



## การศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานแตงโม ตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก

### A STUDY OF EFFICIENCY IMPROVE FOR WATERMELON SUPPLY CHAIN, THAI CHAROEN MARKET, PHITSANULOK

เพชรรายุธ แซ่หลี่<sup>1\*</sup>, หทัยชนก พวงแย้ม<sup>1</sup> และ วชิระ วิจิตรพงษ์า<sup>1</sup>

Phetcharayud Sae-lee<sup>1\*</sup>, Hathaithanok Puangyeam<sup>1</sup>

and Wachira Wichitpongsa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม อ.เมือง จ.พิษณุโลก ประเทศไทย 65000

<sup>1</sup>Faculty of Industrial Technology, Pibulsongkram Rajabhat University, Muang, Phitsanulok, Thailand, 65000

\*Corresponding author: phetcharayud@psru.ac.th

วันที่เข้ารับ 14 พฤษภาคม 2562

วันที่แก้ไขบทความ 10 มิถุนายน 2562

วันที่ตอบรับบทความ 7 สิงหาคม 2562

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาโซ่อุปทานของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก โดยการลงพื้นที่สำรวจ เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เกษตรกร ผู้จัดการตลาดไทยเจริญและผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน แล้วทำการวิเคราะห์ SWOT และวิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานแตงโม ผลจากการวิจัยพบว่า การเพาะปลูกแตงโมในพื้นที่ศึกษาเป็นการเพาะปลูกที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับการทำเกษตรแบบพันธสัญญาระหว่างเกษตรกรและนายทุน แต่ไม่มีการประกันราคา และไม่มีการจัดทำเอกสารข้อตกลง จึงมีความเสี่ยงที่เกษตรกรจะถูกเอาเปรียบและไม่ได้ความเป็นธรรม ดังนั้นภาครัฐจึงควรเข้าไปกำกับดูแล เพื่อป้องกันไม่ให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบจากสัญญาที่ไม่เป็นธรรม อีกทั้งเกษตรกรยังประสบปัญหาการเพาะปลูกที่ต้องเปลี่ยนพื้นที่เพาะปลูกทุกปี เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดโรค ดังนั้นภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการเพาะปลูกและการจัดการแปลงด้วย เพื่อให้สามารถเพาะปลูกบนพื้นที่เดิมได้ โดยสามารถลดความเสี่ยงในการเกิดโรค เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตแก่เกษตรกร นอกจากนี้ภาครัฐควรส่งเสริมและผลักดันให้เกษตรกรเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อสร้างอำนาจต่อรองแก่เกษตรกรในการซื้อขายผลผลิตและวัตถุดิบในการผลิต

**คำสำคัญ:** แตงโม, ห่วงโซ่อุปทาน, ห่วงโซ่คุณค่า

### Abstract

This research studied the supply chain of watermelon at Thai Charoen market in Phitsanulok province. The data were collected from doing field survey and interviewing farmers, Thai Charoen Market Manager and those who involved in the supply chain. The analysis of SWOT and activities in the value chain was made to improve the efficiency of watermelon supply chain. The results show that watermelon cultivation in the studied area is similar to contract farming between farmers and capitalists without price guarantee and agreement document. Therefore, there is a risk that farmers will be taken advantage of and not treated fairly. Hence, the government supervision is recommended to prevent farmers from being exploited due to unfair contracts. In addition, farmers still face problems about cultivation that needs changing plantations every year to reduce the risk of plant diseases. Therefore, the government should support by educating farmers about cultivation process and plantation management so that they can cultivate at the same area with less disease contact. This is to reduce costs and increase productivity for farmers. Moreover, the government should support and push farmers to realize the importance of farmer assembly that increases their bargaining power in trading of products and production materials.

**Keywords:** Watermelon, Supply chain, Value chain

### 1. บทนำ

แตงโมนับเป็นผลไม้ที่สำคัญของไทย สามารถหาทานได้ง่ายในทุกฤดูกาล ร้านค้า ร้านอาหาร รวมถึงโรงแรมต่างๆ มักจะใช้แตงโมเป็นผลไม้หลักในการให้บริการแก่ลูกค้า ทั้งนี้เนื่องจากแตงโมเป็นพืชที่ปลูกได้ง่ายและสามารถเพาะปลูกได้ตลอดทั้งปี ปลูกได้ในดินแทบทุกชนิดโดยเฉพาะอย่างยิ่งในดินร่วนปนทราย หนแล้ง จึงไม่จำเป็นต้องใช้น้ำในการเพาะปลูกมาก (ดวงจันทร์ เกรียงสุวรรณ, 2538) จากข้อมูลของตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งเป็นตลาดค้าปลีกค้าส่งผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือตอนล่าง ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา มีการค้าขายแตงโมผ่านตลาดไทยเจริญเฉลี่ยมากกว่า 10,000 ตัน/ปี รองลงมาจากมะม่วงและสับปะรด เนื่องจากตลาดไทยเจริญตั้งอยู่บริเวณที่เป็นจุดศูนย์กลางของการคมนาคมที่สำคัญที่เรียกว่า “สี่แยกอินโดจีน” ซึ่งเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งในเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-west economic corridor) (ณัฐยานันท์ โสกุล, 2016) และระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North-south economic corridor) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ สำนักอาเซียน, 2552) จึงทำให้ตลาดแห่งนี้มีความได้เปรียบในการรวบรวมและ

กระจายแตงโมจากตลาดไทยเจริญไปยังภูมิภาคอื่นๆได้เป็นอย่างดี การจัดการโซ่อุปทานเป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่มีการนำมาใช้วิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการหรือกิจกรรมภายในห่วงโซ่อุปทานของสินค้าทางการเกษตร เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานตลอดห่วงโซ่อุปทาน (ศศิ นภา บุญพิทักษ์ และคณะ, 2559, นงคณัฐ บุญกล้า, 2017, สุรรัตน์ ศรีทะแก้ว และสุเทพ นิมสา, 2556) ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาโซ่อุปทานของแตงโม ณ ตลาดไทยเจริญ เพื่อวิเคราะห์และหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโซ่อุปทานของแตงโม

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาโซ่อุปทานของแตงโมที่ผ่านมายังตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก
- 2.2 เพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานของแตงโมที่ผ่านมายังตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

- 3.1 ศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานของแตงโม ที่ตลาดไทยเจริญ ตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การเก็บบรรจุ การตลาด และการขนส่งสู่ตลาดและผู้บริโภค ทั้งจากหนังสือ บทความวิชาการและงานวิจัย
- 3.2 ศึกษาโซ่อุปทานของแตงโม ที่แหล่งเพาะปลูก ตลาดไทยเจริญและแหล่งที่เกี่ยวข้อง โดยการลงพื้นที่สำรวจ เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ตัวแทนจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 5 คน
- 3.3 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพโซ่อุปทานของแตงโม ที่ตลาดไทยเจริญ
- 3.4 วิเคราะห์กิจกรรมในการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) ของอุตสาหกรรมต้นน้ำ
- 3.5 วิเคราะห์ผลและสรุปผล เพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของโซ่อุปทานของแตงโม ที่ตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก

## 4. ผลการวิจัย

- 4.1 อุตสาหกรรมต้นน้ำของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ
- ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน เริ่มจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการที่ตลาดไทยเจริญ จากการลงพื้นที่ที่ตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก พบว่าแตงโมที่ส่งมายังตลาดไทยเจริญ เป็นแตงโมที่ส่งมาจากพื้นที่เพาะปลูกในอำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกแตงโมในพื้นที่ดังกล่าว พบว่า เกษตรกร

นิยมปลูกแตงโมพันธุ์กินรีและพันธุ์จัมโบ้ เนื่องจากให้ผลผลิตดี และเปลือกหนา เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งน้อย น้ำหนักผลประมาณ 3-5 กิโลกรัม/ผล ผลผลิตประมาณ 4 ตัน/ไร่ แตงโมไม่ชอบอยู่ในพื้นที่ชื้นแฉะและเป็นพีชอายุสั้นประมาณ 2 เดือนก็สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ เกษตรกรรับเมล็ดพันธุ์แตงโมมาจากเจ้าแก้ว(นายทุน) ที่ตลาดไทยเจริญ ในราคากระป๋องละ 300 บาท โดยชำระเงินหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิต หากซื้อเมล็ดตามท้องตลาดกระป๋องละ 250 บาท 1 กระป๋อง ปลูกได้ประมาณ 1,000 ต้นหรือ 1 ไร่ หากรับเมล็ดพันธุ์จากเจ้าแก้วผลผลิตที่ได้จะต้องขายให้กับเจ้าแก้วเท่านั้น โดยจะหักต้นทุนในส่วนของเมล็ดพันธุ์ให้กับเจ้าแก้วก่อน การเพาะปลูกแตงโมในลักษณะนี้คล้ายคลึงกับการทำเกษตรแบบพันธสัญญา แต่ไม่มีการประกันราคา และไม่มีการจัดทำเอกสารข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษร แต่จากประสบการณ์ของเกษตรกรที่ผ่านมา พบว่าส่วนใหญ่เจ้าแก้วที่ให้เมล็ดมาจะรับซื้อในราคาสูงกว่าราคาตลาด 1-2 บาท/กิโลกรัม ในส่วนของปุ๋ยซีไคที่เกษตรกรใช้ในการเพาะปลูกจะรับมาจากจังหวัดเพชรบูรณ์ ส่วนปุ๋ยและยากำจัดวัชพืชต่างๆ หาซื้อตามร้านค้าเกษตรทั่วไป สำหรับพื้นที่เพาะปลูกเกษตรกรต้องหาเช่าพื้นที่ในการปลูกแตงโมเอง ครั้งละประมาณ 8,000 บาท โดยจะต้องเลือกพื้นที่ที่มีแสงแดดอย่างน้อย 6 ชั่วโมงต่อวัน เพื่อแตงโมจะได้เติบโตได้ดี กระจายเถาออกเป็นวงกว้าง ควรเว้นระยะห่างโดยประมาณสำหรับแต่ละต้นและต้องเปลี่ยนพื้นที่ปลูกทุกปี เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดโรค ด้านแรงงานจะจ้างแรงงานในช่วงเพาะปลูกและดูแลรักษา ส่วนในช่วงเก็บเกี่ยวจะใช้วิธีการเอาแรง (ลงแขก) จากกลุ่มที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน ซึ่งมีประมาณ 16 ราย ใช้ต้นทุนในการเพาะปลูกเฉลี่ยไร่ละ 5,000-6,000 บาท

การเก็บเกี่ยวแตงโมจะคัดเกรดจากขนาดผล รูปทรงและผิว ราคาขึ้นอยู่กับขนาดของผลแตงโม คือ ขนาดเล็ก ขนาดกลางและขนาดใหญ่ โดยเจ้าแก้วจะเป็นผู้รับซื้อและคัดเลือกผลผลิตเองที่ไร่ทั้งหมด เจ้าแก้วจะจัดรถคิวคือ รถกระบะและรถ 10 ล้อ มารับแตงโมและส่งไปขายยังตลาดไทยเจริญ และตลาดอื่นๆทั่วประเทศ ยังไม่เคยมีกรณีรับเมล็ดจากเจ้าแก้วแล้วไม่ได้ขายให้เจ้าแก้ว เพราะเจ้าแก้วจะรับซื้อตลอด แม้ว่าแตงโมจะล้นตลาด แตงโมที่เก็บเกี่ยวแล้วจะอยู่ได้ประมาณ 10 วัน

#### 4.2 อุตสาหกรรมกลางน้ำของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ

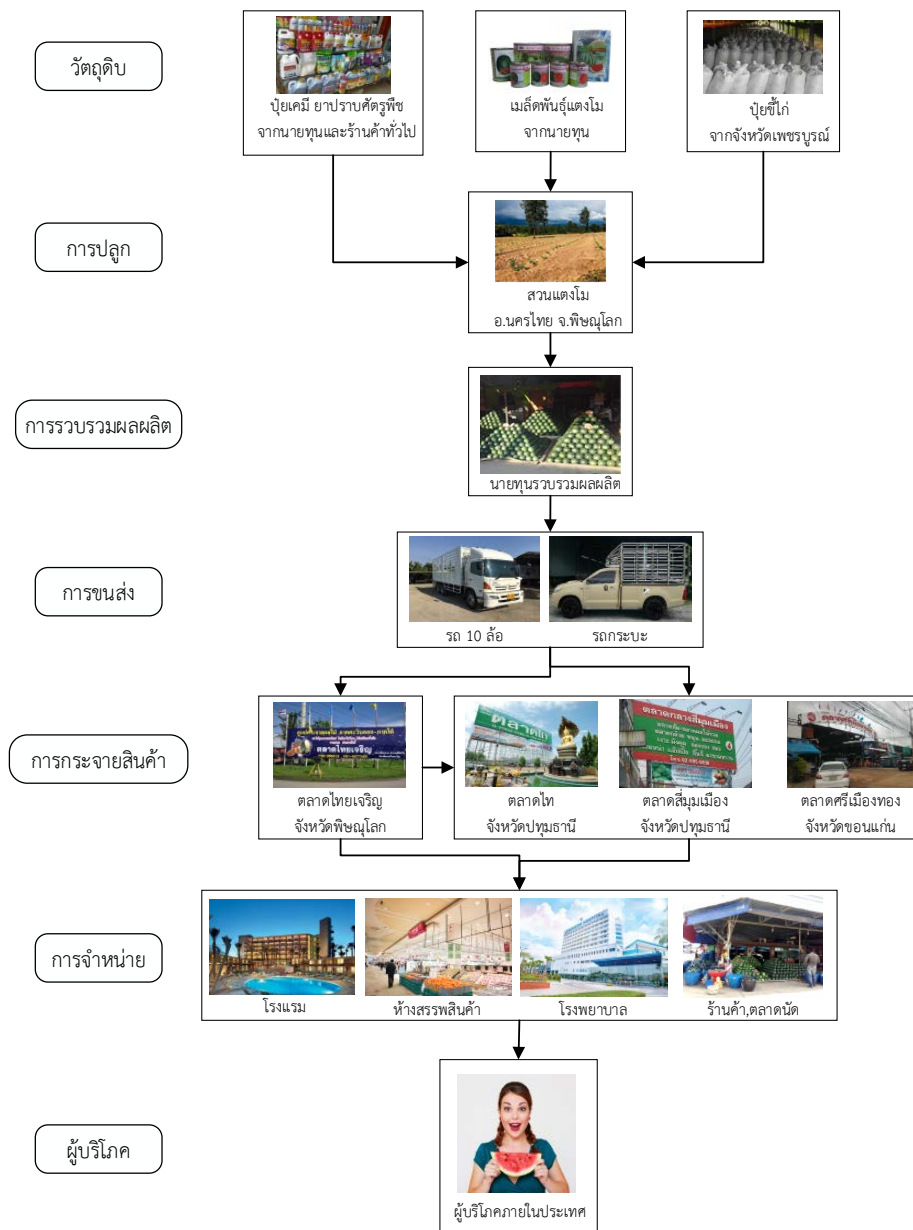
ตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลบ้านป่า อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ดำเนินการเปิดให้เช่าเป็นพื้นที่ซื้อขายผลไม้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึงปัจจุบัน จากการสัมภาษณ์ผู้ดูแลตลาดไทยเจริญ พบว่า ตลาดไทยเจริญเปิดให้บริการเช่าพื้นที่และสาธารณูปโภค สำหรับการค้าขายผลไม้ทางการเกษตรและดูแลปัญหาระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายหากตกลงราคากันไม่ได้ ปัจจุบันกำลังจะเปิดให้มีโซนสำหรับซื้อขายผักเพิ่ม เพื่อขยายตลาดให้สามารถรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นได้ ราคาซื้อขายขึ้นอยู่กับกลไกการตลาด ตลาดแห่งนี้เป็นตลาดผลไม้ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภาคเหนือตอนล่าง มีพื้นที่ 50 ไร่ และได้รับการส่งเสริมจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ให้เป็นตลาดที่เชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ปัจจุบันตลาดไทยเจริญเป็นแหล่งรับผลไม้จากภาคเหนือมากระจาย

ไปยังตลาดภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และอีกทางหนึ่งก็รับผลไม้จากทาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง กระจายไปยังตลาดในภาคเหนือ โดยส่วนใหญ่เป็นผลไม้ตามฤดูกาล เช่น ส้ม สับปะรด แตงโม มะม่วง ทูเรียน แคนตาลูป กล้วย เงาะ ลำไย ส้มโอ เป็นต้น มีหน่วยงานศูนย์วิทยาศาสตร์ กระทรวงวิทยาศาสตร์การแพทย์ ที่ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงพาณิชย์เข้ามาสู่ตรวจคุณภาพของผลไม้ โดยนำผลไม้ไปตรวจที่ศูนย์วิทยาศาสตร์จังหวัดพิษณุโลก ก่อนที่จะมีการประสานงานกับศูนย์กระทรวงวิทยาศาสตร์ที่กรุงเทพมหานคร

ลูกค้าที่มาซื้อแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ ส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าปลีกที่อยู่ในจังหวัดพิษณุโลกและมาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น พิจิตร กำแพงเพชร สุโขทัย นครสวรรค์ และอุตรดิตถ์ โดยนำไปจำหน่ายตามร้านค้าหรือตลาดนัดต่างๆ นอกจากนี้ยังมีลูกค้าในกลุ่มโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหารในพิษณุโลก และพื้นที่ใกล้เคียงด้วย แตงโมบางส่วนจะถูกกระจายไปยังตลาดค้าส่งในภูมิภาคอื่นๆ ด้วย เช่น ตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง จังหวัดปทุมธานี ตลาดอุดรเมืองทอง จังหวัดอุดรธานี ตลาดศรีเมืองทอง จังหวัดขอนแก่น และตลาดอื่นๆ ปกติจะมีรถวิ่งเข้ามาส่งผลไม้ที่ตลาดไทยเจริญกว่า 100 คัน/วัน โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลผลไม้ แต่ในช่วงหลังเศรษฐกิจตกต่ำทำให้จำนวนรถที่เข้ามาส่งผลไม้ลดลง เพราะกำลังซื้อคนไทยลดลง ผลไม้เกรดดีๆ มักถูกส่งออกไปขายยังต่างประเทศ ที่เหลือขายภายในประเทศส่วนใหญ่จึงเป็นของที่ตกเกรด มีตำหนิหรือไม่ได้ขนาด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถหาแตงโมมาขายได้ตลอดปี โดยจัดโซนสำหรับจำหน่ายแตงโมไว้ต่างหาก ตลาดไทยเจริญไม่มีรถขนส่งให้เช่าและไม่มีบริการห้องเย็น เนื่องจากมีต้นทุนสูง แต่มีห้องเย็นของผู้ประกอบการเองสำหรับเก็บผลไม้เมืองหนาว เช่น แอปเปิ้ล สาลี่ องุ่น เป็นต้น ปัจจุบันตลาดประสบปัญหาด้านสาธารณสุขโรคภายในตลาด โดยเฉพาะปัญหาน้ำและปัญหาการจัดการขยะ

#### 4.3 โครงสร้างโซ่อุปทานของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ

จากการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ คือ เกษตรกรผู้ปลูกแตงโม ผู้ประกอบการที่ตลาดไทยเจริญ คณะผู้วิจัยได้สรุปเป็นแผนภาพโซ่อุปทานของแตงโมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โซ่อุปทานของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ จังหวัดพิษณุโลก

#### 4.4 การประเมินศักยภาพโดยใช้ SWOT Analysis

##### (1) การวิเคราะห์ SWOT ในอุตสาหกรรมต้นน้ำของแตงโม

ผู้วิจัยได้ทำการประเมินศักยภาพของโซ่อุปทานในส่วนของอุตสาหกรรมต้นน้ำของแตงโม โดยทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของโซ่อุปทาน คือ จุดแข็งและจุดอ่อนภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกโซ่อุปทาน คือ โอกาสและอุปสรรค ผลจากการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT ในอุตสาหกรรมต้นน้ำของแตงโม สรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในอุตสาหกรรมต้นน้ำของแตงโม

|                               | ปัจจัยบวก (Helpful)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | ปัจจัยลบ (Harmful)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ปัจจัยภายในองค์กร (Internal)  | <b>จุดแข็ง (Strength)</b><br>1. สภาพพื้นที่ ลักษณะดิน และภูมิอากาศ มีความเหมาะสมกับการเพาะปลูกแตงโม<br>2. เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในการ เพาะปลูกแตงโมมากกว่า 10 ปี<br>3. มีตลาดรองรับแน่นอน<br>4. สามารถปลูกแตงโมได้ทุกฤดูกาล<br>5. แตงโมมีระยะเวลาการผลิตสั้น ทำให้ สามารถเก็บผลผลิตได้เร็ว<br>6. มีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อเอาแรงกัน ในช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิต | <b>จุดอ่อน (Weakness)</b><br>1. ต้องเปลี่ยนพื้นที่ในการเพาะปลูกแตงโม ทุกปี ทำให้เกิดต้นทุนเพิ่มขึ้น<br>2. ปลูกได้เฉพาะดินร่วนปนทรายเท่านั้น<br>3. ไม่สามารถนำเมล็ดเก่ามาปลูกซ้ำ อาจทำ ให้แตงโมกลายพันธุ์หรือมีเมล็ดเพิ่มมากขึ้น<br>4. เกษตรกรขาดแหล่งเงินทุนในการ เพาะปลูก จึงต้องรับเมล็ดพันธุ์และวัตถุดิบ ในการเพาะปลูกจากนายทุน ทำให้เกิด ต้นทุนสูงขึ้นและเกษตรกรไม่มีอิสระในการ จำหน่ายผลผลิตของตนเอง |
| ปัจจัยภายนอกองค์กร (External) | <b>โอกาส (Opportunity)</b><br>1. มีช่องทางในการติดต่อและจำหน่าย แตงโมเพิ่มมากขึ้น ทำให้สามารถเข้าถึง ลูกค้ารายใหม่ๆได้มากขึ้น<br>2. ปัจจุบันคนไทยรักสุขภาพมากขึ้น แตงโม จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของคนกลุ่มนี้ เพราะแตงโมทำให้ผิวพรรณดี<br>3. มีการนำแตงโมไปแปรรูปเป็นเครื่องดื่ม มากขึ้น                                                                    | <b>อุปสรรค (Treats)</b><br>1. สภาพเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน ส่งผลต่อ ประชาชนทำให้กำลังซื้อลดลง<br>2. มีคู่แข่งทางการตลาดสูงเนื่องจากแตงโม สามารถปลูกได้ในหลายพื้นที่<br>3. แมลงศัตรูพืชที่ส่งผลต่อคุณภาพของ แตงโม<br>4. ช่วงฤดูฝนแตงโมจะเกิดโรครากเน่าได้ ง่าย                                                                                                                                                |

## (2) การวิเคราะห์ SWOT ในอุตสาหกรรมกลางน้ำของตลาดไทยเจริญ

จากข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้จัดการตลาดไทยเจริญ ผู้วิจัยได้ ทำการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพของโซ่อุปทานในส่วนของอุตสาหกรรมกลางน้ำของ แตงโมที่ตลาดไทยเจริญ ผลจากการวิเคราะห์ SWOT สรุปได้ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในอุตสาหกรรมกลาน้ำของตลาดไทยเจริญ

|                               | ปัจจัยบวก (Helpful)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ปัจจัยลบ (Harmful)                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ปัจจัยภายในองค์กร (Internal)  | <p><b>จุดแข็ง (Strength)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เป็นแหล่งรวบรวมและกระจายผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง</li> <li>2. อยู่ใกล้สี่แยกอินโดจีนทำให้มีความสะดวกในการขนส่งและกระจายสินค้าไปยังภูมิภาคต่างๆ</li> <li>3. เป็นตลาดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในพื้นที่ เนื่องจากเปิดให้บริการมายาวนานกว่า 15 ปีแล้ว</li> <li>4. มีการจัดโซนพื้นที่ขายผลไม้ในตลาด เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า</li> <li>5. มีผลไม้หลากหลาย ครบคลุมความต้องการของผู้บริโภค</li> </ol> | <p><b>จุดอ่อน (Weakness)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประสบปัญหาสาธารณูปโภคภายในตลาด โดยเฉพาะปัญหาน้ำและปัญหาการจัดการขยะ</li> <li>2. ตลาดไม่ได้มีบทบาทในการตรวจสอบคุณภาพของผลไม้ ทำให้มีผู้ประกอบการบางรายนำสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมาปะปนจำหน่ายแก่ผู้บริโภค ทำให้ส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของตลาด</li> </ol> |
| ปัจจัยภายนอกองค์กร (External) | <p><b>โอกาส (Opportunity)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ได้รับการสนับสนุนจากกรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์</li> <li>2. มีนักวิทยาศาสตร์จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ในการสุ่มตรวจสอบปนเปื้อนในผลไม้ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค</li> <li>3. มีการขยายตัวของธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารและห้างสรรพสินค้าต่างๆ ทำให้เพิ่มโอกาสในการขาย</li> <li>4. มีช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์มากขึ้น ทำให้ตลาดสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น</li> </ol>           | <p><b>อุปสรรค (Treats)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สภาพอากาศแปรปรวนส่งผลให้ผลผลิตออกสู่ตลาดลดลง</li> <li>2. สภาพเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน ส่งผลต่อผู้บริโภค ทำให้กำลังซื้อลดลง</li> <li>3. ตลาดส่งออกมีมาตรการกีดกันทางการค้าและมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นจากประเทศคู่แข่ง</li> </ol>                    |

#### 4.5 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงกิจกรรมในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของโซ่อุปทานแตงโมได้ ดังนี้

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) มีรายละเอียด ดังนี้

(1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เกษตรกรส่วนใหญ่จะรับเมล็ดพันธุ์แตงโมมาจากเจ้าแก (นายทุน) ที่ตลาดไทยเจริญ เพื่อเป็นการรับประกันว่าผลผลิตที่ได้จะมีตลาดรองรับแน่นอน แต่ส่งผลให้ต้นทุนมากขึ้น เนื่องจากเมล็ดพันธุ์ที่รับมาจากเจ้าแกเป็นการจ่ายแบบเครดิต จึงทำให้มีราคาสูงกว่าท้องตลาด โดยจะหักต้นทุนในส่วนของเมล็ดพันธุ์ให้กับเจ้าแกหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต ส่วนปุ๋ยและยากำจัดวัชพืชต่างๆ หาซื้อตามร้านค้าเกษตรทั่วไป สำหรับพื้นที่เพาะปลูกเกษตรกรต้องหาเช่าพื้นที่ในการปลูกแตงโมเอง ไม่นิยมปลูกซ้ำในพื้นที่เดิม เนื่องจากมีความเสี่ยงในการเกิดโรคสูง

(2) กิจกรรมเกี่ยวกับการผลิต (Operations) เกษตรกรทำการเพาะปลูกแตงโมตามประสบการณ์ของตนเองและการบอกเล่าที่ผ่านมา มีการรวมกลุ่มที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกันของเจ้าแก เพื่อช่วยเหลือกันในช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิต ในช่วงเพาะปลูกและดูแลรักษาต้องจ้างแรงงานต่างหาก หากรับเมล็ดพันธุ์แตงโมมาจากเจ้าแก เจ้าแกจะเป็นผู้รับซื้อ คัดขนาดและคัดเลือกผลผลิตเองที่ไร้ทั้งหมด เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของผลผลิต และจะจัดรถกระบะและรถ 10 ล้อ มารับแตงโมที่ไร่

(3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) ในการจำหน่ายและกระจายผลผลิตแตงโม สำหรับผู้ที่รับเมล็ดพันธุ์มาจากเจ้าแก เจ้าแกจะเป็นผู้รับซื้อและกระจายผลผลิตไปยังตลาดไทยเจริญ และตลาดในภูมิภาคต่างๆ เช่น ตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง จังหวัดปทุมธานี ตลาดอุดรเมืองทอง จังหวัดอุดรธานี ตลาดศรีเมืองทอง จังหวัดขอนแก่น เป็นต้น

(4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) แตงโมเป็นผลไม้ที่สามารถหาทานได้ง่ายในทุกฤดูกาล และมักมีราคาไม่แพง การขายผลผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นการขายปลีกทั้งหมดให้กับเจ้าแกหรือนายทุนที่ให้เมล็ดพันธุ์ในการเพาะปลูกอยู่แล้ว ดังนั้นในด้านการตลาดและการขายจึงยังไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือโฆษณาใดๆ

(5) การบริการหลังการขาย (After-Sales Services) การขายแตงโมทั้งจากต้นน้ำและกลางน้ำเป็นการขายแบบขายส่งในปริมาณมาก โดยเจ้าแกจะเป็นผู้รับซื้อ คัดขนาดและคัดเลือกผลผลิตเองทั้งหมด แล้วกระจายผลผลิตไปยังตลาดต่างๆ ดังนั้นจึงยังไม่มี การติดตามความพึงพอใจของผู้ซื้อ

กิจกรรมสนับสนุน มีรายละเอียด ดังนี้

(1) การจัดซื้อ-จัดหา (Procurement) เกษตรกรส่วนใหญ่จะรับเมล็ดพันธุ์แตงโมมาจากเจ้าแก เป็นการเพาะปลูกแตงโมแบบพันธสัญญา เพื่อให้แน่ใจว่าผลผลิตที่ได้จะมีตลาดรองรับแน่นอน

ส่วนการจัดซื้อวัตถุดิบและอุปกรณ์อื่นๆ ในการเพาะปลูกจะซื้อจากร้านจำหน่ายสินค้าเกษตรที่คุ้นเคย โดยจะซื้อปุ๋ยยาเท่าที่จำเป็นตามที่เคยใช้มาก่อนเท่านั้น

(2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) ยังไม่มีการพัฒนาหรือนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเพาะปลูก การผลิต หรือการจำหน่ายแตงโม เพื่อลดต้นทุนหรือเพิ่มผลผลิต ดังนั้นในกระบวนการผลิตต่างๆ จึงยังต้องใช้แรงงานเป็นหลัก

(3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) แรงงานที่ใช้ในการเพาะปลูก ดูแลรักษา เป็นแรงงานที่จ้างเป็นครั้งคราว ไม่จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกแตงโม ส่วนในช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตจะใช้วิธีการลงแขก เอาแรงกันในกลุ่มเครือข่ายเพาะปลูกแตงโมที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกันของอำเภอ ซึ่งแรงงานในกลุ่มนี้มีความรู้และประสบการณ์ในการทำงานอยู่แล้ว

(4) โครงสร้างพื้นฐานองค์กร (Firm Infrastructure) เกษตรกรมีการรวมกลุ่มเครือข่ายเพาะปลูกแตงโมที่อยู่ในเครือข่ายเดียวกันของอำเภอ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและช่วยเหลือกันเป็นครั้งคราวเท่านั้น การดำเนินการวางแผน การเพาะปลูก การดูแลรักษาผลผลิตของเกษตรกรแต่ละรายเป็นอิสระต่อกัน ไม่มีการรวมกลุ่มในระดับองค์กร

## 5. สรุปผลและการอภิปรายผล

### 5.1 แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำของแตงโม

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำของแตงโมให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

(1) หน่วยงานรัฐควรให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่เกษตรกรในการเพาะปลูก รวมถึงกำกับดูแลการทำสัญญาระหว่างนายทุนและเกษตรกร เพื่อไม่ให้เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบ จากสัญญาที่ไม่เป็นธรรม แม้ว่าจากการศึกษายังไม่พบปัญหานี้ก็ตาม

(2) เกษตรกรควรหาช่องทางในการผลิตและจัดจำหน่ายแตงโมในตลาดอื่นๆ เช่น การเพาะปลูกแตงโมแบบอินทรีย์ปลอดสารเคมี เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพและคำนึงถึงความปลอดภัยสูง การหาตลาดแปรรูป เพื่อระบายสินค้าในช่วงที่ราคาตกต่ำ เป็นต้น

(3) ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างเกษตรกร ภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกันศึกษา หาแนวทางในการเพาะปลูกแตงโมบนพื้นที่เดิม โดยลดความเสี่ยงในการเกิดโรค เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตให้แก่เกษตรกร

### 5.2 แนวทางในการพัฒนาการดำเนินการของตลาดไทยเจริญ

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของตลาดไทยเจริญ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินการของตลาดไทยเจริญให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

(1) จากปัญหาการจัดการด้านสาธารณูปโภคภายในตลาดไทยเจริญ คือ ปัญหาน้ำและปัญหาการจัดการขยะ ตลาดไทยเจริญควรเร่งดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เพื่อให้มีความพร้อมสามารถรองรับการขยายตัวของตลาดที่จะมีการเปิดพื้นที่สำหรับซื้อขายพืชผักในตลาดด้วย เพื่อให้เป็นแหล่งรวบรวมสินค้าที่ครบวงจร และสามารถรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลายมากขึ้นได้

(2) ในปัจจุบันมีช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์มากขึ้น ดังนั้นตลาดสามารถใช้ช่องทางเหล่านี้เข้ามาช่วยในการสื่อสาร โฆษณาและประชาสัมพันธ์ตลาดได้ โดยจุดเด่นของตลาดทั้งในด้านพื้นที่ ที่ตั้งที่สะดวกสบาย ความหลากหลายของผลไม้ในตลาด และการได้รับการสนับสนุนจากกรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ เพื่อจูงใจและสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร การอัพเดทสินค้าและราคาให้เป็นปัจจุบันด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

### 5.3 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่คุณค่าของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า สามารถสรุปแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่คุณค่าของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญเป็นแผนภาพได้ ดังภาพที่ 2

|                                                                                                                            |                                                                                        |                                                                                                            |                                                                                     |                                                                                                                                   |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| เกษตรกรรวมกลุ่ม/เครือข่าย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและสร้างอำนาจในการต่อรองในการซื้อขายสินค้าและวัตถุดิบในการเพาะปลูก          |                                                                                        |                                                                                                            |                                                                                     |                                                                                                                                   | กำไร |
| รัฐควรส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกแตงโมบนพื้นที่เดิม โดยลดความเสี่ยงในการเกิดโรค เพื่อลดต้นทุนในการเพาะปลูก      |                                                                                        |                                                                                                            |                                                                                     |                                                                                                                                   |      |
| ใช้เทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น LINE Facebook เพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่าย แลกเปลี่ยนข้อมูลและการติดต่อสื่อสาร                |                                                                                        |                                                                                                            |                                                                                     |                                                                                                                                   |      |
| จัดซื้อวัตถุดิบในการเพาะปลูกจากแหล่งอื่นๆที่มีราคาต่ำกว่า เพื่อลดต้นทุน และหลีกเลี่ยงการเพาะปลูกแบบพันธสัญญาที่ไม่เป็นธรรม |                                                                                        |                                                                                                            |                                                                                     |                                                                                                                                   |      |
| ปัจจัยที่ส่งผลภายใน                                                                                                        | กิจกรรมเกี่ยวกับการผลิต                                                                | ปัจจัยที่ส่งผลภายนอก                                                                                       | การตลาดและการขาย                                                                    | การบริการ                                                                                                                         |      |
| รัฐควรให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุนแก่เกษตรกรในการเพาะปลูก                                                                   | เกษตรกรควรมีการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลในการเพาะปลูก เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ | เกษตรกรควรหาช่องทางใหม่ๆ ในการจำหน่ายและกระจายผลผลิตด้วยตนเอง ไม่ควรพึ่งพานายทุนหรือเจ้าแก่เพียงอย่างเดียว | เกษตรกรควรหาจุดเด่นของตนเองในการผลิต เพื่อสร้างเอกลักษณ์และสร้างโอกาสในการขายผลผลิต | เกษตรกรควรมีช่องทางในการติดต่อผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้ซื้อสามารถติดต่อสอบถาม สั่งซื้อสินค้าจากเกษตรกรได้โดยตรง |      |

ภาพที่ 2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของแตงโมที่ตลาดไทยเจริญ

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าเกษตรกรเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่คุณค่าของแตงโม ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตแตงโม เพื่อส่งมอบให้กับผู้บริโภค แต่ผลจากการวิจัยพบว่าการเพาะปลูกแตงโมในพื้นที่ศึกษาเป็นการเพาะปลูกที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับการทำเกษตรแบบพันธสัญญา แต่ไม่มีการประกันราคา และไม่มีการจัดทำเอกสารข้อตกลง จึงมีความเสี่ยงที่เกษตรกรจะถูกเอาเปรียบและไม่ได้รับความเป็นธรรม ดังนั้นภาครัฐควรเข้าไปกำกับดูแล เพื่อไม่ให้เกษตรกรถูกเอาเปรียบจาก

สัญญาที่ไม่เป็นธรรม ทั้งนี้ภาครัฐควรส่งเสริมให้ความรู้แก่เกษตรกรในการเพาะปลูกและการจัดการแปลงด้วย เพื่อให้สามารถเพาะปลูกบนพื้นที่เดิมได้ โดยลดความเสี่ยงในการเกิดโรค เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตแก่เกษตรกร นอกจากนี้ภาครัฐควรส่งเสริมและผลักดันให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มเครือข่าย เพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการซื้อขายผลผลิตและวัตถุดิบในการผลิต เช่นเดียวกับการวิจัยของ ธัญญา วสุศรี และคณะ (2550) ที่เห็นว่าภาครัฐควรให้ความสำคัญแก่เกษตรกรผู้เป็นห่วงโซ่แรกในระบบโซ่อุปทาน โดยการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายเกษตรกร เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านการผลิต เพิ่มอำนาจในการต่อรองราคาและการซื้อปัจจัยการผลิต เพื่อลดต้นทุนในการผลิตแก่เกษตรกร

## 6. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ประจำปีงบประมาณ 2561 ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณที่ให้การสนับสนุนมา ณ โอกาสนี้

## 7. เอกสารอ้างอิง

- เจรจาการค้าระหว่างประเทศ, กรม. (2552). **ระเบียบเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้**. สืบค้นจาก <http://www.thaifita.com/ThaiFTA/Portals/0/nsec.pdf>
- ณัฐยานันท์ โสกุล. (2016). **เส้นทางระเบียบเศรษฐกิจสายตะวันออก-ตะวันตก**. สืบค้นจาก <http://cite.dpu.ac.th/EWEC1.html>
- ดวงจันทร์ เกียรติยศ สุวรรณ. (2538). **แต่งโม**. สืบค้นจาก [http://natres.psu.ac.th/radio/radio\\_article/radio37-38/37-380039.htm](http://natres.psu.ac.th/radio/radio_article/radio37-38/37-380039.htm)
- ธัญญา วสุศรี, รวิพิมพ์ ฉวีสุข, เจริญชัย โคมพิตรภรณ์, ปรรธนา ปรรธนาดี, วิเชียร พาชมัย, สุทธิศักดิ์ ห่านนิมิตกุลชัย, อำภา ทนุณอมราชฤทธิ์, สุรเชษฐ์ ลิ้มปัทมญาณวัฒน์ และวิภาพร วีระไวยยะ. (2550). **การจัดการโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสับปะรด**. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- นงคณัฐ บุญกล้า. (2017). **ห่วงโซ่อุปทานมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออก: กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก**. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38, 742-754.
- ศศิณภา บุญพิทักษ์, กรณ์ภพ รัตนวิจิตร และสำราญ ชำโสม, (2559). **การศึกษาและหาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ผลไม้มังคุดในเขตจังหวัดจันทบุรี**. *วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี*, 9(1), 100-115.



สุรรัตน์ ศรีทะแก้ว และสุเทพ นิมสสาย, (2556). การวิเคราะห์โซ่อุปทานและรายได้เปรียบเทียบการ  
แข่งขันด้านการส่งออกของผลไม้สดไทยไปยังตลาดสหภาพเมียนมาร์. วารสารวิทยาการ  
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 8(2), 36-61.