

Received: May 07, 2020  
 Revised: November 24, 2020  
 Accepted: December 02, 2020

## การจัดการการตลาด การผลิต และโซ่อุปทานการปลูกกล้วยหอม ของกลุ่มเกษตรกร ป่าตึง - ริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ชยากร พุทธกำเนิด<sup>1\*</sup>, นคร ไชยวงศ์ศักดิ์<sup>2</sup>, ขวัญเรือน สิ้นณรงค์<sup>3</sup>,  
 นิศารัตน์ ไชยวงศ์ศักดิ์<sup>4</sup>, ธัญพร ฟุ้งเฟื่อง<sup>5</sup> และ สุทธดา ชัดติยะ<sup>6</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของระบบการปลูก การตลาดของกล้วยหอมในชุมชนป่าตึง-ริมกก เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย และ 2) ศึกษาโซ่อุปทานของกล้วยหอมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงรายและส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมให้แก่ประชาชนที่มีความสนใจที่จะปลูกกล้วย รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) มีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช่ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 10 คน ผลการวิจัย พบว่าเกษตรกรมีช่องทางการจำหน่ายอยู่ 2 ช่องทาง คือ วางขายหน้าร้านของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 90 กับขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 10 แต่เนื่องจากปัจจุบันผลผลิตลดลง และไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อวางแผนการผลิต เพื่อให้ผลผลิตออกมาในช่วงเวลาเดียวกัน จึงไม่สามารถมีผลผลิตที่เพียงพอต่อการขายส่งให้พ่อค้าคนกลาง ทำให้เกิดการขนส่งไม่เต็มคันรถ และต้นทุนในการปลูกกล้วยหอมเมื่อคิดกำไร (ขาดทุน) ต่อไร่จะพบว่ากำไรสูงสุดอยู่ที่ 23,166 บาทต่อไร่ และขาดทุนสูงสุดอยู่ที่ 29,607 บาทต่อไร่ กำไรต่อไร่ที่สูงเนื่องจากทำการจัดจำหน่ายเอง ทำให้มีรายได้จากการขายที่สูงกว่าขายให้กับพ่อค้าแม่ค้าคนกลาง นอกจากนี้ยังมีรายได้จากการขายหน่อ ส่วนเกษตรกรที่ขาดทุนจะมีสาเหตุมาจากการคิดค่าแรงของเกษตรกรทำให้ในความเป็นจริงเกษตรกรไม่ได้ขาดทุนที่เป็นตัวเงินจริงๆ

**คำสำคัญ:** โซ่อุปทานกล้วยหอม การตลาดกล้วยหอม การจัดการกล้วยหอมของชุมชน

**ประเภทบทความ:** บทความวิจัย

\* ผู้รับผิดชอบงานหลัก

<sup>1-3</sup> อาจารย์คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, อีเมล: chayakorn.put@crru.ac.th, nakorn.cha@crru.ac.th, Kwanruan.sin@crru.ac.th

<sup>4</sup> อาจารย์สำนักวิชาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, อีเมล: cnisarath@gmail.com

<sup>5-6</sup> อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, อีเมล: thanyapornaudy@gmail.com, lekiz95@yahoo.com

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

## Marketing, Production and Supply Chain Management of Banana for Farmer Group of Patueng – Rimkok, Muang District, Chiang Rai Province

Chayakorn Putakamnerd<sup>1\*</sup>, Nakorn Chaiwongsakda<sup>2</sup>, Kwanruan Sinnarong<sup>3</sup>,  
Nisarath Chaiwongsakda<sup>4</sup>, Thanyaporn Fung-Fuang<sup>5</sup> and Suthada Khattiya<sup>6</sup>

### Abstract

This research aims to 1) to study the banana planting system and its market at Paatueng – Rimkok Community and 2) to study the supply chain and promote the banana afforestation for people who are interested in banana planting at Muang District, Chiang Rai Province. The study employed the qualitative research method, using an in-depth interview with 10 purposive sampling participants. The findings showed that the farmers have two channels of product distribution including the retail sales at their store (90%) and the wholesale to merchant middlemen (10%). Due to the current decreases in the production and no group collaboration in production planning, it makes the farmers have limited products to sell to the merchant middlemen. When considering the profits and losses, it was found that the highest profits were at 23,166 baht per rai and the highest losses were at 29,607 baht. The profits were high due to the retail sales of the products and banana shoots which make them received higher incomes than the sales of those products to the merchant middlemen. Besides, the cause which makes the farmers think that they lose their profits was from the calculation of their wages, which in reality, they did not make any loss.

**Keywords:** Supply chain Management of Banana, Marketing, Banana management

**Type of Article:** Research Article

\* Corresponding author

<sup>1-3</sup> Lecturer of Industrial Technology, Chiang Rai Rajabhat University, E-mail: chayakorn.put@crru.ac.th, nakorn.cha@crru.ac.th, Kwanruan.sin@crru.ac.th

<sup>4</sup> Lecturer of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University, E-mail : cnisarath@gmail.com

<sup>5-6</sup> Lecturer of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, E-mail: thanyapornaudy@gmail.com, lekiz95@yahoo.com

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI.) อยู่ในกลุ่ม 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

## 1. บทนำ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่ได้เปรียบในเรื่องของการขนส่งสินค้าไปจีน เนื่องจากมีเส้นทาง R3A ทำให้การขนส่งมีความรวดเร็ว มีความสะดวกมากขึ้น และจากการศึกษาถึงการอำนวยความสะดวกการค้าตามเส้นทางเชื่อมโยงเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษาเส้นทาง R3A ได้คะแนนเท่ากับ 4.28 หมายความว่ามีการอำนวยความสะดวกในระดับค่อนข้างดี (ทวงมาลี พิมพ์พาไซ, 2558) อีกทั้งขั้นตอนพิธีด่านศุลกากรระหว่างประเทศมีความยุ่งยากลดน้อยลง ทำให้ประหยัดเวลาในการขนส่งที่มีผลต่อคุณภาพของสินค้าเกษตรและต้นทุนของผลไม้ไทย ซึ่งผู้บริโภคชาวจีนนั้นมีความต้องการสินค้าเกษตรโดยเฉพาะกล้วยหอมที่เพิ่มมากขึ้น โดยจีนอนุญาตการนำเข้ากล้วยหอมจาก 11 ประเทศทั่วโลก รวมถึงไทย ในปี 2561 จีนมีการนำเข้ากล้วยหอม 1.54 ล้านตัน เพิ่มขึ้น 50% และในปี 2562 พบว่า ช่วง 11 เดือนแรก มีการนำเข้า 1.79 ล้านตัน (ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์, 2563)

ทำให้เล็งเห็นว่า ผลไม้ไทยสามารถเติบโตในตลาดจีนได้อีกมาก เนื่องจากผู้บริโภคกำลังซื้อและต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและมีความแปลกใหม่ (ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์, 2563) ซึ่งในด้านพันธุ์กล้วยของไทยนั้นกล้วยหอมเป็นพันธุ์กล้วยมีเอกลักษณ์ โดดเด่น ทั้งในด้านรสชาติและกลิ่น เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ถ้าดูจากศักยภาพ การผลิตและความต้องการของตลาดที่เพิ่มมากขึ้น (สถาบันวิจัยพืชสวน, ม.ป.ป.)

ซึ่งโซ่อุปทานโดยรวมของกล้วยจะเริ่มตั้งแต่การไหลของวัตถุดิบ ส่งมาให้เกษตรกรทำการวางแผนเตรียมการเพาะปลูก จนถึงเก็บเกี่ยวโดยมีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 4 กิจกรรม คือ การซื้อ การผลิต การเคลื่อนย้าย และการขาย ซึ่งกิจกรรมจะดำเนินการได้ดีก็ต้องมีการไหลของข้อมูลด้วย (กฤตติกา จินาชาญ, 2562)

จากการลงพื้นที่เบื้องต้น เพื่อให้ทราบถึงปัญหาของเกษตรกรที่มีการเพาะปลูกกล้วยหอมภายในจังหวัดเชียงราย พบว่า พื้นที่ที่มีการปลูกกล้วยหอมมากคือชุมชนริมกก-ป่าตึง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งได้มีการรวมกลุ่มกันตั้งวิสาหกิจชุมชนป่าตึง – ริมกก เพื่อทำการศึกษาร่วมกัน ภายในกลุ่มในเรื่องของการบำรุงดิน การดูแลรักษา การให้ปุ๋ยให้น้ำและการลดการใช้ยาฆ่าแมลง เป็นต้น พบว่า พันธุ์กล้วยหอมที่ปลูก ณ ปัจจุบัน คือพันธุ์พื้นเมืองและพันธุ์ไต้หวันเพชรบุรี ซึ่งจากผลผลิตที่ได้ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ประกอบกับในอนาคตอาจจะมีพื้นที่ปลูกที่ลดลงเนื่องจากจะมีถนนตัดผ่านพื้นที่เพาะปลูกและเกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุมากและเริ่มจะเกษียณตนเอง ทำให้โอกาสที่จะส่งไปขายที่จีน มีน้อยมาก อีกทั้งคนจีนที่มารับซื้อต้องการสินค้าแบบเต็มคันรถ เกษตรกรที่ปลูกกล้วยจึงไม่สามารถทำการส่งออกได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญจันทร์ สุทธานุกุล (2558) ซึ่งกล่าวว่า การจะได้มาซึ่งผลผลิตเพื่อการส่งออกนั้น มีปัญหาทั้งทางด้านปริมาณผลผลิตที่ได้ตามมาตรฐานส่งออกมีไม่เพียงพอ การกระจุกตัวของผลผลิตไม่สามารถกระจายการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (เพ็ญจันทร์ สุทธานุกุล, 2558) แต่ก็ยังมีประชาชนที่ให้ความสนใจและต้องการที่จะทำการเพาะปลูกกล้วยหอม เนื่องจากถ้าพิจารณาถึงความได้เปรียบทางด้านพื้นที่ของจังหวัดเชียงรายนั้น มีความได้เปรียบมากกว่าจังหวัดอื่น แต่ยังไม่ทราบว่า จะเริ่มต้นอย่างไรหรือต้องเกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานตรงไหนบ้าง ประกอบกับเกษตรกรยังไม่ทราบต้นทุนในการผลิตที่แท้จริง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความตระหนักถึงความต้องการของชุมชน จึงได้ทำการวิจัยเรื่องการจัดการการตลาด การผลิต และโซ่อุปทานปลูกกล้วยหอมของเกษตรกรป่าตึง-ริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นโซ่อุปทานที่อยู่ภายในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เป็นข้อมูล

พื้นฐาน และแนวทางในการบริหารจัดการกล้วยหอมที่มีประสิทธิภาพ ให้กับเกษตรกร ในพื้นที่และประชาชนที่มีความสนใจที่อยากจะปลูกกล้วยในจังหวัดเชียงราย

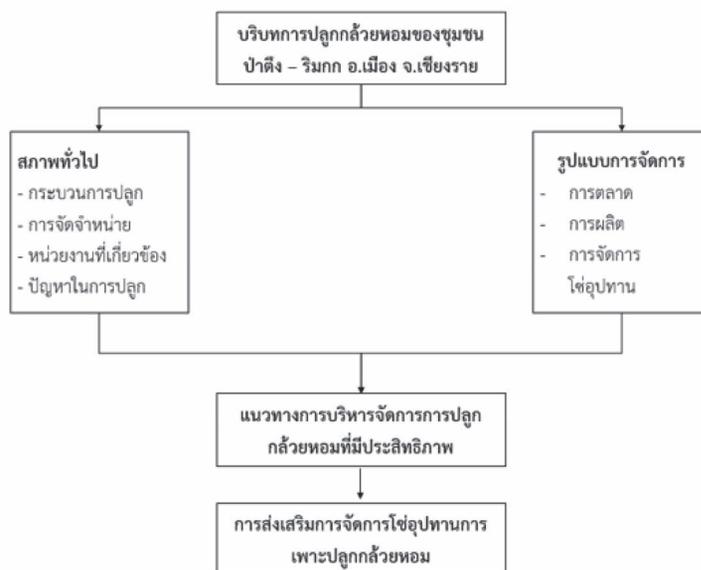
เมืองจังหวัดเชียงรายและส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมให้แก่ประชาชนที่มีความสนใจที่จะปลูกกล้วยหอมในจังหวัดเชียงราย

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) ศึกษาสภาพทั่วไปของระบบการปลูก การตลาดของกล้วยหอมในชุมชนป่าตึง-ริมกก เขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย
- 2) ศึกษาโซ่อุปทานของกล้วยหอมในเขตอำเภอ

## 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ศึกษาในเรื่องของสภาพทั่วไปของการปลูกกล้วยหอมของชุมชน รูปแบบการจัดการผลผลิตของเกษตรกร เพื่อนำไปเป็นแนวทางและเสนอแนะรวมทั้งส่งเสริมให้แก่ผู้สนใจ (ตามภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 4. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เห็นภาพรวมของแนวทางการศึกษาวิเคราะห์ ได้อย่างชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของ การศึกษาที่ได้ กำหนดไว้ ดังนี้

### 4.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านโลจิสติกส์และ โซ่อุปทาน

การจัดการห่วงโซ่อุปทานคือ การจัดการความสัมพันธ์กับผู้หาสินค้าและลูกค้าเพื่อทำการส่งสินค้าและบริการที่มีคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ในทุกๆ กิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน (ทวิศักดิ์

เทพพิทักษ์, 2554)

ระบบบริหารจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หรือ SCM เป็นระบบการบริหารที่สนองความต้องการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยการบริหารจัดการให้หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าไปยังผู้บริโภคให้ได้รับสินค้าตามที่ต้องการ ซึ่งแนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กร ไม่สามารถแข่งขันได้โดยลำพัง แต่มีกระบวนการแข่งขันกันในรูปแบบของโซ่อุปทาน ที่ต้องเกิดความร่วมมือกันทั้งภายในและ

ระหว่างองค์กร (มานิตย์ สิงห์ทองชัย, 2561)

จากคำนิยามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สรุปได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดการความสัมพันธ์ขององค์กร ภายในห่วงโซ่อุปทานทุก ๆ องค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกัน เช่น ผู้หาสินค้าไปจนถึงกระทั่งลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจที่มากขึ้น โดยมีต้นทุนที่ต่ำกว่าในทุกกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยห่วงโซ่อุปทานจะดำเนินไปได้ด้วยการประสานงานและการทำงานร่วมกันขององค์กรภายในห่วงโซ่เดียวกัน

#### 4.2 ส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทานขั้นพื้นฐาน

ห่วงโซ่อุปทานขั้นพื้นฐานนั้น จะประกอบด้วย 3 ส่วนหลักๆ คือ ผู้หาวัตถุดิบ (Supplier) ทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาวัตถุดิบที่จำเป็นในการใช้ผลิต ผู้ผลิต (Producer) ทำหน้าที่รับปัจจัยการผลิตเพื่อทำการผลิตสินค้าขั้นสุดท้าย และลูกค้า (Customer) โดยที่ในห่วงโซ่อุปทานนั้นจะประกอบด้วย การไหลของข้อมูล กระแสเงิน ผลิตภัณฑ์ และการไหลย้อนกลับ

ลักษณะโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานมีอยู่หลายรูปแบบส่วนมากจะมีลักษณะคล้าย ๆ กัน ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งรูปแบบแรกจะมีการไหลในลักษณะของอัสตริม คือ ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ถึงผู้กระจายสินค้า (Distributor) และดาวนัสตริม คือลักษณะการไหลจากผู้กระจายสินค้า (Distributor) ถึงผู้จัดหาวัตถุดิบ (Supplier) ซึ่งการระบุว่าจะจุดไหนคืออัสตริมนั้น ให้ใช้ตำแหน่งของบริษัทที่พิจารณาเป็นหลัก ซึ่งการเรียงลำดับส่วนประกอบของห่วงโซ่อุปทานจากอัสตริมไปยังดาวนัสตริมอาจจะเรียงได้ดังนี้ คือ ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Raw Material/Supplier) ผู้ผลิต (Manufacturers) ผู้ค้าส่งหรือผู้กระจายสินค้า (Wholesalers/Distributors) ผู้ค้าปลีก (Retailers) และผู้บริโภค (Customer) (ภคมน กิจนุสนธิ, 2559)

#### 4.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด

การตลาดในโลกธุรกิจยุคปัจจุบันมีความสำคัญ

ธุรกิจหรือองค์กรทุกแห่งต้องมีฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายขายซึ่งจะทำหน้าที่ในการวิเคราะห์หาโอกาสทางการตลาด และ ความหมายของการตลาดนั้นมีผู้บัญญัติไว้หลายความหมายแต่ความหมายซึ่งเป็นที่ยอมรับและรู้จักกันดีนั้นมี 2 ความหมาย คือความหมายที่หนึ่งคือ การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการทางสังคม ซึ่งแต่ละคน/แต่ละกลุ่มได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการ คือ สินค้าหรือบริการโดยผ่าน ระบบการแลกเปลี่ยนสิ่งที่มีคุณค่าซึ่งกันและกัน ความหมายที่สองคือ การตลาดหรือการจัดการการตลาด (Marketing Management) เป็นกระบวนการการวางแผน การบริหาร แนวคิด สินค้า การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการ ส่งเสริมการตลาดสำหรับสินค้าบริการที่สร้างสรรค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนและสนองความพอใจให้ ลูกค้าขณะเดียวกันองค์กรบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ (ยุพธนา ธรรมเจริญ และคณะ, 2558)

การวางแผนและปฏิบัติการหรือดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อเสนอสินค้าและบริการแก่ลูกค้าตลาดเป้าหมายของตนเองโดยใช้เครื่องมือ และทรัพยากรต่างๆ ขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด การตลาดเป็นแรงผลักดันขององค์กร กล่าวคือ การศึกษาความต้องการของลูกค้า เรียนรู้และมีความใกล้ชิดกับลูกค้าตลอดเวลา มีการนำเสนอสินค้าและบริการอย่างมีคุณภาพและมีคุณค่าอย่างต่อเนื่อง สร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้าจนลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในระยะยาว พยายามให้บุคลากรและทุกฝ่ายในองค์กรมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงานเสมือนหนึ่งเป็นนักการตลาดหรือผู้ให้บริการแก่ลูกค้าไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งใดก็ตาม

#### 4.4 แนวคิดและทฤษฎีด้านการคำนวณต้นทุนการผลิตกล้วยหอม

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (สศก.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้มีการแจ้งรายละเอียดข้อมูลต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตร ซึ่งการคิดคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตรของ สศก. จะประกอบ

ด้วย ต้นทุนที่เป็นเงินสด คือ ต้นทุนที่เกษตรกรจ่ายด้วยเงินสด ได้แก่ ค่าพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่ายาและสารเคมี ค่าจ้างแรงงาน และค่าน้ำมัน และต้นทุนที่ไม่เป็นเงินสด คือ ต้นทุนที่เกษตรกรไม่ได้ใช้เงินจ่าย เช่น แรงงานในครัวเรือน ปุ๋ยคอกในฟาร์ม ค่าใช้ที่ดินของตนเอง ค่าเสียโอกาสและค่าเสื่อมอุปกรณ์การเกษตร ซึ่งเมื่อนำต้นทุนทั้ง 2 ประเภทมารวมกัน จะเรียกว่า ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งการคิดคำนวณต้นทุนแบบเงินสด จะทำให้ทราบว่าค่าใช้จ่ายในช่วงระยะเวลาการผลิตเป็นอย่างไร (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

ในการคำนวณต้นทุนการผลิตกล้วยหอม จะมีค่าใช้จ่ายประกอบด้วย

(1) ค่าแรงงาน ได้แก่ ค่าเตรียมดิน ขุดหลุม ค่าปลูก รวมค่าเตรียมพันธุ์ ค่าดูแลรักษา (ค่าแรง ค่า จ้าง ดายหญ้า ใส่ปุ๋ย ฉีดยา ให้น้ำ ฯลฯ) ค่าเก็บเกี่ยว และรวบรวม (ไม่รวมค่าขนไปขาย)

(2) ค่าวัสดุ ได้แก่ ค่าพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่ายาปราบศัตรูพืชและวัชพืช ค่าวัสดุอื่นๆ น้ำมันเชื้อเพลิง และค่าซ่อมแซมอุปกรณ์

(3) ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน คิดตามอัตราดอกเบี้ยของการเสียโอกาสในการนำเงิน ไปลงทุนอย่างอื่น

(4) ค่าเช่าที่ดิน

(5) ค่าเสื่อมอุปกรณ์ โดยค่าเฉลี่ยจากการคำนวณของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรจะอยู่ที่ 78.82 บาทต่อไร่

(6) ค่าเสียโอกาสอุปกรณ์โดยค่าเฉลี่ยจากการคำนวณของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรจะอยู่ที่ 8.64 บาทต่อไร่

โดยต้นทุนมาตรฐานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ในเดือนมีนาคม 2557 คือต้นทุน 16,186.55 บาทต่อไร่ โดย 1 ไร่ ได้ผลผลิตประมาณ 250 เครือๆ ละ 5.95 หวี (ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559)

## 5. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้มีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

### 5.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

### 5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ ประชากร คือ เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมในชุมชนป่าตอง-ริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย มีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเกษตรกรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการปลูกกล้วยหอม จำนวน 10 คน

### 5.3 เครื่องมือวิจัย

แบบสัมภาษณ์ตามแนวคำถาม (Interview Guideline) ที่ได้วางไว้ และเป็นคำถามปลายเปิดที่ครอบคลุมประเด็นต่างๆ และข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากการศึกษาจากหนังสือ เอกสาร งานวิจัยต่างๆ รวมถึงข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อช่วยในการกำหนดแนวคำถาม

### 5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อช่วยในการออกแบบงานวิจัย ออกแบบแบบสอบถาม และการกำหนดกรอบการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วย ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้มาโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview)

### 5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมีการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเกี่ยวกับ การไหลของผลิตภัณฑ์ การไหลของสารสนเทศ กระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ต้นทุนของการเพาะปลูกกล้วยหอม สภาพทั่วไปของการเพาะปลูก การตลาด เพื่อนำมาวิเคราะห์และหาแนวทางในการจัดการการเพาะปลูกกล้วยหอม และส่งเสริมการจัดการการเพาะปลูกกล้วยหอม

## 6. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

### 6.1 ศึกษาสภาพทั่วไปของระบบการปลูก การตลาดของกล้วยหอมในชุมชนป่าติง-ริมกก เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

จากการสัมภาษณ์ และลงพื้นที่เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมในชุมชนป่าติง-ริมกก เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายนั้น พบว่า กล้วยหอมที่ใช้ในการปลูกบนพื้นที่ ป่าติง-ริมกก มี 2 สายพันธุ์ คือ พันธุ์ดั้งเดิม (กล้วยหอมพันธุ์พื้นเมืองเชียงราย) ซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่รสชาติหวานและหอมมาก สีผิวเหลืองสวย ไม่ร้อน ข้าง่าย เนื้อแน่น ไม่ละ แต่ข้อเสียคือ ขนาดเครื่องจะเล็กลูกไม่ใหญ่ อีกสายพันธุ์ก็คือ พันธุ์เพชรบุรี ซึ่งเป็นพันธุ์ที่นิยม เนื่องจาก เครื่องใหญ่และหวีใหญ่ ลูกเยอะขายได้ราคา เพราะว่าลูกใหญ่ ข้อเสียของกล้วยสายพันธุ์เพชรบุรีคือ กล้วยเมื่อรับประทานแล้วจะติดรสเปรี้ยวและฝาด มีความหวานแต่หวานไม่เท่ากับสายพันธุ์ดั้งเดิม

ในส่วนของการวิเคราะห์ด้านการตลาดของกล้วยหอมในชุมชนป่าติง-ริมกก เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ตามหัวข้อต่อไปนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

มีปลูกมี 2 สายพันธุ์ คือ

1. พันธุ์เพชรบุรี ซึ่งนำสายพันธุ์ดั้งเดิมมาจากประเทศไต้หวัน คือเปลือกมีสีเหลืองทอง มีกลิ่นหอม รสชาติหวาน ลักษณะของผลกล้วยจะอ้วนและยาวกว่า พันธุ์พื้นเมือง 1 เครื่อง จะมีประมาณ 6-7 หวี 1 หวีจะมีจำนวนผลกล้วยโดยประมาณ 16 ลูก

2. พันธุ์พื้นเมือง กลุ่มเกษตรกรมีการพัฒนาสายพันธุ์มาเรื่อยๆเป็นระยะเวลากว่า 20 ปี กล้วยหอมพันธุ์พื้นเมืองจะลักษณะโดดเด่น คือเปลือกมีสีเหลือง มีความเหนียว มีกลิ่นหอม รสชาติหวาน เนื้อกล้วยมีความเหนียว ไม่ยุ่ย ลักษณะของขั้วเหนียว ไม่หลุด

ง่าย เนื้อมีสีเหลืองทอง สวยงาม ลักษณะของผลกล้วยจะอ้วน สั้น 1 เครื่องจะมีประมาณ 4-5 หวี 1 หวีจะมีจำนวนผลกล้วยโดยประมาณ 14 ลูก

การเก็บเกี่ยวผลผลิต เกษตรกรจะทำการตัดเครือกล้วยในขณะที่เปลือกกล้วยมีสีเขียว หลังจากนั้น จะทำการบ่มกล้วยด้วยวิธีใช้กระดาษหนังสือพิมพ์คลุมกล้วยทั้งหวี ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 3 วัน แต่หากสภาพอากาศไม่อบอุ่น เกษตรกรจะใช้วิธีบ่มด้วยแก๊ส เพื่อให้ผลกล้วยสุก มีสีเหลืองเพื่อพร้อมจำหน่ายต่อไป ซึ่งจะใช้เวลาประมาณ 1 วัน นอกจากผลผลิตกล้วยหอมทองแล้ว เกษตรกรมีการยังจำหน่ายหน่อกล้วย

#### ด้านราคา (Price)

ราคากกล้วยหอมจะถูกกำหนดโดยลักษณะทางกายภาพของกล้วยหอม คือ สีและผิวของ เปลือกกล้วย และจำนวนผลกล้วยต่อหวี โดยมีระดับราคาดังนี้

(1) ราคาหวีละ 50-60 บาท สีของเปลือกกล้วยจะมีสีเหลืองทองและผิวของเปลือกกล้วยจะเรียบ ไม่ขรุขระและไม่มีรอยจุดสีดำ ผลกล้วยจะมีลักษณะสมบูรณ์ อ้วน ยาว จำนวนผลกล้วยต่อหวี โดยเฉลี่ย 14 ลูก

(2) ราคาหวีละ 30-40 บาท สีของเปลือกกล้วยจะมีสีเหลืองทองและผิวของเปลือกกล้วยจะไม่เรียบและสวยงามเท่ากับระดับราคากลุ่มที่ 1 เนื่องจากจะมีรอยขรุขระและจุด สีดำบ้างเล็กน้อย ผลกล้วยจะมีลักษณะสมบูรณ์ อ้วน ยาว จำนวนผลกล้วยต่อหวี เฉลี่ยน้อยกว่า 14 ลูก

(3) ราคาหวีละ 10-20 บาท จะมี 2 กลุ่ม คือ

3.1 เป็นกล้วยที่อยู่ตรงปลายของเครือกล้วย สีของเปลือกกล้วย จะมีสีเหลืองทองและผิวของเปลือกกล้วยจะไม่เรียบและสวยงามเท่ากับระดับราคากลุ่มที่ 2 ผลกล้วยจะมีลักษณะเล็ก ไม่สมบูรณ์ จำนวนผลกล้วยต่อหวีเฉลี่ยน้อยกว่า 12 ลูก

3.2 เป็นกล้วยที่สุกอมจัด ขั้วกล้วยหลุดง่าย หรืออาจจะหลุดจากขั้วไปแล้ว สีของเปลือกกล้วย

ไม่มีความสวยงาม เนื่องจากก้อนข้างละ (ลูกค้าส่วนใหญ่จึงนิยมซื้อไปเป็นวัตถุดิบ ในการทำเค้กกล้วยหอม)

ส่วนหน่อกกล้วยจะมีราคา 2 กลุ่ม คือ ราคาขายส่งและราคาขายปลีก โดยราคาขายส่งจะอยู่ที่หน่อละ 10 บาท และราคาขายปลีกอยู่ที่ 20-25 บาท นอกจากนี้การกำหนดราคา เกษตรกรจะกำหนด ราคาเอง ไม่มีการรวมกันในการกำหนดราคา แต่จะกำหนดราคาโดยอาศัยจากประสบการณ์และความชำนาญในการขาย โดยหลัก ๆ จะใช้ลักษณะทางกายภาพของผลกล้วย เช่น จำนวนผลกล้วยต่อหวี สีของเปลือกกล้วย ลักษณะและขนาดของผลกล้วย การขายแบบเหมาสวน คือกรณีที่เกษตรกรขายกล้วยแบบยกสวนให้กับพ่อค้ากลาง โดยพ่อค้าคนกลางจะมารับซื้อถึงที่สวน ราคาที่ขายจะกำหนดราคาขายเป็นกิโลกรัม เฉลี่ยแล้วกิโลกรัมละ 10 บาท แต่หากฤดูกาลไหนที่ผลกล้วยมีความสวยงาม หรือฤดูกาลไหนมีผลผลิตน้อย ราคากล้วยก็จะแพงขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 12 บาท

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel of Distributions)

มีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ 2 ลักษณะ คือ

(1) การจัดจำหน่ายทางตรง

โดยเกษตรกรจะนำผลผลิตกล้วยหอมทองมาจำหน่ายที่แผงจำหน่ายหน้าบ้านของตนเองคิดเป็นร้อยละ 90 หรืออาจจะเป็นทำเลที่วางที่สามารถตั้งแผงจำหน่ายได้ การจัดหน้าร้านจะเรียงลำดับ กล้วยหอมแบบลักษณะกอนโดลา (Gondola) นอกจากนี้เกษตรกร ยังมีการนำ กล้วยหอมทองไปจำหน่ายที่ตลาดในเขตเทศบาลนครเชียงราย ได้แก่ ตลาดสดเทศบาล นครเชียงราย (ภาคหลวง) ตลาดบ้านใหม่ และตลาดศิริกรรม (ตลาดขายผลไม้ในตัวเมืองเชียงราย)

(2) การจัดจำหน่ายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง

เนื่องจากเกษตรกรต้องการเงินสดจากการจำหน่ายขายเหมาสวนในคราวเดียว อีกทั้งเกษตรกรไม่มีเวลามาขายปลีกด้วยตนเอง และไม่มีผู้ช่วยในการ

ขายปลีก โดยพ่อค้าคนกลางจะมารับซื้อถึงที่สวน คิดเป็นร้อยละ 10

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions)

เกษตรกรมีการใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดดังนี้

(1) การลดราคา (Sales Promotion) เกษตรกรจะลดราคาขายปลีกให้กับผู้ซื้อ หากผู้ซื้อตั้งแต่ 2 หวีขึ้นไปเฉลี่ยหวีละ 5 บาท ขึ้นอยู่กับความสามารถในการเจรจาต่อรองราคาของผู้ซื้อและเกษตรกร

(2) มีการแถมกล้วยหอมที่มีขนาดเล็ก หรือผลกล้วยหอมที่มีลักษณะ ไม่สวยสมบูรณ์ ให้แก่ผู้ซื้อ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ขาย

(3) มีการประชาสัมพันธ์สวนของตนเอง โดยการทำป้ายไว้นิลติดไว้ที่หน้าบ้าน หรือแผงขายของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100

(4) มีนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดที่สนใจและชื่นชอบในกล้วยหอมทอง ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร (Public Relation and Publicity) ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูก กล้วยหอมทอง ชุมชนป่าตึงริมกก ผ่านทางเฟซบุ๊ก

(5) มีการออกงานขายสินค้า (Exhibition) ที่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่าเชียงราย คิดเป็นร้อยละ 80

(6) ชุมชนป่าตึงริมกก ได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลนครเชียงรายจัดงานวันกล้วยหอมทองเป็นประจำทุกปี ณ ลานกลางแจ้งของชุมชน ตั้งแต่ปี 2558 ในช่วงต้นเดือน พฤศจิกายนของทุกปี เนื่องจากเป็นช่วงที่มีผลผลิตกล้วยหอมทองออกสู่ท้องตลาดมากที่สุด

การวิเคราะห์ด้านต้นทุน ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เพาะปลูกกล้วยหอมจำนวน 8 ราย ได้ผลการศึกษาด้านต้นทุนดังนี้ จากข้อมูลผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมาคือ ปี 2560 ซึ่งที่ดินเพาะปลูกบางแปลง ประสบปัญหาน้ำท่วมขังและพายุฤดูร้อน ทำให้ผลผลิตเสียหาย เกษตรกรบางรายจึงมีราย

ได้น้อยกว่า การดำเนินงานปกติ ค่าแรงจะประกอบไปด้วย ค่าเตรียมดิน ขุดหลุม ค่าปลูก รวมค่าเตรียมพันธุ์ ค่าดูแลรักษา (ค่าแรงค่าจ้างตายหญ้า ใส่ปุ๋ย ฉีดยาให้น้ำ ฯลฯ) ค่าเก็บเกี่ยว และรวบรวมค่าวัสดุจะประกอบ

ไปด้วย ค่าพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่ายาปราบศัตรูพืชและวัชพืช ค่าวัสดุอื่นๆ น้ำมันเชื้อเพลิง และค่าซ่อมแซมอุปกรณ์พบว่าต้นทุนของเกษตรกรในแต่ละ มีรายละเอียดตามตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ต้นทุนในการทำสวนกล้วยของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร

| เกษตรกรรายที่ | ต้นทุน (บาท) |          |               |
|---------------|--------------|----------|---------------|
|               | ค่าแรง       | ค่าวัสดุ | ค่าเช่าที่ดิน |
| 1             | 75,000       | 25,000   | 8,000         |
| 2             | 85,000       | 12,000   | 2,000         |
| 3             | 87,000       | 10,000   | 4,000         |
| 4             | 120,000      | 15,000   | -             |
| 5             | 120,000      | 15,000   | 1,000         |
| 6             | 72,000       | 10,000   | -             |
| 7             | 54,000       | 5,000    | 400           |
| 8             | 36,000       | 5,000    | -             |

ตารางที่ 2 ต้นทุนในการทำสวนกล้วยของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร

| เกษตรกรรายที่ | ต้นทุน (บาท)          |                  |                     |
|---------------|-----------------------|------------------|---------------------|
|               | ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน | ค่าเสื่อมอุปกรณ์ | ค่าเสียโอกาสอุปกรณ์ |
| 1             | 583                   | 487              | 53                  |
| 2             | 280                   | 406              | 44                  |
| 3             | 233                   | 324              | 35                  |
| 4             | 350                   | 243              | 27                  |
| 5             | 350                   | 406              | 44                  |
| 6             | 233                   | 243              | 27                  |
| 7             | 117                   | 81               | 9                   |
| 8             | 117                   | 122              | 13                  |

ตารางที่ 3 รายละเอียดลักษณะการทำและจำนวนพื้นที่ในการทำสวนกล้วยของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร

| เกษตรกรรายที่ | ลักษณะการทำ | จำนวนพื้นที่ปลูก (ไร่) |       |      |
|---------------|-------------|------------------------|-------|------|
|               |             | ของตนเอง               | เช่า  | รวม  |
| 1             | อาชีพหลัก   | -                      | 6     | 6    |
| 2             | อาชีพหลัก   | 3                      | 2     | 5    |
| 3             | อาชีพเสริม  | 0.5                    | 3.5   | 4    |
| 4             | อาชีพหลัก   | 3                      | -     | 3    |
| 5             | อาชีพหลัก   | 4                      | 1     | 5    |
| 6             | อาชีพหลัก   | 3                      | -     | 3    |
| 7             | อาชีพหลัก   | 0.75                   | 0.25  | 1    |
| 8             | อาชีพหลัก   | 1.5                    | -     | 1.5  |
| รวม           |             | 15.75                  | 12.75 | 28.5 |

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จำนวน 7 รายทำสวนกล้วยเป็นอาชีพหลัก มีเพียง 1 รายที่ทำเป็นอาชีพเสริมจากการทำนา พื้นที่ในการทำสวนกล้วยของเกษตรกรตัวอย่าง ทั้งหมดจำนวน 28.5 ไร่ มีจำนวนที่เป็นของตนเองและเช่าใกล้เคียงกัน

โดยเป็นของตนเองจำนวน 15.75 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 55.3 และเช่าจำนวน 12.75 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 44.7 และเมื่อนำข้อมูลรายได้จากการขายกล้วยหอมทั้งหมด มาคิดกำไร(ขาดทุน) ได้ผลตามตารางที่ 4

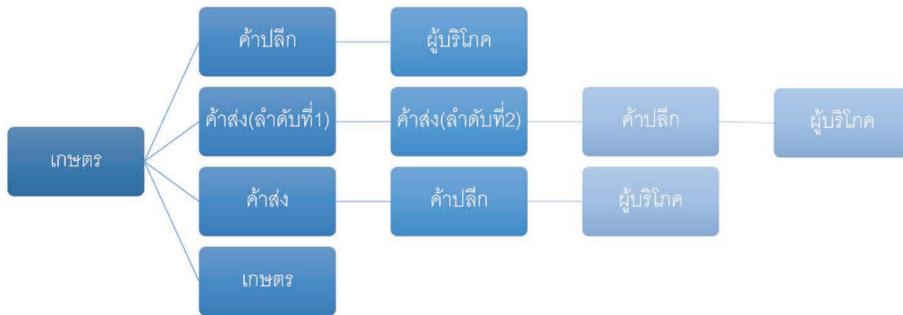
ตารางที่ 4 รายละเอียดรายได้และต้นทุนในการทำสวนกล้วยของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกร

| เกษตรกรรายที่ | รายได้ (บาท) |        | รายได้ (บาท) |        | รายได้ (บาท) |         |
|---------------|--------------|--------|--------------|--------|--------------|---------|
|               | รวม          | ต่อไร่ | รวม          | ต่อไร่ | รวม          | ต่อไร่  |
| 1             | 80,000       | 13,333 | 109,123      | 18,187 | -29,123      | -4,853  |
| 2             | 157,000      | 31,400 | 99,730       | 19,946 | 57,270.10    | 11,454  |
| 3             | 60,000       | 15,000 | 101,593      | 25,398 | -41,593      | -10,398 |
| 4             | 90,000       | 30,000 | 135,620      | 45,207 | -45,620      | -15,207 |
| 5             | 250,000      | 50,000 | 136,800      | 27,360 | 113,200      | 22,640  |
| 6             | 152,000      | 50,667 | 82,503       | 27,501 | 69,496.70    | 23,165  |
| 7             | 30,000       | 30,000 | 59,607       | 59,607 | -29,607      | -29,607 |
| 8             | 31,500       | 21,000 | 41,252       | 27,501 | -9,751.60    | -6,501  |

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่ากำไร (ขาดทุน) ต่อไร่ พบว่ากำไรสูงสุดอยู่ที่ 23,166 บาท ต่อไร่ และขาดทุนสูงสุดอยู่ที่ 29,607 บาทต่อไร่ กำไรต่อไร่ที่สูงเนื่องจากทำการขายเองทำให้มีรายได้ จากการขายที่สูงกว่าขายให้พ่อค้าแม่ค้าคนกลาง นอกจากนี้ยังมีรายได้จากการขายหน่อด้วย แต่ก็จะต้องมี ค่าใช้จ่ายในการขายด้วย ซึ่งยังไม่ได้คำนวณในส่วนนี้ ส่วนเกษตรกรที่ขาดทุนจะมีสาเหตุมาจาก มีการคิดค่าแรงของเกษตรกร ทำให้ในความเป็นจริงเกษตรกรไม่ได้ขาดทุนที่เป็นตัวเงินจริง ๆ

### 6.2 ศึกษาโซ่อุปทานของกล้วยหอมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงรายและส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมให้แก่ประชาชนที่มีความสนใจที่จะปลูกกล้วย

จากการลงพื้นที่และสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรป่าติง - ริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าในโซ่อุปทานของกล้วยหอมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงรายมีผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 4 กลุ่ม คือ เกษตรกรผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค และจากการสัมภาษณ์นั้นทำให้ทราบรูปแบบของโซ่อุปทานทั้งหมด 4 รูปแบบ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โซ่อุปทานกล้วยหอมกลุ่มเกษตรกรป่าติง - ริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ซึ่งแต่ละรูปแบบนั้นจะมีพื้นที่ปลายทางอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย และจังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ในรูปแบบที่1 จะมีผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด 3 กลุ่ม โดยเริ่มจากเกษตรกร เมื่อกล้วยหอมครบตามระยะเวลาที่สามารถเก็บเกี่ยวได้แล้ว เกษตรกรที่มีหน้าร้าน

เป็นของตนเองจะนำกล้วยหอมมาทำการขายปลีกด้วยตนเอง จากนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในลำดับสุดท้ายก็คือผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ลูกค้าทั่วไป ลูกค้าที่นำไปเป็นส่วนประกอบในการทำขนม จะเดินทางมาซื้อกล้วยหอมด้วยตนเอง ดังภาพที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 90



ภาพที่ 3 โซ่อุปทานรูปแบบที่ 1

ในรูปแบบที่ 2 นั้น จะมีผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 5 กลุ่ม โดยเริ่มจากเกษตรกรเมื่อมีผลผลิตมาก ๆ เกษตรกรจะทำการโทรติดต่อพ่อค้าคนกลางมารับกล้วยที่สวน (คำสั่งลำดับที่ 1) ปกติจะเป็นพ่อค้าคนกลางจากจังหวัดเชียงใหม่ และบางครั้งก็จะส่งให้กับพ่อค้าจากจังหวัดอุบลราชธานีด้วย ซึ่งจะต้อง

มีจำนวนกล้วยที่มากพอ ให้ขนส่งได้เต็มเที่ยวได้ประมาณ 3-4 ต้นต่อเที่ยว ถึงจะคุ้มกับต้นทุนการขนส่ง หลังจากนั้นพ่อค้าคนกลางลำดับที่ 1 จะกระจายสินค้าไปให้พ่อค้าคนกลางลำดับที่ 2 (คำสั่งลำดับที่ 2) นำไปขายต่อให้กับแม่ค้าในตลาดต่อไป ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องลำดับสุดท้ายจะเป็นผู้บริโภค ดังภาพที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 10



ภาพที่ 4 โซ่อุปทานรูปแบบที่ 2

ในรูปแบบที่ 3 นั้น จะมีผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 4 กลุ่ม โดยเริ่มจากเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอม จะมีพ่อค้าคนกลางมารับกล้วยที่สวนเอง (คำสั่ง) ซึ่งไม่ได้ต้องการจำนวนที่เยอะมากเหมือนกับรูปแบบที่ 2 ที่ต้องขนส่ง

ทีละ 3-4 ต้น ต่อจากนั้นพ่อค้าคนกลางจะนำไปขายปลีกตามตลาดอีกที่หนึ่ง จะมีทั้งอำเภอแม่จัน อำเภอแม่สาย อ.แม่ฟ้าหลวง ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้อง ลำดับสุดท้ายจะเป็นผู้บริโภค ดังภาพที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 90



ภาพที่ 5 โซ่อุปทานรูปแบบที่ 3

ในรูปแบบที่ 4 นั้น นอกเหนือจากการขายกล้วยหอมแล้ว เกษตรกรยังมีการขายหน่อ ให้กับผู้ที่สนใจจะปลูกกล้วยหอม ซึ่งโดยปกติจะเป็นคนต่างพื้นที่ ต่างอำเภอ ต่างจังหวัดมาขอซื้อ หน่อกล้วย และ

เมื่อเกษตรกรซื้อหน่อกล้วยไปแล้ว เกษตรกรที่เป็นเจ้าของหน่อกล้วย ยังช่วยเป็นที่ปรึกษาในการดูแลและปลูกหน่อกล้วยให้เก็บเกษตรกรที่ซื้อไปปลูกอีกด้วย ดังภาพที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 100



ภาพที่ 6 โซ่อุปทานรูปแบบที่ 4

เมื่อได้ลงพื้นที่และสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกร ป่าตึง-ริมกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งมีประสบการณ์ในการปลูกกล้วยหอมเป็น

เวลานานเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยมีการส่งเสริมการปลูกกล้วยหอมให้แก่ประชาชนที่มีความสนใจที่จะปลูกกล้วยหอม โดยได้จัดการอบรมสัมมนา ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 การประชาสัมพันธ์ร่วมงานสัมมนา

โดยได้ประสานงานกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกษตรกรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการปลูกกล้วยหอม ในพื้นที่ป่าติง-ริมกก มาสัมมนาให้ความรู้แก่

ประชาชน ในเรื่องการปลูก การผลิต ตลอดจนต้นทุนต่าง ๆ ในปลูกกล้วยหอม ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ให้ความรู้เรื่องการตลาด การจัดการใช้ปุ๋ยหมัก และต้นทุนในการปลูกกล้วยหอม

## 7. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาทั้งในเรื่องของ สภาพทั่วไปของระบบการปลูก การตลาดของกล้วยหอม และใช้ปุ๋ยหมักของกล้วยหอม นั้น พบว่าใช้ปุ๋ยหมักของกล้วยหอม นั้น เป็นใช้ปุ๋ยหมักที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งสอดคล้องกับ ภาคมน กิจนุสนธิ์ (2559) ที่ได้กล่าวว่า ลักษณะโครงสร้างของใช้ปุ๋ยหมักมีอยู่หลายรูปแบบส่วนมากจะมีลักษณะคล้าย ๆ กันไม่แตกต่างกัน มากนัก

กล้วยหอมเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในและนอกประเทศสอดคล้องกับความการนำเข้ากล้วยหอมของประเทศจีน (ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์, 2563) แต่เนื่องจากเกษตรกรที่ยังทำการเพาะปลูกนั้นส่วนใหญ่มีอายุมาก ประกอบกับลูกหลานไม่รับช่วงต่อ และส่วนใหญ่เกษตรกรเช่าที่ดินเพื่อปลูกกล้วยหอม ซึ่งปัจจุบันที่ดินบริเวณนั้นกลายเป็นของนายทุนทั้งหมด ทำให้เกษตรกรมีที่ดินในการเพาะปลูกน้อยลง เป็นเหตุให้

ปัจจุบันทำการเพาะปลูกเพียงเพื่อเป็นรายได้ฉุกเฉินครอบครัว ขายสินค้าเพียงแค่นำมาขายของตนเอง และเมื่อนำข้อมูลที่ได้คิดกำไร (ขาดทุน) ต่อไร่จะพบว่ากำไรสูงสุดอยู่ที่ 23,166 บาทต่อไร่ และขาดทุนสูงสุดอยู่ที่ 29,607 บาทต่อไร่ กำไรต่อไร่ที่สูงเนื่องจากทำการขายเองทำให้มีรายได้สูงกว่าขายให้พ่อค้าแม่ค้าคนกลาง นอกจากนี้ยังมีรายได้จากการขายหน่อด้วย ส่วนเกษตรกรที่ขาดทุนจะมีสาเหตุมาจาก มีการคิดค่าแรงของเกษตรกร ทำให้ในความเป็นจริงเกษตรกรไม่ได้ขาดทุนที่เป็นตัวเงินจริงๆ และเนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรปลูกเพื่อเป็นรายได้ฉุกเฉินครอบครัวเท่านั้น ทำให้ไม่ได้วางแผนการเพาะปลูก จึงไม่สามารถรวมผลผลิตให้มีปริมาณที่เพียงพอในการส่งไปขายต่างประเทศ หรือขายส่งไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ เพ็ญจันทร์ สุทธานุกุล (2558) ซึ่งกล่าวว่า การจะได้มาซึ่งผลผลิตเพื่อการส่งออกนั้น มีปัญหาทั้งทางด้านปริมาณผลผลิตที่ได้ตามมาตรฐานส่งออกมีไม่เพียงพอ การกระจุกตัวของผลผลิตไม่สามารถกระจายการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ซึ่งทางผู้วิจัยมีการเสนอแนวทางให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มกันเพื่อวางแผนการผลิตให้ผลผลิต ผลิตได้ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน เพื่อให้มีปริมาณที่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และได้มีการจัดสัมมนาส่งเสริมประชาชนที่สนใจจะทำการเพาะปลูกกล้วยหอม ซึ่งเมื่อมีการรวมกลุ่มกันได้แล้ว

นั้น จะเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน และมีการวางแผนการผลิตร่วมกัน จากการทำที่ต่างคนต่างทำการเพาะปลูกและนำไปขายด้วยตัวเอง จะทำให้ต้นทุนในการขนส่งสูงมากขึ้น แต่ถ้ามีการรวมกลุ่ม มีการวางแผนการผลิตแล้ว ก็จะได้การขนส่งเต็มเที่ยว

## 8. ข้อเสนอแนะ

### 8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การศึกษาโซ่อุปทานนั้นเป็นการศึกษาเฉพาะในส่วนองวิสาหกิจชุมชนป่าตึง-ริมกก ซึ่งสามารถศึกษาได้เพิ่มเติม และการปลูกกล้วยหอมนั้นยังคงใช้ปุ๋ยในการผลิต ดังนั้นถ้าเกษตรกรสามารถปลูกกล้วยหอมแบบอินทรีย์ได้ ก็จะสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและยังเพิ่มราคาของกล้วยหอมได้อีกด้วย

### 8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ ในกรณีที่จะเพิ่มพื้นที่การปลูกให้มีขนาดใหญ่มากขึ้น

2) ศึกษาโซ่อุปทานการปลูกกล้วยหอมของกลุ่มเกษตรกรทางภาคกลาง เนื่องจากเกษตรกร ผู้ปลูกกล้วยหอมทางภาคกลางมีระบบการปลูกและการจัดการโซ่อุปทานที่มากกว่าจังหวัดเชียงราย เพื่อนำไปพัฒนาการปลูกกล้วยหอมภายในของจังหวัดเชียงราย

## เอกสารอ้างอิง

- กฤติกา จินาชาญ. (2562). ระบบโซ่อุปทานของกล้วย. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2563, จาก: [http://www.thailandindustry.com/indus\\_newweb/articles\\_preview.php?cid=15966](http://www.thailandindustry.com/indus_newweb/articles_preview.php?cid=15966)
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2554). การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ: ออฟเซ็ทพลัส จำกัด.
- ทวงมาลี พิมพาไซ. (2558). การอำนวยความสะดวกทางการค้าตามเส้นทางเชื่อมโยงเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษา เส้นทาง R3A ผ่าน สปป.ลาว. วารสาร MFU Connexion. 4(1), 142
- เพ็ญจันทร์ สุทธานุกุล. (2558). ชุดโครงการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตกล้วยเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิต คุณภาพ คุณภาพผลผลิตและเพิ่มมูลค่าทางการตลาดกล้วย. กรมวิชาการเกษตร.
- ภคมน กิจนุสนธิ์. (2559). ความสัมพันธ์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการปฏิบัติการและการจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มานิตย์ สิงห์ทองชัย. (2561). แนวทางการพัฒนาเครือข่ายตลาดสีเขียวในกระบวนการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน สินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์พื้นที่จังหวัดนครสวรรค์. วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. 4(1), 8.
- ยุทธนา ธรรมเจริญ และคณะ. (2558). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. นนทบุรี: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศูนย์ธุรกิจสัมพันธ์. (2563). ความท้าทายของกล้วยไทยในตลาดจีน. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2563, จาก: <https://globthailand.com/china-20022020/>
- ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2559, จาก: <http://www.oae.go.th>
- สถาบันวิจัยพืชสวน. (ม.ป.ป.). ยุทธศาสตร์การพัฒนางานวิจัยกล้วย พ.ศ. 2559 – 2563. ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2559, จาก: [www.doa.go.th/hort/images/stories/strategyplanhort/strategybanana.doc](http://www.doa.go.th/hort/images/stories/strategyplanhort/strategybanana.doc)
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). สศก. แฉงต้นทุนสินค้าเกษตรสำคัญ ปี 62. ค้นเมื่อ 9 มิถุนายน 2563, จาก: [https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article\\_113937](https://www.technologychaoban.com/bullet-news-today/article_113937)