในประเทศ มีปริมาณการบริโภคลดลงร้อยละ 1.86 ซึ่งสาเหตุความต้องการใช้ในประเทศลดลงเนื่องมาจากการนำเข้ากล้วยไม้จากต่างประเทศจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีราคาถูก อีกทั้งผู้บริโภคหันไปนิยมดอกไม้ประดิษฐ์ แทนดอกไม้จากธรรมชาติ เนื่องจากมีอายุการใช้งานนาน ราคาถูกกว่าดอกไม้สด แต่อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการตลาดภายในประเทศของกล้วยไม้ตัดดอกคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องมาจากสภาวะ

เศรษฐกิจที่ค่อย ๆ พื้นตัวจากมาตรการการกระตุ้นทางเศรษฐกิจต่าง ๆ รวมทั้งผู้ประกอบการมีการพัฒนา และเชื่อมโยงตลาดขนส่งไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ประกอบกับรัฐบาลผลักดันกล้วยไม้เป็นพืชมูลค่าสูง สร้างอัตลักษณ์กล้วยไม้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้ในประเทศเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ระบบการตลาดสินค้าเกษตรจึงมีความสำคัญต่อประเทศ เพราะระบบการตลาดที่ดีจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ภาคการเกษตรกับนอกภาคการเกษตร เพิ่มความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศให้มากขึ้น และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ทั้งการค้าในประเทศและการส่งออกต่างประเทศ

2. แปลงใหญ่หมื่นล้านออร์คิดส์ ตั้งอยู่ ณ หมู่ที่ 7 ตำบลไผ่หูช้าง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลผลิตของแปลงใหญ่เป็นกล้วยไม้ตัดดอกสกุลหวาย ซึ่งจังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีแหล่งเพาะปลูกกล้วยไม้ตัดดอกที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากมีสภาพภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศที่เหมาะสม และยังมีแหล่งน้ำที่เพียงพอ สมาชิกในกลุ่มแปลงใหญ่เป็นเกษตรกรที่มีศักยภาพสูง มีประสบการณ์ ภูมิปัญญา ทักษะ และความเชี่ยวชาญด้านการผลิตกล้วยไม้ตัดดอก ช่วยเหลือกันจนกระบวนการผลิตของสมาชิกทุกรายผ่านการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) พร้อมทั้งมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปโดยคิดค้นนวัตกรรมช่วยในการผลิต เช่น การใช้วัสดุปลูกบล็อกซีเมนต์ การปรับ pH น้ำด้วยสารเคมีก่อนใช้รดน้ำกล้วยไม้ รวมทั้งยังมีประธานกลุ่มที่มีความเข้มแข็งสามารถรวบรวมสินค้าจากสมาชิกเข้าสู่วิถีการตลาด (Marketing Channel) ผ่านกระบวนการตัดแต่ง คัด บรรจุ เป็นผู้รวบรวมสินค้าเพื่อจำหน่ายให้กับบริษัทเอกชนที่รับซื้อสินค้า นำสินค้าเข้าสู่ช่องทางการตลาด ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการที่ประธานกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มร่วมมือกันพัฒนาดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น ส่งผลให้สินค้ากล้วยไม้ตัดดอกที่ได้มีคุณภาพและมาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ สามารถรักษฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศไว้ได้ แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มยังคงต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาให้ดีขึ้น โดยในด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรพัฒนาสินค้าให้ดีกว่าคู่แข่ง เริ่มตั้งแต่การปรับปรุงพันธุ์กล้วยไม้เพื่อสร้างสีสันของดอกกล้วยไม้ให้มีความแตกต่างจากแหล่งผลิตอื่น ต่อยอดการแปรรูปกล้วยไม้เป็นอาหาร ชากกล้วยไม้ เครื่องสำอาง เครื่องประดับต่าง ๆ พัฒนาด้วยเทคโนโลยี nanobubbles water หรือเทคโนโลยีฟองอากาศที่มีขนาดเล็กระดับไมโครและนาโน มาใช้ยืดอายุและรักษาคุณภาพให้กับผลิตภัณฑ์กล้วยไม้ตัดดอกเพื่อการส่งออก เพื่อตอบสนองนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมกล้วยไม้เป็นสินค้ามูลค่าสูง รวมไปถึงการพัฒนาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยสามารถช่วยในการขนส่งกล้วยไม้ไม่ให้เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่ง รักษาคุณภาพกล้วยไม้ไว้ได้ตลอดทาง และจากการวิเคราะห์กลุ่มแปลงใหญ่ยังพบว่ากลุ่มควรต้องใช้กลยุทธ์การตั้งราคา (Price) ให้ทัดเทียมกับคู่แข่ง รวมทั้งด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยสร้างกลยุทธ์การสื่อสาร เช่น ทำเพจ สร้างการรับรู้ ทำโฆษณาสินค้าให้น่าสนใจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ควรเพิ่มช่องทางการขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการที่ดี และด้านกระบวนการบริการ (Process) ควรเพิ่มช่องทางให้ลูกค้าประเมินหลังการจำหน่ายเพื่อนำมาพัฒนาในส่วนของการบริการต่อไป

ตอนที่ 4.4 กรณีศึกษาการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว

การวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว เป็นความจำเป็นที่จะต้องศึกษาเรียนรู้ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยการผลิต การบริโภค และการค้าอย่างต่อเนื่อง โดยการเรียนรู้จากกรณีตัวอย่างที่ประสบผลสำเร็จ และนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานส่งเสริมการเกษตรให้เกิดผลเป็นรูปธรรม ซึ่งเนื้อหาสาระประกอบด้วย การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว สถานการณ์ข้าว สถานการณ์แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี วิธีการ เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ และผลการวิเคราะห์ และสรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว

เรื่องที่ 4.4.1 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว

การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว เป็นกระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว ประกอบด้วยขั้นตอน การกำหนดเป้าประสงค์ วัตถุประสงค์ การเลือกเครื่องมือ วิธีการ ในการรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ ตามความเหมาะสมกับข้อมูล เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิด ในการดำเนินงานต่อไป

ตารางที่ 4.23 การออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว

เป้าประสงค์	วัตถุประสงค์	ข้อมูล	แหล่งข้อมูล	วิธีการ	เครื่องมือ	เทคนิค
ยกระดับรายได้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เพิ่มขึ้น 3 เท่า ภายใน 4 ปี	1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ข้าวของโลกและประเทศไทย	1. สถานการณ์การผลิตข้าว 2. สถานการณ์การตลาดข้าว	ข้อมูลทุติยภูมิ : เป็นข้อมูลที่รวบรวมโดยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร	สืบค้น	เว็บไซต์สำนักงานเศรษฐกิจ	SWOT Analysis
	2.เพื่อศึกษาสถานการณ์ข้าวของแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดเดิมบาง นางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี	1. แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดเดิมบาง นางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี 2. ข้อมูลภูมิอากาศและสภาพอากาศ 3. ข้อมูลทรัพยากร	ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ: กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดเดิมบาง นางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี และสำนักงานเกษตรจังหวัด	1. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสนทนา 2.เอกสารกลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง	1. แบบสัมภาษณ์ 2. ตรวจสอบเอกสาร 1. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสนทนา	1. SWOT Analysis 2. 7Ps 3. Balance scorecard

เป้าประสงค์	วัตถุประสงค์	ข้อมูล	แหล่งข้อมูล	วิธีการ	เครื่องมือ	เทคนิค
		ธรรมชาติ 4. ข้อมูล เกี่ยวกับการ วิจัยและ พัฒนากลุ่ม	สุพรรณบุรี	บางนาง บวช จังหวัด สุพรรณบุรี		

จากการออกแบบในการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว กำหนดเป้าประสงค์ เพื่อยกระดับรายได้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวให้เพิ่มขึ้น 3 เท่า ภายใน 4 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ ศึกษาสถานการณ์ข้าวของโลก ประเทศไทย และสถานการณ์แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี การวิเคราะห์สถานการณ์ที่ใช้ข้อมูลด้านการผลิตข้าว การตลาดข้าว กลุ่มแปลงใหญ่ฯ ภูมิอากาศ สภาพอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ การวิจัยและพัฒนากลุ่ม โดยเลือกใช้วิธีการและเครื่องมือ ได้แก่ สืบค้นเว็บไซต์สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร แบบสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสนทนา เอกสารกลุ่มแปลงใหญ่ฯ นำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis , 7Ps และ Balance scorecard เพื่อใช้เป็นการรอบต่อการวิเคราะห์ข้าวของโลกและประเทศไทย และแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี

เรื่องที่ 4.4.2 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์ข้าวของโลกและประเทศไทย

จากการศึกษาข้อมูลที่ออกแบบ ได้ข้อมูลสถานการณ์การผลิตข้าวของโลกและประเทศไทย สถานการณ์การตลาดข้าวของโลกและประเทศไทย มีรายละเอียด ดังนี้

1. สถานการณ์การผลิตข้าว

ข้าว เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกข้าวอันดับต้น ๆ ของโลก โดยปี 2565/66 ไทยมีผลผลิตข้าวสูงเป็นอันดับ 6 ของโลก คิดเป็น 4.07 % ของผลผลิตข้าวทั่วโลก (รองจากจีน อินเดีย บังกลาเทศ อินโดนีเซีย เวียดนาม) และเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับ 2 ของโลก (รองจากประเทศอินเดีย) โดยสามารถสร้างมูลค่าการส่งออกได้ถึง 162,000 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของภาคการเกษตรและอุตสาหกรรม

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2566) รายงานว่า

1.1 สถานการณ์ข้าวของโลก ปี 2566

1.1.1 ด้านการผลิต

ผลผลิตข้าวของโลกช่วงปี 2561/62 – 2565/66 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 498.25 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2561/62 เป็น 513.68 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2565/66 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.93 ต่อปี

ในปี 2565/66 มีเนื้อที่เก็บเกี่ยว 1,034.88 ล้านไร่ ผลผลิต 513.68 ล้านตันข้าวสาร และผลผลิตต่อไร่ 741 กิโลกรัม ลดลงจากปี 2564/65 ที่มีเนื้อที่เก็บเกี่ยว 1,034.88 ล้านไร่ ผลผลิต 514.35 ล้านตันข้าวสาร และผลผลิตต่อไร่ 742 กิโลกรัม หรือ

ลดลงร้อยละ 0.02 ร้อยละ 0.13 และร้อยละ 0.13 ตามลำดับ โดยประเทศที่มีผลผลิตลดลง ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย เมียนมา ปากีสถาน บราซิล ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ส่วนประเทศที่มีผลผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ อินเดีย บังกลาเทศ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ กัมพูชา ไนจีเรีย อียิปต์ และไทย

1.2 สถานการณ์ข้าวของไทย ปี 2566

1.2.1 ด้านการผลิต

1) ข้าวนาปี

ปี 2561/62 – 2565/66 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ เพิ่มขึ้นจาก 59.98 ล้านไร่ ผลผลิต 25.18 ล้านตันข้าวเปลือก และผลผลิตต่อไร่ 420 กิโลกรัม ในปี 2561/62 เป็นเนื้อที่เพาะปลูก 62.84 ล้านไร่ ผลผลิต 26.71 ล้านตันข้าวเปลือก และผลผลิตต่อไร่ 425 กิโลกรัม ในปี 2565/66 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.23 ร้อยละ 2.29 และร้อยละ 1.02 ต่อปี ตามลำดับ โดยเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น เนื่องจากราคาข้าวเปลือกที่เกษตรกรขายได้อยู่ในเกณฑ์ดี ประกอบกับภาครัฐมีมาตรการช่วยเหลือเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกษตรกรขยายพื้นที่เพาะปลูก ในพื้นที่ที่เคยปล่อยว่าง และในบางพื้นที่ปลูกแทนพืชอื่น เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และ อ้อยโรงงาน สำหรับผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น เนื่องจากบางพื้นที่สภาพอากาศเหมาะสม และมีปริมาณน้ำฝนเพียงพอตลอดช่วงการเพาะปลูก

ในปี 2565/66 มีเนื้อที่เพาะปลูก 62.84 ล้านไร่ และผลผลิต 26.71 ล้านตันข้าวเปลือก ลดลงจากปี 2564/65 ที่มีเนื้อที่เพาะปลูก 63.01 ล้านไร่ และผลผลิต 26.81 ล้านตันข้าวเปลือก หรือลดลงร้อยละ 0.27 และร้อยละ 0.37 ตามลำดับ สำหรับผลผลิตต่อไร่ 425 กิโลกรัม ในปี 2565/66 เท่ากับปี 2564/65 โดยเนื้อที่เพาะปลูกลดลง เนื่องจากแหล่งผลิตทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ บางส่วนปรับเปลี่ยนไปปลูกพืชอื่นที่ได้รับผลตอบแทนที่ดีกว่า เช่น อ้อยโรงงาน ทำการเกษตรแบบผสมผสาน บางแหล่งปลูกพืชอื่นที่มีต้นทุนต่ำกว่า และดูแลง่ายกว่า เช่น มันสำปะหลัง นอกจากนี้ ราคาของปัจจัยการผลิตปรับสูงขึ้นมาก เช่น ปุ๋ยเคมี และน้ำมันเชื้อเพลิง ส่งผลให้ภาพรวมเกษตรกรลดเนื้อที่เพาะปลูก สำหรับผลผลิตลดลง เนื่องจากแหล่งผลิตในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประสบอุทกภัยในช่วงปลายเดือนสิงหาคมต่อเนื่องถึงเดือนตุลาคม 2565 ซึ่งข้าวอยู่ในช่วงใกล้เก็บเกี่ยว มีน้ำท่วมขังนาน ทำให้ต้นข้าวล้มและเน่า ไม่สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ ประกอบกับเกษตรกรบางส่วนลดการดูแลรักษา เพราะราคาปัจจัยการผลิตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาพรวมผลผลิตลดลงจากปี 2564 แต่ลดลงไม่มากเนื่องจากในปี 2565 แหล่งผลิตในภาคเหนือ และภาคกลาง ปลูกข้าวไม่ไวต่อช่วงแสง เกษตรกรมีการเตรียมความพร้อมรับมือสถานการณ์อุทกภัย โดยเร่งเก็บเกี่ยวผลผลิตให้เร็วขึ้น

2) ข้าวนาปรัง

ปี 2562 – 2566 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ เพิ่มขึ้นจาก 10.99 ล้านไร่ ผลผลิต 7.17 ล้านตันข้าวเปลือก และผลผลิตต่อไร่ 652 กิโลกรัม ในปี 2562 เป็นเนื้อที่เพาะปลูก 11.10 ล้านไร่ ผลผลิต 7.20 ล้านตันข้าวเปลือก และผลผลิตต่อไร่ 649 กิโลกรัม ในปี 2566 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.85 ร้อยละ 3.17 และร้อยละ 0.32 ต่อปี ตามลำดับ โดยเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณน้ำในอ่างเก็บน้ำส่วนใหญ่ และปริมาณน้ำตามแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ในปี 2565 และปี 2566 มีมากกว่าในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากพายุโซนร้อนเตี้ยนหมู่ และคอมปาซุ ทำให้ประเทศไทยมีฝนตกหนัก และปริมาณน้ำฝนสูง

กว่าค่าปกติ ประกอบกับ เกษตรกรบางส่วนปลูกขดเขยข้าวนาปีที่เสียหายจากน้ำท่วม โดยขยายเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นในพื้นที่ที่เคยปล่อยว่าง สำหรับผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีปริมาณน้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูกและการเจริญเติบโตของต้นข้าว ประกอบกับมีฝนตกต่อเนื่องตลอดฤดูกาลเพาะปลูก

ในปี 2566 มีเนื้อที่เพาะปลูก 11.10 ล้านไร่ ผลผลิต 7.20 ล้านตันข้าวเปลือก และผลผลิตต่อไร่ 649 กิโลกรัม เพิ่มขึ้นจากปี 2565 ที่มีเนื้อที่เพาะปลูก 9.55 ล้านไร่ ผลผลิต 6.17 ล้านตันข้าวเปลือก และผลผลิตต่อไร่ 646 กิโลกรัม หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.23 ร้อยละ 16.69 และร้อยละ 0.46 ตามลำดับ โดยเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นเนื่องจากในช่วงเดือนกันยายน 2565 มีพายุโนรูเข้าประเทศไทย ทำให้มีปริมาณน้ำฝนเพียงพอ รวมทั้งราคาข้าวเปลือกที่เกษตรกรขายได้อยู่ในเกณฑ์ดี เกษตรกรบางส่วนจึงขยายเนื้อที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นในพื้นที่ที่เคยปล่อยว่าง สำหรับผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีปริมาณน้ำเพียงพอต่อการเจริญเติบโตของต้นข้าว

2. สถานการณ์การตลาดข้าว

2.1 สถานการณ์ข้าวของโลก ปี 2566

2.1.2 ด้านการตลาด

1) การบริโภคข้าวโลก

ปี 2561/62 - 2565/66 เพิ่มขึ้นจาก 485.27 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2561/62 เป็น 521.39 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2565/66 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.96 ต่อปี

ปี 2565/66 ความต้องการบริโภคมีปริมาณ 521.39 ล้านตันข้าวสาร เพิ่มขึ้นจาก 519.04 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2564/65 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.45 โดยประเทศที่มีการบริโภคเพิ่มขึ้น ได้แก่ อินเดีย บังคลาเทศ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และไนจีเรีย ส่วนประเทศที่มีการบริโภคลดลง ได้แก่ จีน เมียนมา บราซิล เนปาล อียิปต์ กัมพูชา และสหรัฐอเมริกา

2) การค้าข้าวโลก

ปี 2561/62 - 2565/66 เพิ่มขึ้นจาก 43.92 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2561/62 เป็น 53.31 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2565/66 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.18 ต่อปี

(1) การส่งออก

ในปี 2565/66 การส่งออกข้าวโลกมีปริมาณ 53.31 ล้านตันข้าวสาร ลดลงจาก 56.12 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2564/65 หรือลดลงร้อยละ 5.01 โดยประเทศที่ส่งออกลดลง ได้แก่ อาร์เจนตินา บราซิล เมียนมา จีน สหภาพยุโรป อินเดีย ปากีสถาน และอุรุกวัย ส่วนประเทศที่ส่งออกเพิ่มขึ้น ได้แก่ ออสเตรเลีย กัมพูชา กายานา ปารากวัย ตุรกี เวียดนาม สหรัฐอเมริกา และไทย

ทั้งนี้ ปี 2565/66 กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา คาดว่าอินเดียจะเป็นผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่งของโลก มีปริมาณส่งออก 19.50 ล้านตันข้าวสาร คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 36.58 ของการส่งออกข้าวโลก อันดับสอง ได้แก่ ไทย มีปริมาณส่งออก 8.50 ล้านตันข้าวสาร คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 15.95 ของการส่งออกข้าวโลก และอันดับสาม ได้แก่ เวียดนาม มีปริมาณส่งออก 8.40 ล้านตันข้าวสาร คิดเป็นส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 15.76 ของการส่งออกข้าวโลก ตามลำดับ

(2) การนำเข้า

ในปี 2565/66 การนำเข้าข้าวโลกมีปริมาณ 53.31 ล้านตันข้าวสาร ลดลงจาก 56.12 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2564/65 หรือลดลงร้อยละ 5.01 โดยประเทศที่นำเข้าลดลง ได้แก่ บังคลาเทศ จีน ไต้หวัน รัสเซีย สหภาพยุโรป อิหร่าน อิรัก มาเลเซีย เนปาล ไนจีเรีย ซาอุดีอาระเบีย เซเนกัล สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และสหรัฐอเมริกา ส่วนประเทศที่นำเข้าเพิ่มขึ้น ได้แก่ บราซิล กานา อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เม็กซิโก ฟิลิปปินส์ แอฟริกาใต้ และเวียดนาม

ทั้งนี้ ปี 2565/66 กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกา คาดว่าฟิลิปปินส์ จะนำเข้ามากที่สุดปริมาณ 3.90 ล้านตันข้าวสาร คิดเป็นร้อยละ 7.32 ของการนำเข้าข้าวโลก รองลงมา ได้แก่ จีน นำเข้าปริมาณ 3.00 ล้านตันข้าวสาร คิดเป็นร้อยละ 5.63 ของการนำเข้าข้าวโลก และ อินโดนีเซีย นำเข้าปริมาณ 2.80 ล้านตันข้าวสาร คิดเป็นร้อยละ 5.25 ของการนำเข้าข้าวโลก ตามลำดับ

(3) สต็อกปลายปีข้าวโลก

ปี 2561/62 – 2565/66 ลดลงจาก 176.61 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2561/62 เหลือ 174.78 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2565/66 หรือลดลงร้อยละ 0.15 ต่อปี

ในปี 2565/66 สต็อกข้าวโลกมีปริมาณ 174.78 ล้านตันข้าวสาร ลดลงจาก 182.82 ล้านตันข้าวสาร ในปี 2564/65 หรือลดลงร้อยละ 4.40 โดยประเทศที่มีสต็อกข้าวลดลง ได้แก่ จีน อินเดีย สหรัฐอเมริกา และไทย ส่วนประเทศที่มีสต็อกข้าวเพิ่มขึ้น ได้แก่ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์

2.2 สถานการณ์ข้าวของไทย ปี 2566

2.2.1 ด้านการตลาด

1) ความต้องการใช้

ปี 2561/62 - 2565/66 แผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจร กำหนดความต้องการใช้ในประเทศเพื่อการบริโภค อุตสาหกรรม และทำเมล็ดพันธุ์ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.06 ต่อปี โดยเพิ่มขึ้นจาก 17.11 ล้านตันข้าวเปลือก ในปี 2561/62 เป็น 17.69 ล้านตันข้าวเปลือก ในปี 2564/65 แต่ลดลงเหลือ 16.88 ล้านตันข้าวเปลือก ในปี 2565/66 เนื่องจากโรคโควิด 19 ยังคงมีการระบาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ช่วงต้นปี 2565 ประชาชนลดการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้ร้านอาหาร และโรงแรม ลดการสำรองวัตถุดิบเพื่อการประกอบอาหาร เช่น ข้าว พืชผัก และเนื้อสัตว์ เป็นต้น

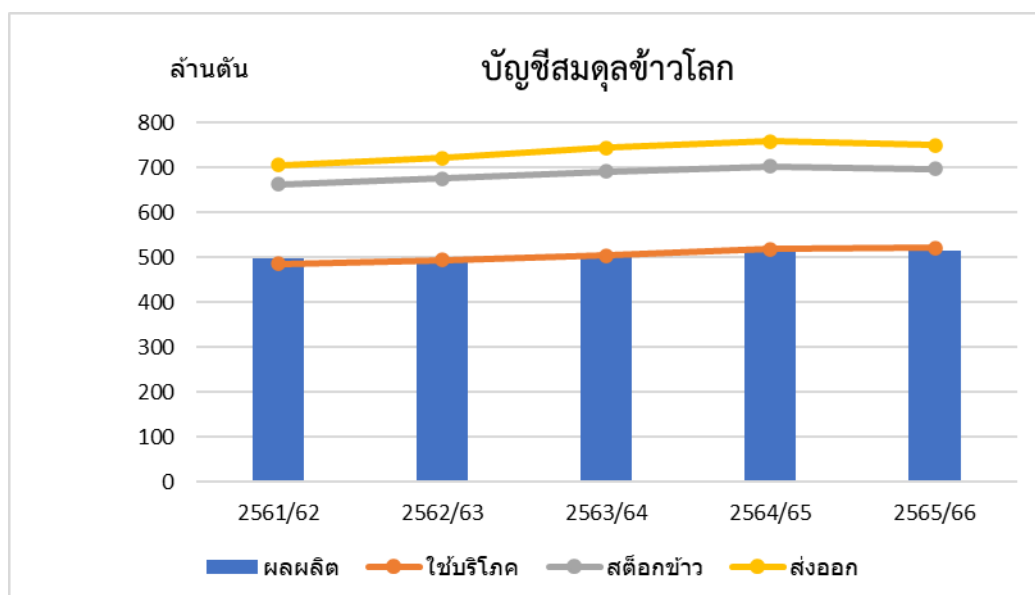
2) การส่งออก

ปี 2562 - 2566 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 7.58 ล้านตันข้าวสาร มูลค่า 130,585 ล้านบาท ในปี 2562 เป็น 8.50 ล้านตันข้าวสาร มูลค่า 162,000 ล้านบาท ในปี 2566 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.40 และร้อยละ 6.30 ต่อปี ตามลำดับ เนื่องจากข้าวไทยผลิตได้มาตรฐาน มีคุณภาพดี จึงเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งราคาข้าวไทยยังอยู่ในระดับที่แข่งขันได้

ในปี 2566 คาดว่าจะสามารถส่งออกได้ประมาณ 8.50 ล้านตันข้าวสาร มูลค่าประมาณ 162,000 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2565 ที่ส่งออกได้ 7.71 ล้านตันข้าวสาร มูลค่า

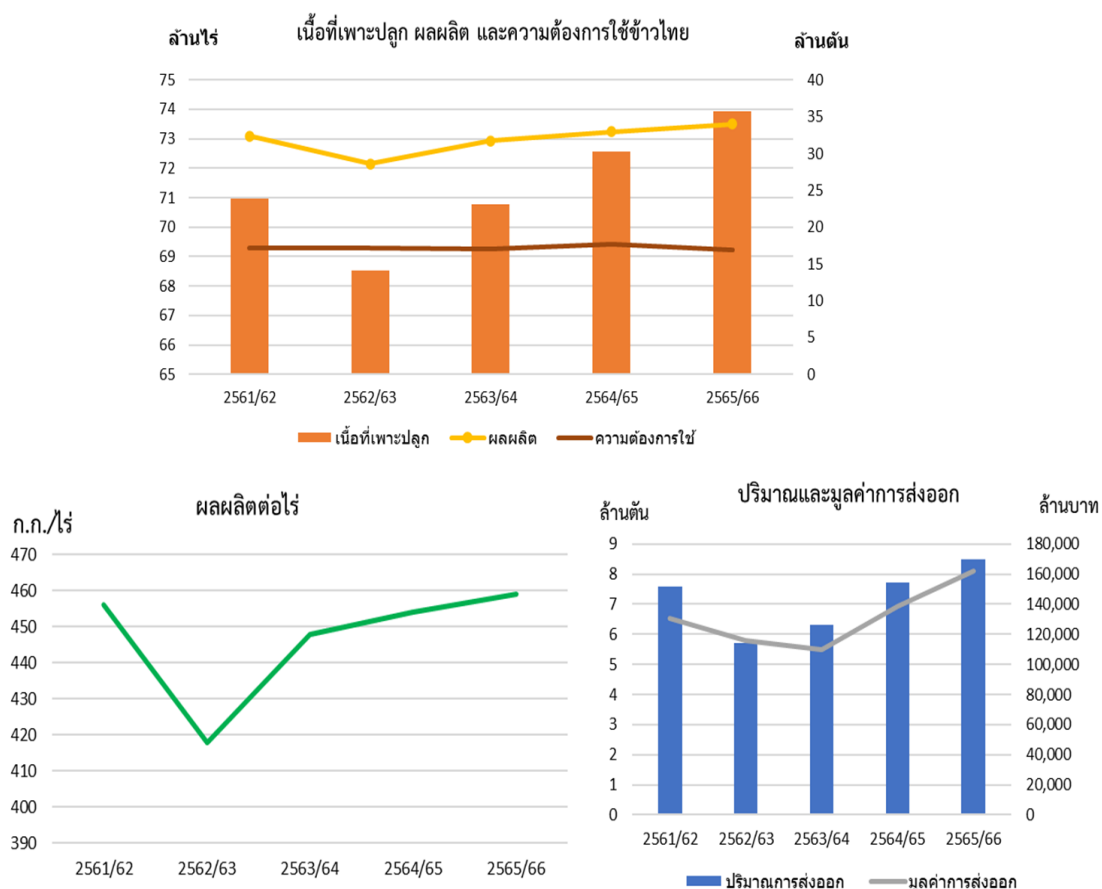
138,698 ล้านบาท โดยคาดว่าทั้งปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.25 และร้อยละ 16.80 ตามลำดับ เนื่องจากประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญในกลุ่มอาเซียน แอฟริกา และตะวันออกกลาง ยังคงมีความต้องการนำเข้าข้าวจากไทยอย่างต่อเนื่อง ทั้งข้าวหอมมะลิ ข้าวหอมไทย ข้าวเจ้า และข้าวเหนียว เพื่อชดเชยสต็อกข้าวในประเทศที่ลดลง และเก็บสำรองไว้ใช้ในช่วงปลายปี เพื่อความมั่นคงทางด้านอาหาร และประชาชนในหลายประเทศยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับอุปทานข้าวในตลาดโลกที่มีค่อนข้างจำกัด จากปรากฏการณ์เอลนีโญที่มีอิทธิพลต่อความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ ประกอบกับการที่อินเดียซึ่งเป็นประเทศส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก มีมาตรการระงับการส่งออกข้าวขาวที่ไม่ใช่บาสมาติ ตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2566 เป็นต้นมา จึงส่งผลดีต่อการส่งออกข้าวของไทย

จากเนื้อหาข้างต้นสามารถสรุปสถานการณ์ข้าวโลก และสถานการณ์ข้าวในประเทศได้ ดังนี้



ภาพที่ 4.13 บัญชีสมดุลข้าวโลก ปี 2561/62 – 2565/66

จากภาพที่ 4.16 บัญชีสมดุลข้าวโลก ปี 2561/62 – 2565/66 แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์การผลิตและการตลาดข้าวของโลกในปี 2561/62 – 2565/66 โดยปริมาณผลผลิตข้าวในปี 2561/62 – 2565/66 มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ในส่วนของสต็อกข้าวตั้งแต่ปี 2561/62 ถึงปี 2564/65 มีทิศทางเพิ่มขึ้น และลดลงในปี 2565/66 ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการบริโภคข้าวโลกที่มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของประชากรโลกและความต้องการใช้ข้าวในอุตสาหกรรม ซึ่งปริมาณข้าวในตลาดโลกที่ลดลง ผลักดันให้ประเทศผู้นำเข้าข้าวจำเป็นต้องนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้นเพื่อชดเชยสต็อกข้าวในประเทศ และเก็บสำรองไว้ใช้ในช่วงปลายปี ส่งผลต่อเนื่องให้ราคาข้าวและการส่งออกข้าวของประเทศผู้ส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย



ภาพที่ 4.17 เนื้อที่เพาะปลูก ผลผลิต ผลผลิตต่อไร่ ปริมาณและมูลค่าการส่งออก ของข้าวไทย ปี 2561/62 – 2565/66

จากภาพที่ 4.17 แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ข้าวของไทย ปี 2561/62 – 2565/66 โดยเนื้อที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตข้าวของไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากขานาปลูกข้าวนาปรัง ชดเชยข้าวนาปีที่เสียหายจากน้ำท่วม และมีปริมาณน้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูก รวมทั้งราคาข้าวเปลือกขายได้อยู่ในเกณฑ์ดี ส่งผลให้เกษตรกรขยายพื้นที่เพาะปลูกและปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันสถานการณ์การส่งออกข้าวไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งนโยบายทางการเมืองและการเกษตรของแต่ละประเทศ อย่างเช่น อินเดียต้องระงับการส่งออกข้าว และการเกิดภัยพิบัติในต่างประเทศที่เป็นคู่ค้าและคู่แข่งที่สำคัญของไทย ทำให้ประเทศไทยเข้าไปมีส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวเพิ่มมากขึ้น รวมถึงประเทศไทยสามารถผลิตข้าวได้มาตรฐาน มีคุณภาพดี จึงเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

เรื่องที่ 4.4.3 ผลจากการเก็บข้อมูลสถานการณ์ข้าวของกลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิตามที่ออกแบบ ได้ข้อมูลดังนี้ แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นแปลงใหญ่ตัวอย่างในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร ไม่ได้มุ่งเน้นแต่การเพิ่มผลผลิตข้าวเพียงอย่างเดียว แต่ยังให้ความสำคัญกับการปรับใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม เช่น การปรับระดับพื้นที่นาข้าวด้วยระบบแสงเลเซอร์ เทคโนโลยีการทำนาแบบเปียกสลับแห้ง การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน การจัดการศัตรูพืช โดยวิธีผสมผสาน เพื่อให้ผลผลิตข้าวมีคุณภาพดี นอกจากนี้ ยังมีการใช้การจัดการทรัพยากรน้ำ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ถือเป็นแนวทางที่มีความยั่งยืนในการพัฒนาเกษตรกรรมในพื้นที่อย่างเป็นระบบ

1. ข้อมูลพื้นฐาน

- 1.1 ปี 2559 เข้าร่วมโครงการระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ เป็นแปลงใหญ่ประชารัฐ
- 1.2 รหัสแปลง 182 มีสมาชิกจำนวน 124 ราย พื้นที่รวม 5,217 ไร่ เป็นพื้นที่เหมาะสมในการปลูกข้าว (S1)
- 1.3 ที่ทำการแปลงใหญ่ตั้งอยู่ หมู่ที่ 11 ตำบลเดิมบาง อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี
- 1.4 ชนิดสินค้า ข้าว
 - 1.4.1 ช่วงฤดูนาปี : พันธุ์ปทุมธานี 1 กข 85 กข 43 และขาวดอกมะลิ 105
 - 1.4.2 ช่วงฤดูนาปรัง : พันธุ์ กข 95 กข 85 และ กข 43
- 1.5 ผลผลิต
 - 1.5.1 ช่วงฤดูนาปี ปริมาณ 900 – 1,000 กิโลกรัมต่อไร่
 - 1.5.2 ช่วงฤดูนาปรัง ปริมาณ 800 – 900 กิโลกรัมต่อไร่
- 1.6 ผลการจัดชั้นคุณภาพแปลงใหญ่ ระดับ A
- 1.7 ได้การรับรองมาตรฐานตามแนวทางการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agriculture Practices : GAP) จำนวน 124 ราย
- 1.8 ประธานแปลงใหญ่ คือ นายถาวร คำแพง
- 1.9 ผู้จัดการแปลงใหญ่ คือ นางสาวณีย์ โพธิ์รัง



ภาพที่ 4.15 ที่ทำการแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี (พิกัด X : 623787 Y: 1639586)

2. โครงสร้างคณะกรรมการและการบริหารจัดการกลุ่มแปลงใหญ่

การบริหารจัดการกลุ่มแปลงใหญ่ ประกอบด้วยคณะกรรมการบริหาร ดังนี้

2.1 นายถาวร คำแพง	ตำแหน่ง	ประธาน
2.2 นายหลาบ คำแพง	ตำแหน่ง	รองประธาน
2.3 นางสาวณีย์ โพธิ์รัง	ตำแหน่ง	ผู้จัดการแปลง
2.4 นางพรนัสสร ภูมรินทร์	ตำแหน่ง	เหรัญญิก
2.5 นางปราณี โตแย้ม	ตำแหน่ง	เลขานุการ
2.6 นายปัญญา คำแพง	ตำแหน่ง	กรรมการ
2.7 นายวิทย์ หอมยามเย็น	ตำแหน่ง	กรรมการ
2.8 นายวิชัย ฉวีรัตน์	ตำแหน่ง	กรรมการ
2.9 นางสมทรง น้ำเพชร	ตำแหน่ง	กรรมการ
2.10 นายสมศักดิ์ จันทน์นุ่น	ตำแหน่ง	กรรมการ
2.11 นางทรงว ขันพะยอม	ตำแหน่ง	กรรมการ
2.12 นางลำภา คำแพง	ตำแหน่ง	กรรมการ
2.13 นางสาวทิดา จันทน์นุ่น	ตำแหน่ง	กรรมการ
2.14 นางสาวเสียง สร้อยพวงนาค	ตำแหน่ง	ประชาสัมพันธ์
2.15 นายสันติ โพธิ์ไต้	ตำแหน่ง	ที่ปรึกษา

3. คณะทำงานจัดทำผังภูมิสังคม

เพื่อการบริหารจัดการน้ำหมู่บ้าน/ชุมชน แบบบูรณาการอย่างยั่งยืน (Geo – social Map) มีองค์ประกอบ ดังนี้

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| 3.1 นายถาวร คำแพง | ประธานคลองใหญ่ 1 ซ้าย |
| 3.2 นายหลาบ คำแพง | ประธานคลอง 7 |
| 3.3 นางพรนัสสร ภูรินทร์ | นายทะเบียน |
| 3.4 นายวิทย์ หอมยามเย็น | คณะกรรมการคลอง 6 ซ้าย |
| 3.5 นางสาวณีย์ โพธิ์รัง | ผู้ประสานงาน |

4. การดำเนินการตามเป้าหมาย 5 ด้าน

4.1 การลดต้นทุนการผลิต

กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี กำหนดเป้าหมายในการลดต้นทุนการผลิต ร้อยละ 20 โดยการใช้เทคโนโลยี 4 ป. + 1 IPM ได้แก่ การปรับพื้นที่นาด้วยระบบเลเซอร์ การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน การทำนาแบบเปียกสลับแห้ง การแปรสภาพตอซังฟางข้าว และการจัดการศัตรูพืชด้วยวิธีผสมผสาน (IPM) พร้อมทั้งศึกษาข้อมูลด้านการตลาด และปัจจัยการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และสารเคมี โดยกลุ่มแปลงใหญ่ฯ ดำเนินการรวมกลุ่มซื้อปัจจัยการผลิต จากแหล่งจำหน่ายเพื่อให้ได้ราคาที่ถูกกลง จึงส่งผลให้กลุ่มแปลงใหญ่ฯ มีต้นทุนการผลิต ดังนี้

ตารางที่ 4.24 ต้นทุนการผลิตข้าว แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี

ต้นทุนการผลิต	ก่อนเข้าร่วมโครงการ (บาท/ไร่)	หลังเข้าร่วมโครงการ (บาท/ไร่)	ลดลงร้อยละ
ปี 2561	5,535	4,334	21.70
ปี 2562	5,535	5,220	5.69
ปี 2563	5,535	3,390	38.75
ปี 2564	5,535	3,700	33.15
ปี 2565	5,535	4,570	17.43

จากการใช้เทคโนโลยี 4 ป. + 1 IPM ในการเพาะปลูกข้าว และรวมกลุ่มกันซื้อปัจจัยการผลิต ทำให้กลุ่มแปลงใหญ่ฯ สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ตั้งแต่ปีแรก (ปี 2561) จนถึงปี 2565 สามารถลดต้นทุนการผลิต จาก 5,535 บาท/ไร่ เป็น 4,570 บาท/ไร่ คิดเป็นร้อยละ 17.43 โดยต้นทุนที่ลดลงมากที่สุด คือ สารป้องกันกำจัดศัตรูพืช และน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งในปี 2566 คาดว่าจะมีต้นทุนการผลิตลดลงเหลือ 3,764 บาท/ไร่

4.2 การเพิ่มผลผลิต

กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี กำหนดเป้าหมายเพิ่มผลผลิต ร้อยละ 20 จากการใช้เทคโนโลยี 4 ป. + 1 IPM ด้วยการวางแผนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดและฤดูกาลที่เหมาะสม รวมถึงการใช้เมล็ดพันธุ์ที่มีคุณภาพ ตรงตามสายพันธุ์ ทางกลุ่มแปลงใหญ่จะมีการประชุมวางแผนการผลิตร่วมกับบริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด เพื่อทราบความต้องการข้าวรายปีของบริษัท เช่น พันธุ์ข้าว ช่วงเวลา และปริมาณ นอกจากนี้กลุ่มแปลงใหญ่ฯ ยังมีการศึกษาข้อมูลด้านสภาพอากาศก่อนการผลิต โดยใช้ระบบติดตามสถานการณ์การเพาะปลูกพืชจากข้อมูลดาวเทียม ของสำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) หรือ GISTDA ซึ่งใช้แพลตฟอร์มเกษตรเชิงพื้นที่รายแปลง Dragonfly ช่วยในการบริหารจัดการพื้นที่เพาะปลูก ตั้งแต่เริ่มปลูกจนถึงเก็บเกี่ยว และยังคงคาดการณ์ผลผลิตให้ตรงตามความต้องการ และติดตามสถานการณ์โรคพืช เป็นต้น รวมถึงกลุ่มแปลงใหญ่ฯ ผลิตข้าวตามระบบการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) สำหรับการผลิตข้าวเปลือกด้วยการใช้เมล็ดพันธุ์คุณภาพดี ตรงตามสายพันธุ์ และเก็บเกี่ยวข้าวในระยะเวลาสุกแก่ที่เหมาะสม ส่งผลให้ผลผลิตข้าวของสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ฯ มีคุณภาพคงที่ และปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4.25 ผลผลิตข้าว แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลผลิต	ก่อนเข้าร่วมโครงการ	หลังเข้าร่วมโครงการ				
		ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563	ปี 2564	ปี 2565
ผลผลิตเฉลี่ย (กิโลกรัม/ไร่)	850	900	900	900	900	900

จากการปฏิบัติตามแนวทางที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้กลุ่มแปลงใหญ่ฯ สามารถเพิ่มผลผลิตจากเดิม ก่อนเข้าร่วมโครงการ 850 กิโลกรัม/ไร่ เป็นหลังเข้าร่วมโครงการ 900 กิโลกรัม/ไร่ คิดเป็นร้อยละ 6

4.3 การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน

กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี กำหนดกฎเกณฑ์ให้สมาชิกทุกรายขอการรับรองมาตรฐาน GAP ข้าว ทั้งในรูปแบบรายเดี่ยวและรายกลุ่ม ซึ่งปัจจุบันสมาชิกได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ข้าว จำนวน 124 ราย ใบรับรองที่ยังไม่หมดอายุการรับรอง จำนวน 21 ราย อยู่ระหว่างการต่ออายุแบบรายกลุ่มตามระบบ ICS อีกจำนวน 114 ราย ซึ่งทางสถาบันวิทยาศาสตร์ข้าวแห่งชาติ โดยกรมการข้าวได้ดำเนินการตรวจประเมินแปลงเบื้องต้นเรียบร้อยแล้ว

4.4 การตลาด

กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี มีการวางแผนการผลิตให้ตรงกับฤดูกาลและความต้องการของตลาด โดยมีบริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด รับซื้อผลผลิตในราคาที่สูงขึ้น ได้แก่ ข้าวปทุมธานี รับซื้อในราคาที่บวกเพิ่ม

300 บาทต่อตัน ข้าว กข 43 ประกันราคา 10,500 บาทต่อตัน รวมถึงปัจจุบันมี บริษัท บางจาก จำกัด (มหาชน) รับซื้อข้าวสารพันธุ์ปทุมธานี 1 จำนวน 40 ตัน ในราคา 25 บาทต่อกิโลกรัม เพื่อจัด Promotion ส่งเสริมการขายในสถานบริการน้ำมัน เพื่อประชาสัมพันธ์การดำเนินงานให้กับกลุ่มแปลงใหญ่ รวมถึงยังมีการจำหน่ายผ่านช่องทาง Online และจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยตรง

4.5 การบริหารจัดการ

4.5.1 กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี มีการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง รวมซื้อ รวมขาย ร่วมบริหารจัดการแก้ไขปัญหา และเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยมีการกำหนดกฎเกณฑ์ ข้อบังคับ ดังนี้

1) สมาชิกและคณะกรรมการต้องเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง หากขาดการประชุมต้องเสียค่าปรับครั้งละ 50 บาท และหากขาดเกิน 3 ครั้ง จะพ้นสภาพการเป็นสมาชิก และคณะกรรมการทันที

2) สมาชิกต้องเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม อย่างน้อยปีละ 3 ครั้ง

3) สมาชิกทุกรายต้องมีการลงหุ้น ๆ ละ 100 บาท แต่ไม่เกิน 1,000 หุ้น

4) สมาชิกทุกรายต้องขอใบรับรองมาตรฐาน GAP ทุกแปลงที่เข้าร่วม

5) การผลิตสารชีวภัณฑ์ของกลุ่ม สมาชิกหรือบุคคลในครอบครัวต้องเป็นผู้ผลิตด้วยตนเอง ณ ที่ตั้งกลุ่มแปลงใหญ่ฯ

6) เงินกองทุนหมุนเวียนของกลุ่ม สามารถนำไปใช้จ่ายตามมติที่สมาชิกเห็นสมควร เช่น ค่าน้ำมันรถสำหรับเข้าร่วมประชุมในเวทีต่าง ๆ และค่าน้ำดื่ม เป็นต้น

4.5.2 มีการจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ มีการส่งเสริมให้สมาชิกได้รับความรู้เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในงานกิจกรรมของตนเอง ภายใต้การดำเนินงานของกลุ่มที่ว่า “เราจะไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” โดยการบริหารจัดการรายได้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) หักเป็นเงินทุนสำรอง เพื่อใช้เป็นเงินหมุนเวียนในการบริหารจัดการกลุ่ม ร้อยละ 35

2) เป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการกิจการกลุ่ม ค่าแรงงานในการออกให้บริการ ค่าซ่อมแซม ค่าบำรุงรักษา และค่าสาธารณูปโภค โดยหักค่าใช้จ่ายตามจริง

3) เงินกำไร หรือเงินจัดสรรเข้ากลุ่มเมื่อครบรอบปี โดยจัดสรรจากค่าให้บริการรถแทรกเตอร์พร้อมระบบปรับระดับดินด้วยแสงเลเซอร์ รถดำนแบบนั่งขับ และโดรนเพื่อการเกษตร ดังนี้

(1) ค่าปันผลให้สมาชิก ร้อยละ 40

(2) ค่าบริหารจัดการของกลุ่ม ร้อยละ 15

(3) ค่าสาธารณประโยชน์ ร้อยละ 5

(4) ค่าสวัสดิการกลุ่ม ร้อยละ 5

5. การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

กลุ่มแปลงใหญ่ฯ เปลี่ยนจากการทำนาในรูปแบบเดิมที่จะเน้นการขายข้าวเปลือกให้กับโรงสีข้าวในชุมชน และบริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด เท่านั้น จนในปัจจุบันสมาชิกแปลงใหญ่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าของกลุ่มแปลงใหญ่ฯ ด้วย Story telling เรื่องราวจากการทำนาลดโลกร้อนด้วยเทคโนโลยี 4 ป. + 1 IPM ร่วมกับการใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรและเทคโนโลยีสมัยใหม่ จากการเข้าร่วมโครงการยกระดับแปลงใหญ่ด้วยเกษตรสมัยใหม่และเชื่อมโยงตลาด ประกอบกับในสถานการณ์ปัจจุบันเกิดปัญหาด้านสภาพอากาศและสิ่งแวดล้อมแปรปรวนเป็นอย่างมาก ผู้คนจึงหันมาสนใจเรื่องสุขภาพ และสภาพอากาศมากขึ้น ภายใต้ข้อความที่ว่า “เราดูแลคุณภาพข้าว ให้ข้าวดูแลสุขภาพคุณ ที่ปลูกโดยชาวนารักษ์โลก” และมีการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบว่าหากซื้อสินค้าจากเรา เท่ากับช่วยลดโลกร้อน ซึ่งสินค้าของกลุ่มแปลงใหญ่ ได้แก่

5.1 เมล็ดพันธุ์ข้าว พันธุ์ปทุมธานี 1 และพันธุ์ กข 43 บรรจุกระสอบ ๆ ละ 49 กิโลกรัม ในนามของศูนย์ข้าวชุมชนบ้านท่าเตียน

5.2 ข้าวสารบรรจุถุงแบบปกติ และแพคสูญญากาศ ข้าวพันธุ์ปทุมธานี 1 พันธุ์ กข 43 และพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 ขนาด 1 กิโลกรัม 5 กิโลกรัม 15 กิโลกรัม และขนาด 49 กิโลกรัม

5.3 ข้าวแผ่นกรอบเพื่อสุขภาพ แปรรูปจากข้าว กข 43 และข้าวไรซ์เบอร์รี่ สูตรแบบปกติ และสูตรแบบน้ำตาลน้อย สำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน โดยจะมีรสชาติ 3 รสชาติ คือ รสออริจินัล รสชาเขียว ที่ทำจากข้าว กข 43 และรสชาติจากข้าวไรซ์เบอร์รี่

6. การเพิ่มช่องทางการตลาดและโอกาสทางการค้าผ่านระบบออนไลน์

เพิ่มช่องทางการตลาด โดยการเพิ่มช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สร้างเพจในนามวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ตำบลเดิมบาง จ.สุพรรณบุรี เพจข้าวเพื่อสุขภาพ และเพจศูนย์เรียนรู้ลดโลกร้อน นาแปลงใหญ่ เพื่อให้ผู้สนใจได้ติดตามการดำเนินงาน องค์ความรู้ต่าง ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแปลงใหญ่ได้ และในขณะนี้กลุ่มแปลงใหญ่ฯ ได้ทำการลงนามในบันทึกความร่วมมือ (MOU) กับ บริษัท ออมสุข วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ภายใต้การดำเนินงานของบริษัทบางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวลดโลกร้อน (Thai Rice NAMA) จากการทำนาแบบเปียกสลับแห้ง โดยบริษัท ออมสุข วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด รับซื้อข้าวลดโลกร้อน ข้าวพันธุ์ปทุมธานี 1 จำนวน 40 ตัน ในราคา ตันละ 25,000 บาท เพื่อจัดโปรโมชั่นแจกฟรี “ข้าวลดโลกร้อน” ให้กับประชาชนทั่วไป ที่มาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก ในวันสิ่งแวดล้อมโลก (วันที่ 5 มิถุนายน ของทุกปี)

7. การทำเกษตรตามหลัก BCG model (ความยั่งยืน)

แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี มีการผลิตข้าวตามหลัก BCG model ดังนี้

7.1 Bio Economy เศรษฐกิจชีวภาพ คือ ระบบเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า โดยกลุ่มแปลงใหญ่ฯ มีการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าว โดยใช้เทคโนโลยี 4 ป. + 1 IPM ใช้เมล็ดพันธุ์ตรงตามสายพันธุ์ และเก็บเกี่ยวข้าวในระยะเวลาที่เหมาะสม มีการพัฒนาผลผลิต

ตามระบบการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) ข้าว มีการแปรรูปข้าวเป็นข้าวสารบรรจุถุงสุญญากาศ ข้าวแผ่นกรอบเพื่อสุขภาพ มีเรื่องราว โลโก้ สัญลักษณ์ มีแบรนด์เป็นที่จดจำ มีตลาดรองรับ รวมถึงมีการพัฒนาสมาชิกแปลงใหญ่โดยการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตข้าว และสร้างทายาทรุ่นใหม่เพื่อสืบทอดอาชีพอย่างยั่งยืน

7.2 Circular Economy เศรษฐกิจหมุนเวียน คือ ระบบเศรษฐกิจที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาหมุนเวียนใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด โดยกลุ่มแปลงใหญ่ฯ มีการจัดการฟางข้าว ด้วยการผลิตปุ๋ยหมักอัดฟางจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่า รวมถึงมีการไถกลบฟาง และต่อซังข้าว

7.3 Green Economy เศรษฐกิจสีเขียว คือ ระบบเศรษฐกิจที่มุ่งแก้ไขปัญหามลพิษ เพื่อลดผลกระทบต่อโลกอย่างยั่งยืน โดยกลุ่มแปลงใหญ่ฯ มีการส่งเสริมให้สมาชิกลดการเผา ด้วยการไถกลบต่อซังฟางข้าว ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ใช้สารชีวภัณฑ์ทดแทนสารเคมีกำจัดศัตรูพืช และใช้เทคโนโลยี 4 ป. + 1 IPM ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ทำให้โลกร้อน รวมถึงมีการขายคาร์บอนเครดิต ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการทำนาโดยใช้เทคโนโลยี 4 ป. + 1 IPM

สรุปผล

แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ดำเนินงานประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพ และยั่งยืนในการทำการเกษตรในพื้นที่ ทั้งส่งเสริมคุณภาพชีวิตและรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น สามารถเป็นตัวอย่างที่ดีในการจัดการบริหารกลุ่มในการทำการเกษตรให้กับเกษตรกรในชุมชน และพื้นที่ต่าง ๆ และเป็นตัวอย่างในการนำเทคโนโลยี เข้ามาช่วยในการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดการพัฒนาสู่เกษตรกรได้

เรื่องที่ 4.4.4 วิธีการ เทคนิคที่ใช้ และผลการวิเคราะห์

จากการเก็บข้อมูลทุติยภูมินำมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคต่าง ๆ ได้ผลดังนี้

1. ผลจากการวิเคราะห์ SWOT

1.1 จุดแข็ง

1.1.1 มีคณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่ม และคณะทำงานจัดทำผังภูมิสังคม

1.1.2 มีสมาชิกบางส่วนเป็นคนรุ่นใหม่ (SF/YSF)

1.1.3 มีการพัฒนาองค์ความรู้แก่สมาชิกกลุ่มด้วยการศึกษาดูงานและอบรม ถ่ายทอดความรู้ให้สมาชิกในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต เช่น เรื่องการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว และการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับการผลิตข้าวเปลือก การผลิตปุ๋ยอินทรีย์ปุ๋ยชีวภาพ น้ำหมักชีวภาพ และเมล็ดพันธุ์ปอเทือง การจัดการดินและปุ๋ย การจัดทำบัญชีครัวเรือนและบัญชีฟาร์ม ใน Application Smart Me และบันทึกในสมุด การผลิตปุ๋ยหมักชีวภาพ การผลิตสารชีวภัณฑ์ การแปรรูปข้าวสารบรรจุถุงสุญญากาศ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวแผ่นกรอบเพื่อสุขภาพ การสร้างเพจการขายออนไลน์ และระบบควบคุมและแสดงผลด้วยเทคนิค IOT สำหรับอุตสาหกรรมและเกษตรอัจฉริยะ เป็นต้น

1.1.4 ร่วมกันวางแผนการผลิตให้ตรงกับความต้องการตลาดและช่วงฤดูปลูก รวมทั้งการใช้เมล็ดพันธุ์คุณภาพดี ตรงตามสายพันธุ์

1.1.5 มีการรวมกลุ่มเพื่อซื้อ ขาย และบริหารจัดการสินค้าข้าว โดยมีตลาดรองรับที่แน่นอน และสนับสนุนความรู้ด้านต่าง ๆ แก่สมาชิก ให้สามารถนำไปปรับใช้ในการผลิตข้าว ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต และผลผลิตมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน โดยยึดหลักการมีสุขภาพที่ดี มีความสามัคคี ช่วยเหลือพึ่งพาซึ่งกันและกัน ภายใต้หลักการทำงานที่ว่า “เราจะไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง” โดยใช้สารชีวภัณฑ์ ลดการใช้สารเคมี เพื่อสุขภาพของสมาชิกและคนในชุมชน

1.1.6 ทำการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ใช้เทคโนโลยี 4ป. + 1 IPM และใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน

1.1.7 ประชุมคณะกรรมการทุกวัน ที่ 25 ของเดือน และประชุมสมาชิก 4 ครั้ง/ปี

1.1.8 จัดทำบัญชีกลุ่มเพื่อบริหารจัดการเงินกองทุน จัดสรรเป็นค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการกลุ่ม เช่น เงินปันผลสมาชิก เงินทุนสำรอง ค่าแรงงานในการให้บริการ ค่าซ่อมแซม ค่าบำรุงรักษา และค่าสาธารณูปโภค

1.1.9 มีกฎระเบียบข้อบังคับ เช่น สมาชิกและคณะกรรมการต้องเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง หากขาดการประชุมต้องเสียค่าปรับครั้งละ 50 บาท และหากขาดเกิน 3 ครั้ง จะพ้นสภาพการเป็นสมาชิก และคณะกรรมการทันที และสมาชิกต้องเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม อย่างน้อยปีละ 3 ครั้ง เป็นต้น

1.1.10 เก็บเกี่ยวข้าวในระยะที่เหมาะสม จัดการตอซังและฟาง ด้วยการไถกลบตอซังอัดฟาง และนำฟางข้าวมาเป็นวัสดุคลุมดิน

1.1.11 วางแผนการใช้อุปกรณ์เครื่องจักรกล โดยการประชุมวางแผนการผลิต และการเก็บเกี่ยวร่วมกันระหว่างสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ฯ

1.1.12 มีการจัดหาแหล่งทุน (ธ.ก.ส.) หรือแหล่งทุนอื่น ๆ

1.1.13 แปรรูปข้าวสารแพคเกจจิ้งสุญญากาศ ขนาด 1 กิโลกรัม 5 กิโลกรัม 15 กิโลกรัม และขนาด 49 กิโลกรัม ในข้าวพันธุ์ปทุมธานี 1 พันธุ์ กข 43 และพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105

1.1.14 แปรรูปข้าวเป็นข้าวแผ่นกรอบ จากข้าว กข 43 และข้าวไรซ์เบอร์รี่ สูตรแบบปกติ และสูตรแบบน้ำตาลน้อย สำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน โดยจะมีรสชาติ 3 รสชาติ คือ รสออริจินัล รสชาเขียว ที่ทำจากข้าว กข 43 และรสชาติจากข้าวไรซ์เบอร์รี่

1.1.15 จำหน่ายเมล็ดพันธุ์ข้าว ได้แก่ พันธุ์ปทุมธานี 1 และพันธุ์ กข 43 โดยได้รับการรับรองพันธุ์จากกรมการข้าว

1.1.16 มีการสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ ออกแบบโลโก้ สัญลักษณ์ และแบรนด์ เป็นที่จดจำของกลุ่มในชื่อแบรนด์ RICE ME

1.1.17 ผลิตปุ๋ยหมักจากฟางข้าว โดยหมักร่วมกับมูลสัตว์ เช่น มูลโค มูลไก่ มูลสุกร หรือหมักร่วมกับเศษพืชอื่น ๆ ได้ทุกชนิด เช่น เปลือกข้าวโพด ผักตบชวา เศษใบไม้ ขยะอินทรีย์ต่าง ๆ

1.1.18 ใช้พลังงานทางเลือก เช่น โซลาร์เซลล์ และไฟฟ้า สูบน้ำเข้านา

1.1.19 ผลิตข้าวปลอดภัยเป็นข้าวคาร์บอนต่ำ จากการบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ

1.1.20 ผลิตข้าวตามมาตรฐานการผลิต GAP ข้าว โดยกำหนดให้สมาชิกทุกราย ขอการรับรองมาตรฐาน GAP ข้าว ทุกแปลงที่เข้าร่วม ทั้งในรูปแบบรายเดี่ยวและรายกลุ่ม ซึ่งปัจจุบันสมาชิกได้การรับรองมาตรฐาน GAP ข้าว จำนวน 124 ราย

1.2 จุดอ่อน

1.2.1 สมาชิกส่วนใหญ่สูงอายุ ทำให้การเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นไปได้ยาก เช่น การใช้โดรน และแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นต้น

1.2.2 ช่องทางการตลาดยังไม่หลากหลาย ยังต้องพัฒนาในรูปแบบ Platform อื่น ๆ เช่น Shopee และ Lazada

1.2.3 ยังไม่มีการทำการศึกษา วิจัย และเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาและต่อยอด

1.3 อุปสรรค

1.3.1 ต้นทุนปัจจัยการผลิตสูงขึ้น เนื่องจากเมล็ดพันธุ์ สารเคมี ปุ๋ยเคมี และน้ำมันเชื้อเพลิง ราคาสูงขึ้น

1.3.2 ทรัพยากรน้ำที่ขาดแคลนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ ทำให้ปริมาณน้ำไม่เพียงพอต่อการทำนาตลอดฤดูกาลผลิต

1.3.4 ภัยพิบัติทางธรรมชาติ ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตข้าวลดลง

1.3.5 ตลาดสินค้าเกษตรคาร์บอนต่ำค่อนข้างแคบ ไม่สามารถซื้อขายระหว่างประเทศได้

1.3.6 ค่าใช้จ่ายในการตรวจประเมินคาร์บอนสูง โดยมีค่าใช้จ่ายสำหรับการทำโครงการ T- VER ประมาณ 100,000 – 165,000 บาท

1.4 โอกาส

1.4.1 ได้รับการสนับสนุนเครื่องจักรกลทางการเกษตรจากกรมการข้าว เช่น โดรนเพื่อการเกษตร

1.4.2 ได้รับการสนับสนุนความรู้และเทคโนโลยีจากทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ถ่ายทอดองค์ความรู้การทำนาลดโลกร้อนด้วยเทคโนโลยี 4 ป. + 1 IPM เพื่อส่งเสริมการทำนาแบบลดโลกร้อน และการทำบัญชีครัวเรือนและบัญชีต้นทุนอาชีพ เป็นต้น

1.4.3 นโยบายการผลิตข้าวคาร์บอนต่ำ เพื่อสนับสนุนให้ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคการผลิตข้าว ส่งเสริมการผลิตข้าวยั่งยืน เพิ่มรายได้ให้เกษตรกรและพัฒนาตลาดข้าวคาร์บอนต่ำ

1.4.4 สงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครนส่งผลให้ข้าวมีราคาสูงขึ้น เนื่องจากทั้งสองประเทศเป็นผู้ส่งออกข้าวสาลีและข้าวโพดรายใหญ่ของโลก การเกิดสงครามทำให้การส่งออกจากทั้งสองประเทศหยุดชะงัก ส่งผลให้อุปทานในตลาดโลกลดลง ประชาชนในหลายประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกา ที่พึ่งพาการนำเข้าข้าวจากรัสเซียและยูเครน ต้องเผชิญกับภาวะขาดแคลนอาหารและราคาอาหารที่สูงขึ้น

1.4.5 สร้างมูลค่าเพิ่มจากเศษวัสดุเหลือใช้ทางเกษตร เช่น ฟางอัดก้อน เป็นต้น

1.4.6 มีกลไกตลาดคาร์บอนต่ำ/ขายคาร์บอนเครดิต โดยมี บริษัท Spiro Carbon เป็นองค์กรสัญชาติอเมริกัน ที่ดำเนินการเรื่องคาร์บอนเครดิตให้กับชาวนาและเกษตรกรที่ทำการเกษตรอื่น ๆ ให้สามารถขายคาร์บอนเครดิตได้ในราคาดี โดยไม่ต้องไปจ้างหรือผ่านตัวกลาง และนำเข้าสู่ตลาดคาร์บอนระดับสากล ซึ่งเป็นกระบวนการระดับรากหญ้าแบบ end-to-end แห่งแรกของโลก ที่ช่วยให้การผลักดันการกักเก็บคาร์บอนจากเกษตรกรทั่วโลกได้มากขึ้นด้วยแพลตฟอร์มของบริษัท

ซึ่งจะรับซื้อคาร์บอนเครดิตจากเกษตรกร ในราคา 400 บาท/ตันคาร์บอน โดยมีเงื่อนไขการทำนาเปียกสลับแห้ง เกษตรกรต้องปล่อยน้ำในการทำนาให้แห้ง 2 ครั้ง

1.4.7 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น และหันมาบริโภคข้าวที่ปลอดภัยจากสารเคมี

1.4.8 ตลาดออนไลน์มีความเติบโต ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อความสะดวกและประหยัดเวลาในการเดินทาง

1.4.9 ข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับก๊าซเรือนกระจกเข้มงวดมากขึ้น ภายใต้กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ในการกำหนดเป้าหมายลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยประเทศไทยมีเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน ภายในปี พ.ศ. 2593 และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ ภายในปี พ.ศ. 2608 ซึ่งการทำนาเปียกสลับแห้งเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคเกษตรได้

1.4.10 มาตรการกีดกันทางการค้าสำหรับสินค้าที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการควบคุมการนำเข้าและส่งออกสินค้าที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการค้าที่ยั่งยืนและลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มาตรการการเก็บค่าธรรมเนียมคาร์บอนสำหรับการนำเข้าสินค้า มาตรการฉลากคาร์บอน ทำให้เกษตรกรไทยต้องปรับตัว ยกระดับการผลิตข้าวให้สอดคล้องกับทิศทางของโลก เพื่อลดผลกระทบจากมาตรการกีดกันทางการค้า

1.4.11 มีแผนปฏิบัติการด้านการเกษตรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พ.ศ. 2566 – 2570 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นแผนปฏิบัติการที่เน้นการเตรียมความพร้อมและปรับตัวของภาคเกษตรในประเทศไทยต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เพื่อให้เกษตรกรไทย มีสมรรถนะ และภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ บนพื้นฐานของสารสนเทศ และสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย

การวิเคราะห์ SWOT กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดีเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปผลแนวทางการพัฒนาได้ ดังนี้

1. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต และใช้อุปกรณ์เครื่องจักรกลที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการผลิตสินค้า เช่น โดรนเพื่อการเกษตร และแอปพลิเคชันต่าง ๆ เป็นต้น

2. พัฒนาเครือข่ายการใช้เครื่องจักรกล (Machinery Ring)

3. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีใหม่เพื่อลดต้นทุนการผลิต เช่น การใช้ระบบการเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farming) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้น้ำและปุ๋ย

4. ส่งเสริมสนับสนุนความรู้และเทคโนโลยีจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในการสร้างพัฒนาทักษะและอบรมตามความต้องการของสมาชิก เพื่อเพิ่มความสามารถในการใช้เทคโนโลยีใหม่ และสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ

5. พัฒนาแผนการจัดการทรัพยากรน้ำและดินโดยใช้เทคโนโลยีที่ลดการใช้น้ำ และช่วยปรับปรุงคุณภาพดิน เพื่อลดต้นทุนการผลิตและเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ

6. สร้าง story และพัฒนาแบรนด์ข้าวปลอดภัยคาร์บอนต่ำ สำหรับผู้บริโภค ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ รวมทั้งกระจายไปสู่ผู้บริโภครายอื่น ๆ และเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ ให้มากขึ้น เช่น Shopee Tiktok และ Lazada เป็นต้น

7. ส่งเสริมให้สมาชิกที่เป็นคนรุ่นใหม่ (SF/YSF) พัฒนาแนวทางการจัดการวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรให้เป็น Zero waste

8. ยกระดับการผลิตข้าวแบบครบวงจรโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ตั้งแต่กระบวนการผลิต จนถึงกระบวนการแปรรูปและจำหน่าย โดยกลุ่มแปลงใหญ่ ฯ เป็นผู้ประกอบการตลอดทั้งกระบวนการ

2. ผลจากการวิเคราะห์ 7Ps Marketing Mix

2.1 Product

2.1.1 กลุ่มแปลงใหญ่ฯ ผลิตข้าวตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) โดยกำหนดให้สมาชิกทุกรายขอการรับรองมาตรฐาน GAP ทุกแปลงที่เข้าร่วม ทั้งในรูปแบบรายเดี่ยว และรายกลุ่ม ซึ่งปัจจุบันสมาชิกได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ข้าว จำนวน 124 ราย

2.1.2 แปรรูปข้าวสารแพคเกจจิ้งสุญญากาศ ขนาด 1 กิโลกรัม 5 กิโลกรัม 15 กิโลกรัม และขนาด 49 กิโลกรัม ในข้าวพันธุ์ปทุมธานี 1 พันธุ์ กข 43 และพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105

2.1.3 แปรรูปข้าวเป็นข้าวแผ่นกรอบเพื่อสุขภาพ จากข้าว กข 43 และข้าวไรซ์เบอร์รี่ สูตรแบบปกติ และสูตรแบบน้ำตาลน้อย สำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน โดยจะมี 3 รสชาติ คือ รสออริจินัล รสชาเขียวที่ทำจากข้าว กข 43 และรสชาติจากข้าวไรซ์เบอร์รี่

2.1.4 มีการสร้างเรื่องราวผลิตภัณฑ์ ออกแบบโลโก้ สัญลักษณ์ และแบรนด์ เป็นที่จดจำของกลุ่ม ในชื่อแบรนด์ “RICE ME”

2.2 Price จำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และผู้บริโภคโดยตรง กิโลกรัมละ 50 บาท ออนไลน์คิดค่าส่งตามจริง ทำบันทึกความร่วมมือ (MOU) กับบริษัท ข้าว ซี.พี. จำกัด โดยบริษัทจะรับซื้อ ผลผลิตข้าวเปลือกตามคุณภาพมาตรฐานในราคาประกัน และราคาสูงกว่าราคาตลาดทั่วไป ข้าวปทุมธานี 1 ให้ราคาสูงกว่าตลาด 300 บาทต่อตัน และข้าว กข 43 ความชื้นที่ 14 % ประกันราคาที่ 10,500 บาทต่อตัน และบันทึกความร่วมมือ (MOU) กับ บริษัท ออมสุข วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ภายใต้ การดำเนินงานของบริษัทบางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อส่งเสริมการผลิตข้าวลดโลกร้อน (Thai Rice NAMA) จากการทำนาแบบเปียกสลับแห้ง โดยบริษัท ออมสุข วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด รับซื้อข้าวลดโลกร้อน (ข้าวปทุมธานี 1) จำนวน 40 ตัน ในราคา ตันละ 25,000 บาท

2.3 Promotion มีการทำโฆษณาทางเพจเฟซบุ๊ก เพื่อใช้ในการโปรโมทสินค้า รวมถึงช่องทางการสอบถามและติดต่อซื้อขายสินค้าของกลุ่มแปลงใหญ่ฯ

2.4 Place ขายข้าวผ่านช่องทางออนไลน์ เพจในนามวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ ตำบลเดิมบาง จ.สุพรรณบุรี เพจข้าวเพื่อสุขภาพ และเพจศูนย์เรียนรู้ ลดโลกร้อน นาแปลงใหญ่ โดยต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมใน Platform อื่น ๆ เช่น Shopee Tiktok และ Lazada

2.5 People ต้องพัฒนาระบบการบริหารจัดการ สมาชิกให้มีความร่วมมือ การมีส่วนร่วม หรือให้ความช่วยเหลือลูกค้า การตอบอีเมล ตอบข้อความบนเว็บไซต์ รวมทั้ง Chatbot

2.6 Process มีช่องทางให้บริการลูกค้า เช่น โทรศัพท์ เพจเฟซบุ๊ก แต่ยังต้องเพิ่มการพัฒนาการศึกษา วิจัย และเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาและต่อยอดการให้บริการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.7 Physical Evidence ต้องพัฒนาการสร้างเพจที่มีดีไซน์สวย มีรายละเอียดข้อมูลสินค้า ใช้งานง่าย จ่ายเงินสะดวก รวมถึงมีช่องทางติดต่อสำหรับลูกค้าทั้งช่องทาง FAQ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รวมถึง Chatbot ที่ลูกค้าสามารถสอบถามได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นหนึ่งใน Customer Experience ที่ดีที่จะดึงดูดลูกค้าใหม่และลูกค้าเก่า

การวิเคราะห์ 7Ps Marketing Mix กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินนางพิก จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปผลได้ ดังนี้ ต้องพัฒนาเพิ่มเติมด้านการเสนอโปรโมชั่น เช่น การแจกคูปองส่วนลด หรือ สะสมแต้ม และการสร้าง Website ที่มีดีไซน์สวย ใช้งานง่าย จ่ายเงินสะดวก รวมถึงการให้บริการก่อนและหลังการขาย มีช่องทางติดต่อสำหรับลูกค้า ได้แก่ FAQ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล หรือ Chatbot ที่ลูกค้าสามารถถามได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งเป็นหนึ่งใน Customer Experience ที่ดีที่สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่าไว้อย่างต่อเนื่อง

3. ผลจากการวิเคราะห์ BSC : Balanced Scorecard

กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง จังหวัดสุพรรณบุรี

กลยุทธ์ เป็นผู้นำทางการตลาดการผลิตข้าวลดโลกร้อนให้มีคุณภาพเพื่อกระจายสู่ผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทาน (Strategic Alignment) โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานต้องมีความสอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของกลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าวด้วยเทคนิค BSC : Balanced Scorecard

มุมมอง	เป้าหมาย	วัตถุประสงค์	ตัวชี้วัด
ลูกค้า	ลูกค้าที่รักสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม	1. เพิ่มลูกค้าใหม่ 2. รักษาลูกค้าเก่า	1. ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น 5% 2. ฐานลูกค้าเก่า 80 %
การเงิน	เพิ่มผลประโยชน์ทางการเงิน	1. เพิ่มยอดขาย 2. ลดต้นทุน	1. ยอดขายต่อเดือนเพิ่มขึ้น 5% 2. ต้นทุนต่อหน่วยลดลง 5%
กระบวนการภายใน	เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า	1. ขายใน Platform Shopee Tiktok และ Lazada	1. เพิ่มยอดขายใน Platform Shopee Tiktok และ Lazada 5%
การเรียนรู้และการพัฒนา	เพิ่มการเรียนรู้และการพัฒนากลุ่ม	1. เพิ่มช่องทางการเรียนรู้ 2. พัฒนาศักยภาพสมาชิกในกลุ่ม	1. เพิ่มช่องทางการเรียนรู้ 5 ช่องทาง 2. สมาชิกในกลุ่มมีความรู้เพิ่มขึ้น 50%

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าวด้วยเทคนิค BSC : Balanced Scorecard แสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และตัวชี้วัดของกลุ่มแปลงใหญ่ฯ ผ่านการวิเคราะห์ 4 ด้าน ได้แก่ ลูกค้า การเงิน กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการพัฒนา โดยกลุ่มแปลงใหญ่ฯ มีเป้าหมายในกลุ่มลูกค้าที่รักษาสภาพและสิ่งแวดล้อม เพิ่มผลประกอบการด้านเงิน เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า และเพิ่มการเรียนรู้และการพัฒนากลุ่ม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่า เพิ่มยอดขายและลดต้นทุน เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าขายใน Platform Shopee Tiktok และ Lazada และเพิ่มช่องทางการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพสมาชิกในกลุ่ม โดยมีตัวชี้วัด คือ ปริมาณจำนวนลูกค้าทั้งฐานเก่าและลูกค้าใหม่ กำไร และความรู้ของสมาชิกในกลุ่มชุมชนแปลงใหญ่ฯ ที่เพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์ Balanced Scorecard (BSC) กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปผลได้ ดังนี้ แบ่งการวิเคราะห์เป็น 4 มุมมอง ได้แก่ ๑) ลูกค้า คือ ลูกค้าที่รักษาสภาพและสิ่งแวดล้อม โดยการเพิ่มลูกค้าใหม่และรักษาลูกค้าเก่า ๒) การเงิน คือ เพิ่มผลประกอบการด้านเงิน โดยการเพิ่มยอดขายและลดต้นทุน ๓) กระบวนการภายใน คือ เพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าขายใน Platform Shopee Tiktok และ Lazada ๔) การเรียนรู้และการพัฒนา คือ เพิ่มช่องทางการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพสมาชิกในกลุ่ม

เรื่องที่ 4.4.5 สรุปผลการวิเคราะห์สถานการณ์ข้าว

1. การผลิตและการตลาดข้าวของโลกมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ความต้องการบริโภคข้าวโลกมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง ตามการขยายตัวของประชากรโลกและความต้องการใช้ข้าวในอุตสาหกรรม ปริมาณข้าวในตลาดโลกลดลง ผลักดันให้ประเทศผู้นำเข้าข้าวจำเป็นต้องนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้นเพื่อชดเชยสต็อกข้าวในประเทศ และเก็บสำรองไว้ใช้ในช่วงปลายปี ส่งผลต่อเนื่องให้ราคาข้าวและการส่งออกข้าวของประเทศผู้ส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในด้านการส่งออกข้าวไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ทั้งนโยบายทางการเมืองและการเกษตรของแต่ละประเทศ เช่น อินเดียซึ่งเป็นประเทศส่งออกข้าวรายใหญ่ที่สุดของโลก มีมาตรการระงับการส่งออกข้าวขาวที่ไม่ใช่บาสมาดิ ตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2566 เป็นต้นมา เนื่องจากความกังวลว่าผลผลิตข้าวไม่เพียงพอต่อการบริโภคในประเทศ และการเกิดภัยพิบัติในต่างประเทศที่เป็นคู่ค้าและคู่แข่งที่สำคัญของไทย จากปรากฏการณ์เอลนีโญที่มีอิทธิพลต่อความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ จึงส่งผลต่อการส่งออกข้าวของไทย ทำให้ประเทศไทยเข้าไปมีส่วนแบ่งทางการตลาดข้าวเพิ่มมากขึ้น โดยส่วนแบ่งการตลาดประเทศไทย ปี 2565 อยู่ที่ 14.12 % และ ปี 2566 อยู่ที่ 15.73 % เพิ่มขึ้น 11.40 % รวมถึงประเทศไทยสามารถผลิตข้าวได้มาตรฐาน มีคุณภาพดี จึงเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง

2. กลุ่มแปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี มีความโดดเด่นของการทำการเกษตรเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นการใช้สารชีวภัณฑ์ ลดการใช้สารเคมี และนำเทคโนโลยีการทำนาแบบลดโลกร้อน 4 ป. + 1 IPM (การปรับหน้าดิน การทำนาแบบเปียกสลับแห้ง การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดิน แปรสภาพฟางตอซัง และการกำจัดศัตรูพืชด้วยวิธีผสมผสาน) มาใช้ในกระบวนการผลิตข้าวให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) ซึ่งปัจจุบันสมาชิกกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) จำนวน

124 ราย ประกอบกับปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยมากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่กลุ่มแปลงใหญ่ฯ จะสามารถเพิ่มการผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพข้าวจนสามารถขยายฐานการตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัย และใส่ใจสิ่งแวดล้อม สร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม ให้สามารถดูแลสมาชิกในครอบครัวได้ดีขึ้น รวมทั้งเกิดความยั่งยืนในการเพาะปลูกข้าวทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาที่ดิน. 2548. **สำนักสำรวจดินและวางแผนการใช้ที่ดิน**. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567
จาก http://oss101.idd.th/web_thaisoil/62_soilgroup/sgr_upland_us/sgr_31.htm
- กรมวิชาการเกษตร. 2567. **GAP DOA Online**. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2567
จาก <https://gap.doa.go.th>
- กรมศุลกากร. 2567. **รายงานสถิติ**. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2567
จาก https://www.customs.go.th/statistic_report
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2566. **ระบบสารสนเทศการผลิตทางด้านเกษตร**. สืบค้น 27 พฤษภาคม 2567.
จาก :<https://production.doe.go.th/site/index>
- _____. 2566. **ระบบสารสนเทศการผลิตทางด้านเกษตร**. สืบค้น 10 มิถุนายน 2567.
จาก : <https://production.doe.go.th/data-state-product/index>
- _____. 2566. (ร่าง) **แผนพัฒนากล้วยไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ พ.ศ. 2566 – 2570**.
กลุ่มส่งเสริมไม้ดอกไม้ประดับ. สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร.
- _____. 2567. **ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร**. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567
จาก <https://production.doe.go.th/data-state-product/index>
- _____. 2567. **ระบบสารสนเทศแปลงใหญ่**. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2567
จาก <https://co-farm.doe.go.th>
- _____. 2567. **ระบบสารสนเทศแปลงใหญ่**. สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2567
จาก <https://co-farm.doe.go.th>
- เกษลักษณ์ ชุ่มดอกไพร. 2564. **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ศูนย์การค้าดอกกิมมอลล์ ทองหล่อ** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. 2561. **โลจิสติกส์ (logistics) และโซ่อุปทาน (supply chain)**. สืบค้นจาก
<https://www.iok2u.com/article/logistics-supply-chain/logistics-supply-chain>.
- จิราพร ว่องไววิริยะ. 2566. **หน่วยที่ 1 แนวคิดการเริ่มต้นธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตร**.
เอกสารการสอนชุดวิชาการการเริ่มต้นธุรกิจ การตัดสินใจและการจัดการความเสี่ยงในธุรกิจ
การเกษตร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ปิติ กันตังกุล. 2561. **หน่วยที่ 11 ข้อมูลสารสนเทศ ความรู้ และภูมิปัญญาทางธุรกิจการเกษตร**.
เอกสารการสอนชุดวิชาการพัฒนาธุรกิจเกษตรและสหกรณ์. นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ประจวบ กล่อมจิตร. 2566. **โลจิสติกส์-โซ่อุปทาน: การออกแบบและการจัดการเบื้องต้น**.
กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ภวัต เจริญจินฉัตร. 2564. **หน่วยที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการตลาดสินค้าเกษตร**. เอกสาร
การสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดสินค้าเกษตร. นนทบุรี: สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และ
สหกรณ์ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- มณฑลภาพ ลีมา. 2567. **วิธีการตลาดกล้วยไม้ตัดดอก**. กลุ่มส่งเสริมธุรกิจเกษตร. สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร.
- วิทยา สุหฤทธดำรง. 2564. **ลอจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน อธิบายได้...ง่ายนิดเดียว**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สายทิพย์ โสรรัตน์ และนางนุช อังยูริกุล. 2564. **หน่วยที่ 5 การวิเคราะห์โซ่อุปทานและสถานะแวดล้อมทางการตลาดสินค้าเกษตร**. เอกสารการสอนชุดการจัดการการตลาดสินค้าเกษตร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. 2566. **หน่วยที่ 5 การเริ่มต้นลงทุนทางธุรกิจการเกษตร**. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. 2547. **มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (หน่อไม้ฝรั่ง)**. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- _____. 2548. **มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (กล้วย)**. สืบค้น 10 มิถุนายน 2567. <https://www.acfs.go.th/#/standard-commodity/General>.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี. 2566. **เอกสารประกอบการประกวดแปลงใหญ่ดีเด่นระดับประเทศ ปี 2566** แปลงใหญ่เกษตรสมัยใหม่ (ข้าว) ตำบลเดิมบาง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดสุพรรณบุรี.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2566. **ข้อมูลการผลิตสินค้าเกษตร**. สืบค้น 27 พฤษภาคม 2567. จาก :<https://oae.go.th/view/1/ข้อมูลการผลิตสินค้าเกษตร/TH-TH>.
- _____. 2566. **นำเข้า - ส่งออก**. สืบค้น 27 พฤษภาคม 2567. จาก :<https://impexpth.oae.go.th>.
- _____. 2566. **สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญ และแนวโน้มปี 2567**. กรุงเทพฯ : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- _____. 2566. **สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้า**. สืบค้น 10 มิถุนายน 2567. จาก :https://www.oae.go.th/assets/portals/1/ebookcategory/110_commodity2566/
- อภิชาติ พงษ์ศรีหตุลชัย. 2565. **หน่วยที่ 2 สารสนเทศทางธุรกิจการเกษตรในโซ่อุปทาน**. เอกสารการสอนชุดสารสนเทศและการวิจัยทางธุรกิจการเกษตร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อัจฉรา โพธิ์ดี. 2564. **หน่วยที่ 3 ลักษณะสินค้าเกษตรและตลาดสินค้าเกษตร**. เอกสารการสอนชุดการจัดการการตลาดสินค้าเกษตร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เอกสารการสอนชุดวิชาการการเริ่มต้นธุรกิจ การตัดสินใจและการจัดการความเสี่ยงในธุรกิจการเกษตร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations. 2022. **Crops and livestock products**. Retrieved 27 May 2024. from :<https://faostat/en/#data/QCL>
- SUPPLY CHAIN GURU. 2565. **Balanced Scorecard** ในงานซัพพลายเชน. สืบค้น 7 พฤษภาคม 2567. จาก <https://supplychainguru.co.th/articles/soft-skills/balanced-scorecard-in-supply-chain>.
- Trade Statistics for International Business Development. 2022. **Import and Export Products**. Retrieved 10 June 2024. from :<https://www.trademap.org>