

การจัดการโซ่อุปทานเมล่อน: กรณีศึกษา สวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม SUPPLY CHAIN MANAGEMENT IN MELON PRODUCTION: A CASE STUDY OF MELON HYDRO GREEN FARM

เพชรรายุธ แซ่หลี่^{1*}, เจษฎา โพธิ์จันทร์²

Phetcharayud Sae-lee^{1*}, Jessada Pochan²

¹ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม อ.เมือง จ.พิษณุโลก ประเทศไทย 65000

² คณะโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยนเรศวร อ.เมือง จ.พิษณุโลก ประเทศไทย 65000

¹Faculty of Industrial Technology, Rajabhat Pibulsongkram University, Muang, Phitsanulok, Thailand, 65000

²Faculty of Logistics and Digital Supply Chain, Naresuan University, Muang, Phitsanulok, Thailand, 65000

*Corresponding author e-mail: phetcharayud@psru.ac.th

วันที่เข้าระบบ 9 สิงหาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ 14 ตุลาคม 2564

วันที่ตอบรับบทความ 15 ตุลาคม 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาโซ่อุปทานการผลิตเมล่อนของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม เริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ การเพาะปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว ไปจนถึงกระบวนการขนส่ง และการจัดจำหน่ายผลผลิตของสวน ผู้วิจัยยังได้ทำการประเมินศักยภาพของสวนโดยการวิเคราะห์ SWOT และวิเคราะห์กิจกรรมต่างๆในห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ผลจากการวิจัยพบว่า ทางสวนมีกระบวนการควบคุมคุณภาพของผลผลิตได้ดี ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP ผลผลิตของสวนเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก แต่เนื่องจากสวนตั้งอยู่ใกล้กับตลาด จึงทำให้ต้องเสียต้นทุนในการขนส่งสูง นอกจากนี้ทางสวนยังขาดการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและขาดพนักงานที่มีทักษะและความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการจำหน่าย สวนเมล่อนควรหาแหล่งตลาดใหม่ๆ ที่อยู่ใกล้สวน เพื่อช่วยระบายผลผลิต ลดความเสี่ยงจากผลผลิตเน่าเสียและลดการขนส่งในระยะทางไกลๆโดยไม่จำเป็น ทางสวนควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดบันทึก ติดตามและวางแผนการผลิต เพื่อให้สามารถวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการและเกิดความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน นอกจากนี้ควรจัดวางโครงสร้างองค์กรให้เป็นสัดส่วนและชัดเจน และจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะและความรู้แก่พนักงานประจำในการดูแลสวน

คำสำคัญ: เมล่อน, โซ่อุปทาน, การวิเคราะห์ SWOT, ห่วงโซ่คุณค่า

Abstract

This research has studied the supply chain of melon production in Melon Hydro Green Farm, in the procurement process, cultivating, fertilizing, harvesting, transporting, and distributing the melon. We also assessed the farm's potential by using SWOT Analysis and analyzed the activities in the value chain to improve and increase operational efficiency. The results found that the farm has a good process to control the quality, passed the GAP certification. Their product is in great demand in the market, but the cost of transportation is high because the farm is located far from the market. Farm lack of production planning to meet the market demand and the workers lack of skilled and knowledge in new technologies. As mentioned, they should find nearby markets to distribute the product, reduce the risk of spoilage and unnecessary long-distance transportation. Technologies should be applied to record, track and plan the production according to the demand and to be able to ease the work. Also, the organizational structure should be clearly and provide training for full-time workers about skills and knowledge working.

Keywords: Melon, Supply chain, SWOT analysis, Value chain

1. บทนำ

เมล่อน ผลไม้สุภาพมากด้วยประโยชน์ รสอร่อยหวานฉ่ำ ถือเป็นพืชเศรษฐกิจและพืชทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนที่ดี เนื่องจากมีราคาขายค่อนข้างสูง และสามารถเพาะปลูกได้ง่าย ปลูกได้ในทุกภูมิภาคของประเทศไทย สามารถปลูกได้ตลอดทั้งปีทั้งในโรงเรือนและกลางแจ้ง ใช้น้ำน้อย หากเพาะปลูกในโรงเรือนจะสามารถควบคุมและลดความเสี่ยงจากโรค แมลงและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมได้ เมื่อต้นเมล่อนมีอายุประมาณ 35-40 วัน ก็จะเริ่มติดผล และจะสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้หลังจากเพาะปลูก 75-80 วัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10, 2563) ด้วยลักษณะดังที่กล่าวมาจึงทำให้เมล่อนเป็นผลไม้ที่น่าสนใจและมีการเพาะปลูกกันมากขึ้นในปัจจุบัน

สวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์มตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลบ้านกลาง อำเภอสว่างทอง จังหวัดพิษณุโลก เป็นสวนเมล่อนที่ทำการเพาะปลูกเมล่อนมานานกว่า 10 ปี มีโรงเรือนเพาะปลูกเมล่อนทั้งหมด 32 โรงเรือน บนพื้นที่กว่า 20 ไร่ โดยจะทำการปลูกหมุนเวียนกันไปในแต่ละโรงเรือน เพื่อให้สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตเมล่อนหมุนเวียนกันได้ตลอดทั้งปี และสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตเพื่อส่งจำหน่ายได้ทุก 3 วัน ผลผลิตเมล่อนกว่าร้อยละ 90 เป็นการจดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 เป็นการจดจำหน่ายให้กับลูกค้าที่เดินทางมาซื้อที่หน้าสวนเอง เนื่องด้วยราคาที่จูงใจ ทำให้มีการ

เพาะปลูกเมล่อนกันมากขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องมีการวิเคราะห์ภาพรวมของสวนและหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและยังเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสวนด้วย การจัดการโซ่อุปทาน (Supply chain management) เป็นการบริหารการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานหรือกิจกรรมตั้งแต่ต้นกระบวนการไปจนถึงกระบวนการที่ผู้บริโภค โดยการแบ่งปันข่าวสารข้อมูลที่จำเป็น และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดร่วมกัน (ค่านาย, 2555) การวิเคราะห์ SWOT เป็นแนวทางหนึ่งที่นิยมนำมาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินองค์กร ทั้งจากสภาพการณ์ภายในและภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมในการประกอบกิจการ (ศิริวรรณ และปริญ, 2541) ซึ่งสามารถนำไปสู่การหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรได้ นอกจากนี้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ซึ่งเป็นการมองและวิเคราะห์กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในการดำเนินการ (Porter, 1985) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแต่ละกิจกรรมได้ มีงานวิจัยที่ได้นำหลักการและทฤษฎีเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ในการวิจัย เพื่อวิเคราะห์ ประเมินและหาแนวทางในการปรับปรุงของสินค้าเกษตรต่างๆ เช่น กล้วยไม้ (สุตารัตน์, 2560) ข้าวหอมมะลิ (ธนวัฒน์, 2561) มะม่วงน้ำดอกไม้ (นงค์นุช, 2017) มังคุด (ศศิณภา และคณะ, 2559) ทุเรียนแช่แข็งและทุเรียนฟรียดราย (อารยา และคณะ, 2562) แห้ว (สุธาทิพย์ และจันทร์เพ็ญ, 2561) เป็นต้น ดังนั้นในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาโซ่อุปทานเมล่อนของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม แล้วทำการวิเคราะห์ SWOT และวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของแต่ละกิจกรรม เพื่อหาแนวทางในการวางแผนพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในระบบโซ่อุปทาน

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาโซ่อุปทานเมล่อนและวิเคราะห์ SWOT ของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม
- 2.2 เพื่อวิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าและหาแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้กับสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม

3. วิธีดำเนินงานวิจัย

3.1 หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1.1 การจัดการโซ่อุปทาน

การจัดการโซ่อุปทานเป็นการมองทั้งระบบตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ คือ วัตถุดิบถูกส่งเข้ามายังโรงงานโดยผู้ส่งหนึ่งรายหรือหลายรายเพื่อมาทำการผลิตเป็นสินค้า เมื่อเสร็จแล้วจึงส่งไปยังคลังสินค้าเพื่อกักเก็บสินค้าและกระจายสินค้า เสร็จแล้วจึงส่งผ่านไปยังตัวแทนจำหน่ายหรือลูกค้า โดยรวมกิจกรรมด้านโลจิสติกส์เข้าไปด้วย ค่านาย (2555) ได้ให้ความหมายของโซ่อุปทานว่าเป็น

เสมือนโรงงาน และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการผลิต การจัดส่งสินค้า การเชื่อมต่อกันหลายฝ่าย ทำให้เกิดปัญหาทั้งในการประสานงานและการสื่อสาร การจัดการโซ่อุปทาน จึง เป็นการบริหารการทำงานร่วมกันตั้งแต่ต้นกระบวนการการผลิตไปจนถึงกระบวนการที่ผู้บริโภค โดยมีการแบ่งปันข่าวสารข้อมูลที่จำเป็น และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการลดต้นทุนให้ต่ำที่สุด และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด โดยผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้รับผลตอบแทนจากการทำงานดีขึ้น สามารถแข่งขันในระดับโลกได้ดีขึ้น ความสำคัญของโซ่อุปทาน สามารถสรุปได้ 6 ประการดังนี้

- 1) เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะได้ผลกำไรตามมาในภายหลัง
- 2) สามารถมองเห็นกระบวนการดำเนินงานได้ทั้งระบบ
- 3) มุ่งเน้นไปที่ภาพรวมของบริษัททั้งหมด
- 4) เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดต้นทุนในการเก็บสินค้า เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
- 5) ก่อให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ
- 6) สามารถส่งต่อข้อมูลข่าวสารถึงกันได้อย่างรวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำสูง ลดความผิดพลาดที่เกิดจากการส่งข้อมูล

3.1.2 การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพขององค์กรหรือกิจการที่ดำเนินการอยู่ เป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารรู้จักจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายในขององค์กร และมองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอกองค์กร ที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ ข้อมูลที่เหล่านี้อาจเป็นประโยชน์อย่างมากในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และแผนการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสมต่อไป การวิเคราะห์ SWOT ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

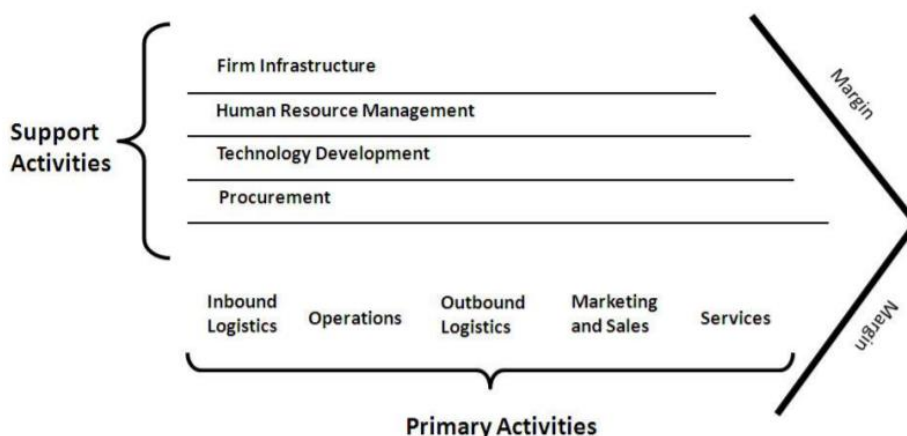
- 1) จุดแข็ง (Strengths) คือ จุดเด่นหรือข้อได้เปรียบ ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายในที่เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท เช่น จุดแข็งด้านการเงิน และข้อได้เปรียบด้านการผลิต และด้านทรัพยากรบุคคล โดยบริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 2) จุดอ่อน (Weaknesses) คือ จุดด้อยหรือข้อเสียเปรียบ เป็นผลมาจากปัจจัยภายในที่เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่างๆ ของบริษัท เช่น การขาดเงินทุน นโยบายและทิศทาง การบริการที่ไม่แน่นอน หรือบุคลากรที่ไม่มีคุณภาพ ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไปอันจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท

3) โอกาส (Opportunities) เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์ หรือส่งเสริมต่อการดำเนินงานของบริษัท โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ โดยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและการแข่งขันในตลาด และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

4) อุปสรรค (Threats) เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลเสียต่อธุรกิจ เช่น ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้อง และพยายามจัดการอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และปริญญ์ ลักษณะานนท์ศุภกร, 2541)

3.1.3 ห่วงโซ่คุณค่า

Porter (1985) ได้เสนอแบบจำลองห่วงโซ่คุณค่าไว้ โดยมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของแต่ละหน่วยธุรกิจ ตั้งแต่การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การแปรรูป ตลอดจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า โดยมุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ด้วยการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนหรือกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันเพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อส่งต่อไปให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจึงเป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถของกิจการในการแข่งขัน โดยการศึกษาถึงกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่าสามารถช่วยให้ได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจกรรมได้เป็นอย่างดี ตามแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า ได้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) โดยทุกกิจกรรมมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการของบริษัท โดยกิจกรรมหลักประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 5 ประการ และกิจกรรมสนับสนุนประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 4 ประการ ดังภาพที่ 1 ผลกำไร (Margin) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการกับกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่าให้มีการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรรวมถึงการเชื่อมโยงไปยังภายนอก โดยที่องค์กรจะต้องสามารถส่งมอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Products) ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า



ภาพที่ 1 โมเดลโซ่คุณค่าในแนวคิดของ Porter (1985)

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง และได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) คุณอำนวย รัตน์ อำนวยศิริ ซึ่งเป็นเจ้าของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์มที่มีประสบการณ์ในการเพาะปลูกเมล่อนมานานกว่า 10 ปี โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของสวน การดำเนินกิจการของสวน ปัญหาอุปสรรคในการผลิต และรายละเอียดในการผลิตเมล่อนของสวน โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ การเพาะปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว การขนส่งและการจัดจำหน่ายผลผลิตของสวน เพื่อให้เห็นสภาพปัจจุบัน ปัญหาอุปสรรค และภาพรวมของโซ่อุปทานการผลิตเมล่อนของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เจ้าของสวนมาสรุปเป็นแผนภาพโซ่อุปทานการผลิตเมล่อนของสวน เพื่อให้เห็นกระบวนการและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในระบบการผลิต และได้ทำการวิเคราะห์ SWOT เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพของสวน คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่า เพื่อหาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพ โดยสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

4. ผลการวิจัย

4.1 โครงสร้างโซ่อุปทานของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม ทำให้มองเห็นถึงภาพรวมทั้งหมดของโซ่อุปทานเมล่อน ดังแสดงในภาพที่ 2 ซึ่งมีกระบวนการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- การจัดหาวัตถุดิบ ทางสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม จะซื้อเมล็ดพันธุ์จากบริษัทเพื่อนเกษตรกร ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ โดยเป็นการทำสัญญาการซื้อขายกับบริษัทไว้ล่วงหน้า พันธุ์ที่เพาะปลูกมี 2 สายพันธุ์ คือ พันธุ์กรีนเนต และพอทออเรนจ์ ส่วนวัตถุดิบอื่นๆที่ใช้ในการเพาะปลูก เช่น วัสดุเพาะปลูก ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืชต่างๆ จะหาซื้อตามร้านค้าเกษตรทั่วไปที่มีจำหน่ายอยู่

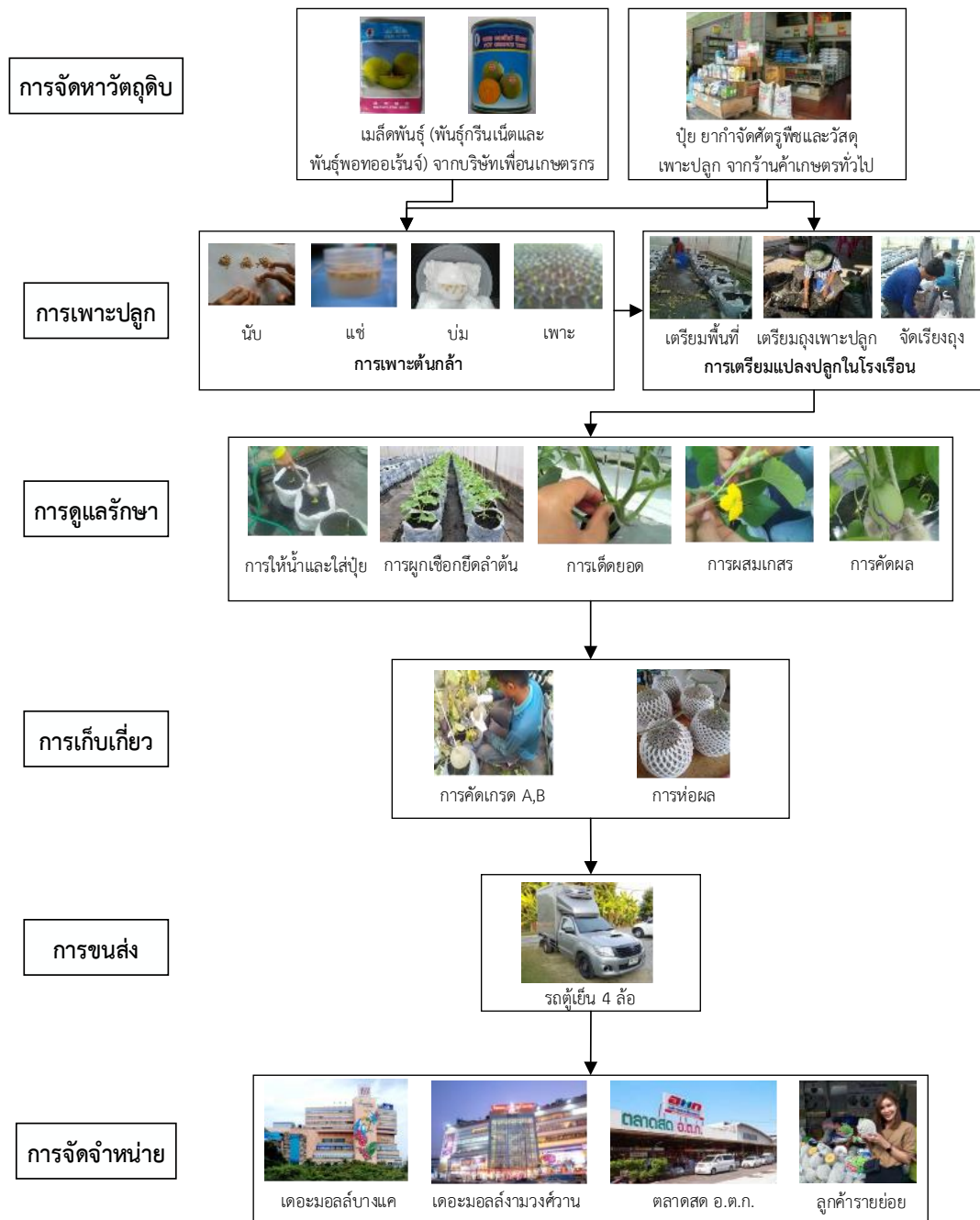
- การเพาะปลูก เริ่มต้นจากการนับเมล็ดให้ได้ตามจำนวนที่ต้องการแล้วจึงนำมาแช่ด้วยน้ำอุ่น ที่มีอุณหภูมิประมาณ 40-45 องศาเซลเซียส แช่นานประมาณ 2-3 ชั่วโมง เพื่อกระตุ้นการงอกของเมล็ดให้เร็วขึ้น หลังจากนั้นจะใช้ผ้าห่อเมล็ด แล้วนำไปบ่มในกล่องโฟมที่มีหลอดไฟและสามารถควบคุมอุณหภูมิได้ โดยรักษาอุณหภูมิไว้ที่ 30-35 องศาเซลเซียส บ่มไว้ประมาณ 24 ชั่วโมง เมล็ดเมล่อนจะเริ่มแทงรากออกมา หลังจากนั้นจึงนำเมล็ดที่งอกแล้วไปเพาะปลูกในถาดหลุม เมื่อต้นกล้าได้อายุ 10 วัน ก็สามารถนำไปปลูกในโรงเรือนได้ อีกส่วนหนึ่งที่ต้องเตรียมด้วยคือ การเตรียมแปลงปลูกในโรงเรือน โดยจะต้องรื้อถอนต้นเมล่อนที่เก็บเกี่ยวแล้วออกไป พร้อมกับทำความสะอาดและฉีดพ่นสารกำจัดแมลงภายในโรงเรือนก่อนที่จะนำถาดปลูกมาจัดเรียงในโรงเรือน

- การดูแลรักษา หลังจากนำต้นกล้าไปปลูกในโรงเรือนแล้วจะต้องมีการดูแลรักษาตามอายุของต้นในแต่ละโรงเรือน กระบวนการที่สำคัญ ได้แก่ การให้น้ำและใส่ปุ๋ยตามรอบอายุ การผูกเชือกยึดลำต้น การเด็ดยอด การผสมเกสร และการคัดผลอ่อน เพื่อไว้ผลผลิต

- การเก็บเกี่ยว หลังจากผสมเกสร 40-45 วัน ผลเมล่อนจะแก่จัดและสามารถเก็บเกี่ยวได้ โดยก่อนเก็บเกี่ยวจะต้องนำผลเมล่อนที่ผสมเกสรหลังสุดมาวัดความหวาน ผลเมล่อนที่เก็บเกี่ยวได้จะต้องมีความหวานอยู่ที่ระดับ 14-15 บริกซ์ ขึ้นไป การเก็บผลผลิตจะแบ่งเป็น 2 เกรด คือ เกรด A จะมีลายเต็มทั้งลูก ไม่มีตำหนิ ส่วนเกรด B จะมีตำหนิหรือขั้วหลุด ผลเมล่อนที่เก็บเกี่ยวได้จะนำไปเช็ดทำความสะอาดและห่อผลด้วยโฟมตาข่าย เพื่อป้องกันไม่ให้ผลผลิตเสียหายจากการขนส่ง หลังจากนั้นจึงนำมาจัดเรียงใส่ตะกร้าพลาสติกเพื่อรอการขนส่ง

- การขนส่ง ใช้รถตู้เย็น 4 ล้อ ของสวนในการขนส่ง เพื่อให้สามารถควบคุมอุณหภูมิได้ระหว่างการขนส่ง เพื่อป้องกันความเสียหาย เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการขนส่งนานถึง 6 ชั่วโมงในการขนส่งไปยังจุดจำหน่าย ปริมาณที่ขนส่งประมาณ 800-1,000 กิโลกรัมต่อรอบ โดยมีพนักงานขับรถประจำ 1 คน

- การจัดจำหน่าย ผลผลิตเมล่อนของสวนเป็นสินค้าที่นำขึ้นห้างสรรพสินค้า โดยมีจุดจัดจำหน่ายในห้างเดอะมอลล์บางแค ห้างเดอะมอลล์งามวงศ์วาน ตลาด อตค. และผลผลิตบางส่วนจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าที่มาซื้อที่หน้าสวนโดยตรง โดยมีราคาขายเท่ากัน



ภาพที่ 2 โซ่อุปทานเมล็ดของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม

4.2 การประเมินศักยภาพโดยการวิเคราะห์ SWOT

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์คุณอำนวย รัตนอำนวยศิริ เจ้าของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตมาทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในขององค์กรของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม คือ จุดแข็งและจุดอ่อนของสวน

และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร คือ โอกาสและอุปสรรคที่เกิดขึ้น ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินการของสวน ผลการวิเคราะห์ SWOT สรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม

ปัจจัยภายใน (Internal factors)	จุดแข็ง (Strength) 1. เจ้าของสวนมีประสบการณ์ในการเพาะปลูกเมล่อนมานานกว่า 10 ปี 2. สวนได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP 3. มีพื้นที่มากเหมาะกับการขยายสวน 4. สามารถปลูกเมล่อนได้ตลอดทั้งปี 5. มีสูตรปุ๋ยเป็นของตัวเอง 6. มีตลาดรองรับแน่นอน 7. มีการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพาะปลูก 8. มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง 9. มีรถบรรทุกในการขนส่งเป็นของตัวเอง	จุดอ่อน (Weakness) 1. ขาดบุคลากรที่มีทักษะและความรู้ด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ 2. มีผลผลิตออกไม่สม่ำเสมอ ทำให้ผลผลิตที่ได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ 3. ยังไม่มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่ดี 4. สวนตั้งอยู่ไกลจากแหล่งจำหน่ายหลัก 5. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ยังมีน้อยกว่าคู่แข่ง 6. เมล่อนเน่าเสียง่าย ช่วงเวลาการวางขายสั้น การเก็บรักษาสต็อกยาก เสี่ยงต่อการขาดทุนหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต
ปัจจัยภายนอก (External factors)	โอกาส (Opportunity) 1. มีช่องทางในการจำหน่ายเมล่อนเพิ่มมากขึ้น เช่น ร้านเบจซู ร้านน้ำผลไม้ปั่น 2. มีตลาดชุมชนตั้งอยู่ใกล้สวน 3. มีนักศึกษาเข้าไปศึกษาทำวิจัย สามารถนำผลงานวิจัยไปพัฒนาคุณภาพผลผลิตได้ 4. มีธุรกิจเพาะเมล็ดเพิ่มมากขึ้น 5. มีกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพและรักการรูปร่างมากขึ้น เมล่อนจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของคนกลุ่มนี้ 6. สามารถใช้สื่อจากอินเทอร์เน็ตออนไลน์ มาช่วยโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้	อุปสรรค (Treats) 1. มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น 2. แรงงานหายากและค่าแรงขั้นต่ำสูงขึ้น ทำให้เกิดต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้น 3. สภาพเศรษฐกิจที่ผันผวนทำให้ค่าใช้จ่ายสูง แต่ไม่สามารถตั้งราคาสูงได้

จากผลจากการวิเคราะห์ SWOT ดังตารางที่ 1 ผู้วิจัยได้นำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มาสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาสวนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ดังนี้

1) จากจุดแข็งของสวนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP มีตราสินค้าเป็นของตัวเองและมีประสบการณ์ในการเพาะปลูกมานานกว่า 10 ปี เมื่อนำมาผนวกกับโอกาสในด้านเทคโนโลยีทำให้สามารถใช้สื่อจากอินเทอร์เน็ตออนไลน์ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จุดเด่นของสวน เพื่อให้เกิด

ความน่าเชื่อถือและสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆได้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนที่รักสุขภาพรักษา
รูปร่าง และร้านค้าหรือกิจการที่ต้องการใช้เมล็ดพันธุ์เป็นวัตถุดิบ

2) จากประสบการณ์ของเจ้าของสวนร่วมกับโอกาสที่มีนักศึกษาเข้าไปศึกษาทำวิจัย
ภายในสวน อีกทั้งในปัจจุบันมีธุรกิจเพาะเมล็ดเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงสามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนา
คุณภาพผลผลิต และสามารถหาแหล่งเมล็ดพันธุ์ที่ดีและราคาถูกลงได้ เพื่อลดต้นทุนในการผลิต

3) จากจุดแข็งของสวนและโอกาสที่มีตลาดชุมชนตั้งอยู่ใกล้สวน จึงเป็นโอกาสหนึ่งที่ทาง
สวนสามารถหาแหล่งตลาดใหม่เพิ่มเติมที่อยู่ใกล้สวน เพื่อให้สามารถรองรับผลผลิตที่ออกมาได้ใน
บางช่วง เพื่อลดความเสี่ยงจากผลผลิตเน่าเสียและลดการขนส่งในระยะทางไกลๆโดยไม่จำเป็น

4) เนื่องจากทางสวนมีพันธุ์เมล็ดพันธุ์ที่ปลูกเพียง 2 สายพันธุ์เท่านั้น ซึ่งถือว่ามีความ
หลากหลายของสายพันธุ์ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ ดังนั้นเพื่อเพิ่มความหลากหลาย
และเพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น ทางสวนจึงควรศึกษาและหาเมล็ดพันธุ์อื่นมาปลูกเพิ่มเติม

4.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain)

กิจกรรมหลัก (Primary activities) ประกอบด้วย 5 กิจกรรม ดังนี้

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound logistics) เจ้าของสวนเมล็ดพันธุ์ได้ทำสัญญาซื้อขายเมล็ด
พันธุ์เมล็ดพันธุ์ที่ใช้ในการเพาะปลูกล่วงหน้ากับบริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ ส่วนปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช วัสดุ
เพาะปลูก และวัสดุเพาะปลูกอื่นๆ จะหาซื้อเองจากร้านขายสินค้าเกษตรทั่วไป ถ้าเป็นวัตถุดิบที่ใช้
จำนวนมาก เช่น ชี๊เจ้าแกลบ จะสั่งให้ผู้ขายขนส่งมาให้ที่สวน ส่วนวัตถุดิบอื่นๆที่ใช้ไม่มากจะไปเลือก
ซื้อเองที่ร้านตามปริมาณที่ต้องการใช้ในแต่ละรอบ

2) การปฏิบัติการ (Operations) การเพาะปลูกเมล็ดพันธุ์ของสวนเป็นการเพาะปลูกใน
โรงเรือนปิด เพื่อป้องกันเชื้อโรคและแมลงที่เป็นศัตรูพืช ในการเพาะปลูกเมล็ดพันธุ์ 1 รุ่น จะใช้เวลา
ประมาณ 75-85 วัน หลังจากเก็บเกี่ยวแล้วสามารถทำความสะอาดและเตรียมโรงเรือน เพื่อเพาะปลูก
รุ่นต่อไปได้ทันที กระบวนการเพาะปลูกจะเริ่มตั้งแต่การเพาะต้นกล้า การเตรียมวัสดุปลูก การเตรียม
โรงเรือนและการดูแลรักษาจนกว่าจะสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ มีการวางแผนการให้น้ำ การใส่ปุ๋ย
ในแต่ละรอบตามอายุของต้น มีการควบคุมผลผลิตโดยการสุ่มตรวจความหวานของผลเมล็ดพันธุ์ก่อนเก็บ
เกี่ยว โดยพนักงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในสวนจะต้องดูแลสวนตามแผนการปฏิบัติงานที่เจ้าของสวน
กำหนดไว้ให้ในแต่ละวัน

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound logistics) ผลผลิตที่เก็บเกี่ยวได้จะถูกจัดเรียงไว้ใน
ตะกร้าพลาสติก แล้วทำการขนส่งโดยรถห้องเย็น 4 ล้อ ซึ่งเป็นรถขนส่งของสวนเอง โดยทำการขนส่ง
ผลผลิตในปริมาณ 800-1000 กิโลกรัม/รอบ ทางสวนมีพนักงานขับรถประจำ 1 คน

4) การตลาดและการขาย (Marketing and sales) สวนเมล็ดพันธุ์ไฮโดรกรีนฟาร์มมีลูกค้า
ประจำที่รับผลผลิตจากทางสวน ผลผลิตที่ได้จะถูกนำไปจัดจำหน่ายในห้างเดอะมอลล์บางแค ห้าง

เดอะมอลล์งามวงศ์วาน ตลาด อตก. และบางส่วนก็จะมีลูกค้ามาซื้อสินค้าที่หน้าสวนโดยตรง โดยมีราคาขายเท่ากัน ถือว่าผลผลิตที่ได้จากสวนเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก

5) การบริการหลังการขาย (After-sales services) ทางสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์มมีช่องทางในการติดต่อให้กับลูกค้าผ่านทางไลน์ที่ติดกับผลเมล่อน ซึ่งผู้ซื้อสามารถติดต่อให้คำแนะนำตีชมทางสวนได้ผ่านทางข้อมูลที่ปรากฏอยู่บนไลน์ของสวน นอกจากนี้ทางสวนยังมีเพจออนไลน์ใน Facebook ที่ผู้ซื้อสามารถติดต่อผ่านทางเพจได้

กิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ดังนี้

1) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm infrastructure) ทางด้านการเงินเจ้าของสวนเป็นผู้ลงทุนและตัดสินใจวางแผนในการดำเนินการเองทั้งหมด ยังไม่มีระบบการจัดทำบัญชีและการเงิน และยังไม่มีการวางโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน นอกจากนี้ยังขาดการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระบบ ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเก็บบันทึกข้อมูลหรือช่วยในการวางแผนการเพาะปลูก ยังใช้การจดบันทึกข้อมูลอยู่ ทำให้ใช้เวลานานในการสืบค้นข้อมูลและมีความเสี่ยงที่ข้อมูลจะสูญหายได้ง่าย

2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) การจ้างงานของสวนเมล่อนจะถูกแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ พนักงานประจำ และพนักงานชั่วคราว มีพนักงานประจำที่ทำหน้าที่ดูแลสวน พนักงานจัดจำหน่ายและพนักงานขับรถ ส่วนพนักงานชั่วคราวเป็นชาวบ้านที่อยู่ในพื้นที่ตำบลบ้านกลางที่ว่างจากการทำไร่ทำสวน แล้วเข้ามารับจ้างเป็นพนักงานชั่วคราวของสวน เพื่อหารายได้พิเศษ ปัจจุบันยังขาดพนักงานที่มีความรู้ในด้านเทคโนโลยีใหม่ๆที่จะช่วยให้สามารถควบคุมคุณภาพของผลผลิตได้อย่างสม่ำเสมอ

3) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development) มีการปรับใช้เทคโนโลยีในการเพาะปลูกและดูแลสวน เช่น การใช้เครื่องควบคุมการให้น้ำและการผสมปุ๋ยตามอายุของต้น เพื่อให้ต้นเมล่อนเติบโตได้ดีและมีผลผลิตที่ได้คุณภาพ การวัดความชื้นและความเป็นกรดต่างในดินในระหว่างการเพาะปลูก การตรวจสอบค่าการนำไฟฟ้าของน้ำ (EC) ก่อนที่จะพิจารณาให้ปุ๋ย การสุ่มตรวจความหวานของผลเมล่อนก่อนที่จะทำการเก็บเกี่ยว เป็นต้น ปัจจุบันยังขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเก็บบันทึกข้อมูลและช่วยในการวางแผนการเพาะปลูก

4) การจัดซื้อ-จัดหา (Procurement) ทางสวนมีการจัดซื้อเมล็ดพันธุ์เป็นประจำจากบริษัทเพื่อนเกษตรกร โดยซื้อเมล็ดพันธุ์กรีนเน็ต (Green net) และพันธุ์พอทออเรนจ์ (Pot orange) ในการ เพาะปลูก ส่วนปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืชและวัสดุเพาะปลูกต่างๆจะจัดซื้อจากร้านค้าเกษตรทั่วไป โดยจะเน้นซื้อจากร้านที่น้ำเชื่อถือและเคยซื้อเป็นประจำ

จากการศึกษากิจกรรมภายในห่วงโซ่คุณค่าของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม สามารถหาแนวทางการเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมต่างๆ ภายในห่วงโซ่คุณค่าได้ดังภาพที่ 3

จัดวางโครงสร้างองค์กรให้เป็นสัดส่วน เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินงานและการบริหารจัดการ				
ฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะและความรู้แก่พนักงานประจำในการดูแลสวนเมล่อน เพื่อควบคุมคุณภาพและเพิ่มผลผลิต				
ใช้เทคโนโลยีช่วยในการบันทึกข้อมูล ติดตามและวางแผนการเพาะปลูก เช่น MS Excel				
หาซื้อเมล็ดพันธุ์ และวัตถุดิบการผลิตจากแหล่งอื่นๆที่เชื่อถือได้ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการจัดซื้อและลดต้นทุนการผลิต				
โลจิสติกส์ขาเข้า	การปฏิบัติการ	โลจิสติกส์ขาออก	การตลาดและการขาย	การบริการหลังการขาย
วางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบในการผลิตแต่ละรอบให้เพียงพอ เพื่อลดความถี่ในการจัดซื้อโดยไม่จำเป็น	นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดเก็บข้อมูลและวางแผนการผลิต เพื่อให้ง่ายต่อการทำงาน	วางแผนการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการและความจุของรถขนส่งในแต่ละรอบ เพื่อลดความเสี่ยงที่ผลผลิตจะเสียหายและก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการขนส่ง	หาแหล่งตลาดใหม่ที่อยู่ใกล้ในพื้นที่ เพื่อให้สามารถรองรับผลผลิตของสวนและลดความเสี่ยงจากผลผลิตเน่าเสีย	เพิ่มช่องทางอื่นๆ ในการติดต่อให้ผู้ซื้อสามารถเข้าถึงสวนและให้คำแนะนำได้ เช่น เว็บไซต์ กลุ่มไลน์ เป็นต้น

กำไร

ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในโซ่อุปทานเมล่อน

4.4 แนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสวน

จากการประเมินศักยภาพโดยการวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้ ดังนี้

- ใช้สื่อจากอินเทอร์เน็ตออนไลน์ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยชูจุดเด่นของสวน เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือและสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆได้มากขึ้น โดยเฉพาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ที่มีความต้องการและมีกำลังซื้อสูง (ศรีณย์, 2563) เช่น กลุ่มคนรักสุขภาพรักษาสุขภาพ เป็นต้น เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ และยังเป็นการสร้างฐานการตลาดใหม่ๆ สำหรับรองรับผลผลิตในอนาคตด้วย

- ใช้โอกาสจากการที่มีนักศึกษาเข้ามาศึกษาและทำวิจัย เพื่อทดลองและหาแนวทางใหม่ๆในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพของผลผลิตและการเพาะปลูก เช่น การทดลองใช้วัสดุเพาะปลูกอื่นๆในการผลิต การทดสอบอัตราดอกเบี้ยและคุณภาพของผลผลิตของเมล็ดพันธุ์จากแหล่งอื่นๆ เป็นต้น

- เพิ่มทางเลือกในการจัดหาเมล็ดพันธุ์จากแหล่งอื่นๆ เพื่อลดต้นทุนในการผลิต และลดความเสี่ยงจากการผูกขาดราคาของเมล็ดพันธุ์

- หาแหล่งตลาดใหม่ๆ ที่อยู่ใกล้สวน เพื่อให้สามารถรองรับผลผลิตที่ออกมาได้ในบางช่วง ลดความเสี่ยงจากผลผลิตเน่าเสียและลดการขนส่งในระยะทางไกลๆ โดยไม่จำเป็น

- เพิ่มความหลากหลายของสายพันธุ์ในการเพาะปลูก เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายมากขึ้น

- จัดวางโครงสร้างองค์กรให้เป็นสัดส่วนและชัดเจน เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินงาน การวางแผนและการบริหารจัดการในการดูแลสวน

- จัดฝึกอบรมแก่พนักงานประจำ เพื่อเพิ่มทักษะและความรู้ในการดูแลสวนในแต่ละช่วง เพื่อให้สามารถควบคุมคุณภาพและเพิ่มผลผลิตได้ อีกทั้งยังเป็นการแบ่งเบาภาระของเจ้าของสวนด้วย
- นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจดบันทึก ติดตามและวางแผนการผลิต เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน และสามารถใช้ข้อมูลที่บันทึกไว้ในการวางแผนการผลิตในรอบถัดไปได้
- วางแผนการผลิตแต่ละรอบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในแต่ละช่วง และสอดคล้องกับความต้องการของรถขนส่งที่มีอยู่ เพื่อลดความเสี่ยงที่ผลผลิตเน่าเสียจากการระบายสินค้าไม่ทัน และก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการขนส่งแต่ละรอบ
- วางแผนการจัดซื้อปัจจัยการผลิตแต่ละรอบให้เพียงพอ เพื่อลดความถี่และลดค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อโดยไม่จำเป็น

5. สรุปผลและการอภิปรายผล

จากการศึกษาการจัดการโซ่อุปทานการผลิตเมล่อนของสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม การประเมินศักยภาพโดยใช้การวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้กับสวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์ม พบว่า สวนเมล่อนไฮโดรกรีนฟาร์มมีจุดแข็งหลายด้าน แต่การผลิตของสวนยังประสบปัญหา คือ ผลผลิตออกมาได้ไม่สม่ำเสมอ ทำให้ผลผลิตที่ได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ปัญหาดังกล่าวมีสาเหตุมาจากปัญหาด้านการขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะและความรู้ในการดูแลสวนเมล่อน เนื่องจากการเพาะปลูกดูแลสวนเมล่อนมีรายละเอียดค่อนข้างมากและจะต้องใช้ทักษะในการคิด และวางแผนการผลิตด้วย ในปัจจุบันบุคลากรของสวนที่เป็นพนักงานประจำ ส่วนใหญ่เป็นคนที่อยู่ในพื้นที่มีอายุมากและยังขาดทักษะและความรู้ในการวางแผน การปฏิบัติงาน และการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการวางแผนและจัดเก็บข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าปัญหานี้เป็นปัญหาหลักที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการผลิตเมล่อนของสวนและการปฏิบัติงานในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง ถึงแม้ว่าเจ้าของสวนจะเพาะปลูกเมล่อนมานานและมีประสบการณ์ในการเพาะปลูกมานานกว่า 10 ปี แต่เนื่องด้วยสวนมีพื้นที่ในการเพาะปลูกมากและมีหลายโรงเรือน การวางแผนและบริหารจัดการสวนและการเพาะปลูกโดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ของเจ้าของสวนเองเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอและทันการต่อการดำเนินการทั้งหมด ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความสม่ำเสมอของผลผลิตที่ได้ ดังนั้นทางสวนจึงควรจัดหาพนักงานที่มีทักษะเข้ามาช่วยในการทำงานและจัดฝึกอบรมแก่พนักงานประจำ เพื่อเพิ่มทักษะและความรู้ในการดูแลสวนในแต่ละช่วง โดยการถ่ายทอดความรู้จากทักษะและประสบการณ์ของเจ้าของสวน เพื่อให้พนักงานสามารถวางแผนการปฏิบัติงานในแต่ละช่วงได้เอง และสามารถควบคุมคุณภาพและเพิ่มผลผลิตได้ ซึ่งจะเป็นการแบ่งเบาภาระของเจ้าของสวนด้วย ผลการวิจัยนี้

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สายสกุล (2563) และ สายสกุล และกังสดาล (2560) ที่พบว่าแรงงานด้านการเกษตรขาดแคลนและส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ทางรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรร่วมมือกันกับสถาบันการศึกษาในพื้นที่ เพื่อฝึกนักเรียน นักศึกษา ให้มีทักษะอาชีพด้านการเกษตร และปลูกฝังค่านิยมในการประกอบอาชีพเกษตร เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับปัญหาการขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตรในอนาคต เช่นเดียวกับผลการศึกษาศาสนาการณสูงวัยกับผลิตภาพและการทำเกษตรของครัวเรือนเกษตรไทยของโสภณศรี จันทรัตน์ และคณะ (2562) ที่พบว่า สถานการณ์สูงวัยในครัวเรือนเกษตรมีผลกระทบต่อการพัฒนาของภาคเกษตรไทยและพบว่าการลดลงของแรงงานอายุน้อยในครัวเรือนเกษตร อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มผลิตภาพในภาคการเกษตรได้

อีกประเด็นสำคัญที่เป็นความเสี่ยงของสวน คือ เนื่องจากสวนตั้งอยู่ไกลจากแหล่งจำหน่ายหลักของสวน ซึ่งเป็นข้อเสียเปรียบในการแข่งขันที่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายสูงในการขนส่งและมีความเสี่ยงที่ผลผลิตอาจเสียหาย โดยเฉพาะในช่วงที่มีผลผลิตออกมามาก หากระบายผลผลิตไม่ทัน ดังนั้นทางสวนควรหาแหล่งตลาดใหม่เพิ่มเติมที่อยู่ใกล้สวน เพื่อให้สามารถรองรับผลผลิตที่ออกมามากในบางช่วงเพื่อลดความเสี่ยงจากผลผลิตเน่าเสียและลดการขนส่งในระยะทางไกลๆโดยไม่จำเป็น ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของรุ่งตะวัน และวิโรจน์ (2560) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการและกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดของตลาดริมน้ำวัดดอนหวายในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ที่พบว่า การมีแหล่งตลาดที่อยู่ใกล้หรือการอยู่ใกล้แหล่งตลาด ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถคมนาคมขนส่งได้สะดวกและลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งได้

การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) สามารถนำวิธีการวิจัยจากการวิจัยนี้ไปปรับใช้กับการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลอุปทานการดำเนินงานของสถานประกอบการที่มีลักษณะใกล้เคียงได้
- 2) สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขสำหรับสถานประกอบการหรือสวนที่มีสภาพแวดล้อมหรือจุดแข็งจุดอ่อนใกล้เคียงกับสวนเมลอนกรณีศึกษานี้

6. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ คุณอำนาจ รัตนอำนาจศิริ เจ้าของสวนเมลอนไฮโดรกรีนฟาร์ม ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลและตอบข้อซักถามตลอดการดำเนินการวิจัย จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

7. เอกสารอ้างอิง

- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2555). **การขนส่งสินค้าในงานโลจิสติกส์**. กรุงเทพฯ: บริษัท โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิ่งจำกัด.
- ชนวัฒน์ ศรีติสาร. (2561). **ห้วงโซ่อุปทานการผลิตข้าวหอมมะลิจากทุ่งกุลาร้องไห้**. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- นงคณัฐ บุญกล้า. (2017). **ห้วงโซ่อุปทานมะม่วงน้ำดอกไม้เพื่อการส่งออก: กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก**. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38, 742-754.
- รุ่งตะวัน สิริอุลลือนาม และวิโรจน์ เกษภูลักษ์. (2560). **การจัดการและกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดของตลาดริมน้ำวัดดอนหวายในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**. *Veridian E-Journal*, 10(1), 1620-1642.
- ศรัณย์ โรจน์โสทร. (2563). **ข้อดีของการตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)**. ค้นจาก <https://www.thumbsup.in.th/advantage-of-niche-market>
- ศศิณา บุญพิทักษ์, กรณ์ภพ รัตนวิจิตร และสำราญ ชำโสม. (2559). **การศึกษาและหาแนวทางการจัดการห้วงโซ่อุปทานผลไม้มังคุดในเขตจังหวัดจันทบุรี**. *วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปาก*, 9(1), 100-115.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และปริญ์ ลักษณะานนท์ศุภ. (2541). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สายสกุล ฟองมูล. (2563). **ผลกระทบจากการขาดแคลนแรงงานภาคการเกษตรที่มีผลต่อความมั่นคงทางด้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่**. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 37(1), 118-125.
- สายสกุล ฟองมูล และกังสดาล กนกหงส์. (2560). **การจัดการแรงงานภาคเกษตรของเกษตรกรชาวสวนลำไย จังหวัดเชียงใหม่**. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 34(3), 73-78
- สุรัตน์ พิมพ์รัตนกานต์. (2560). **การจัดการห้วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรกล้วยไม้ในอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม**. *Veridian E-Journal*, 10(2), 1595-1610.
- สุธาทิพย์ เลิศวิวัฒน์ชัยพร และจันทร์เพ็ญ วรรณารักษ์. (2561). **การบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานให้กับเกษตรกรชาวนาแก้ว จังหวัดสุพรรณบุรี**. (รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, นนทบุรี.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10. (2563). **เมล่อน พืชทางเลือกกำไรงาม ปลูกได้ตลอดปี ให้กำไรกว่า 35,000 บาท**. ค้นจาก shorturl.at/nqrEN

โสมาตรม์ จันทรัตน์, บุญธิดา เสี่ยงมเนตร, วิษณุ อรรถวานิช และจิรัฐ เจนพิ้งพร. (2562). **สถานการณ์
สูงวัยกับผลิตภาพและการทำเกษตรของครัวเรือนเกษตรไทยมีนัยต่อการพัฒนาภาคเกษตร
อย่างไร?** ค้นจาก <https://www.pier.or.th/abridged/2019/13/>

อารยา สุนทรวิภาต, ธีชนันท์ สักवाल, ภาณุณภัส พฤชากิจ และยศพล ผลาผล. (2562).
**ความสามารถในการแข่งขันของไทยเมื่อเทียบกับประเทศมาเลเซียและการจัดการโซ่
อุปทานการส่งออกทุเรียนแช่แข็งและทุเรียนฟรีซดรายไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน.**
(รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์). มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี, จันทบุรี.

Porter, M.E. (1985). Technology and Competitive Advantage. **Journal of Business
Strategy**, 5(3), 60-78.