



แนวทางการพัฒนาสับประรดบ้านคาที่ได้รับการรับรอง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์



สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรเลขที่ 124
กันยายน 2564

Regional Office of Agricultural Economics 10
Office of Agricultural Economics
Ministry of Agriculture and Cooperatives
Agricultural Economics Research No 124
September 2021

แนวทางการพัฒนาสับปรอดบ้านคาที่ได้รับการรับรอง
สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

โดย

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10
สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาสินค้าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวบรวมข้อมูลปีการผลิต 2562 โดยสัมภาษณ์เกษตรกร และผู้เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทาน นำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก จัดทำแนวทางการพัฒนาโดยใช้ SWOT และ TOWS ผลการศึกษามีดังนี้

ห่วงโซ่คุณค่าของสับปะรดบ้านคา กิจกรรมหลัก คือ การผลิตสับปะรดบ้านคาผลสด ในพื้นที่อำเภอบ้านคา ปากท่อ จอมบึง และอำเภอสวนผึ้ง โดยใช้หน่อพันธุ์ปัตตาเวียที่ปลูกในพื้นที่เท่านั้น และปฏิบัติตามขั้นตอนการผลิตที่ได้รับการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับสับปะรดบ้านคา (GAP) เพื่อให้ได้คุณภาพ และมาตรฐานที่กำหนด โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการเป็นผู้จำหน่าย มีการติดตราสินค้าที่ระบุแหล่งที่มา แสดงตราสัญลักษณ์ GI เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือสินค้า โดยจำหน่ายผลผลิตให้ห้างสรรพสินค้า ค้าส่ง ค้าปลีก และการจำหน่ายผ่านหน้าร้านตนเองในรูปแบบผลสด และผลิตภัณฑ์แปรรูป พร้อมทั้งมีการเพื่อให้เกิดความสะดวกต่อผู้บริโภค ได้แก่ บริการปอกเปลือก บริการคั้นน้ำแบบแยกกาก และการจัดทำกระเช้าของฝาก กิจกรรมสนับสนุน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการจะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรผู้ผลิตในพื้นที่เท่านั้น และมีการนำเครื่องมือในการตรวจสอบคุณภาพความหวาน พร้อมทั้งใช้ QR Code เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลของสินค้าได้

เมื่อเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตและตอบแทนสับปะรดบ้านคา มีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยเท่ากับ 13,410.91 บาทต่อไร่ สูงกว่าต้นทุนการผลิตสับปะรดในจังหวัดราชบุรี ต้นทุนการผลิตเฉลี่ยเท่ากับ 12,633.03 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.80 ส่วนราคาสับปะรดบ้านคาผลสดที่เกษตรกรจำหน่ายได้ 10.03 บาทต่อกิโลกรัม สูงกว่าสับปะรดทั่วไปในจังหวัดราชบุรีที่จำหน่ายผลผลิตได้ 7.34 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 26.82 เมื่อพิจารณาจากผลผลิตต่อไร่และต้นทุนการผลิตแล้ว พบว่า สับปะรดบ้านคา มีผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ 27,226.94 บาท และต่อกิโลกรัม 6.72 บาท สูงกว่าสับปะรดจังหวัดราชบุรีที่มีผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ 14,324.59 บาท และต่อกิโลกรัม 3.90 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.39 และร้อยละ 41.70 ตามลำดับ ส่วนต่างของราคาสับปะรดบ้านคา เมื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการนำมาคัดแยกทำความสะอาดพร้อมติดตราสินค้าจำหน่ายได้ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 33.33 บาท มูลค่าเพิ่มของราคาขายระหว่างเกษตรกรกับวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการเท่ากับ 23.30 บาท รายได้เพิ่มขึ้นระหว่างเกษตรกรกับวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการเท่ากับ 27,214,400 บาท แสดงให้เห็นว่าการผลิตสับปะรดบ้านคาเพื่อจำหน่ายผลสดของเกษตรกรภายใต้กระบวนการผลิตที่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้แก่เกษตรกร และหากจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า ที่แสดงตราสัญลักษณ์ GI สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้

จากการศึกษาจึงนำมาจัดทำแนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ 3 แนวทาง คือ 1)การยกระดับผลิตภัณฑ์สับปะรดบ้านคา โดยการเพิ่มจุดเด่นและสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าผ่านเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากสับปะรดทั่วไป 2)การสร้างความ

เข้มแข็ง เพื่อพัฒนาคุณค่าและลดต้นทุนการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์ เพื่อรองรับการขนส่งสำหรับการขายในระบบออนไลน์ รวมทั้งการจัดทำฐานข้อมูลตลอดโซ่อุปทาน และ 3) การขยายช่องทางการตลาด เพื่อการประชาสัมพันธ์ และสร้างช่องทางเชื่อมโยงการรับรู้ข่าวสารความต้องการของตลาดระหว่างผู้ขายและผู้บริโภค

Abstract

The studying of the Development Approach of Ban Kha Pineapple that has been certified geographical indication (GI) was aimed to study the value chain and development approach of Ban Kha Pineapple GI. This study collected data production year 2562 by an interview with farmers and stakeholders throughout the supply chain and used to analyze the value chain and agricultural development approaches that including the internal and external environment factors by using the SWOT analysis and TOWS Matrix. The results of the study were as follows:

The value chain of Ban Kha pineapple GI, The main activity was the production of fresh Ban Kha pineapple in the area of Ban Kha District, Pak Tho, Chom Bueng, and Suan Phueng District by using only Batavia cultivars grown in the area and following the production process has been certified Good Agricultural Practices for Ban Kha Pineapple (GAP) to meet the quality and standards set by community enterprise groups or entrepreneurs as distributors. There was a branding that indicated the source on the orchard areas, namely to display the GI certification logo, the factors to create added value and confidence in the product. The products were sold to department stores, wholesalers, retailers, and through their storefronts in the form of fresh fruit and processed products as well as to provide convenience to consumers such as peeling service with separate juicing service and the preparation of gift baskets. For the support activities, the study also found that the community enterprise groups or entrepreneurs would be purchased only produce from local farmers. And also, there used a tool to check the quality of sweetness, along with a QR Code, so that the consumers could check the information of the product.

In addition, it was found that the comparison of production cost of Ban Kha pineapple, the average production cost was 13,410.91 baht per rai, higher than the cost of pineapple production in Ratchaburi which had an average production cost of 12,633.03 baht per rai, as account for 5.80 %. The price of fresh Ban Kha pineapples sold by farmers was 10 .03 baht per kilogram which was higher than other pineapples in Ratchaburi province that could be sold at 7.34 baht per kilogram or account for 26.82%. If there was consider yield and production costs, it was found that the Ban Kha pineapple had a net return per rai of 27,226.94 baht per kilogram and 6.72 baht higher than Ratchaburi pineapple a net return per rai of 14,324.59 baht, per kilogram of 3.90 baht as account for 47.39 % and 41.70% respectively. For the difference in the price of Ban Kha pineapple, when a group of community

enterprises or entrepreneurs brought them to be sorted, cleaned, and ready to be branded for sale. The average price was 33.33 baht per kilogram. The added value of the selling price between farmers and community enterprises or entrepreneurs was 23.30 baht, The increased income between farmers and community enterprises or entrepreneurs was 27,214,400 baht, It was indicated that the Ban Kha pineapple production for selling fresh fruit to farmers under the Geographical Indication certified production process, it was generated additional income for farmers. And if the product was sold under the brand that showed the GI logo, it could add value to the product.

In term of Ban Kha pineapple GI development approach, there were 3 guidelines for developing Ban Kha pineapples GI, as follow: 1) Upgrading of Ban Kha pineapple products by increasing the strength and image of the product through the story into appearance was markedly different from the typical pineapple. 2) Strengthening to develop products and reduce production costs. Packaging Development and logistics capacity enhancement to provide logistics for online sale, including the preparation of databases throughout the supply chain, and 3) Expansion of marketing channels for public relations and created a channel to connect the knowledge of market demands between sellers and consumers

คำนำ

การนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในผลิตภัณฑ์สินค้า เป็นการส่งเสริมให้เกิดการวิจัยมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของแต่ละท้องถิ่นให้เด่นชัดมากขึ้น เป็นการพัฒนา และสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนเกิดความมั่นคงด้านอาชีพ ตลอดจนลดการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าเมือง สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 จึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ตลอดจนเป็นข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจศึกษารวมถึงเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มทางการตลาดมากขึ้น

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 หวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานฉบับนี้คงจะมีประโยชน์แก่หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่สนใจศึกษาสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผู้จัดทำขอขอบคุณเกษตรกร ผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงานที่อนุเคราะห์ข้อมูล จึงขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10

กันยายน 2564

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ค)
Abstract	(จ)
คำนำ	(ช)
สารบัญ	(ณ)
สารบัญตาราง	(ฎ)
สารบัญภาพ	(ฐ)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	2
1.4 นิยามศัพท์	2
1.5 วิธีการวิจัย	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี	5
2.1 การตรวจเอกสาร	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎี	10
บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป	17
3.1 ข้อมูลทั่วไปสับปะรดบ้านคาที่รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	17
3.2 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา	20
3.3 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา	30
บทที่ 4 ผลการวิจัย	33
4.1 โชอุปทานและห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	33
4.2 แนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	59
5.1 สรุป	59
5.2 ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	67
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเกษตรกร	69
ภาคผนวก ข แบบสอบถามผู้ประกอบการ	83
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม SWOT	95
ภาคผนวก ง การจัดทำระบบควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าสับปะรดบ้านคา	99

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 TOWS Matrix: Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths	16
ตารางที่ 3.1 เนื้อที่เพาะปลูกและเนื้อที่เก็บเกี่ยวสับปะรดโรงงานจังหวัดราชบุรี ปี 2562	17
ตารางที่ 3.2 ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่สับปะรดโรงงานจังหวัดราชบุรี 2562	18
ตารางที่ 3.3 ลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกร	21
ตารางที่ 3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการได้มาของปัจจัยการผลิต	24
ตารางที่ 3.5 ลักษณะการใช้แรงงาน และเครื่องจักรในการเพาะปลูกสับปะรดบ้านคา	28
ตารางที่ 3.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการแปรรูปสับปะรดบ้านคา	29
ตารางที่ 3.7 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา	30
ตารางที่ 3.8 ช่องทางการจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา	31
ตารางที่ 4.1 เมทริกซ์การเชื่อมโยงจุดแข็งและข้อจำกัดการผลิตสับปะรดบ้านคาที่ได้รับ การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	42
ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนสับปะรด ปี 2562	46
ตารางที่ 4.3 มูลค่าเพิ่มของสับปะรดบ้านคาในแต่ละระดับ	47
ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	49
ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	51
ตารางที่ 4.6 สรุปลำดับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในโดยการเรียงตามลำดับความสำคัญ	53
ตารางที่ 4.7 สรุปลำดับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกโดยการเรียงตามลำดับความสำคัญ	55
ตารางที่ 4.8 การกำหนดกลยุทธ์ใช้ TOWX Matrix สับปะรดบ้านคา	57

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 Value Chain	12
ภาพที่ 2.2 โซ่อุปทานสินค้าเกษตร	13
ภาพที่ 4.1 แผนภาพโซ่อุปทานสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	34
ภาพที่ 4.2 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของเกษตรกร	38
ภาพที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์สับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	39
ภาพที่ 4.4 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ	41
ภาพที่ 4.5 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	45

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของการศึกษา

ภาคเกษตรเป็นภาคการผลิตที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย มีความเกี่ยวข้องกับประชากรประมาณ 24 ล้านคน ที่ผ่านมาการพัฒนาภาคเกษตรมีความท้าทายหลายด้าน ทั้งการพัฒนา ศักยภาพการผลิต การรักษาเสถียรภาพราคาสินค้า และการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน ตลอดจนการยกระดับ คุณภาพชีวิตของเกษตรกร ซึ่งภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศในระยะ 20 ปี ที่มุ่งยกระดับ ประเทศให้ก้าวพ้นจากกับดักรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว ในภาคการเกษตรจะต้องให้ความสำคัญ กับการยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ควบคู่กับการสร้างความมั่นคงทางอาหารและสร้างรายได้ให้กับ ประเทศ โดยอาศัยจุดเด่นทั้งเอกลักษณ์และความโดดเด่นของสินค้าเกษตร พัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นซึ่งครอบคลุมสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เฉพาะพื้นที่ สินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย สินค้าศิลปาชีพ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รวมถึง สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยการนำจุดเด่นของอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการ ผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ซึ่งมีความ โดดเด่นจากทำเลที่ตั้งในเขตโซนร้อน และความหลากหลายของผลผลิตทางการเกษตรของไทยในแต่ละพื้นที่ที่มี เอกลักษณ์ และนำมาผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น

ในปี 2546 ประเทศไทยมีการออกพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อป้องกันไม่ให้ ประชาชนสับสนหรือหลงผิดในแหล่งภูมิศาสตร์ของสินค้า จึงจัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่มีการ คุ้มครองชื่อสินค้าให้เป็นสิทธิ์เฉพาะของชุมชน ปัจจุบันมีการขึ้นทะเบียนสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์(GI) แล้วจำนวน 118 รายการ เป็นสินค้าไทย 102 รายการ ในจำนวนนี้เป็นสินค้าเกษตร 77 รายการ กระจายทั่วทุกภูมิภาค โดยในปี 2560 - 2561 สินค้า GI ช่วยสร้างโอกาสทางการตลาด สร้างอาชีพ และสร้าง รายได้ให้แก่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการท้องถิ่นกว่า 380 ล้านบาท และสามารถสร้างมูลค่า ทางการตลาดสูงกว่า 4,000 ล้านบาท (กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2561) สินค้า GI ได้รับความ นิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในเวทีการค้าโลกกลุ่มสหภาพยุโรปเป็นกลุ่ม ประเทศที่มีศักยภาพสินค้า GI สูง ซึ่งมีการสนับสนุนให้มีการคุ้มครองและจดทะเบียนสินค้า GI อย่างจริงจังและ แพร่หลาย มีการจดทะเบียน GI มากกว่า 2,000 รายการ (สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2555) โดยในปี 2553 การค้าสินค้า GI ของสหภาพยุโรปมีมูลค่ากว่า 54.3 พันล้านยูโร ประเทศที่เป็นผู้นำด้านสินค้า GI คือ อิตาลี ฝรั่งเศส เยอรมนี อังกฤษ และญี่ปุ่น (อังคณา สุวรรณภูฏ, 2561)

สำหรับจังหวัดราชบุรี มีสินค้าที่ขึ้นทะเบียน GI จำนวน 3 สินค้า อันได้แก่ มะพร้าวน้ำหอมราชบุรี สับปะรดบ้านคา และโอ่งมังกรราชบุรี โดยสับปะรดบ้านคาเป็นสินค้าที่มีสำคัญของจังหวัดราชบุรี โดยสับปะรด สายพันธุ์ปัตตาเวียจังหวัดราชบุรีจะปลูกในพื้นที่ภูเขาสูงและพื้นที่ราบ ความสูงโดยเฉลี่ยสูงกว่าระดับน้ำทะเล

200-1,400 เมตร ดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย ความเป็นกรด ต่างของดิน 4.5-5.5 ส่งผลให้สับปะรดมีคุณภาพ และมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ อย่างไรก็ตามแม้ว่าสับปะรดบ้านคาคจะเป็นสินค้าที่ได้ขึ้นทะเบียน GI และสร้างมูลค่าเพิ่ม แต่ยังคงประสบปัญหาจากภายในและภายนอกชุมชน ปัญหาภายในชุมชน ได้แก่ เกษตรกรขอขึ้นทะเบียน GI น้อย วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการไม่สามารถรับผลผลิตได้ทั้งหมดในช่วงปริมาณผลผลิตออกมาก รวมทั้งขาดการพัฒนาคุณภาพผลผลิตสับปะรด และความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ปัญหานอกชุมชน ได้แก่ ผู้บริโภครู้จักมาตรฐานสินค้า GI น้อย ข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าประเภทนี้มีน้อย ตลอดจนการเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อใช้ในการบริหารจัดการมีน้อย เป็นต้น

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 เห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตรเพื่อให้ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าสับปะรดบ้านคาซึ่งมีเอกลักษณ์แตกต่างจากแหล่งอื่น เพื่อเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ เอกชน เกษตรกร และผู้สนใจศึกษาสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้านการเกษตร รวมถึงการขยายผล และเป็นต้นแบบสู่สินค้าใหม่ที่มีโอกาสและศักยภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่าสินค้าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- 1.2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- 1.3.1 ประชากรที่ศึกษา เกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคา ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- 1.3.2 พื้นที่ที่ศึกษา ศึกษาในพื้นที่อำเภอบ้านคา อำเภอปากท่อ อำเภอจอมบึง และอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
- 1.3.3 ระยะเวลาของข้อมูล ข้อมูลต้นทุนการผลิต และการตลาดสับปะรดบ้านคา ปี 2562

1.4 นิยามศัพท์

สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (Thai Geographical Indication) หมายถึง สินค้าที่มาจากแหล่งผลิตเฉพาะเจาะจง โดยคุณภาพหรือเอกลักษณ์ของสินค้านั้น เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว จึงเปรียบเสมือนเป็นแบรนด์ของท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง เกิดจากความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยสำคัญสองประการ คือ ธรรมชาติและมนุษย์ ชุมชนอาศัยลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ หรือวัตถุดิบเฉพาะในพื้นที่ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้า ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ คุณลักษณะพิเศษนี้อาจหมายถึง คุณภาพชื่อเสียงหรือคุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยตรง (Direct Geographical Indication) เป็นชื่อทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้นๆ โดยตรง และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยอ้อม (Indirect Geographical Indication) เป็นสัญลักษณ์

หรือสิ่งอื่นใดที่ไม่ใช่ชื่อทางภูมิศาสตร์ ใช้เพื่อบ่งบอกแหล่งภูมิศาสตร์อันเป็นแหล่งกำเนิดหรือแหล่งผลิตของสินค้า สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีความแตกต่างจากทรัพย์สินทางปัญญาประเภทอื่น คือ ผู้เป็นเจ้าของไม่ใช่บุคคลหนึ่งบุคคลใดแต่เป็นกลุ่มชุมชนที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์นั้นๆ ผู้ผลิตที่อยู่นอกแหล่งภูมิศาสตร์จะไม่สามารถผลิตสินค้าโดยใช้ชื่อแหล่งภูมิศาสตร์เดียวกันมาแข่งขันได้

สับปะรดบ้านคา หมายถึง สับปะรดสายพันธุ์ปัตตาเวียที่ปลูกในจังหวัดราชบุรี ครอบคลุมพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอบ้านคา สวนผึ้ง จอมบึง และปากท่อ

เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น หมายถึง สินค้าเกษตรที่มีการนำเอาทรัพยากรที่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาสร้างให้เกิดเป็นผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร รวมถึงสินค้าเกษตรที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1.5 วิธีการวิจัย

1.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้มีการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เพื่อใช้ศึกษาห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และแนวทางการพัฒนาสินค้าสับปะรดบ้านคา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1.1) เก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาที่ขึ้นทะเบียนและได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ปี 2562 โดยสัมภาษณ์แบบเชิงลึกด้วยวิธีสำมะโน (Census) จำนวน 38 รายโดยเกษตรกรทั้งหมดอยู่ในพื้นที่อำเภอบ้านคา

1.2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับซื้อผลผลิตสับปะรดจากเกษตรกรตามข้อ 1.1 ได้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 ราย และผู้ประกอบการ 1 ราย โดยผู้ประกอบการทั้งหมดอยู่ในพื้นที่อำเภอบ้านคา

1.3) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อระดมความคิดเห็นผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมหาแนวพัฒนาสินค้าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์โดยกลุ่มเป้าหมาย 25 ราย ประกอบด้วย เกษตรกรที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จำนวน 10 ราย และผู้ที่เกี่ยวข้องในโซ่คุณค่า จำนวน 15 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ

เก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการและภาคเอกชนในพื้นที่ ตลอดจนค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือวารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

1.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ค่าสถิติอย่างง่ายและร้อยละในการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร ข้อมูลจากการประชุมสนทนากลุ่ม Focus Group และข้อมูลต้นทุนการผลิต

2) การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์ใช้คุณค่า วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยการวิเคราะห์ SWOT และการจัดทำแนวทางการพัฒนาด้วย TOWS Matrix

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมสับปรดบ้านคา

1.6.2 เกษตรกรมีข้อมูลในการพัฒนาสับปรดบ้านคา และนำมาขยายผลในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร แนวคิด และทฤษฎี

2.1 การตรวจเอกสาร

ในการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาเพื่อให้ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สับปะรดบ้านคา มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3 ด้าน คือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ห่วงโซ่คุณค่า และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการกำหนดแนวทางการพัฒนา ผลการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

2.1.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การศึกษาความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดและสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กับการรับรู้ในตราสินค้าขามไก่ลำปาง ผลการศึกษา พบว่า การจดจำได้และการตระหนักถึงด้านชื่อเสียงและด้านคุณสมบัติลักษณะเฉพาะของสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่การตระหนักถึง ด้านคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การจดจำได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการตระหนักถึงในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านราคาในประเด็นส่วนลดเงินสดเมื่อชำระค่าสินค้าทันที ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในประเด็นแหล่งที่จำหน่ายมีสถานที่จอตลอดให้กับลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาดในประเด็นการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ของธุรกิจ การมอบส่วนลดพิเศษ ในช่วงเทศกาล และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐ ด้านคุณสมบัติลักษณะเฉพาะของ สินค้าในประเด็นมีลวดลายไก่ ดอกโบตั๋น หรือดอกเบญจมาศ ต้นกล้วยและใบไม้ เป็นเอกลักษณ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ฐารดี วงศ์ษา, 2557)

การศึกษาเรื่องข้าวเหนียวปากอ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสิทธิชุมชนภายใต้ชุดโครงการการพัฒนาเครือข่ายพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เพื่อชุมชนเข้มแข็ง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มากขึ้นรวมถึงการดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมในการที่จะขึ้นทะเบียนสินค้าเป็นสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ อย่างไรก็ตามแม้กฎหมายจะให้สิทธิประชาชนในการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ด้วยตนเองได้ก็ตาม แต่การรวบรวมข้อมูลต่างๆ รวมถึงการควบคุมคุณภาพการผลิตนั้น ผู้ที่ดำเนินการขอขึ้นทะเบียน ไม่สามารถทำเองได้หากขาดความช่วยเหลือจากองค์กรอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากทางหน่วยงานราชการ ประกอบกับปัญหาโดยสภาพของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เป็นสิทธิชุมชนหรือสิทธิที่มีความเป็นเจ้าของร่วม ก่อให้เกิดอุปสรรคในการบังคับใช้สิทธิบางประการอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งมาตรการบังคับสิทธิก็ไม่มากเพียงพอที่จะก่อให้เกิดความตระหนักรู้และสร้างคุณค่าแก่สินค้าภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน(ณิชนันท์ คุปตานนท์ และคณะ, 2561)

2.1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่าข้าว แบ่งกิจกรรมเป็น 2 กิจกรรม คือ 1) กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย 5 กิจกรรมย่อย เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานผลิตสินค้า การขนส่ง ไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย (1) โลจิสติกส์ขาเข้า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำปัจจัย 3 ปัจจัย คือ เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และการเตรียมพื้นที่ปลูก (2) การผลิตและการดำเนินงาน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูก การดูแลรักษา การกำจัดวัชพืชและศัตรูพืช การบริหารจัดการน้ำ (3) โลจิสติกส์ขาออก เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเก็บเกี่ยวและแปรรูปผลผลิต (4) การตลาดและการขาย เกษตรกรจำหน่ายโดยตรงในตลาดท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน โรงสี พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และผู้บริโภค (5) การให้บริการลูกค้า เป็นกิจกรรมที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อ รักษาฐานลูกค้าเก่าให้คงอยู่ และช่วยขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เพิ่มขึ้น 2) กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 4 กิจกรรม ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานองค์กร การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดซื้อจัดหาซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ รังสรรค์ เนียมสนิท และคณะ (2549) ที่ได้ศึกษาแนวทางการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าข้าวหอมมะลิเพื่อการส่งออก พบว่า ห่วงโซ่คุณค่าข้าวหอมมะลิแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) กระบวนการหลัก ประกอบด้วย (1) การพัฒนาข้าวหอมมะลิเพื่อการส่งออกต้องมีการกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน เช่น อาจต้องกำหนดเป้าหมายในเรื่องของการเพิ่มมูลค่าของข้าวหอมมะลิ ซึ่งไม่จำกัดว่าจะมาจากผลิตภัณฑ์ใดของสินค้าที่มาจากข้าวหอมมะลิ (2) การที่จะทำให้มูลค่าเพิ่มนั้นถ้าวิเคราะห์ตามแบบห่วงโซ่คุณค่าของศาสตราจารย์ Michael E Porter ต้องพิจารณาถึงกิจกรรมหลักที่จะก่อให้เกิดมูลค่าและคุณค่าเพิ่ม ซึ่งเมื่อพิจารณาตามห่วงโซ่คุณค่าของข้าวหอมมะลิ พบว่ามีกระบวนการหลักที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าอยู่ 4 กระบวนการคือ กระบวนการก่อนการเก็บเกี่ยว กระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว กระบวนการด้านอุตสาหกรรม และกระบวนการด้านการค้า (3) ในแต่ละกระบวนการหลัก ต้องทำงานเชื่อมโยงกันเป็นห่วงโซ่ใน 3 กระบวนการย่อยคือ การเพิ่มผลผลิต พัฒนาคุณภาพ และลดต้นทุนการผลิต การแปรรูปข้าวหอมมะลิเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ และการส่งเสริมในด้านการตลาดและโลจิสติกส์ของข้าวหอมมะลิ (4) ในแต่ละกระบวนการย่อยมีกิจกรรมและโครงการที่ต้องดำเนินการเพื่อที่จะก่อให้เกิดผลตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งกิจกรรมและโครงการที่กำหนดไว้ในห่วงโซ่คุณค่าต้องมีส่วนที่จะส่งเสริมให้เกิดผลตามกระบวนการทั้ง 3 กระบวนการ ซึ่งกิจกรรมและโครงการเหล่านี้บางส่วนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็ได้ดำเนินการแล้วและบางกิจกรรมก็ยังไม่ได้นำมาดำเนินการ 2) กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ระบบสารสนเทศ การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาทั้งในด้านการพัฒนาเพื่อเพิ่มผลผลิต การแปรรูป การตลาด โลจิสติกส์ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ และการควบคุมคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอในอำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ของวุฒิชัย เครือไกรวรรณ (2559) พบว่าห่วงโซ่คุณค่าในการผลิตส้มโอ ประกอบด้วย การพัฒนาสายพันธุ์ส้มโอ แหล่งน้ำ คุณภาพผลผลิต เทคโนโลยีการผลิต บรรจุภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ตลาดใหม่ การปรับปรุงคุณภาพดิน การลดต้นทุนการผลิต สร้างตราสินค้า การรวมกลุ่มเกษตรกร การรับรองคุณภาพ GAP โอกาสในการแข่งขันในตลาดส้มโอจากสิ่งแวดล้อมภายนอก อยู่ในระดับสูง ยกเว้น เทคโนโลยี และอัตราค่าจ้างขั้นต่ำที่อยู่ในระดับปานกลาง ความสามารถในการแข่งขันในตลาด

ส้มโอจากสิ่งแวดล้อมภายใน อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยด้านความง่ายในการเข้ามาประกอบอาชีพอยู่ในระดับสูง

สำหรับห่วงโซ่คุณค่าลำไยมีการประเมินการดำเนินงานในห่วงโซ่เริ่มจากการศึกษาภาพรวมของโซ่อุปทาน และจากผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบโซ่อุปทาน ตั้งแต่เกษตรกร จนถึงผู้ส่งออก และทำการประเมินหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วนของโซ่อุปทาน ได้แก่ เกษตรกร พ่อค้าคนกลาง โรงงานแปรรูปอบแห้ง บริษัทขนส่ง บริษัทนำเข้าส่งออก ด้วยวิธีการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งแบ่งออกเป็นกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม โดยทำการประเมินใน 4 ด้านหลัก ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก และกิจกรรมสนับสนุนกับผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบโซ่อุปทานทั้งสิ้นจำนวน 73 ราย ใน จ.เชียงใหม่ ลำพูน และกรุงเทพมหานคร ผลการประเมินพบว่า องค์กรส่วนใหญ่มีการดำเนินการด้านโลจิสติกส์ขาออกดีที่สุด คือ กิจกรรมการส่งมอบสินค้าไปยังคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทาน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ค้าส่ง (Wholesalers) หรือล้ง และมีการดำเนินการ ด้านปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การบริการลูกค้าต่ำที่สุด โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกร และปัญหาหลักคือ ลำไยขาดคุณภาพ ปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน การส่งเสริม / ดำเนินการของรัฐไม่ต่อเนื่อง ผลผลิตลำไยไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน จึงได้นำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ข้างต้น จากการวิเคราะห์ข้อมูลของหน่วยงานที่มีการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best Practice) เพื่อพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าลำไยให้มีประสิทธิภาพให้ดีขึ้น (อภิชาติ โสภางค์, 2552)

ห่วงโซ่คุณค่ากาแฟพันธุ์อาราบิก้าแบบอินทรีย์ ระดับต้นน้ำเป็นส่วนหนึ่งของขั้นตอนการผลิตของเกษตรกร กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่ากาแฟอาราบิก้า ประกอบด้วย การเก็บเกี่ยว การไม่เปลือกผลสด การหมัก การตากแห้ง การสีเอากะลาออก ระดับกลางน้ำเป็นการแปรรูปผลผลิตที่ได้จากกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ ผลกาแฟสด ผลกาแฟที่มีเมือกหุ้ม กาแฟกะลาเปียก กาแฟกะลา สารกาแฟ และกาแฟคั่ว ซึ่งในกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่ากาแฟทำให้เกิดการสูญเสียน้ำหนักของผลผลิต จากผลกาแฟสดเมื่อผ่านการแปรรูปเบื้องต้นจนกลายมาเป็นกาแฟกะลาที่เป็นลักษณะของผลผลิตที่เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายนั้น เกิดการสูญเสียน้ำหนักถึง ร้อยละ 78.00 ในขณะที่การเพิ่มมูลค่าของผลผลิตในห่วงโซ่คุณค่ากาแฟอาราบิก้า กาแฟผลสดเมื่อถูกแปรรูปเป็นกาแฟกะลาจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 463.78 แต่หากเกษตรกรสามารถแปรรูปและจำหน่ายในรูปของสารกาแฟและกาแฟคั่ว จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 842.11 และ 1,315.79 ตามลำดับ และห่วงโซ่คุณค่าของกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ในระดับปลายน้ำ ซึ่งเป็นขั้นตอนกระจายผลผลิตและการตลาด พบว่า แหล่งตลาดใหญ่สุดของกาแฟอาราบิก้า คือ ตลาดในประเทศ ซึ่งแหล่งจำหน่ายที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูป ศูนย์การค้าชั้นนำ ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านโครงการหลวง และธุรกิจร้านกาแฟสดต่าง ๆ (ชนิตา พันธุ์มณี และอัมรินทร์ ศิริแก้ว, 2556)

เช่นเดียวกับ วาสนา สุวรรณวิจิตร และสมพงศ์ พรหมสะอาด (2558) ได้วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของกาแฟดอยช้างและกาแฟดอยตุง พบว่า มีการควบคุมมาตรฐานในขั้นตอนของการเพาะปลูก การบำรุงรักษา

การเก็บเกี่ยว รวมถึงดำเนินการแปรรูปในทุกขั้นตอนนี้ตั้งแต่เป็นผลสดจนถึงผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้าย รวมถึงมีความพร้อมด้านเครื่องจักร อุปกรณ์ คลังสินค้า นอกจากนี้ยังดำเนินกลยุทธ์เพิ่มคุณค่าในตัวสินค้า ด้วยการใส่เรื่องราวของผู้คน นำเสนอลักษณะทางภูมิศาสตร์เฉพาะตัวที่เชื่อมโยงกับกาแฟ สำหรับสินค้าประมงมีการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าปลาเนื้ โดยทำการศึกษาในแต่ละจุดในห่วงโซ่คุณค่าของปลาเนื้ แบ่งกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ การเลี้ยงปลาเนื้เป็นกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน และพบว่า เกษตรกรยังขาดการจัดการแต่ละห่วงโซ่ ปัญหาที่เกษตรกรประสบเป็นด้านเงินทุน ปัจจัยการผลิต ปัญหาโรคปลา ปัญหาปลาตาย ซึ่งปัญหาเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนและผลตอบแทนของการเลี้ยงปลาเนื้ (เร่งชัย ต้นสุชาติ และคณะ, 2557)

2.1.3 การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการกำหนดแนวทางการพัฒนา

ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) แล้วนำมาจัดทำ TOWS Matrix เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาหรือกำหนดกลยุทธ์นั้น ได้มีการศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร จำกัด (พัชรี หล้าแหล่ง, 2554) จุดแข็งของกลุ่มสหกรณ์ฯ มีหลายด้าน เช่น การมีวัตถุดิบที่เพียงพอต่อความต้องการ การบริหารงานสหกรณ์ฯ มีความโปร่งใส สินค้าของสหกรณ์ฯได้รับการรับรอง มาตรฐาน OTOP 5 ดาว เครื่องหมาย ออย. เครื่องหมายฮาลาล เป็นต้น จุดอ่อนในการดำเนินงานที่สำคัญคือ ไม่มีการทำการตลาดที่เหมาะสม เนื่องจากขาดแคลนนักการตลาดที่มีความเชี่ยวชาญ นอกจากนี้ พบว่าสหกรณ์ฯมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการ และช่องทางการกระจายสินค้าน้อย เป็นต้น เมื่อพิจารณาด้านโอกาสพบว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสหกรณ์ฯเอง และวัตถุดิบเมล็ดกาแฟที่ใช้ในการผลิตก็เป็นพืชเฉพาะถิ่นของจังหวัดชุมพรนั่นคือพันธุ์โรบัสต้าทำให้ไม่มีปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ส่วนอุปสรรคในการดำเนินงานนั้น ได้แก่ ต้นทุนการผลิตอื่นๆ ยังมี ราคาสูง เช่น น้ำตาล ครีมเทียม ตลอดจนการขาดองค์กรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการตลาดเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้ในการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ฯ ผลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค สามารถนำมาสร้างกลยุทธ์ด้วยเทคนิค TOWS MATRIX ที่สำคัญได้ดังนี้ 1) การสร้าง ความเข้มแข็งขององค์กรด้วยการส่งเสริมให้เป็นกลุ่มสหกรณ์ตัวอย่าง ในด้านการดำเนินงานที่มีความยั่งยืน มั่นคงตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) สนับสนุนกลุ่มสหกรณ์ฯด้วยการต่อยอดโครงการ OTOP เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และเสริมช่องทางการตลาดด้วยโครงการ OTOP 3) ส่งเสริมการเพาะปลูกกาแฟ แก่เกษตรกรและเพิ่มทุนให้แก่สมาชิกสหกรณ์เพื่อกระจายผลประโยชน์ให้แก่สมาชิกอย่างทั่วถึง ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการเป็นเจ้าของและเป็นโอกาสในการขยายการลงทุนบนฐานทุนของตนเอง 4) ส่งเสริมการเพิ่มรายได้ของสมาชิกสหกรณ์ด้วยการขยายกำลังการผลิต และขยายตลาดโดยอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนการสนับสนุนเรื่อง แหล่งเงินทุนตามความเหมาะสม 5) จัดอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ด้านการตลาดให้แก่กลุ่มสมาชิก

สหกรณ์ฯ เป็นต้น นอกจากนี้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กลุ่มเบญจบุรพา สู่การค้าชายแดนไทย-กัมพูชา (ด้านอรัญประเทศ) พบว่า จุดแข็ง ของ OTOP กลุ่มเบญจบุรพา คือมีเงินทุนเพียงพอต่อการประกอบธุรกิจ มีอุปกรณ์และเครื่องมือเพียงพอต่อการผลิต ทั้งในและต่างประเทศ แรงงานและบุคลากรเพียงพอต่อการผลิต สามารถผลิตสินค้าเพิ่มเติมถ้ามีคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ จุดอ่อน คือ ยังขาดความรู้เรื่องของการทำการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ขาดประสบการณ์ในการทำการค้าบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชา และสินค้า OTOP ส่วนใหญ่ไม่มีตราสินค้า สำหรับโอกาสนั้น ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ผู้บริโภคบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชาส่วนใหญ่นิยมเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ผู้ประกอบการบริเวณชายแดนไทย-กัมพูชาไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ ข้าราชการเป็นเงินสดหรือเงิน หน้าร้าน และอุปสรรค ได้แก่ สินค้า OTOP ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค และผู้บริโภคไม่นิยมบริโภคผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ไม่มีตราสินค้า เมื่อการวิเคราะห์ด้วย TOWS matrix สามารถกำหนดกลยุทธ์การพัฒนา OTOP กลุ่มเบญจบุรพา ได้ 6 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 กลุ่มผู้ผลิต OTOP สร้างสินค้าและผลิตให้มีความเป็นเอกลักษณ์หรือคุณลักษณะเฉพาะแต่ละท้องถิ่นและมีความเป็นสากล กลยุทธ์ที่ 2 การเน้นตลาดเป้าหมายเจาะจง ที่ตลาดเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ กลยุทธ์ที่ 3 ให้ความรู้เรื่องของการทำการค้าชายแดนไทย-กัมพูชา ด้านของพิธีการศุลกากร อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น กลยุทธ์ที่ 4 จัดทำตราสินค้าแสดงให้เห็นความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และท้องถิ่นที่เป็นสากลกลยุทธ์ที่ 5 สร้างพันธมิตรร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์สินค้า OTOP ให้เป็นที่รู้จัก และกลยุทธ์ที่ 6 จับคู่พันธมิตรทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ OTOP (ทิชากร เกสรบัว และฉนวนนท์ ปิ่นเสมอ ,2561)

การวิเคราะห์ SWOT ในการจัดการเชิงกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ปลาส้มในพื้นที่จังหวัดยะลา พบว่า จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ปลาส้มของจังหวัดยะลา คือ มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ ได้รับเครื่องหมายฮาลาลและเป็นของดีประจำจังหวัดยะลา ราคาไม่แพง และกระบวนการผลิตปลาส้มไม่ซับซ้อนมีสูตรการผลิตที่แตกต่างกัน จุดอ่อน คือ ปลาส้มไม่มีความหลากหลาย ไม่สามารถควบคุมคุณภาพและรสชาติได้ ปลาที่ใช้ในการผลิตมีไม่เพียงพอ และราคาแพง ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่ค้ำว้าง ลูกค้าต่างจังหวัดยังไม่ค่อยรู้จัก และแหล่งผลิตปลาส้มอยู่ห่างไกลจากตัวเมือง ในส่วนของโอกาสนั้น ผู้บริโภคยังต้องการปลาส้ม ซึ่งทุกศาสนาสามารถรับประทานได้ รัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ปลาส้มในพื้นที่จังหวัดยะลา คือ มีคู่แข่งค่อนข้างสูง การแปรรูปอาหารลอกเลียนแบบได้ง่าย และมีสินค้าชนิดอื่นทดแทนได้ง่าย เมื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้ดังนี้ กลยุทธ์การเร่งการผลิตปลาส้มให้เพียงพอับความต้องการควบคู่กับการจัดหาวัตถุดิบและตลาดโดยการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้ามุสลิมและร้านขายของฝากต่างจังหวัด

กลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดหาวัตถุดิบและสต็อกโดยการเลี้ยงปลาเองและร่วมมือกับกลุ่มเกษตรกรเลี้ยงปลาในพื้นที่และต่างจังหวัดเพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรสัญญาทางอาชีพร่วมกัน (โสพิศ พงศ์รัตน์, 2559)

สรุปการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าสับปรดบ้านคา แบ่งกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าแบ่งเป็น 2 กิจกรรมคือ กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ถึงการพัฒนาที่ทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดมูลค่าและคุณค่าเพิ่มในแต่ละห่วงโซ่ จะทำให้สามารถเห็นลักษณะการผลิต และการเพิ่มคุณค่าสินค้าที่ชัดเจน ในส่วนของการวิเคราะห์ SWOT แล้วนำมาจัดทำ TOWS Matrix ซึ่งจะสามารถหาแนวทางในการพัฒนาเพื่อนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะต่อไปได้

2.2 แนวคิดและทฤษฎี

2.2.1 แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย กระบวนการจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค และกระบวนการบริการหลังการขาย การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการนั้น อาจจะเป็นการกระทำโดยบริษัทเดียวหรือหลายบริษัท ด้วยการแบ่งขอบเขตของกิจกรรมแล้วส่งต่อคุณค่าในแต่ละช่วงต่อเนื่องกันไป หรือห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง การสร้างคุณค่าหรือประโยชน์อื่น ๆ มาประกอบกันให้เป็นประโยชน์สุดท้ายที่ลูกค้าต้องการโดยมีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอด ๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันเพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อส่งต่อไปให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถของกิจการในการแข่งขัน โดยการศึกษาถึงกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่า สามารถช่วยให้ได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการได้เป็นอย่างดี

Michael E. Porter (1985) ได้ให้แนวความคิดของห่วงโซ่คุณค่าว่าเป็นคุณค่าหรือราคาสินค้าที่ลูกค้าหรือผู้ซื้อยอมจ่ายให้กับสินค้าตัวใดตัวหนึ่ง ซึ่งคุณค่าของสินค้าเหล่านี้เป็นผลจากการโยกโยกคุณค่าต่าง ๆ ในกระบวนการผลิต หรือดำเนินงานของบริษัทเจ้าของสินค้า ซึ่งมีกิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมายระหว่างการดำเนินงาน โดยมีความสัมพันธ์กันคล้ายลูกโซ่แบบต่อเนื่อง การที่จะตรวจสอบว่า สินค้าและบริการมีคุณค่ามาก (จุดแข็ง) จากกิจกรรมใด และมีค่าน้อย (จุดอ่อน) จากกิจกรรมใด Michael E. Porter ได้เสนอแบบจำลองห่วงโซ่คุณค่าโดยมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมในโซ่คุณค่าของแต่ละหน่วยธุรกิจ ตั้งแต่การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การแปรรูป ตลอดจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า โดยมุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ด้วยการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละ ขั้นตอนหรือกิจกรรม โดยแบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2

กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า

กิจกรรมหลัก เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการการตลาด และการขนส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 5 กิจกรรม ดังนี้

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บ การแจกจ่ายวัตถุดิบ การควบคุมระดับของวัตถุดิบ

2) การปฏิบัติการ (Operations) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้าหรือบริการ จะประกอบไปด้วย กระบวนการผลิต การบำรุงรักษา เครื่องจักรและอุปกรณ์ การบรรจุภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพ

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) การกระจายสินค้ากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าให้พร้อมที่จะกระจายไปยังลูกค้า ดำเนินการตามใบสั่งซื้อและดำเนินการส่งมอบ

4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย ประชาสัมพันธ์

5) การบริการ (Services) กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้านวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้

กิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

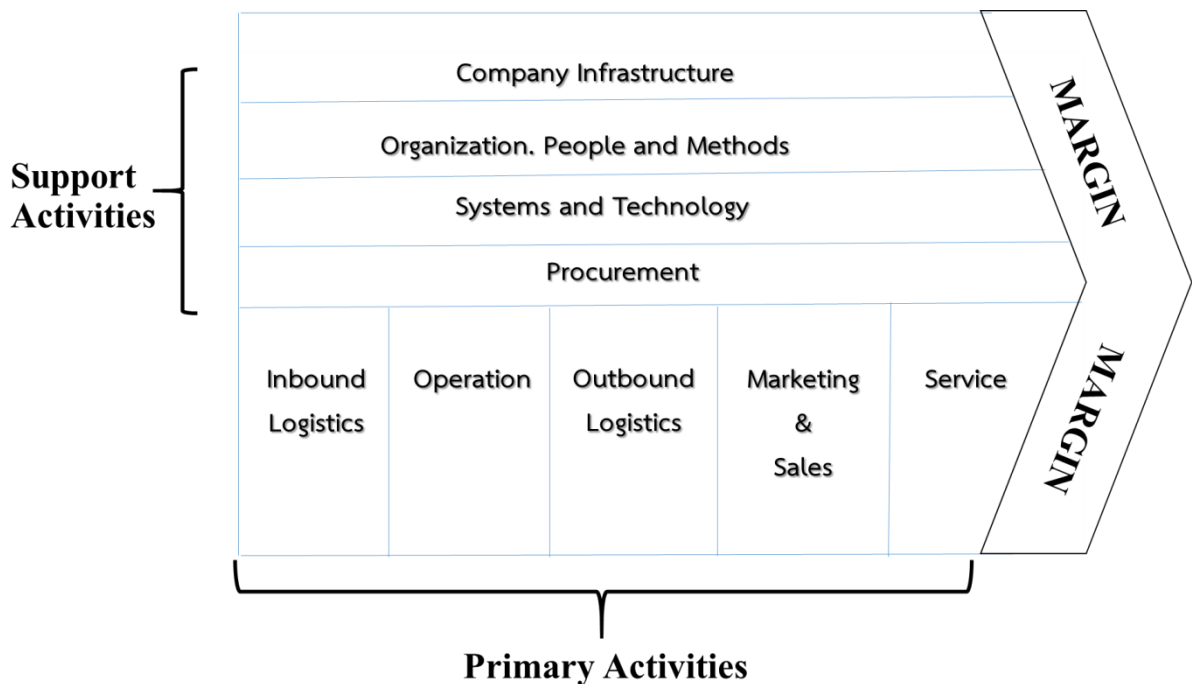
1) การจัดหา/จัดซื้อ (Procurement) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดหาปัจจัยในการผลิต เพื่อมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ

2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

3) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Organization People and Methods) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่การสรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม การยกระดับความรู้และทักษะ และการกำหนดระบบการให้รางวัลที่เหมาะสมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Company Infrastructure) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร เป็นต้น

กิจกรรมหลักทั้ง 5 กิจกรรม จะทำงานประสานกันได้ดี จนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้นจะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม นอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย



ที่มา : Michael Porter (1980)

ภาพที่ 2.1 Value Chain

2.2.2 แนวคิดโซ่อุปทาน (Supply Chain)

โซ่อุปทาน (Supply Chain) หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์ และเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบจากผู้ขายเข้าสู่กระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย จนถึงการจัดส่งสินค้าไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมถึงการบริการหลังการขาย โดยทั่วไปจะประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญ 4 กิจกรรม ได้แก่ ผู้ส่งมอบ คือผู้ที่ส่งวัตถุดิบให้กับโรงงาน ผู้ผลิต คือผู้ที่ทำหน้าที่ในการแปรสภาพวัตถุดิบที่ได้รับจากผู้ส่งมอบให้มีคุณค่าสูงขึ้น ผู้กระจายสินค้า คือผู้ที่ทำหน้าที่ในการกระจายสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภคหรือลูกค้า และลูกค้าหรือผู้บริโภค คือจุดปลายสุดของโซ่อุปทาน เป็นจุดที่สินค้าหรือบริการถูกใช้จนหมดมูลค่า(ยรรยง ศรีสม, 2553)

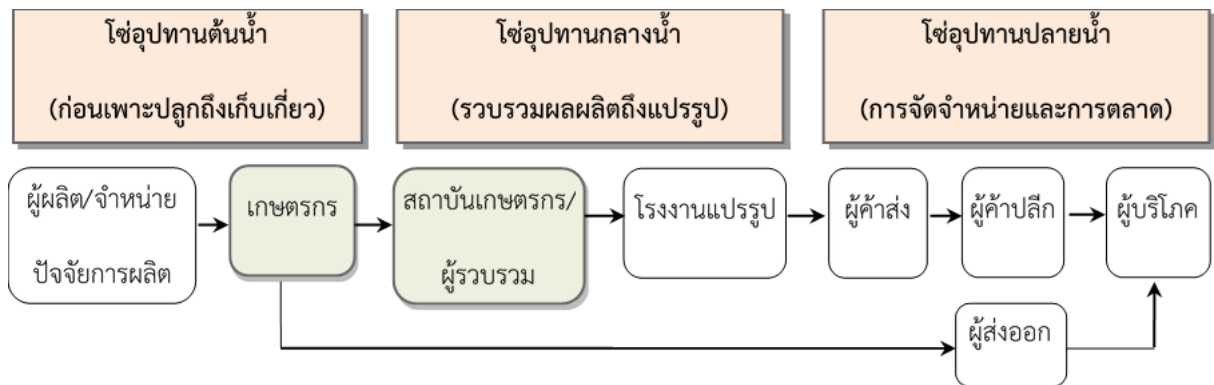
การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หมายถึง กิจกรรมการจัดการการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และมีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า แล้วจัดส่งให้ลูกค้าด้วยต้นทุนต่ำที่สุดและระดับบริการ (Service Level) ที่ไว้วางใจได้มากที่สุด การจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงครอบคลุมทุกขั้นตอนของการผลิตและการเคลื่อนย้ายสินค้า การไหลเวียนของข้อมูล ข่าวสาร และเงินทุน เชื่อมโยงผู้เกี่ยวข้องตั้งแต่การผลิตในระดับต้นน้ำ การแปรรูป หีบห่อ การจัดการสินค้าคงคลังในระดับกลางน้ำ จนถึงการค้าส่งและค้าปลีก และการส่งออก ในระดับปลายน้ำ ซึ่งกระบวนการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการโซ่อุปทาน(สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553) เป็นการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำหรือแหล่งวัตถุดิบในการผลิตป้อนเข้าโรงงาน จนถึงปลายน้ำ หรือถึงผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ขั้นตอนที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่มีต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งไม่เพียงแต่อยู่ในส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดส่งวัตถุดิบเท่านั้น แต่

รวมถึงผู้ขนส่ง คลังสินค้า พ่อค้าคนกลางและลูกค้าด้วย(สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) ซึ่งองค์ประกอบของโซ่อุปทานในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (ภาพที่ 2.2) มีดังนี้

1) ระดับต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกร ซึ่งทำหน้าที่ในการผลิตและการเก็บเกี่ยวสินค้าเกษตร โดยในกิจกรรมโลจิสติกส์ เริ่มตั้งแต่การจัดหา และใช้ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร การจัดการคุณภาพผลผลิตในฟาร์มจนได้ผลผลิตที่พร้อมส่งจำหน่าย

2) ระดับกลางน้ำ ประกอบด้วย ผู้รวบรวม รวมถึงโรงคัดบรรจุ และโรงงานแปรรูป ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากเกษตรกรสู่ตลาด โดยมีกิจกรรมโลจิสติกส์ ได้แก่ การจัดการโครงสร้างพื้นฐานในการรวบรวม การเก็บรักษา การคัดแยก การตรวจสอบคุณภาพ การใช้เทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว เช่น การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การเก็บรักษา เป็นต้น โดยผลผลิตจะถูกเคลื่อนย้ายไปดำเนินการ 2 ทาง ได้แก่ รวบรวมเพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคในรูปของผลสด และการรวบรวมเพื่อส่งเข้าโรงงานแปรรูปเป็นสินค้า และจำหน่ายให้ร้านค้าส่ง ค้าปลีก ตัวแทนผู้ส่งออก หรือผู้บริโภคต่อไป

3) ระดับปลายน้ำ เป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าเกษตรทั้งที่อยู่ในรูปผลสด และสินค้าเกษตรแปรรูปออกสู่ตลาด โดยพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก ตัวแทนผู้ส่งออก ทำหน้าที่ขายหรือกระจายสินค้าไปสู่ลูกค้า หรือผู้บริโภค โดยกิจกรรมโลจิสติกส์ ได้แก่ การหาลูกค้า การตัดสินใจเกี่ยวกับผลผลิต ผลิตภัณฑ์การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า เป็นต้น



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2558)

ภาพที่ 2.2 โซ่อุปทานสินค้าเกษตร

ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญในตลาดโลก แต่การบริหารจัดการตลอดโซ่อุปทานยังประสบปัญหาตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ปัญหาสำคัญในระดับต้นน้ำ และกลางน้ำ ได้แก่ ปัญหาความสูญเสียในกระบวนการผลิต การเพิ่มมูลค่าการผลิต เกษตรกรขาดองค์ความรู้ในการจัดการกิจกรรมต่อเนื่องในโซ่อุปทาน ทำให้ผู้ค้าปลีกและผู้ส่งออกเป็นผู้ควบคุมและจัดการผลผลิตจากเกษตรกร และจำหน่าย ทำให้มูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรไม่อยู่ในมือเกษตรกร นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านทุนการขนถ่ายสินค้า เนื่องจากการขาดแคลนแรงงาน และการเข้าถึงตลาด ซึ่งการรวมกลุ่มเกษตรกรยังไม่ประสบความสำเร็จ

ในส่วนของปลายน้ำ ปัญหาที่สำคัญคือผลผลิตที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นผลผลิตการแปรรูปขั้นต้น และมีมาตรการด้านคุณภาพและความปลอดภัยเป็นข้อกำหนดในการส่งออก ส่งผลให้สินค้าที่ไม่ผ่านมาตรฐานตกค้างในประเทศ รวมทั้งมาตรการด้านภาษีและไม่ใช่ภาษีในรูปแบบต่างๆ ซึ่งทำให้ขาดขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่ง ทั้งนี้ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานการเกษตร ในส่วนของพืชผักและผลไม้ ซึ่งเป็นสินค้าที่เน่าเสียง่าย มีปัญหาความสูญเสียด้านปริมาณและคุณภาพ คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 30 ของผลผลิตทั้งหมด (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558)

2.2.3 แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix

เป็นวิธีการหรือเครื่องมือสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในกิจการต่าง ๆ กระบวนการวิเคราะห์ SWOT จะทำให้ทราบสถานภาพปัจจุบันขององค์กรว่ามีลักษณะอย่างไร เพื่อหากลยุทธ์ที่เหมาะสมให้แก่องค์กรนั้นๆ (เอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรงชนะ บุญขวัญ, 2553)

1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง การตรวจสอบความสามารถและความพร้อมที่ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อนขององค์กร (Weakness) ซึ่งจะช่วยให้สามารถใช้ประโยชน์จากโอกาส (Opportunities) และหลบหลีกจากอุปสรรค (Threats) ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนยังช่วยระบุถึงจุดแข็งที่ซ่อนอยู่ และจุดอ่อนที่ถูกกลบเกลื่อน องค์กรจะต้องสามารถระบุปัจจัยภายในขององค์กรที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ เนื่องจากจุดแข็งนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นสิ่งที่องค์กรมีอยู่ทำหรือสามารถทำได้ดีกว่าคู่แข่ง จุดอ่อน คือ สิ่งซึ่งองค์กรมีหรือทำหรือไม่มีเลย ซึ่งในขณะที่คู่แข่งสามารถทำได้ดีกว่า การพิจารณาจุดอ่อนและจุดแข็งสามารถเปรียบเทียบได้กับปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีตขององค์กร (Past Performance) คู่แข่งขันที่สำคัญขององค์กร (Key Competition) และอุตสาหกรรมทั้งหมด เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง การประเมินสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นจึงต้องศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของสภาพแวดล้อมดังกล่าวว่าเป็นไปในลักษณะที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายนอกก็ส่งผลต่อองค์กรธุรกิจแต่ละแห่งในลักษณะที่แตกต่างกันการเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับองค์กรบางแห่งอาจจะกลายเป็นข้อกำหนดขององค์กรอื่นหรือถึงแม้องค์กรธุรกิจหลายแห่งอาจจะได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นคล้ายๆ กันแต่บางแห่งก็อาจจะได้รับประโยชน์มากกว่าแห่งอื่น เนื่องจากลักษณะที่แตกต่างกันขององค์กรธุรกิจและความสามารถของผู้บริหารในการที่จะกำหนดกลยุทธ์ให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้น เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายนอก ได้แก่ Diamond Model (สำนักโลจิสติกส์ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและเหมืองแร่, 2558)

Diamond Model คือ กรอบแนวคิดหรือตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจในระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชน หรือลักษณะของการรวมตัวกันในรูปแบบคลัสเตอร์โดย Michael E.Porter ได้พัฒนาขึ้นเมื่อปี 1990 เพื่อเครื่องมือและกระบวนการสำคัญที่จะ

นำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ รูปแบบ Diamond Model เป็นการพิจารณาและประเมินสภาวะการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 6 ด้านดังนี้

1) ด้านปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions) ได้แก่ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แหล่งเงินทุน ฯลฯ ที่จะมีผลต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัท

2) ด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ได้แก่ ทัศนคติและรสนิยมของผู้บริโภค ระดับความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการของบริษัท ลักษณะและโครงสร้าง การแบ่งส่วนการตลาดสำหรับสินค้าและบริการของบริษัท ความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละส่วนการตลาดเป็นที่คาดเดาได้ในระดับใด ฯลฯ

3) ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context) ได้แก่ ลักษณะและบรรยากาศของการแข่งขันทางธุรกิจ กลไกการตลาด ฯลฯ ที่จะมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ

4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) ได้แก่ กิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันในสายของซัพพลายเชนมีความครบถ้วนมากน้อยเพียงใด และมีระดับความสัมพันธ์ของความร่วมมือระหว่างกันเพียงใด เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ระหว่างกัน การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์/ตลาดร่วมกัน รวมถึงเกิดข้อจำกัดอย่างไร ฯลฯ

5) โอกาสทางธุรกิจ(Chance) เป็นปัจจัยที่องค์กรธุรกิจหรือภาครัฐไม่สามารถควบคุมได้ โดยการอุบัติขึ้นของเหตุการณ์บางอย่างอาจมีผลในทางบวกหรือลบกับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

6) บทบาทของภาครัฐ (Government) โดยนโยบายของภาครัฐจะเป็นตัวแปรที่สำคัญที่จะมีส่วนในการผลักดันให้อุตสาหกรรมหรือคลัสเตอร์ทางธุรกิจหนึ่งๆ มีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาจเป็นในรูปแบบการออกกฎหมาย การให้ความสนับสนุนแหล่งเงินทุนในอัตราดอกเบี้ยต่ำ การกำหนดนโยบายภาษีที่เป็นประโยชน์กับอุตสาหกรรม

สำหรับแนวคิดการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นแมทริกซ์ที่แสดงถึงโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกองค์กรที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กรโดยมีทางเลือกของกลยุทธ์ 4 ทางเลือก ซึ่งเกิดจากการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ดังนี้

ตารางที่ 2.1 TOWS Matrix: Threats– Opportunities –Weaknesses – Strengths

TOWS Matrix		
	S	W
O	S – O Strategies ใช้จุดแข็งเพื่อสร้าง ข้อได้เปรียบจากโอกาส	W – O Strategies โอกาส เพื่อแก้ไขจุดอ่อน ข้อได้เปรียบจากโอกาส
T	S – T Strategies ใช้จุดแข็ง หลีกเลี่ยงหรือลดอุปสรรค	W – T Strategies ลดความอ่อนแอ หลีกเลี่ยงหรือลดอุปสรรค

ที่มา : อ้างอิงจากเอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรศณะ บุญขวัญ.การจัดการกลยุทธ์ (Strategic Management)

ของ Michael A.Hitt, R.Duane Ireland and Robert E.Hoskisson

กลยุทธ์ SO หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็งกับโอกาส ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรจะใช้จุดแข็งภายใน องค์กรอาศัยประโยชน์จากโอกาส ณ ภายนอกที่เปิดโอกาสให้ ซึ่งทุกองค์กรต่างมีความต้องการจะสร้างความ เข้มแข็งภายในเพื่อสามารถอาศัยประโยชน์จากสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม ณ ภายนอก ซึ่งมีหลายองค์กรใช้ กลยุทธ์ WO ST SO เพื่อจะกลับเข้าสู่สถานการณ์ที่สามารถใช้กลยุทธ์ SO ได้อีกหมายความว่า เมื่อองค์กรมี ความอ่อนแอภายในก็จะพยายามปรับปรุงให้องค์กรภายในเข้มแข็งขึ้น และเมื่อองค์กรประสบกับอุปสรรค ณ ภายนอกก็จะพยายามหลีกเลี่ยงและมุ่งเข้าหาโอกาสต่อองค์กรให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

กลยุทธ์ ST หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดแข็งกับอุปสรรค ได้แก่ กลยุทธ์ที่จะใช้ความเข้มแข็งภายใน องค์กรหลีกเลี่ยงหรือลดอุปสรรค ณ ภายนอกทั้งจากคู่แข่งหรือปัจจัยอื่น ๆ

กลยุทธ์ WO หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อนกับโอกาส ได้แก่ กลยุทธ์ที่องค์กรจะปรับปรุงแก้ไข ความอ่อนแอภายในองค์กรโดยอาศัยประโยชน์จากโอกาสภายนอกที่เปิดโอกาสให้ถึงแม้ว่าสิ่งแวดล้อมภายนอก ดีมาก แต่หากองค์กรมีปัญหาภายในเองก็อาจทำให้ไม่ได้รับประโยชน์จากโอกาสภายนอกที่มีอยู่ เพราะจุดอ่อน อาจทำให้องค์กรไม่สามารถอยู่ได้ จึงควรวางวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะยังมีโอกาสหรือ ช่องทางในการดำเนินงานในองค์กรต่อไปได้

กลยุทธ์ WT หรือเรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อนกับอุปสรรค ได้แก่ กลยุทธ์ที่ปกป้ององค์กรอย่างที่สุด คือ พยายามลดความอ่อนแอภายใน และหลีกเลี่ยงสภาวะแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรคให้ได้มากที่สุด หาก องค์กรเผชิญกับอุปสรรคภายนอกและภายในก็ยังอ่อนแอ องค์กรก็จะตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ดีอาจต้องเลิก กิจการ

บทที่ 3 ข้อมูลทั่วไป

การศึกษาแนวทางการพัฒนาสับประรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกร ทำให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกสับประรดบ้านคา การผลิตสับประรดบ้านคาของเกษตรกร และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การผลิตสับประรดบ้านคา พิจารณารายละเอียดได้ดังนี้

3.1 ข้อมูลสับประรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

3.1.1 การผลิตสับประรดโรงงาน จังหวัดราชบุรี ปี 2562

จากข้อมูลสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรพบว่า ในปี 2562 จังหวัดราชบุรีมีเนื้อที่เพาะปลูกสับประรดโรงงาน 43,592 ไร่ โดยอำเภอที่มีเนื้อที่เพาะปลูกมากที่สุด คือ อำเภอบ้านคาจำนวน 29,708 ไร่ รองลงมาเป็นอำเภอปากท่อ สวนผึ้ง และจอมบึง ตามลำดับ และเนื้อที่เก็บเกี่ยว 43,271 ไร่ โดยอำเภอที่มีเนื้อที่เก็บเกี่ยวมากที่สุดคืออำเภอบ้านคา จำนวน 29,515 ไร่ รองลงมาเป็นอำเภอปากท่อ สวนผึ้ง และจอมบึง ตามลำดับ รายละเอียดตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 เนื้อที่เพาะปลูกและเนื้อที่เก็บเกี่ยวสับประรดโรงงาน จังหวัดราชบุรี ปี 2562

อำเภอ	เนื้อที่เพาะปลูก(ไร่)	เนื้อที่เก็บเกี่ยว(ไร่)
จอมบึง	2,381	2,345
สวนผึ้ง	4,136	4,116
ปากท่อ	7,367	7,295
บ้านคา	29,708	29,515
รวม	43,592	43,271

หมายเหตุ : สับประรดโรงงาน หมายถึงสับประรดพันธุ์ปัตตาเวีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายผลผลิตส่งเข้าโรงงานอุตสาหกรรมเป็นหลัก ซึ่งบางกรณีอาจขายเป็นผลสดด้วยก็ได้ แต่จะไม่รวมพันธุ์พื้นเมืองที่ปลูกกันในท้องถิ่น

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563)

ผลผลิตสับประรดจังหวัดราชบุรี ปี 2562 พบว่า มีปริมาณผลผลิตทั้งหมด 133,462 ตัน โดยอำเภอที่มีผลผลิตมากที่สุดคืออำเภอบ้านคา จำนวน 89,903 ตัน รองลงมาเป็นอำเภอปากท่อ สวนผึ้ง และจอมบึง ตามลำดับ มีผลผลิตต่อไร่ 3,062 กิโลกรัม โดยผลผลิตต่อไร่ลดลงจากปี 2561 ร้อยละ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากภัยแล้ง (ผลผลิตต่อไร่ปี 2561 เท่ากับ 3,454 กิโลกรัมต่อไร่) รายละเอียดตามตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ของสับปะรดโรงงาน จังหวัดราชบุรี ปี 2562

อำเภอ	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่(กก.)
จอมบึง	7,232	3,037
สวนผึ้ง	12,932	3,127
ปากท่อ	23,395	3,176
บ้านคา	89,903	3,026
รวม	133,462	3,062

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563)

3.1.2 คุณภาพ ชื่อเสียง คุณสมบัติหรือคุณลักษณะเฉพาะสินค้า

สับปะรดบ้านคา หมายถึงสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวีย รสหวานฉ่ำไม่กัดลิ้น มีกลิ่นหอม เนื้อละเอียด หนานุ่มมีตาผลค่อนข้างตื้น เมื่อปอกเปลือกแล้วตาผลจะติดออกไปกับเปลือก ปลูกในพื้นที่ 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอจอมบึง อำเภอปากท่อ อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี(กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, 2558)

ลักษณะของสับปะรดบ้านคา ผลขนาดใหญ่จะเป็นทรงกรวย คือส่วนโคนผลมีความกว้างมากกว่าส่วนปลาย ผลขนาดกลางและเล็กจะมีรูปทรงกระบอก คือส่วนโคนและส่วนปลายผลมีความกว้างใกล้เคียงกัน เนื้อละเอียด หนานุ่ม สีเหลืองสวย รสชาติหวานฉ่ำ ไม่กัดลิ้น มีกลิ่นหอม

3.1.3 กระบวนการผลิต

1) การปลูก

(1) มีทั้งปลูกแบบเชิงเดี่ยว และปลูกเป็นพืชแซมในสวนยางพารา เนื่องจากสับปะรดเป็นพืชที่ไม่ต้องการน้ำในการเจริญเติบโตมากนัก ปลูกได้ตลอดทั้งปี การปลูกในฤดูฝน ต้องฝังหน่อให้เอียง 45 องศา เพื่อป้องกันน้ำขังในยอด แต่ถ้าปลูกในฤดูแล้งฝังหน่อให้ตั้งตรง การปลูกส่วนใหญ่ใช้ระบบแถวคู่ ระยะปลูกแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่

(2) สับปะรดบ้านคาเป็นพืชหลายฤดู จึงต้องเตรียมพื้นที่ปลูกอย่างดีให้เหมาะสมกับการเจริญเติบโต โดยพื้นที่ที่เคยปลูกสับปะรดให้สับใบและต้นสับปะรดแล้วตากทิ้งไว้ 2-3 เดือน หลังจากนั้นไถดินตากดินทิ้งไว้ 7-10 วัน แล้วพรวนดินอีก 1 ครั้ง แล้วคราดเศษรากเง้า ตอเก่าสับปะรดและวัชพืชทุกชนิดที่เหลือออกไปทำลายนอกแปลง ทำแนวปลูกหรือยกแนวให้สูงประมาณ 15 เซนติเมตร เพื่อป้องกันการชะล้างของดิน

(3) การเตรียมพันธุ์ มีการคัดขนาดหน่อพันธุ์และจุกพันธุ์ก่อนปลูก โดยใช้หน่อพันธุ์ หรือจุกพันธุ์ ที่มีขนาดสม่ำเสมอ หรือใกล้เคียงกัน อัตราการปลูก 7,000-10,000 หน่อต่อไร่

(4) การให้น้ำ โดยใช้น้ำฝนที่ตกสม่ำเสมอทั้งปี หากในช่วงฤดูแล้งหรือฝนทิ้งช่วง มีการให้น้ำต้นสับปะรดที่กำลังเจริญเติบโต และหยุดให้น้ำก่อนการเก็บเกี่ยว 15-30 วัน

2) การเก็บเกี่ยว

(1) สับปะรดจะเริ่มให้ผลผลิตเมื่อต้นมีอายุ 8 เดือน – 1 ปีขึ้นไป และจะให้ผลผลิตได้ 3-4 ปี จะเก็บเกี่ยวหลังออกดอก 150 วัน หรืออาจมากน้อยกว่านี้ขึ้นอยู่กับฤดูกาล

(2) การเก็บเกี่ยวจะเก็บเกี่ยวพร้อมจุกและก้าน โดยเก็บเกี่ยวผลสับปะรดที่ร่วงตาดึงเต็มที ก้านผลเหี่ยวเล็กน้อย ดอกย่อยเหี่ยวแห้ง ตาด้านล่างของผลเปิดมากกว่าหรือเท่ากับ 1 ตา สับปะรดแก่ต้องมี เนื้อสีเหลือง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของความยาวผล

3) การบรรจุหีบห่อ รายการบนฉลากสินค้าให้ประกอบด้วยคำว่า “สับปะรดบ้านคา” และ/หรือ “Bankha Pineapple” และ/หรือ “Sapparat Bankha”

3.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับแหล่งภูมิศาสตร์

ลักษณะภูมิประเทศ อำเภอบ้านคา อำเภอสวนผึ้ง อำเภोजอมบึง และอำเภอปากท่อ เป็น 4 อำเภอในจำนวน 10 อำเภอของจังหวัดราชบุรี ที่มีลักษณะภูมิประเทศใกล้เคียงกัน จัดอยู่ในพื้นที่ภูเขาสูงและพื้นที่ราบสูง ความสูงของพื้นที่โดยเฉลี่ยสูงกว่าระดับน้ำทะเล 200- 1,400 เมตร ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ แต่เนื่องจากมีเทือกเขาตะนาวศรีกั้นอยู่จึงทำให้ได้รับลมมรสุมจากอินเดีย และทะเลอันดามัน ไม่เต็มที่ ส่วนใหญ่เป็นฝนช่วงปลายฤดูฝนที่มาพร้อมกับร่องความกดอากาศต่ำ ทำให้มีฝนตกชุกในช่วงเดือนกันยายน- พฤศจิกายน ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,000-1,250 มิลลิเมตรต่อปี อุณหภูมิอยู่ระหว่าง 13-38 องศาเซลเซียส แต่ในฤดูหนาวบริเวณเชิงเขาหรือหุบเขาจะมีสภาพอากาศหนาวมาก อุณหภูมิเฉลี่ย 8-15 องศาเซลเซียส ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย ระบายน้ำได้ดี ความเป็นกรด-ด่างของดิน 4.5-5.5 จากสภาพภูมิศาสตร์และสภาพภูมิอากาศดังกล่าวส่งผลให้การปลูกสับปะรดได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ด้วยรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์จึงทำให้สับปะรดบ้านคามีความแตกต่างจากสับปะรดในแหล่งอื่น

ประวัติความเป็นมา การปลูกสับปะรดบ้านคา เริ่มจากเกษตรกรจากอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ย้ายการตั้งถิ่นฐานและขยายพื้นที่ปลูกสับปะรด โดยนำหน่อพันธุ์สับปะรดปัตตาเวีย จากอำเภอสามร้อยยอด จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาปลูกในเขตพื้นที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี (ซึ่งครอบคลุมพื้นที่อำเภอสวนผึ้งและอำเภอบ้านคาในปัจจุบัน) ในช่วงนั้นจึงนิยมเรียกว่า “สับปะรดสวนผึ้ง” แต่เนื่องจากอำเภอสวนผึ้งมีอาณาเขตกว้างขวางและมีประชากรมาก กระทรวงมหาดไทยจึงได้แบ่งท้องที่อำเภอสวนผึ้ง ตั้งเป็นกิ่งอำเภอบ้านคา และยกฐานะเป็นอำเภอบ้านคาตามลำดับ พื้นที่ผลิตสับปะรดส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอบ้านคา ทำให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า “สับปะรดบ้านคา” คือ ของดีของจังหวัดราชบุรี จัดเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดราชบุรี รองจากข้าว และอ้อย ด้วยคุณภาพ รสชาติ และเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้ “สับปะรดบ้านคา” เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคจำนวนมาก

3.1.5 **ขอบเขตที่ตั้งแหล่งภูมิศาสตร์** ขอบเขตการปลูกสับปะรดบ้านคา ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดราชบุรี ใน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอจอมบึง อำเภอปากท่อ อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา

3.1.6 **เงื่อนไขที่นายทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์กำหนดตามมาตรา15(พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ.2537)**

- 1) จัดให้มีระบบการตรวจสอบและควบคุมทั้งกระบวนการผลิต ในระดับผู้ผลิตและระดับจังหวัด
- 2) จัดให้มีการขึ้นทะเบียนสมาชิกเกษตรกรผู้เพาะปลูก และผู้ประกอบการที่ประสงค์จะขอใช้สิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์สับปรรดบ้านคา
- 3) ผู้ขอขึ้นทะเบียนต้องจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์สับปรรดบ้านคา

3.1.7 การพิสูจน์แหล่งกำเนิด

- 1) สับปรรดบ้านคาต้องมีการปลูกในเขตพื้นที่ อำเภอมบึง อำเภอบางท้อ อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา ตามกระบวนการผลิตข้างต้น
- 2) กระบวนการผลิตจะต้องผ่านการควบคุมตรวจสอบ คือมีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ปลูกสับปรรดบ้านคา รวมทั้งต้องมีเอกสารกำกับเพื่อตรวจสอบย้อนกลับได้

3.2 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกสับปรรดบ้านคา

3.2.1 ลักษณะส่วนบุคคล

ในการศึกษาครั้งนี้ สอบถามเกษตรกรผู้ปลูกสับปรรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งปงชี้ทางภูมิศาสตร์ จำนวน 38 ราย สามารถอธิบายลักษณะส่วนบุคคล ได้ดังนี้

1) **เพศของเกษตรกร** เกษตรกรผู้ปลูกสับปรรดบ้านคา ร้อยละ 73.68 เป็นเพศหญิง และ ร้อยละ 26.32 เป็นเพศชาย โดยเกษตรกรที่เป็นเพศหญิงมีความสนใจในการทำการเกษตรมากกว่าเพศชาย

2) **อายุ** เกษตรกรผู้ปลูกสับปรรดบ้านคา มีอายุเฉลี่ย 54.44 ปี เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 36.84 มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป รองลงมา คือ อายุมากกว่า 40-50 ปี อายุมากกว่า 50-60 ปี และอายุมากกว่า 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.21 18.42 และ 10.53 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าเกษตรกรถึงร้อยละ 55.26 เป็นเกษตรกรที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ซึ่งทำให้ความสนใจ และการเข้าใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาเป็นไปได้ยาก

3) **ระดับการศึกษา** เกษตรกรผู้ปลูกสับปรรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 47.37 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 26.32 จบการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 13.16 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 7.89 และจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 6.25 จะเห็นได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ซึ่งจะทำให้ความเข้าใจ การเรียนรู้เทคโนโลยีในการพัฒนาเป็นไปได้ยาก

4) **ประสบการณ์ในการทำการเกษตร** เกษตรกรผู้ปลูกสับปรรดบ้านคา มีประสบการณ์ในการทำการเกษตรเฉลี่ย 26.87 ปี เกษตรกรส่วนใหญ่ ร้อยละ 34.21 มีประสบการณ์ในการทำการเกษตรมากกว่า 10-20 ปี รองลงมา คือ มีประสบการณ์ทำการเกษตรมากกว่า 20-30 ปี ร้อยละ 31.58 มีประสบการณ์ทำการเกษตรมากกว่า 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 26.32 และมีประสบการณ์ทำการเกษตร 1-10 ปี ร้อยละ 7.89 จะเห็นได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 92.11 มีประสบการณ์ในการทำการเกษตรมากกว่า 10 ปี ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญ และชำนาญการในการทำการเกษตร

5) **ประสบการณ์ในการปลูกสับปะรด** เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา มีประสบการณ์ในการปลูกสับปะรดเฉลี่ย 25.60 ปี เกษตรกรส่วนใหญ่ร้อยละ 36.84 มีประสบการณ์ในการปลูกสับปะรดบ้านคา มากกว่า 20-30 ปี รองลงมาคือ ประสบการณ์ในการปลูกสับปะรดบ้านคา มากกว่า10-20 ปี ร้อยละ 28.95 ประสบการณ์ในการปลูกสับปะรดบ้านคา มากกว่า30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 21.05 และอีกร้อยละ 13.16 มีประสบการณ์ปลูกสับปะรดบ้านคา 1-10 ปี จะเห็นได้ว่าเกษตรกรร้อยละ 86.84 มีประสบการณ์ในการปลูกสับปะรดมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรมีความชำนาญในการปลูก ดูแลผลผลิตได้เป็นอย่างดี

6) **ลักษณะการถือครอง** เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ ร้อยละ 92.42 มีพื้นที่เพาะปลูกสับปะรดบ้านคาเป็นของตนเอง ร้อยละ 7.58 เป็นพื้นที่เช่า จะเห็นได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีที่ดินเป็นของตนเองโอกาสที่จะสามารถปรับเปลี่ยนจะดำเนินการได้สะดวก

7) **ผลผลิต** ผลผลิตต่อไร่สับปะรดบ้านคา ปี 2562 เกษตรกรมีผลผลิต 4,051.63 กิโลกรัมต่อไร่

8) **การเป็นสมาชิกกลุ่ม** เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาส่วนใหญ่ ร้อยละ 65.79 เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรแบบแปลงใหญ่ และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รองลงมาคือ ร้อยละ 39.47 เป็นกลุ่มสมาชิกกลุ่มสหกรณ์ ร้อยละ 31.58 เป็นกลุ่มเกษตรกร จะเห็นได้ว่าเกษตรกรมีการรวมกลุ่มทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มแปลงใหญ่ ได้รับการถ่ายทอดความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ

ตารางที่ 3.3 ลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกร

ลักษณะส่วนบุคคล	เกษตรกร	
	จำนวน(N=38)	ร้อยละ
เพศ		
เพศชาย	10	26.32
เพศหญิง	28	73.68
อายุ		
น้อยกว่า 31 ปี	-	-
ตั้งแต่ 31 – 40 ปี	4	10.53
มากกว่า 40 – 50 ปี	13	34.21
มากกว่า 50 – 60 ปี	7	18.42
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	14	36.84
เฉลี่ย	54.44 ปี	
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียนหนังสือ	-	-
ประถมศึกษา	18	47.37
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	5.26
มัธยมศึกษาตอนปลาย	10	26.32

ตารางที่ 3.3 ลักษณะส่วนบุคคลของเกษตรกร (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	เกษตรกร	
	จำนวน(N=38)	ร้อยละ
ปวส./อนุปริญญา	5	13.16
ปริญญาตรี	3	7.89
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
ประสบการณ์ในการทำการเกษตร		
1 – 10 ปี	3	7.89
มากกว่า 10 – 20 ปี	13	34.21
มากกว่า 20 – 30 ปี	12	31.58
มากกว่า 30 ปีขึ้นไป	10	26.32
เฉลี่ย	26.87 ปี	
ประสบการณ์ในการปลูกสับปะรด		
1 – 10 ปี	5	13.16
มากกว่า 10 – 20 ปี	11	28.95
มากกว่า 20 – 30 ปี	14	36.84
มากกว่า 30 ปีขึ้นไป	8	21.05
เฉลี่ย	25.60 ปี	
ลักษณะการถือครอง		
ตนเอง (ไร่)	792	92.42
เช่า (ไร่)	65	7.58
ผลผลิตต่อไร่สับปะรดบ้านคา ปี 2562		
		4,051.63 กก./ไร่
การเป็นสมาชิกกลุ่ม^{1/}		
ไม่เป็นสมาชิกกลุ่ม	-	-
กลุ่มเกษตรกร	12	31.58
กลุ่มวิสาหกิจชุมชน	25	65.79
กลุ่มสหกรณ์	15	39.47
กลุ่มเกษตรกรแบบแปลงใหญ่	25	65.79

หมายเหตุ : ^{1/} ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการได้มาของปัจจัยการผลิตของเกษตรกร

หน่อพันธุ์

- 1) แหล่งที่มา เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 97.37 เก็บหน่อพันธุ์สับปะรดจากแปลงตนเอง ที่เหลือร้อยละ 2.63 ซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่เชื่อถือได้
- 2) การขนส่ง เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 81.58 รับภาระการขนส่งหน่อพันธุ์เอง ร้อยละ 15.79 จ้างบุคคลอื่นในการขนส่งให้ ที่เหลือร้อยละ 2.63 ผู้ขายรับภาระการขนส่ง
- 3) การจัดเก็บ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 71.05 ไม่มีสถานที่สำหรับจัดเก็บหน่อพันธุ์แต่จะไว้บริเวณแปลงที่จะทำการเพาะปลูก ที่เหลือร้อยละ 28.95 นำหน่อพันธุ์มาปลูกทันที

ปุ๋ยเคมี

- 1) แหล่งที่มา เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ซื้อจากแหล่งที่เชื่อถือได้หรือร้านจำหน่ายในพื้นที่ และระยะทางไม่ไกลจากแปลงเพาะปลูก
- 2) การขนส่ง เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา เป็นผู้รับภาระการขนส่งเอง เนื่องจากเกษตรกรซื้อคราวละไม่มาก และนำไปใช้ทันที
- 3) การจัดเก็บ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.63 ไม่มีสถานที่สำหรับจัดเก็บโดยเฉพาะ ร้อยละ 47.37 แต่เก็บไว้บริเวณบ้าน และซื้อมาแล้วใช้เลย

ปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์

- 1) แหล่งที่มา เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 90.48 ทำใช้เอง ที่เหลือร้อยละ 9.52 ซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่เชื่อถือได้
- 2) การขนส่ง เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 92.86 รับภาระการขนส่งเอง ที่เหลือร้อยละ 7.14 ผู้ขายรับภาระการขนส่ง
- 3) การจัดเก็บ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.38 มีสถานที่จัดเก็บสารชีวภาพ ที่เหลือร้อยละ 47.62 ไม่มีสถานที่จัดเก็บแต่เก็บไว้บริเวณบ้าน

สารเคมี

- 1) แหล่งที่มา เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ซื้อจากแหล่งที่เชื่อถือได้ และระยะทางไม่ไกลจากแปลงเพาะปลูก
- 2) การขนส่ง เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา จะเป็นผู้รับภาระการขนส่งเอง เนื่องจากเกษตรกรซื้อคราวละไม่มาก และนำไปใช้ทันทีหรือนำไปเก็บไว้บริเวณบ้าน
- 3) การจัดเก็บ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.16 ไม่มีสถานที่จัดเก็บสารเคมีโดยเฉพาะแต่จะเก็บสารเคมีไว้บริเวณบ้านและซื้อมาแล้วนำไปใช้ทันที และร้อยละ 36.84 มีสถานที่สำหรับจัดเก็บสารเคมี

สารชีวภาพ

1) แหล่งที่มา เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 81.58 ทำใช้เอง ที่เหลือร้อยละ 18.42 ซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่เชื่อถือได้

2) การขนส่ง เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.14 เกษตรกรรับภาระการขนส่งเอง ที่เหลือร้อยละ 42.86 จ้างขนส่ง

3) การจัดเก็บ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.16 ไม่มีสถานที่จัดเก็บสารชีวภาพโดยเฉพาะแต่จะเก็บไว้บริเวณบ้านหรือใต้ร่มไม้ที่มีภาชนะปิดมิดชิดและซื้อมาแล้วนำไปใช้ทันที และร้อยละ 36.84 มีสถานที่สำหรับจัดเก็บสารชีวภาพ

ตารางที่ 3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการได้มาของปัจจัยการผลิต

การได้มาของปัจจัยการผลิต	เกษตรกร	
	จำนวน(N=38)	ร้อยละ
หน่อพันธุ์		
แหล่งที่มา		
เก็บเอง	37	97.37
ซื้อจากแหล่งจำหน่าย	1	2.63
การขนส่ง		
ขนส่งด้วยตนเอง	31	81.58
จ้างขนส่ง	6	15.79
ผู้ขายรับภาระ	1	2.63
การจัดเก็บ		
มีสถานที่จัดเก็บ	-	-
ไม่มีสถานที่จัดเก็บ(วางไว้แปลงที่จะปลูก)	27	71.05
นำไปปลูกเลย	11	28.95
ปุ๋ยเคมี		
แหล่งที่มา		
ทำใช้เอง	-	-
ซื้อจากแหล่งจำหน่าย	38	100.00
การขนส่ง		
ขนส่งด้วยตนเอง	38	100.00
จ้างขนส่ง	-	-
การจัดเก็บ		
มีสถานที่จัดเก็บ	15	39.47

ตารางที่ 3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการได้มาของปัจจัยการผลิต (ต่อ)

การได้มาของปัจจัยการผลิต	เกษตรกร	
	จำนวน(N=38)	ร้อยละ
ไม่มีสถานที่จัดเก็บ(เก็บไว้บริเวณบ้าน)	20	52.63
ซื้อมาแล้วใช้เลย	3	7.90
ปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์^{1/}		
แหล่งที่มา		
ทำใช้เอง	3	17.65
ซื้อจากแหล่งจำหน่าย	14	82.35
การขนส่ง		
ขนส่งด้วยตนเอง	13	92.86
จ้างขนส่ง	-	-
ผู้ขายรับภาระ	1	7.14
การจัดเก็บ		
มีสถานที่จัดเก็บ	2	11.76
ไม่มีสถานที่จัดเก็บ(เก็บไว้บริเวณบ้าน)	6	35.29
ซื้อมาแล้วใช้เลย	9	52.94
สารเคมี		
แหล่งที่มา		
ทำใช้เอง	-	-
ซื้อจากแหล่งจำหน่าย	38	100.00
การขนส่ง		
ขนส่งด้วยตนเอง	38	100.00
จ้างขนส่ง	-	-
ผู้ขายรับภาระ	-	-
การจัดเก็บ		
มีสถานที่จัดเก็บ	14	36.84
ไม่มีสถานที่จัดเก็บ(เก็บไว้บริเวณบ้าน)	19	50.00
ซื้อมาแล้วใช้เลย	5	13.16
สารชีวภาพ		
แหล่งที่มา		
ทำใช้เอง	31	90.48

ตารางที่ 3.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการได้มาของปัจจัยการผลิต (ต่อ)

การได้มาของปัจจัยการผลิต	เกษตรกร	
	จำนวน(N=38)	ร้อยละ
ซื้อจากแหล่งจำหน่าย	7	9.52
การขนส่ง		
ขนส่งด้วยตนเอง	4	57.14
จ้างขนส่ง	3	42.86
ผู้ขายรับภาระ	-	-
การจัดเก็บ		
มีสถานที่จัดเก็บ	14	36.84
ไม่มีสถานที่จัดเก็บ(เก็บไว้บริเวณบ้าน)	19	50.00
ซื้อมาแล้วใช้เลย	5	13.16

หมายเหตุ : ^{1/} มีเกษตรกรใช้ 17 ราย

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 3.4 สรุปได้ว่า เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ส่วนใหญ่ใช้หน่อพันธุ์สับปะรดของตนเอง ในการขนส่งจะทำการขนส่งเองและจ้างผู้รับจ้าง แต่ในส่วนของหน่อพันธุ์ที่ซื้อผู้ขายจะรับภาระค่าขนส่งให้ และเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีโรงเรือนในการจัดเก็บหน่อพันธุ์ ส่วนปุ๋ยเคมี ปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์ และสารเคมี เกษตรกรซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่เชื่อถือได้ และรับภาระการขนส่งเอง โดยส่วนใหญ่เกษตรกรไม่มีโรงเรือนสำหรับจัดเก็บ ในบางรายซื้อมาแล้วนำไปใช้ทันที ส่วนสารเคมีซื้อจากแหล่งจำหน่ายในพื้นที่ สำหรับสารชีวภาพเกษตรกรจะทำใช้เอง ภาระการขนส่งเกษตรกรเป็นผู้รับภาระการขนส่ง และไม่มีโรงเรือนสำหรับจัดเก็บสารเคมี สารชีวภาพ

3.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการใช้แรงงาน และเครื่องจักรในการเพาะปลูกสับปะรดบ้านคา

ผลการศึกษาพิจารณาได้จากตารางที่ 3.5 พบว่า

1) การเตรียมดิน เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาส่วนใหญ่ร้อยละ 81.58 จ้างรถแทรกเตอร์ไถเตรียมดิน ที่เหลือร้อยละ 18.42 เกษตรกรเตรียมดินเอง ซึ่งเกษตรกรมีรถแทรกเตอร์เป็นของตนเอง จะเห็นได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีเครื่องมือเป็นของตนเอง

2) การปลูก เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาส่วนใหญ่ร้อยละ 78.95 จ้างปลูกโดยใช้แรงงานคนที่เหลือร้อยละ 21.05 ปลูกเองโดยใช้แรงงานตนเอง

3) การใส่ปุ๋ย เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาส่วนใหญ่ร้อยละ 60.53 จ้างใส่ปุ๋ย โดยใช้แรงงานคนที่เหลือร้อยละ 39.47 ใส่ปุ๋ยเอง โดยใช้แรงงานตนเอง

4) การใส่สารชีวภาพ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาส่วนใหญ่ร้อยละ 57.90 จ้างคนฉีดสารชีวภาพ ที่เหลือร้อยละ 42.10 ฉีดสารชีวภาพเอง โดยทั้งการจ้างฉีด และฉีดสารชีวภาพด้วยตนเองใช้เครื่องฉีดยาแบบถัง 1,000 ลิตร

5) การเก็บเกี่ยว เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาส่วนใหญ่ร้อยละ 52.63 จ้างเก็บเกี่ยว โดยใช้แรงงานคนเก็บเกี่ยว ที่เหลือร้อยละ 47.37 เก็บเกี่ยวด้วยตนเอง

ตารางที่ 3.5 ลักษณะการใช้แรงงาน และเครื่องจักรในการเพาะปลูกสับปะรดบ้านคา

ลักษณะการใช้แรงงาน	เกษตรกร	
	จำนวน(N=38)	ร้อยละ
การเตรียมดิน		
ด้วยตนเอง แรงงานคน	-	-
ด้วยตนเอง เครื่องจักร	7	18.42
จ้าง แรงงานคน	-	-
จ้าง เครื่องจักร	31	81.58
การปลูก		
ด้วยตนเอง แรงงานคน	8	21.05
ด้วยตนเอง เครื่องจักร	-	-
จ้าง แรงงานคน	30	78.95
จ้าง เครื่องจักร	-	-
การใส่ปุ๋ย		
ด้วยตนเอง แรงงานคน	23	60.53
ด้วยตนเอง เครื่องจักร	-	-
จ้าง แรงงานคน	15	39.47
จ้าง เครื่องจักร	-	-
การใส่สารชีวภาพ/เคมี		
ด้วยตนเอง แรงงานคน	-	-
ด้วยตนเอง เครื่องจักร	22	57.90
จ้าง แรงงานคน	-	-
จ้าง เครื่องจักร	16	42.10
การเก็บเกี่ยว		
ด้วยตนเอง แรงงานคน	18	47.37
จ้าง แรงงานคน	20	52.63

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 3.5 สรุปได้ว่า เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาส่วนใหญ่จ้างผู้รับจ้างทางการเกษตรในด้านการเตรียมดิน การปลูก และการเก็บเกี่ยว ส่วนการใส่ปุ๋ย และการใส่สารชีวภาพ ส่วนใหญ่เกษตรกรใช้แรงงานตนเอง โดยในกิจกรรมการเตรียมดิน และการใส่สารชีวภาพ ใช้เครื่องจักรเป็นหลัก และกิจกรรมการปลูก การใส่ปุ๋ย และเก็บเกี่ยวใช้แรงงานคนเป็นหลัก

3.2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการแปรรูปสับปะรดบ้านคาของเกษตรกร

1) การแปรรูป เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคา ส่วนใหญ่ ร้อยละ 86.84 ไม่มีการแปรรูปจำหน่ายในลักษณะผลสดเพียงอย่างเดียว อีกร้อยละ 13.16 มีการแปรรูป เป็นสับปะรดกวน น้ำสับปะรด จะเห็นได้ว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกสับปะรดสำหรับขายผลสดเป็นหลัก

2) สถานที่แปรรูป เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาที่มีการแปรรูปทั้งหมด นำผลผลิตมาแปรรูปที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่บ้านบึง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

3) สถานที่จัดเก็บ สับปะรดกวน สับปะรดหยี น้ำสับปะรด เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาที่มีการแปรรูปผลผลิตทั้งหมด มีสถานที่ในการจัดเก็บสินค้า และเกษตรกรที่มีการแปรรูปจะแปรรูปสินค้าตามคำสั่งซื้อสินค้าเท่านั้น

ตารางที่ 3.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการแปรรูปสับปะรดบ้านคา

ลักษณะเกี่ยวกับการแปรรูป	เกษตรกร	
	จำนวน(N=38)	ร้อยละ
การแปรรูป		
มีการแปรรูป	5	13.16
ไม่มีการแปรรูป	33	86.84
สถานที่แปรรูป^{1/}		
ของตนเอง	-	-
ของกลุ่ม	5	100.00
สถานที่จัดเก็บ^{1/}		
มีสถานที่จัดเก็บ	5	100.00
ไม่มีสถานที่จัดเก็บ	-	-

หมายเหตุ : ^{1/} เกษตรกรที่มีการแปรรูปมี 5 ราย

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา

3.3.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา มี 3 กลุ่ม 1 ราย ได้แก่ 1)กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านโป่งกระทิง 2)กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่บ้านบึง 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังพระเดช และ 4) ไร่หวานปัญญา จากการสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ พบว่า ไร่หวานปัญญาเริ่มดำเนินกิจการในปี 2560 และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเริ่มจัดตั้งและดำเนินกิจการในปี 2561 เนื่องจากสับปะรดบ้านคาได้ประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในปี 2558 (กรมทรัพย์สินทางปัญญา,2558) และเกษตรกรได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในปี 2561

ตารางที่ 3.7 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา

ลักษณะ	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน			ไร่หวาน ปัญญา
	บ้านโป่ง	แปลงใหญ่	ไร่ยังพระ	
	กระทิงล่าง	บ้านบึง	เดช	
1.ปีที่จัดตั้ง	2561	2561	2561	2560
2.พื้นที่โรงงาน (ไร่)	0.25	0.10	0.20	0.20
3.โรงคัดแยก (โรง)	1	-	-	1
4.โรงแปรรูป (โรง)	1	1	1	1
5.ปริมาณการรับซื้อผลผลิต (ตัน/เดือน)	100	5	-	20
6.เงินทุนหมุนเวียนธุรกิจ(บาท/ต่อปี)	2,000,000	100,000	-	ไม่ระบุ

ที่มา : จากการสำรวจ

3.3.2 การจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา

ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สับปะรดบ้านคาผลสด ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านโป่งกระทิง ร้อยละ 64.25 จำหน่ายให้ห้างสรรพสินค้าที่เป็นห้างค้าส่งค้าปลีก และร้อยละ 35.75 จำหน่ายผ่านหน้าร้านตนเองในห้างสรรพสินค้า(เดอะมอลล์) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่บ้านบึง จำหน่ายผ่านหน้าร้านตนเอง ร้อยละ 100 และผู้ประกอบการไร่หวานปัญญา ร้อยละ 66.67 จำหน่ายตลาดภายในจังหวัดราชบุรี และร้อยละ 33.33 จำหน่ายหน้าร้านตนเองในห้างสรรพสินค้า(เซนทรัล)

ตารางที่ 3.8 ช่องทางการจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปรดบ้านคา

ลักษณะการจำหน่าย	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน			ไร่หวาน บัญชา
	แม่บ้านโป่ง	แปลงใหญ่	ไร่ยังพระ	
	กระทิง	บ้านบึง	เดช	
การจัดจำหน่าย (ร้อยละ)				
ตลาดภายในจังหวัด	-	-	-	66.67
จำหน่ายหน้าร้าน	35.75	100	-	33.33
จำหน่ายให้ห้างสรรพสินค้า	64.25	-	-	-

หมายเหตุ : ในปี 2562 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่ยังพระเดชไม่ได้ดำเนินกิจการ

ที่มา : จากการสำรวจ

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาแนวทางการพัฒนาสับปรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์อธิบายถึงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าของสับปรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

4.1 โซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าสับปรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

4.1.1 โซ่อุปทานสับปรดบ้านคา

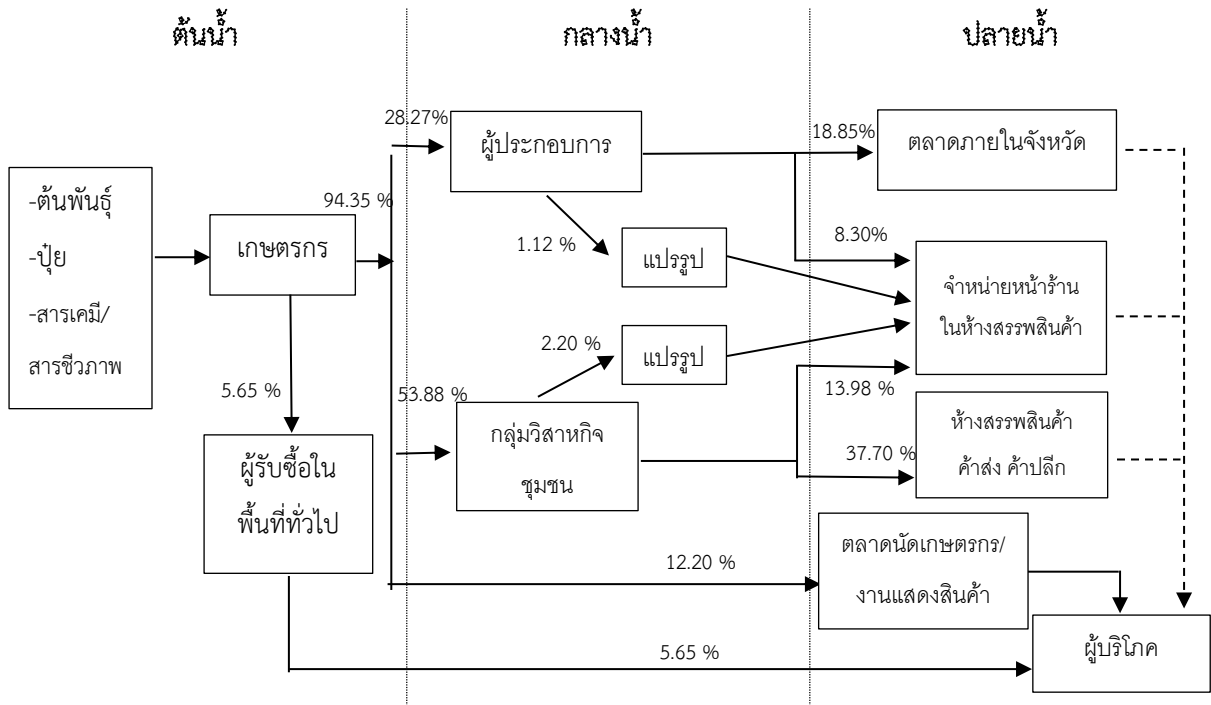
โซ่อุปทานสับปรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ประกอบด้วย ส่วนต้นน้ำ ได้แก่ เกษตรกรเป็นผู้จัดหาปัจจัยการผลิต ได้แก่ หน่อพันธุ์ ปุ๋ยชีวภาพ ปุ๋ยเคมี สารชีวภาพ และสารเคมีอื่นๆ เพื่อผลิตสับปรดบ้านคาผลสด โดยเกษตรกรจำหน่ายผลผลิต ร้อยละ 5.65 ให้กับผู้รับซื้อในพื้นที่ และร้อยละ 94.35 ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ เป็นส่วนกลางน้ำ ซึ่งมีการจำหน่ายในแบบสับปรดผลสดให้กับห้างสรรพสินค้า ค้าส่ง ค้าปลีก (แม็คโคร บิ๊กซี) ตลาดภายในจังหวัด และจำหน่ายสับปรดผลสดสับปรดแปรรูป ผ่านหน้าร้านตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) เกษตรกร เป็นผู้เกี่ยวข้องในส่วนต้นน้ำ โดยในส่วนต้นน้ำเกษตรกรทำหน้าที่ผลิตและขายสับปรดบ้านคาผลสด โดยผลผลิตร้อยละ 53.88 จำหน่ายให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ร้อยละ 28.27 จำหน่ายให้กับผู้ประกอบการ และร้อยละ 12.20 จำหน่ายโดยตรงให้กับผู้บริโภคผ่านงานแสดงสินค้าในจังหวัด และตลาดนัดเกษตรกร

2) ผู้ประกอบการ เป็นผู้เกี่ยวข้องในส่วนกลางน้ำ โดยรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และจำหน่ายต่อไปยังส่วนปลายน้ำ โดยผลผลิตร้อยละ 18.85 จำหน่ายแบบผลสดให้แม่ค้า ตลาดภายในจังหวัด (ตลาดศรีเมือง) ร้อยละ 9.42 จำหน่ายผ่านหน้าร้านของตนเองภายในห้างสรรพสินค้า (เซ็นทรัล) โดยจำหน่ายผลผลิตแบบผลสด และแปรรูป ในส่วนผลสดจะมีบริการปอกเปลือก บริการคั้นน้ำแบบแยกกาก เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคตามความต้องการ และมีบริการจัดบรรจุภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค เช่น การจัดกระเช้าของฝาก

3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นผู้เกี่ยวข้องในส่วนกลางน้ำ โดยรวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และจำหน่ายต่อไปยังส่วนปลายน้ำ โดยผลผลิตร้อยละ 37.70 จำหน่ายให้กับห้างสรรพสินค้า ค้าส่ง ค้าปลีก (แม็คโคร บิ๊กซี) ตามคำสั่งซื้อล่วงหน้า และร้อยละ 16.18 จำหน่ายผ่านหน้าร้านตนเองภายในห้างสรรพสินค้า (เดอะมอลล์) โดยจำหน่ายผลผลิตทั้งแบบแปรรูป และผลสด ในส่วนผลสดจะมีบริการปอกเปลือก คั้นน้ำแบบแยกกาก เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคตามความต้องการ และมีบริการจัดบรรจุภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อของผู้บริโภค

4) ผู้จำหน่าย เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในส่วนปลายน้ำ ได้แก่ ตลาดภายในจังหวัด ห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกต่างๆ ที่ทำหน้าที่จำหน่ายสับปะรดบ้านคาทั้งในรูปผลสดและผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคภายในประเทศ



ที่มา : จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.1 แผนภาพโซ่อุปทานสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

4.1.2 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของเกษตรกร

กิจกรรมหลัก (Primary Activity)

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistic) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าปัจจัยการผลิตของเกษตรกร มีการนำเข้า 3 ปัจจัย คือ หน่อพันธุ์ ปุ๋ย และสารเคมี/ชีวภาพ

- หน่อพันธุ์สับปะรด หน่อพันธุ์ที่เกษตรกรใช้มี 3 ลักษณะ คือ หน่อตัด หน่อหัก และจุก ส่วนใหญ่จัดหาหน่อพันธุ์จากแปลงของเกษตรกรเอง และบางส่วนจัดซื้อหน่อพันธุ์จากเกษตรกรรายอื่นที่เป็นบุคคลที่รู้จักและเชื่อถือได้

- ปุ๋ย เกษตรกรใช้ปุ๋ยทั้งปุ๋ยเคมี ปุ๋ยชีวภาพ และปุ๋ยคอก โดยปุ๋ยเคมีที่เกษตรกรเลือกใช้ ได้แก่ สูตร 21-0-0 ราคาเฉลี่ยกระสอบละ 350 บาท บรรจุกระสอบละ 50 กิโลกรัม สูตร 15-15-15 ราคาเฉลี่ยกระสอบละ 780 บาท บรรจุกระสอบละ 50 กิโลกรัม และสูตรอื่นๆ ตามความเหมาะสม

- สารเคมี/สารชีวภาพ บำรุงระหว่างปลูก เกษตรกรใช้สารบำรุงหลากหลายขึ้นอยู่กับเทคนิคของแต่ละบุคคล ได้แก่ น้ำหมักชีวภาพจากปลา ช่วยในการให้พืชเปิดปากใบและดูดสารอาหารได้เร็วขึ้น

น้ำหมักชีวภาพจากไข่ ช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตของพืช เกษตรกรจะซื้อวัตถุดิบในการทำน้ำหมักจากร้านค้าในพื้นที่ และทำน้ำหมักไว้ใช้เอง บางส่วนจะสั่งซื้อจากกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ในราคา 100 บาท บรรจุน้ำหมัก 1 ลิตร

2) การปฏิบัติการ (Operation) เป็นขั้นตอนการผลิตสับปะรดบ้านคา ให้ได้รับการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับสับปะรดบ้านคา (GAP) ครอบคลุมการปฏิบัติในทุกขั้นตอนการผลิตที่ดำเนินการในระดับแปลงเพื่อให้ได้สับปะรดที่มีคุณภาพ และเหมาะสมต่อการบริโภค

- การเตรียมดิน เกษตรกรมีการส่งดินไปตรวจวิเคราะห์ ผลวิเคราะห์ดินมีความอุดมสมบูรณ์สำหรับพื้นที่ที่ดินเปรี้ยวมีการใช้โดโลไมท์ เป็นสารปรับสภาพดิน เพื่อปรับโครงสร้างดิน ลดความเป็นกรด ขั้นตอนการเตรียมดินก่อนการปลูก จะประกอบด้วย 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การไถตะ เป็นการไถครั้งแรกตามแนวยาวของพื้นที่ ไถตะเป็นการช่วยพลิกดินชั้นล่างให้ขึ้นมาสัมผัสกับอากาศ และเป็นการตากดินเพื่อทำลายวัชพืช

ขั้นตอนที่ 2 การไถแปร เป็นการไถตัดกับการไถตะเพื่อทำให้ดินแตกออกเป็นก้อนเล็กๆ จนวัชพืชหลุดออกจากดิน เกษตรกรบางรายจะทำการไถแปร 2 รอบ เพื่อให้ดินมีความละเอียดมากขึ้น

- การเพาะปลูก พื้นที่ปลูกสับปะรดบ้านคาของเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ภูเขาสูงและพื้นที่ราบ เกษตรกรจะใช้แรงงานคนในการปลูก ปลูกโดยการเว้นระยะห่าง 50x60 เซนติเมตรต่อต้น ไร่ละ 6,500-8,000 หน่อ โดยปลูกแบบคัดหน่อให้มีขนาดใหญ่เสมอกัน หน่อพันธุ์จะได้โตสม่ำเสมอ ลำต้นไม่เปียด และผลผลิตจะได้ออกในระยะใกล้เคียงกัน การปลูกลักษณะนี้จะทำให้หน่อสับปะรดได้รับปุ๋ยและน้ำอย่างทั่วถึง สำหรับเกษตรกรที่จ้างปลูกจะจ้างแรงงานเป็นลักษณะการเหมา โดยมีค่าแรงงานปลูก 1,000 หน่อ ได้รับค่าจ้าง 200-350 บาท

- การใส่ปุ๋ย เกษตรกรจะใส่ปุ๋ยคอก หรือปุ๋ยเคมี เพื่อรองพื้นก่อนการปลูก และในระยะหน่อพันธุ์กำลังเติบโตทางใบ เกษตรกรจะตัดทางใบระหว่างร่องก่อน และขณะใส่ปุ๋ยในดินต้องมีความชื้นเพียงพอเพื่อให้พืชสามารถนำธาตุอาหารไปใช้ได้มีประสิทธิภาพ

- การฉีดพ่นสารชีวภาพ เกษตรกรจะฉีดพ่นสารบำรุงทางใบและดอกด้วยเครื่องพ่น โดยฉีดพ่นทั่วทั้งแปลงหลังเริ่มบังคับดอก

- การใช้สารเคมี เกษตรกรจะใช้เพื่อกำจัดแมลงศัตรูพืช และใช้เมื่อจำเป็นเท่านั้น เพื่อลดปริมาณการใช้สารเคมี

- การบริหารจัดการน้ำ ในการดูแลสับปะรดบ้านคาเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ได้มีการให้น้ำ จะใช้น้ำฝนเป็นหลัก โดยในปี 2562 เกษตรกรประสบปัญหาปริมาณน้ำไม่เพียงพอในการเพาะปลูก

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistic)

- การเก็บเกี่ยวผลผลิต ในการเก็บเกี่ยวผลผลิตส่วนใหญ่จะเป็นแรงงานจ้างที่มีความชำนาญในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ก่อนการเก็บเกี่ยวจะมีการตรวจสอบความหวานของผลผลิตว่าได้ตามมาตรฐานที่กำหนดแล้ว จึงดำเนินการเก็บผลผลิตได้ โดยแรงงานจ้างส่วนใหญ่เป็นแรงงานในพื้นที่และเป็นแรงงานประจำ ค่าจ้างแรงงานจะจ่ายเป็นค่าจ้างรายวัน และมีอัตราสูงกว่าแรงงานที่เก็บสับปะรดสำหรับเข้าโรงงาน เนื่องจากในการเก็บผลผลิตต้องมีการคัดผลที่เก็บทุกผล

- การขนส่งผลผลิต จะแบ่งเป็น 2 รูปแบบ รูปแบบที่หนึ่งเกษตรกรขายผลผลิตให้พ่อค้าคนกลางที่ขายผลสด เกษตรกรจะเป็นผู้รับภาระในการขนส่งไปยังจุดคัดแยกในพื้นที่เอง รูปแบบที่สองเกษตรกรขายผลผลิตให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ จะเป็นผู้รับภาระในการขนส่งผลผลิตไปยังจุดคัดแยกเอง และผู้รับซื้อมีจุดคัดแยกตั้งอยู่ในพื้นที่ การขนส่งทั้งสองรูปแบบใช้รถกระบะ 4 ล้อ มีแผงกันข้างสำหรับบรรทุก

4) การตลาดและการจำหน่าย (Marketing and Sales)

- ผลผลิตที่เกษตรกรผลิตได้ มีช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้รับซื้อทั่วไปในพื้นที่ ผู้บริโภคโดยตรง กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการ โดยมีลักษณะการจำหน่ายดังนี้

1. เกษตรกรจำหน่ายสับปะรดบ้านคาด้วยตนเองผ่านหน้าร้าน โดยนำไปจำหน่ายที่ตลาดเกษตรกรอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เป็นตลาดถาวรที่ให้เกษตรกรชาวจังหวัดราชบุรีนำสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ปลูกตามฤดูกาลเข้ามาจำหน่าย รวมถึงสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

2. เกษตรกรจำหน่ายสับปะรดบ้านคาให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ หรือพ่อค้าทั่วไป ราคาจำหน่ายขึ้นกับขนาดของผล และความต้องการผลผลิตในช่วงเวลานั้น

- การประชาสัมพันธ์ เกษตรกรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานราชการ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี มีการพาเกษตรกรไปจำหน่ายสินค้าตามงานต่างๆ

- การรับประกันคุณภาพ เกษตรกรมีกระบวนการผลิตที่เน้นคุณภาพ สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ และเป็นสับปะรดบ้านคาที่ปลูกในพื้นที่บ้านคาทั้งหมด

5) การบริการ (Services)

- เกษตรกรจะแจ้งไปยังกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการว่าผลผลิตพร้อมที่จะเก็บเกี่ยวแล้ว

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) เป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ดังนี้

1) การจัดหา จัดซื้อ (Procurement)

- หน่อพันธุ์ เกษตรกรจะเลือกหน่อพันธุ์จากแปลงเพาะปลูกของตนเอง หรือจากบุคคลที่เชื่อถือได้ หน่อพันธุ์ที่ดีต้องมีความสมบูรณ์ ขนาดลำต้นและความสูงของหน่อที่ใกล้เคียงกัน สามารถคัดขนาดของหน่อพันธุ์ได้

- ปุ๋ย เกษตรกรซื้อปุ๋ยเคมีจากแหล่งที่น่าเชื่อถือ และซื้อกันเป็นประจำ โดยเน้นธาตุอาหารของปุ๋ยเป็นหลัก และเลือกให้เหมาะสมกับระยะการเจริญเติบโตของสับปะรด ส่วนปุ๋ยคอกเกษตรกรผลิตในฟาร์มตนเอง หรือซื้อจากฟาร์มในชุมชน ที่มีระยะทางใกล้กับแปลงเพาะปลูกของตนเอง

- สารเคมี/สารชีวภาพบำรุงระหว่างปลูก เกษตรกรเลือกใช้สารบำรุงจากคำแนะนำของนักวิชาการ และเกษตรกรที่ใช้ดีแล้วบอกต่อ หรือมีการทดลองใช้ด้วยตนเอง โดยเลือกวิธีทำแล้วเก็บไว้ใช้เอง เพื่อลดต้นทุนการผลิต

2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตสับประรดบ้านคา จะเป็นเครื่องมือเครื่องจักรทั่วไป เช่น รถแทรกเตอร์สำหรับพรวนดิน เครื่องพ่นสาร และเครื่องวัดความหวาน สำหรับวัดความหวานของสับประรดบ้านคา

3) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) เกษตรกรจะใช้แรงงานในครัวเรือนควบคู่กับแรงงานจ้าง เนื่องจากการปลูกสับประรดต้องใช้แรงงานจำนวนมาก ดังนั้นเกษตรกรต้องจ้างแรงงานในพื้นที่เพื่อลดระยะเวลา โดยแรงงานจ้างในกิจกรรมการปลูก จะจ้างในรูปแบบเหมา อัตราค่าจ้าง 250 บาทต่อ 1,000 หน่อปลูก การใส่ปุ๋ย การฉีดฮอร์โมน จะจ้างแบบเหมาถึง 1000 ลิตร อัตราค่าจ้าง 250 บาทต่ออ้ง การเก็บเกี่ยว มีค่าจ้างแบบรายวัน อัตราค่าจ้างวันละ 400-500 บาท

การอบรมพัฒนาความรู้ของเกษตรกรในการผลิต ส่วนใหญ่เกษตรกรจะปรึกษา แนะนำ และให้ความรู้ซึ่งกันและกันในกลุ่ม นอกจากนี้เกษตรกรยังได้รับการอบรมจากหน่วยงานภาครัฐในการทำสารชีวภาพ การบริหารจัดการกลุ่มและการตลาด

4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure)

- ขอบเขตพื้นที่ปลูกสับประรดบ้านคา อยู่ในอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี และขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

- การผลิตสับประรดบ้านคาของเกษตรกร เป็นการดำเนินการโดยเกษตรกรเป็นผู้จัดหาปัจจัยการผลิต ดูแลบำรุงรักษา และติดต่อผู้รับซื้อผลผลิตด้วยตนเอง ด้านการบริหารจัดการเงินทุน ใช้เงินทุนของตนเองเป็นส่วนใหญ่ และเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย

- เกษตรกรผู้ผลิตสับประรดบ้านคา มีการรวมกลุ่มเกษตรกรโดยเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแบบแปลงใหญ่ และขึ้นทะเบียนขอใช้ตราสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สับประรดบ้านคา

สรุปกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของห่วงโซ่คุณค่าของเกษตรกรผู้ผลิตสับประรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รายละเอียดตามภาพที่ 4.2

Firm Infrastructure : พื้นที่ปลูกสับปะรดบ้านคาคออยู่ในอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี เกษตรกรมีการรวมกลุ่มโดยเป็นกลุ่มสมาชิกเกษตรแบบแปลงใหญ่				
Human Resource Management : แรงงานที่ใช้ในการผลิตมีทั้งแรงงานจ้าง และแรงงานในครัวเรือน ซึ่งจ้างตามกิจกรรม				
Technology Development : การใช้เทคโนโลยีและเครื่องจักร ในการผลิตส่วนใหญ่อยู่ในขั้นตอนการเตรียมดิน และการตรวจสอบความหวาน				
Procurement : เกษตรกรเลือกปัจจัยการผลิตจากแหล่งที่นำเชื่อถือ แหล่งจำหน่ายไม่ไกลจากพื้นที่				
Inbound Logistics -เกษตรกรมีความชำนาญในการเลือกหน่อพันธุ์ และเลือกใช้ปุ๋ย สารเคมี/ชีวภาพที่เหมาะสมกับแปลงของตนเอง	Operations เกษตรกร ดูแล เอาใจใส่ในการดูแลทุกขั้นตอนเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ	Outbound Logistics เกษตรกรเก็บผลผลิตตามระยะเวลาที่กำหนด และผลผลิตมีความหวานไม่ต่ำกว่า 15 องศาบริกซ์	Marketing and Sales เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการ	Services มีการควบคุมคุณภาพของผลผลิต หากคุณภาพไม่เป็นไปตามที่กำหนด เกษตรกรต้องขายในราคาตามเกรดที่ลดลง

Margin

ที่มา : จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.2 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของเกษตรกร

4.1.3 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ

กิจกรรมหลัก (Primary Activity) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการภาคเอกชน ทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และจำหน่ายให้กับผู้บริโภค ซึ่งผู้รวบรวมสับปะรดบ้านคามี 4 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่บ้านบึง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไร่ยังพระเดช กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านโป่งกระติง และไร่หวานปัญญา กิจกรรมหลักประกอบด้วย 5 กิจกรรม ดังนี้

1) **โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistic)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าปัจจัยการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ

- การรับซื้อวัตถุดิบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ รับซื้อสับปะรดบ้านคาผลสดจากเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรดบ้านคาที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและปลูกในพื้นที่เท่านั้น โดยการรับซื้อสับปะรดบ้านคาผลสดจากเกษตรกร ผลผลิตต้องมีความหวานไม่ต่ำกว่า 15 องศาบริกซ์

2) **การปฏิบัติการ (Operation)** เป็นขั้นตอนหรือกระบวนการในการรวบรวมผลผลิต การตรวจสอบคุณภาพ สถานที่จัดเก็บผลผลิต และการบริหารคลังสินค้า

-ก่อนเก็บผลผลิต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการจะส่งเจ้าหน้าที่ไปตรวจสอบผลผลิตว่าสามารถเก็บเกี่ยวได้ พร้อมทั้งเตรียมตราสินค้าสำหรับติดบนผลผลิตให้พร้อมก่อน (เนื่องจากในตราสินค้ามี QR Code ที่ระบุถึงแปลงเกษตรกรจึงต้องเตรียมตราสินค้าให้พร้อมก่อนรับผลผลิต)

-การเก็บผลผลิต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการจะส่งเจ้าหน้าที่พร้อมรถไปบรรทุกผลผลิตกลับมายังจุดรวบรวมของกลุ่มวิสาหกิจหรือของผู้ประกอบการ

-การรับผลผลิต เมื่อผลผลิตมาถึงจุดรวบรวมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ จะทำการชั่งน้ำหนัก เพื่อให้ทราบผลผลิตรวม แล้วนำมาล้างน้ำทำความสะอาดก่อนเข้าสู่กระบวนการแยกขนาด

-การแยกขนาด นำผลผลิตเข้าเครื่องคัดแยกขนาด แยกขนาดผลตามที่ลูกค้าต้องการ ผลผลิตที่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดนำมาติดตราสินค้าก่อนนำลงลังผลผลิต (การกำหนดมาตรฐานผลผลิต สำหรับจำหน่ายให้กับห้างสรรพสินค้า ค้าส่ง ค้าปลีก ตามคำสั่งซื้อล่วงหน้า ต้องมีน้ำหนัก 1.2-1.3 กิโลกรัมต่อผล)

-ผลผลิตขนาดเล็กและไม่ได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ผลผลิตส่วนนี้จะนำมาแปรรูป เป็นสับปะรดกวน สับปะรดหีบ และน้ำสับปะรด โดยนำสับปะรดมาปอกเปลือก แล้วใช้เครื่องแยกเนื้อกับน้ำสับปะรดออกจากกัน เมื่อแยกเนื้อและน้ำสับปะรดออกแล้ว นำส่วนที่เป็นน้ำสับปะรดไปผ่านความร้อนที่อุณหภูมิไม่เกิน 100 องศาเซลเซียส ใช้เวลาในการต้มประมาณ 30-45 นาที ส่วนเนื้อสับปะรดนำเข้าเครื่องสำหรับกวนสับปะรดและเครื่องสำหรับทำสับปะรดหีบ ใช้เวลากวนและหีบประมาณ 60 นาที โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะมีเจ้าหน้าที่ที่มีประสบการณ์ และความชำนาญ ควบคุมกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistic) เป็นกิจกรรมการขนส่งผลผลิต บรรจุกฎภัณฑ์ และตราสินค้า ดังนี้

-การขนส่งสินค้า เป็นการขนส่งโดยรถกระบะมีแผงข้างแบบมิดชิด สำหรับบรรทุกผลผลิตไปส่งมอบที่ศูนย์กระจายสินค้าของบริษัทสยามแม็คโคร จำกัด(มหาชน) บริษัทบิ๊กซีซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน) หรือบรรทุกผลผลิตไปส่งที่จุดจำหน่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการเอง โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการเป็นผู้รับภาระค่าขนส่งด้วยตนเอง

บรรจุกฎภัณฑ์และตราสินค้า (แบรนด์:Brand) (ภาพที่ 4.3) – กระจาดติดกับจุก และสำหรับคล้องผลสับปะรดบ้านคาเพื่อระบุแหล่งที่มาของผลผลิต น้ำหนักผลเฉลี่ย 1.2-1.3 กิโลกรัมต่อผล



ที่มา : จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.3 บรรจุกฎภัณฑ์สับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

4) การตลาดและการจำหน่าย (Marketing and Sales)

- การกำหนดราคาสินค้า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดราคาจำหน่ายเองโดยอ้างอิงจากราคารับซื้อสับปะรดผลสดจากเกษตรกรในช่วงเวลานั้น โดยในปี 2562 ราคาซื้อสับปะรดบ้านคาผลขนาดใหญ่(น้ำหนัก 1.2 กิโลกรัมขึ้นไป)จากเกษตรกรเฉลี่ย 13-18 บาทต่อกิโลกรัม(ราคาประกัน 7 บาทต่อกิโลกรัมในช่วงที่ผลผลิตมีปริมาณมากและราคาต่ำ) และราคาซื้อสับปะรดบ้านคาผลขนาดเล็ก(น้ำหนัก 0.7-น้อยกว่า 1.2 กิโลกรัม)จากเกษตรกรเฉลี่ย 5-7 บาทต่อกิโลกรัม

- การประชาสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์หลายช่องทาง เช่น ช่องทางออนไลน์ และร่วมงานแสดงสินค้ากับองค์กรต่าง ๆ เป็นต้น

- การรับประกัน มีการรับประกันคุณภาพของสินค้าตามอายุที่ระบุบนบรรจุภัณฑ์

- มีการจัดทำ QR Code ระบบตรวจสอบย้อนกลับ

5) การบริการ (Services)

- มีบริการปกเปลือกลูกสินค้าให้กับผู้ซื้อสินค้าหากเป็นในห้างสรรพสินค้าเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค ทั้งนี้หากสินค้าคุณภาพไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด สามารถเปลี่ยนสินค้าได้ อีกทั้งยังมีการบริการจัดบรรจุภัณฑ์สินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ได้แก่ การจัดทำเป็นกระเช้าของฝาก

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) เป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ดี ได้แก่ การจัดหา/จัดซื้อ การพัฒนาเทคโนโลยี การบริหารทรัพยากรบุคคล และโครงสร้างพื้นฐาน มีรายละเอียดดังนี้

1) การจัดหา จัดซื้อ (Procurement) จะเกี่ยวข้องกับหลักเกณฑ์การจัดซื้อจัดหาสับปะรดผลสดจากเกษตรกรที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีการตรวจสอบคุณภาพสวน คัดคุณภาพด้วยการสุ่มตรวจความหวาน ต้องมีค่าความหวานไม่น้อยกว่า 15 องศาบริกซ์

2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบย้อนกลับ ได้แก่ การมี QR code เพื่อตรวจสอบผลผลิตมาจากพิกัดไหน และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการแปรรูปผลผลิต เช่น เครื่องกวน เครื่องซีลโดยใช้ความร้อน และการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยหาความรู้ด้านต่างๆ ด้วยตนเอง และปรึกษาอาจารย์มหาวิทยาลัย

3) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสับปะรดบ้านคา มีการจ้างแรงงานในชุมชน โดยจ้างงานแบบรายวัน ทั้งนี้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ มีการวางแผนกิจกรรมการทำงานเพื่อให้แรงงานจ้างมีการจ้างงานตลอดทั้งปี

การอบรมพัฒนาความรู้ ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการจะหาความรู้ด้วยตนเองและปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ในส่วนของแรงงานจ้างนั้นทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการจะเป็นผู้ให้คำแนะนำในการปฏิบัติงาน

4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure)

- การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดำเนินการโดยประธานกลุ่มวิสาหกิจเพียงผู้เดียว

- เงินทุน ใช้เงินทุนของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นหลัก และมีการกู้ยืมเงินเพิ่มเติมจากสถาบันการเงิน เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank) เป็นต้น โดยการชำระเงินกู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะชำระเงินต้นพร้อมดอกเบี้ย เป็นรายเดือน พร้อมทั้งมีการทำบัญชีรายรับ รายจ่าย

สรุปกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการผู้ผลิตสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รายละเอียดตามภาพที่ 4.4

Firm Infrastructure : การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดำเนินการโดยประธานกลุ่มเพียงผู้เดียว มีการขึ้นทะเบียนผู้ผลิตสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์				
Human Resource Management : แรงงานที่ใช้ในกระบวนการผลิตมีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ และเป็นแรงงานประจำ				
Technology Development : มีใช้เทคโนโลยีเครื่องตรวจสอบความหวาน และการตรวจสอบสินค้าย้อนกลับ QR code				
Procurement : รับซื้อสับปะรดบ้านคาจากแหล่งที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีตรวจสอบคุณภาพผลผลิต				
Inbound Logistics รับซื้อสับปะรดผลสดจากเกษตรกรผู้ผลิตในพื้นที่ โดยผู้รวบรวมรับภาระค่าขนส่งเอง	Operations ควบคุมการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมีสถานที่เก็บและคัดแยกผลผลิต	Outbound Logistics มีบรรจุก้นท์ ระบุบุตราลินค้า ติดที่สินค้า	Marketing and Sales จำหน่ายสินค้าให้กับ ห้างสรรพสินค้า และผู้บริโภครโดยตรง	Services มีการรับประกันคุณภาพ และรับเปลี่ยนคืนสินค้าตามอายุของผลิตภัณฑ์ รวมถึงรับผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

Margin

ที่มา : จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.4 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ

4.1.4 การเชื่อมโยงระหว่างห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ระหว่างเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ

การผลิตสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรและผู้รวบรวม เพื่อให้ได้สับปะรดบ้านคาที่มีคุณภาพดีซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการมีดังนี้

1) การเข้าถึงปัจจัยการผลิต ได้แก่ หน่อพันธุ์ สารชีวภาพ ซึ่งผู้รวบรวมได้ศึกษาหาความรู้จากการสอบถามเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา

2) การแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการผลิต การอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรในด้านการปลูก ดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีมีมาตรฐานตามที่ผู้รวบรวมต้องการ เพื่อนำมาจำหน่าย นอกจากนี้ยัง มีการประชุมเพื่อหารือ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาเรื่องแผนการผลิต และโรคพืช

3) การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เกษตรกรและผู้รวบรวมจะต้องทำความเข้าใจ และ ดำเนินการผลิตตามคู่มือการจัดระบบควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สับปะรดบ้านคา เพื่อให้ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และสามารถใช้สัญลักษณ์ GI ได้ รวมถึงสร้างความรับรู้ ความเข้าใจ ถึงคุณค่า และความแตกต่างของสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

4) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรแบบแปลง ใหญ่สามารถกู้ยืมเงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

5) การตลาดและการจำหน่ายผลผลิต ผู้รวบรวมจะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตที่เกษตรกรผลิตได้ทั้งหมด และสมาชิกกลุ่มจะมีการประชุมปรึกษาหารือกันในกลุ่ม เพื่อทราบถึงสถานการณ์การผลิต และหาแนวทางการ ทำการตลาดต่อไป

ตารางที่ 4.1 เมทริกซ์การเชื่อมโยงจุดแข็งและข้อจำกัดการผลิตสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

	ปัจจัยการผลิต	การผลิต	การรวบรวมและ การแปรรูป	การจัดจำหน่าย
ผู้เกี่ยวข้อง	ร้านจำหน่ายปัจจัย การผลิต/เกษตรกร	เกษตรกร	กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ ผู้ประกอบการภาคเอกชน	ตลาดภายในจังหวัด/ ห้างสรรพสินค้า
วัตถุดิบ นำเข้า	1.หน่อพันธุ์ 2.ปัจจัยการผลิต	1.หน่อพันธุ์สับปะรด 2.ปุ๋ยเคมี สารเคมี สารชีวภาพ	สับปะรดบ้านคาผลสด	สับปะรดบ้านคาผลสด/ ผลิตภัณฑ์แปรรูป
กิจกรรมที่ ดำเนินการ	1.คัดเลือกหน่อพันธุ์ที่ เหมาะสม 2.ผลิต จัดซื้อ จัดหา ปัจจัยในการผลิต	1.จัดหาปัจจัยการผลิต 2. ปลูก ดูแลรักษาและ เก็บเกี่ยวผลผลิตตามที่ กำหนดเพื่อให้ผลผลิตได้ คุณภาพและมาตรฐาน	1.จัดซื้อ ผลผลิตจาก เกษตรกรที่ปลูกในพื้นที่ 2.คัด แยก และ บรรจุ ผลผลิตในบรรจุภัณฑ์ที่มี ตราสินค้าระบุชื่อสินค้า และแหล่งผลิต 3.จัดทำตราสินค้า	1.จำหน่ายสินค้าแก่ ผู้บริโภค ณ จุดจำหน่าย รวมถึงจำหน่ายใน ห้างสรรพสินค้า
จุดแข็ง/ จุดเด่น	1.จัดซื้อจัดหาปัจจัย การผลิตได้ในพื้นที่	1.เกษตรกรมีความ เชี่ยวชาญในการปลูก 2.รสชาติมีความเป็น เอกลักษณะแตกต่างจาก สับปะรดถิ่นอื่น	1.ได้วัตถุดิบจากแหล่งผลิต ที่เป็น GI 2.บรรจุภัณฑ์ มีความ เหมาะสม มีตราสินค้า ชัดเจน	1.มีการออกบูธจำหน่าย สินค้าร่วมกับหน่วยงาน ราชการ 2.มีการประชาสัมพันธ์ สินค้าผ่านช่องทางต่างๆ

ตารางที่ 4.1 เมทริกซ์การเชื่อมโยงจุดแข็งและข้อจำกัดการผลิตสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (ต่อ)

	ปัจจัยการผลิต	การผลิต	การรวบรวมและการแปรรูป	การจัดจำหน่าย
ปัญหาที่พบ/ข้อจำกัด/จุดด้อย	หน่อพันธุ์หายาก และราคาสูง	ประสบปัญหาปริมาณน้ำไม่เพียงพอบางช่วงเวลา	มีข้อจำกัดในการซื้อผลผลิตช่วงที่ผลผลิตมีปริมาณไม่สม่ำเสมอ	ช่องทางการจำหน่ายสินค้าไม่ครอบคลุม

ที่มา : จากการสำรวจ

4.1.5 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จากการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พบว่า

กิจกรรมหลัก(Primary Activity) ประกอบด้วย 5 กิจกรรม ดังนี้

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เกษตรกรผลิตสับปะรดบ้านคาผลสดในพื้นที่อำเภอบ้านคา โดยต้องปฏิบัติตามคู่มือปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สับปะรดบ้านคา ซึ่งเกษตรกรต้องใช้หน่อพันธุ์สายพันธุ์ปัตตาเวียที่ปลูกในพื้นที่อำเภอบ้านคา สวนฝิ่ง ปากท่อ และจอมบึง จังหวัดราชบุรีเท่านั้น ในการดูแลใช้ปุ๋ยเคมีและสารชีวภาพ และใช้สารเอทีฟอนหรือแคลเซียมคาร์ไบต์ในการบังคับดอกเพื่อให้ผลผลิตออกสม่ำเสมอ เมื่อสับปะรดบ้านคาเร่งตาตึงเต็มที่ ก้านผลเหี่ยวเล็กน้อยสามารถเก็บเกี่ยวได้ เกษตรกรจะจำหน่ายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งตั้งอยู่ในอำเภอบ้านคา ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะส่งพนักงานเข้ามาตรวจสอบความหวาน เก็บเกี่ยวผลผลิต และใช้รถกระบะ 4 ล้อมีแผงข้างในการขนส่งจากแปลงเกษตรกรสู่จุดรวบรวม

2) การปฏิบัติการ (Operation) เมื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรับซื้อสับปะรดบ้านคาจากเกษตรกรแล้ว ต้องเตรียมแพคเกจให้พร้อม โดยขั้นตอนแรกจะนำผลสับปะรดเข้ากระบวนการทำความสะอาด จากนั้นเข้าเครื่องคัดแยกขนาด แล้วคัดคุณภาพด้วยคน ตัดตราสินค้าที่แสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน แล้วนำลงล้างผลผลิต โดยผลที่มีขนาดมีขนาดเล็กไม่ได้มาตรฐานที่กำหนด จะนำมาแปรรูปเป็นสับปะรดกวน สับปะรดหยี และน้ำสับปะรด

3) โลจิสติกส์ขาออก(Outbound Logistic) การขนส่งผลผลิต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะขนส่งโดยรถกระบะ 4 ล้อมีแผงข้างปิดมิดชิด นำส่งสู่ศูนย์กระจายสินค้าของห้างสรรพสินค้าค้าส่ง ค้าปลีก ในส่วนการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางหน้าร้านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการจะนำส่งตามสาขาที่มี โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการเป็นผู้รับภาระค่าขนส่งทั้งหมด

4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้จำหน่าย จะเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าเอง โดยช่องทางการจำหน่ายให้ห้างสรรพสินค้า และจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงหน้าร้าน

5) บริการ (Services) มีการรับประกันคุณภาพหากสินค้า มีบริการปกเปลือสินค้าให้กับผู้ซื้อสินค้าเพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค และมีบริการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ดังนี้

1) การจัดหา จัดซื้อ (Procurement) จะเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดหาสัปดาห์ผลสด โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะรับซื้อสัปดาห์ผลสดจากเกษตรกรสมาชิก และได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในพื้นที่อำเภอบ้านคาเท่านั้น ต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามที่กำหนดและมีค่าความหวานไม่น้อยกว่า 15 องศาบริกซ์

2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบความหวาน และการตรวจสอบย้อนกลับ QR Code

3) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource management) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการบริหารจัดการโดยจ้างแรงงานในชุมชน แบบรายวัน ทั้งนี้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ มีการวางแผนกิจกรรมการทำงานเพื่อให้แรงงานมีการจ้างงานตลอดทั้งปี การอบรมพัฒนาความรู้ส่วนใหญ่จะเป็นการพัฒนาด้วยตนเอง และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ

4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure)

เกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบสัปดาห์ผลสด และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการเป็นผู้จัดจำหน่ายสัปดาห์ผลบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประธานกลุ่มดำเนินการการเพียงผู้เดียว เงินลงทุน ใช้เงินทุนของประธานกลุ่มเป็นหลัก และมีการกู้ยืมเงินเพิ่มเติมจากสถาบันการเงินเพิ่มเติม

จากการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าสัปดาห์ผลบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พบว่ากิจกรรมที่สร้างมูลค่าให้สัปดาห์ผลบ้านคามากที่สุด คือ การผลิตสัปดาห์ผลบ้านคาในพื้นที่ เพื่อให้ได้สัปดาห์ผลบ้านคาที่มีรสไม่หวานจัดไม่กัดลิ้น แตกต่างจากแหล่งอื่น

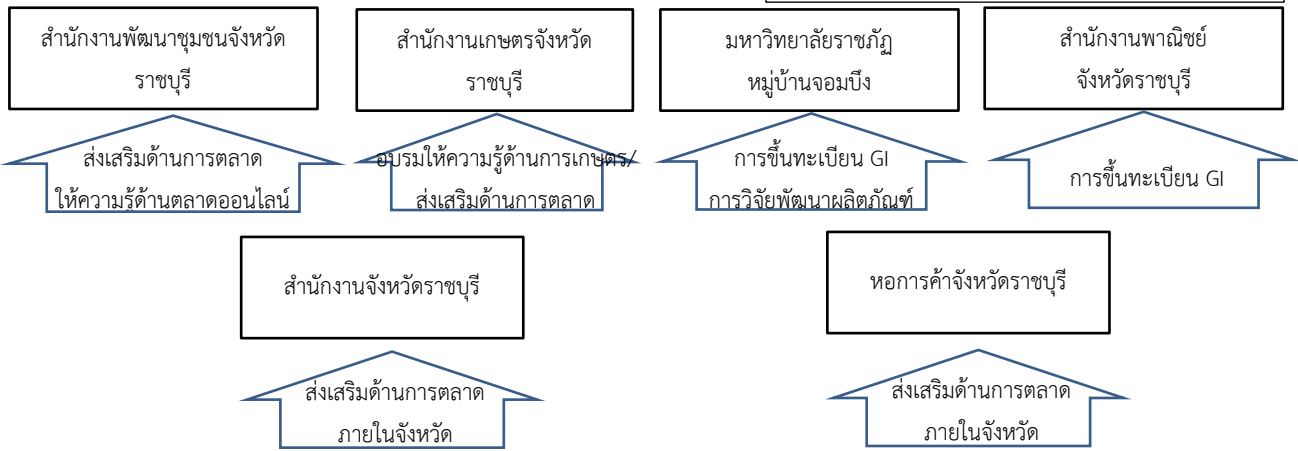
นอกจากนี้หน่วยงานต่างๆ ยังมีบทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ห่วงโซ่คุณค่าสัปดาห์ผลบ้านคาได้ ดังนี้ อบรมให้ความรู้ด้านการเกษตรให้แก่เกษตรกร โดยสำนักงานเกษตรจังหวัดราชบุรี ส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดราชบุรีและมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ส่งเสริมด้านการตลาดภายในจังหวัด สำนักงานจังหวัดราชบุรี หอการค้าจังหวัดราชบุรี และให้ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรี รายละเอียดดังภาพที่ 4.5

กิจกรรมที่สามารถสร้าง Value ให้สับปะรดบ้านคามากที่สุด :
 - การปลูกสับปะรดบ้านคาในพื้นที่ เพื่อให้ได้รสไม่หวานจัดไม่กัดลิ้น

Firm Infrastructure : พื้นที่ปลูกสับปะรดบ้านคาอยู่ในจังหวัดราชบุรี มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการในพื้นที่ และได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์				
Human Resource Management : แรงงานที่ใช้ในการผลิตมีทั้งแรงงานในครัวเรือน และแรงงานจ้าง เป็นแรงงานในพื้นที่ที่มีประสบการณ์ และใช้บริการเป็นประจำ				
Technology Development : ใช้เทคโนโลยีเครื่องตรวจสอบความหวาน และการตรวจสอบย้อนกลับ QR code				
Procurement : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการรับซื้อสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ในจังหวัดราชบุรีเท่านั้น				
Inbound Logistics (ต้นน้ำ) -การผลิตสับปะรดบ้านคา GI ในพื้นที่ที่ได้คุณภาพ	Operations (กลางน้ำ) -รวบรวมวัตถุดิบและบริหารจัดการคลังวัตถุดิบ	Outbound Logistics -จัดทำบรรจุภัณฑ์ โดยมีฉลาก ตราสินค้า รวมถึงตราสัญลักษณ์ GI -จัดส่งสินค้าตามช่องทางการจัดจำหน่าย	Marketing and Sales (ปลายน้ำ) -ช่องทางการจำหน่าย ได้แก่ ตลาดในจังหวัด ผู้บริโภคโดยตรง(เซนทรัล เดอะมอลล์) และจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า(บิ๊กซี แมคโคร) -ประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่างๆ -ใช้ตราสัญลักษณ์ GI	Services -การรับประกันคุณภาพ และรับเปลี่ยนคืนสินค้า -การตรวจสอบย้อนกลับ -รับผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

สับปะรดบ้านคา GI

Differentiation :
 - สับปะรดบ้านคาที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์
 - ผลิตภัณฑ์แสดงสัญลักษณ์ GI



ที่มา : จากการสำรวจ

ภาพที่ 4.5 ห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

4.1.6 การเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนสับปะรด

สับปะรดบ้านคา GI มีต้นทุนการผลิตรวมเฉลี่ยเท่ากับ 13,410.91 บาทต่อไร่ สูงกว่าต้นทุนการผลิตสับปะรดในจังหวัดราชบุรีที่มีต้นทุนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 12,633.03 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.80 เนื่องจากสับปะรดบ้านคา GI เกษตรกรต้องดูแลแปลง บำรุงรักษา ไร่ผลผลิตนานกว่า และใช้แรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ ส่งผลให้ต้นทุนสูงกว่า

ราคาสับปะรดบ้านคาผลสดที่เกษตรกรจำหน่ายได้ 10.03 บาทต่อกิโลกรัม สูงกว่าสับปะรดทั่วไปในจังหวัดราชบุรีที่จำหน่ายผลผลิตได้ 7.34 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 26.82 เมื่อพิจารณาจากผลผลิตต่อไร่และต้นทุนการผลิตแล้ว พบว่า สับปะรดบ้านคา GI มีผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ 27,226.94 บาท และต่อกิโลกรัม 6.72 บาท สูงกว่าสับปะรดจังหวัดราชบุรีที่มีผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ 14,324.59 บาท และต่อกิโลกรัม 3.90 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.39 และร้อยละ 41.70 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนสับปะรด ปี 2562

รายการ	หน่วย : บาท/ไร่	
	สับปะรดบ้านคา GI ^{1/}	สับปะรดจังหวัดราชบุรี ^{2/}
1. ต้นทุนผันแปร	12,183.40	11,552.13
2. ต้นทุนคงที่	1,227.51	1,080.90
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	13,410.91	12,633.03
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม	3.31	3.44
5. ผลผลิตต่อไร่(กิโลกรัม)	4,051.63	3,672.70
6. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กิโลกรัม)	10.03	7.34
7. ผลตอบแทนต่อไร่	40,637.85	26,957.62
8. ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่	27,226.94	14,324.59
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม	6.72	3.90

ที่มา : ^{1/} จากการสำรวจ

^{2/} ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

4.1.7 มูลค่าเพิ่มของสับปะรดบ้านคาในแต่ละระดับ

ราคาที่เกษตรกรจำหน่ายสับปะรดบ้านคาผลสด กิโลกรัมละ 10.03 บาท เมื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการนำมาคัดแยกทำความสะอาดพร้อมติดตราสินค้าจำหน่ายได้ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 33.33 บาท เมื่อเทียบสัดส่วนของผลตอบแทนสุทธิต่อต้นทุน พบว่า การผลิตสับปะรดผลสดของเกษตรกรมีสัดส่วนผลตอบแทนสุทธิต่อต้นทุน 2.03 การผลิตสับปะรดผลสดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการมีสัดส่วนผลตอบแทนสุทธิต่อต้นทุน 1.04 แสดงให้เห็นว่า เกษตรกรมีผลตอบแทนสุทธิต่อต้นทุนมากกว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ

มูลค่าเพิ่มของราคาขายระหว่างเกษตรกรกับวิสาหกิจชุมชนเท่ากับ 23.30 บาท มูลค่าเพิ่มของรายได้ระหว่างเกษตรกรกับวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ เท่ากับ 27,214,400 บาท แสดงให้เห็นว่าการผลิตสับปะรดบ้านคาเพื่อจำหน่ายผลสดภายใต้แบรนด์ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า รายละเอียดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 มูลค่าเพิ่มของสับปะรดบ้านคาในแต่ละระดับ

หน่วย : บาทต่อ 1 กิโลกรัม

รายการ	หน่วย	เกษตรกร	วิสาหกิจ/ผู้ประกอบการ
1. ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย	หน่วย/กก.	3.31	16.33
2. ราคาขายต่อหน่วย	บาท/กก.	10.03	33.33
3. ผลตอบแทนสุทธิ	บาท/กก.	6.72	17.00
4. ปริมาณผลผลิต	กิโลกรัม	1,168,000	1,168,000
5. ผลตอบแทนสุทธิต่อต้นทุน		2.03	1.04
6. มูลค่าเพิ่มของราคาขาย	บาท	10.03	23.30
7. รายได้ที่เพิ่มขึ้น	บาท	11,715,040	27,214,400
8. รายได้ที่เพิ่มขึ้นรวม	บาท		38,929,440

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2 แนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

4.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมดำเนินการจากการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง และการจัดประชุม Focus Group โดยกำหนดประเด็นจากการนำแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และแนวคิด Diamond Model มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก นำมาจัดลำดับความสำคัญโดยการให้คะแนน จากนั้นนำผลเบื้องต้นมาพิจารณาในที่ประชุม Focus Group ให้ผู้เกี่ยวข้องพิจารณาอีกครั้ง พร้อมทั้งจัดทำแนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1) ปัจจัยภายใน กำหนดประเด็นจากการนำแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า Value Chain มาวิเคราะห์ สรุปได้ดังนี้

1.1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics)

จุดแข็ง

สับปะรดบ้านคาผลสดเป็นสินค้าท้องถิ่นของจังหวัดราชบุรี ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ไม่มีพื้นที่อื่นใดสามารถผลิตลอกเลียนแบบได้

1.2) การปฏิบัติการ (Operation)

จุดแข็ง

- (1) เกษตรกรมีความรอบรู้ในการเพาะปลูกสับปะรดบ้านคา
- (2) เกษตรกรสามารถควบคุมคุณภาพสับปะรดบ้านคาได้
- (3) สับปะรดบ้านคามีสชาติที่เป็นเอกลักษณ์
- (4) มีการขึ้นทะเบียนสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จุดอ่อน

เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าได้เอง

1.3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics)

จุดแข็ง

- (1) การขนส่งสับปะรดบ้านคาไปยังแหล่งจำหน่ายปลายทางสะดวก
- (2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการทำบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม แสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน

ผลผลิตได้มาตรฐานตามที่กำหนด

1.4) การตลาดและการจำหน่าย (Marketing and Sales)

จุดแข็ง

- (1) ราคาจำหน่ายสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ราคาสูงกว่าสับปะรดสายพันธุ์เดียวกันที่ไม่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์
- (2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการมีการจำหน่ายผลผลิตหน้าร้านตนเอง
- (3) มีการนำตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แสดงบนผลิตภัณฑ์
- (4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการรับคำสั่งซื้อล่วงหน้าตามความต้องการของลูกค้า

1.5) การบริการ (Services)

จุดแข็ง

- (1) มีบริการปกเปลือกสับปะรดบ้านคาผลสดให้ผู้ซื้อ
- (1) มีบริการรับจัดสินค้าตามบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อต้องการ
- (2) มี QR Code ติดบนบรรจุภัณฑ์ให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบสินค้าย้อนกลับ

1.6) การจัดหา/จัดซื้อ(Procurement)

จุดแข็ง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการได้วัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่เป็น GI

จุดอ่อน

ปริมาณผลผลิตสับปะรดบ้านคามิไม่สม่ำเสมอ และไม่เพียงพอบางช่วงเวลา

1.7) การวิจัยและพัฒนา(Technology Development)

จุดอ่อน

เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุมาก ไม่ถนัดเรื่องการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

1.8) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Organization People and Methods)

จุดแข็ง

- เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการขอ GI การสร้างเรื่องราว GI น้อย

1.9) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Company Infrastructure)

จุดแข็ง

(1) เป็นแหล่งภูมิศาสตร์สับปะรดบ้านคา จังหวัดราชบุรี

(2) มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดประโยชน์จากการรวมกลุ่ม

รายละเอียดตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง/จุดอ่อน
1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) - สับปะรดบ้านคาผลสดเป็นสินค้าท้องถิ่นของจังหวัดราชบุรี ที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ไม่มีพื้นที่อื่นใดสามารถผลิตลอกเลียนแบบได้	จุดแข็ง
2) การปฏิบัติการ (Operations) - เกษตรกรมีความรอบรู้ เชี่ยวชาญในการเพาะปลูกสับปะรดบ้านคา - เกษตรกรสามารถควบคุมคุณภาพสับปะรดบ้านคาได้ - สับปะรดบ้านคามีสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ - มีการขึ้นทะเบียนสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ - เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าได้เอง	จุดแข็ง จุดแข็ง จุดแข็ง จุดแข็ง จุดอ่อน
3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) - การขนส่งสับปะรดบ้านคาไปยังแหล่งจำหน่ายปลายทางสะดวก - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการทำบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม แสดงมาตรฐานสินค้าครบถ้วน	จุดแข็ง จุดแข็ง
4) การตลาดและการขาย (Marketing and sales) - ราคาจำหน่ายสับปะรดบ้านคาที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ราคาสูงกว่าสับปะรดสายพันธุ์เดียวกันที่ไม่ได้การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการมีการจำหน่ายผลผลิตหน้าร้านตนเอง - มีการนำตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แสดงบนผลิตภัณฑ์ - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการรับคำสั่งซื้อล่วงหน้าตามความต้องการของที่ลูกค้า	จุดแข็ง จุดแข็ง จุดแข็ง จุดแข็ง

ตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(ต่อ)

ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง/จุดอ่อน
5)การบริการ (Services) - มีการบริการปกเปลือกล้างสับปะรดบ้านคาผลสดให้ผู้ซื้อ - มีบริการรับจัดสินค้าตามที่คุณต้องการ - มี QR Code ติดบนบรรจุภัณฑ์ในการตรวจสอบสินค้าย้อนกลับ	จุดแข็ง จุดแข็ง จุดแข็ง
6)การจัดหา/จัดซื้อ (Procurement) - กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการได้วัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่เป็น GI - ปริมาณผลผลิตสับปะรดบ้านคาไม่สม่ำเสมอ และไม่เพียงพอบางช่วงเวลา	จุดแข็ง จุดอ่อน
7)การวิจัยและพัฒนา(Technology Development) - เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุมาก ไม่ถนัดเรื่องการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่	จุดอ่อน
8)การบริหารทรัพยากรบุคคล (Organization People and Methods) - เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการขอ GI การสร้างเรื่องราว GI น้อย	จุดอ่อน
9)โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Company Infrastructure) - เป็นแหล่งภูมิศาสตร์สับปะรดบ้านคา จังหวัดราชบุรี - มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดประโยชน์จากการรวมกลุ่ม	จุดแข็ง จุดแข็ง

ที่มา : จากการสำรวจ

2) ปัจจัยภายนอก กำหนดประเด็นจากการนำแนวคิด Dimond Model มาพัฒนาและประเมินสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ 6 ด้าน ดังนี้

2.1) ปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions)

อุปสรรค

สภาพอากาศแปรปรวนส่งผลต่อปริมาณ และคุณภาพผลผลิต

2.2) อุปสงค์ (Demand Conditions)

โอกาส

รสนิยมผู้บริโภคมีความสนใจสินค้า GI ขึ้นมาก ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความเป็น

เอกลักษณ์

อุปสรรค

การศึกษาข้อมูลความต้องการของตลาดสินค้า GI มีน้อย

2.3) การแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context)

อุปสรรค

มีคู่แข่งทางการตลาดสูง หากกำหนดราคาสูงเกินไปผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปบริโภคสับปะรดผลสดสายพันธุ์อื่น เนื่องจากสับปะรดผลสดมีหลายสายพันธุ์

2.4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน(Related and Supporting Industries)

โอกาส

การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสินค้าตกเกรดสามารถสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นให้สินค้าได้

2.5) โอกาสธุรกิจ (Chance)

โอกาส

(1) ตลาดสินค้า GI มีมูลค่าการตลาดสูง

(2) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารช่วยในการศึกษา เรียนรู้การวางแผน

การตลาดได้ง่ายขึ้น

(3) ผู้บริโภคมีการซื้อขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น ขณะที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนให้มีการเปิด Platform ซึ่งเป็นโอกาสที่จะขายของออนไลน์ได้

อุปสรรค

(1) การขนส่งของผู้ให้บริการรับ-ส่งสินค้ามีความไม่แน่นอนของระยะเวลา ทำให้การ

จำหน่ายสับปะรดบ้านคาผลสดแบบออนไลน์เป็นไปได้ยาก

(2) ผู้บริโภคยังไม่ทราบถึงที่มาเรื่องราวของสินค้าอย่างแพร่หลาย

2.6) บทบาทของภาครัฐ (Government)

โอกาส

(1) มีหน่วยงานร่วมส่งเสริมสินค้า GI ภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน

(2) มีหน่วยงานภาครัฐระดับพื้นที่ให้ส่งเสริมและสนับสนุน ทั้งด้านการผลิต และการตลาด

อุปสรรค

(1)การเชื่อมโยงข้อมูลระดับจังหวัด และภูมิภาคเพื่อใช้ในการบริหารจัดการสินค้ามีน้อย

รายละเอียดตามตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

ปัจจัย	โอกาส/อุปสรรค
1)ปัจจัยการผลิต (Input Factor Conditions) -สภาพอากาศแปรปรวนส่งผลต่อปริมาณ และคุณภาพผลผลิต	อุปสรรค
2) อุปสงค์ (Demand Conditions) -รสนิยมผู้บริโภคมีความสนใจสินค้า GI ขึ้นมาก ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ -การศึกษาความต้องการของตลาดสินค้า GI น้อย	โอกาส อุปสรรค

ตารางที่ 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(ต่อ)

ปัจจัย	โอกาส/อุปสรรค
3) การแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context) -มีคู่แข่งทางการตลาดสูง หากกำหนดราคาสูงเกินไปผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปบริโภคสับปะรดผลสดสายพันธุ์อื่น เนื่องจากสับปะรดผลสดมีหลากหลายสายพันธุ์	อุปสรรค
4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) -การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสินค้าตกเกรดสามารถสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นให้สินค้าได้	โอกาส
5) โอกาสทางธุรกิจ(Chance) -ตลาดสินค้า GI มีมูลค่าการตลาดสูง -ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารช่วยในการศึกษา เรียนรู้การวางแผนการตลาดได้ง่ายขึ้น -ผู้บริโภคมีการซื้อขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น ขณะที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนให้มีการเปิด Platform ซึ่งเป็นโอกาสที่จะขายของออนไลน์ได้ -การขนส่งของผู้ให้บริการรับ-ส่งสินค้ามีความไม่แน่นอนของระยะเวลา ทำให้การจำหน่ายสับปะรดบ้านคาผลสดแบบออนไลน์เป็นไปได้ยาก -ผู้บริโภคยังไม่ทราบถึงที่มาเรื่องราวของสินค้าอย่างแพร่หลาย	โอกาส โอกาส โอกาส อุปสรรค อุปสรรค
6) บทบาทของภาครัฐ (Government) -มีหน่วยงานร่วมส่งเสริมสินค้า GI ภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน -มีหน่วยงานภาครัฐระดับพื้นที่ให้ส่งเสริมและสนับสนุน ทั้งด้านการผลิต และการตลาด -การเชื่อมโยงข้อมูลระดับจังหวัด และภูมิภาคเพื่อใช้ในการบริหารจัดการสินค้ามีน้อย	โอกาส โอกาส อุปสรรค

ที่มา : จากการสำรวจ และประชุม Focus Group

4.2.2 การเรียงตามลำดับความสำคัญสภาพแวดล้อม

1) ปัจจัยภายใน

1.1) จุดแข็ง พบว่า เกษตรกรมีความรอบรู้ ความเชี่ยวชาญในการเพาะปลูกสับปะรดสับปะรดบ้านคา มีค่าคะแนนสูงที่สุด เท่ากับ 4.29 คะแนน รองลงมา ได้แก่ มีการขึ้นทะเบียนสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สับปะรดบ้านคาเป็นสินค้าถิ่นของจังหวัดราชบุรี ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการได้วัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่เป็น GI สับปะรดบ้านคามีสชาติเป็น

เอกลักษณ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการทำบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมแสดงมาตรฐานสินค้าครบถ้วน มี QR Code ติดบนบรรจุภัณฑ์ในการตรวจสอบสินค้าย้อนกลับ เกษตรกรสามารถควบคุมคุณภาพสับปะรดบ้านคาได้ มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดประโยชน์จากการรวมกลุ่ม เป็นแหล่งภูมิศาสตร์สับปะรดบ้านคา มีบริการรับจัดสินค้าตามบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อต้องการ การขนส่งผลผลิตไปยังแหล่งจำหน่ายปลายทางสะดวก ราคาจำหน่ายสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ราคาสูงกว่าสับปะรดสายพันธุ์เดียวกันที่ไม่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีการนำตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แสดงบนผลิตภัณฑ์ มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการรับคำสั่งซื้อล่วงหน้าตามความต้องการของลูกค้า และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการมีการจำหน่ายผลผลิตหน้าร้านตนเอง มีค่าคะแนนตามลำดับดังตารางที่ 4.6

1.2) จุดอ่อน พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่อายุมากไม่ถนัดเรื่องการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ มีค่าคะแนนเท่าสูงที่สุดเท่ากับ 3.32 รองลงมา เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าได้เอง เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการขอ GI การสร้างเรื่องราว GI น้อย และปริมาณผลผลิตมีไม่สม่ำเสมอ และไม่เพียงพอ บางช่วงเวลา มีค่าคะแนนตามลำดับดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 สรุปปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในโดยการเรียงตามลำดับความสำคัญ

ปัจจัย	ค่าคะแนน	จุดแข็ง/จุดอ่อน
จุดแข็ง		
- เกษตรกรมีความรอบรู้ เชี่ยวชาญในการเพาะปลูกสับปะรดบ้านคา	4.29	S1
- มีการขึ้นทะเบียนสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	4.06	S2
- สับปะรดบ้านคาเป็นสินค้าถิ่นของจังหวัดราชบุรี ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ไม่มีพื้นที่อื่นใดสามารถผลิตลอกเลียนแบบได้	3.87	S3
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการได้วัตถุดิบจากแหล่งผลิตที่เป็น GI	3.87	S4
- สับปะรดบ้านคามีสชาติที่เป็นเอกลักษณ์	3.87	S5
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการทำบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม แสดงมาตรฐานสินค้าครบถ้วน	3.80	S6
- มี QR Code ติดบนบรรจุภัณฑ์ในการตรวจสอบสินค้าย้อนกลับ	3.80	S7
- เกษตรกรสามารถควบคุมคุณภาพสับปะรดบ้านคาได้	3.69	S8
- มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดประโยชน์จากการรวมกลุ่ม	3.63	S9
รวมกลุ่ม		
- เป็นแหล่งภูมิศาสตร์สับปะรดบ้านคา	3.50	S10
- มีบริการรับจัดสินค้าตามบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อต้องการ	3.50	S11
- การขนส่งผลผลิตไปยังแหล่งจำหน่ายปลายทางสะดวก	3.43	S12

ตารางที่ 4.6 สรุปปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในโดยการเรียงตามลำดับความสำคัญ(ต่อ)

ปัจจัย	ค่าคะแนน	จุดแข็ง/จุดอ่อน
- ราคาจำหน่ายสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์ราคาสูงกว่าสับปะรดสายพันธุ์เดียวกันที่ไม่ได้รับการรับรองสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์	3.20	S13
- มีการนำตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แสดงบนผลิตภัณฑ์	3.00	S14
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการรับคำสั่งซื้อล่วงหน้าตามความต้องการ ของลูกค้า	2.97	S15
- กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการมีการจำหน่ายผลผลิตหน้า ร้านตนเอง	2.90	S16
จุดอ่อน		
-เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุมาก ไม่ถนัดเรื่องการใช้เทคโนโลยี	3.32	W1
-เกษตรกรไม่สามารถกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าได้เอง	3.23	W2
-เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการขอ GI และการสร้างเรื่องราว GI น้อย	3.12	W3
-ปริมาณผลผลิตมีไม่สม่ำเสมอ และไม่เพียงพอบางช่วงเวลา	2.97	W4

ที่มา : จากการสำรวจและการประชุม Focus Group

2) ปัจจัยภายนอก

2.1) โอกาส คือ ผู้บริโภคมีการซื้อขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น ขณะที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนให้มีการเปิด Platform ซึ่งเป็นโอกาสที่จะขายของออนไลน์ได้ มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.57 รองลงมา ได้แก่ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารช่วยในการศึกษา เรียนรู้การวางแผนการตลาดได้ มีหน่วยงานร่วมส่งเสริมสินค้า GI ภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีหน่วยงานภาครัฐระดับพื้นที่ส่งเสริมและสนับสนุนด้านการผลิต การตลาด ตลาดสินค้า GI มีมูลค่าการตลาดสูง รสนิยมผู้บริโภคมีความสนใจสินค้า GI มากขึ้น ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสินค้าตกเกรดสามารถสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นให้สินค้าได้ มีค่าคะแนนตามลำดับดังตารางที่ 4.7

2.2) อุปสรรค คือ สภาพอากาศแปรปรวนส่งผลกระทบต่อปริมาณและคุณภาพผลิต มีค่าคะแนนเท่ากับ 4.30 รองลงมา ได้แก่ การเชื่อมโยงข้อมูลระดับจังหวัดและภูมิภาคเพื่อใช้ในการบริหารจัดการสินค้ามีน้อย การศึกษาความต้องการตลาดในสินค้า GI น้อย การขนส่งของผู้ให้บริการรับ-ส่งสินค้ามีความไม่แน่นอนของระยะเวลา ทำให้การจำหน่ายสับปะรดบ้านคาผลสดแบบออนไลน์เป็นไปได้ยาก ผู้บริโภคยังไม่ทราบถึงที่มาเรื่องราวของสินค้าอย่างแพร่หลาย และมีคู่แข่งทางการตลาดสูง หากกำหนดราคาสูงเกินไปผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปบริโภคสับปะรดสายพันธุ์อื่น เนื่องจากสับปะรดผลสดมีหลากหลายสายพันธุ์ มีค่าคะแนนตามลำดับดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 สรุปปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกโดยการเรียงตามลำดับความสำคัญ

ปัจจัย	ค่าคะแนน	โอกาส/อุปสรรค
โอกาส		
- ผู้บริโภคมีการซื้อขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น ขณะที่หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนให้มีการเปิด Platform ซึ่งเป็นโอกาสที่จะขายของออนไลน์ได้	3.57	O1
- ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารช่วยในการศึกษาเรียนรู้การวางแผนการตลาดได้	3.43	O2
- มีหน่วยงานร่วมส่งเสริมสินค้า GI ภาครัฐให้การสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน	3.43	O3
- มีหน่วยงานภาครัฐระดับพื้นที่ส่งเสริมและสนับสนุน ด้านการผลิตและการตลาด	3.33	O4
- ตลาดสินค้า GI มีมูลค่าการตลาดสูง	3.19	O5
- รสนิยมผู้บริโภคมีความสนใจสินค้า GI มากขึ้น ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์	3.07	O6
- การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสินค้าตกเกรดสามารถสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นให้สินค้าได้	2.05	O7
อุปสรรค		
- สภาพอากาศแปรปรวนส่งผลกระทบต่อปริมาณ และคุณภาพผลผลิต	4.30	T1
- การเชื่อมโยงข้อมูลระดับจังหวัด และภูมิภาคเพื่อใช้ในการบริหารจัดการสินค้ามีน้อย	3.70	T2
- การศึกษาความต้องการของตลาดสินค้า GI น้อย	3.65	T3
- การขนส่งของผู้ให้บริการรับ-ส่งสินค้ามีความไม่แน่นอนของระยะเวลา ทำให้การจำหน่ายสับปะรดบ้านคาผลสดแบบออนไลน์เป็นไปได้ยาก	3.43	T4
- ผู้บริโภคยังไม่ทราบถึงที่มาเรื่องราว ของสินค้าอย่างแพร่หลาย	3.03	T5
- มีคู่แข่งทางการตลาดสูง หากกำหนดราคาสูงเกินไปผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปบริโภคสับปะรดผลสดสายพันธุ์อื่น เนื่องจากสับปะรดผลสดมีหลากหลายสายพันธุ์	3.00	T6

ที่มา : จากการสำรวจ และการประชุม Focus Group

4.2.3 แนวทางการเพิ่มศักยภาพการผลิตและการตลาดสับปะรดบ้านคา

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ได้นำประเด็นต่างๆ มาจัดทำกลยุทธ์ตามแนวคิด TOWS Matrix ได้ดังนี้

1) กลยุทธ์ SO (ใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส) มี 3 กลยุทธ์ ดังนี้

1.1) พัฒนาสินค้าทุกกระบวนการผลิตให้สินค้ามีคุณภาพ เพื่อสร้างคุณค่าของสินค้าให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค (S1 O6)

1.2) สร้างจุดเด่นของสินค้าผ่านคุณภาพสินค้า และเรื่องราวที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากสับปะรดผลสดทั่วไป (S1 S3 S5 O5)

1.3) ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อยกระดับความเข้มแข็ง และสร้างอำนาจการต่อรองราคา (S1 S2 O4)

2) กลยุทธ์ ST (ใช้จุดแข็งหลีกเลี่ยงลดอุปสรรค) มี 4 กลยุทธ์ ดังนี้

2.1) ส่งเสริมการผลิตให้ตรงตามความต้องการตลาด โดยศึกษาความต้องการของสินค้า GI ของผู้บริโภค ทั้งสับปะรดผลสด ผลิตภัณฑ์แปรรูป และเชื่อมโยงข้อมูลสู่ชุมชนเพื่อผลิตให้ตรงตามความต้องการ รวมถึงเกษตรกร และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการผลิตได้ (S15 T3)

2.2) ส่งเสริมการผลิตเชื่อมโยงการท่องเที่ยว โดยมีจุดแข็งจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าเป็นพืชถิ่นของจังหวัด และธรรมชาติที่สวยงามเหมาะแก่การท่องเที่ยว เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน จึงควรประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปยังผลิตภัณฑ์ในชุมชน (S3 T5)

2.3) พัฒนาช่องทางการเชื่อมโยงระหว่างผู้ขายและผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการรับรู้ข่าวสารความต้องการของตลาด โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความพร้อมในการให้บริการตามที่คุณค่าที่ต้องการ มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพ โดยหน่วยงานภาครัฐในระดับพื้นที่ควรส่งเสริม และสรรหาช่องทางประชาสัมพันธ์ผ่านทางออนไลน์ รวมทั้งพัฒนาช่องทางการติดต่อโดยตรงผ่านทางหน้าร้าน (S4 S9 T2)

2.4) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมสำหรับการขายออนไลน์ และเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานการขนส่ง และช่วยป้องกันความเสียหายต่อผลผลิตที่จะเกิดขึ้น (S6 T4)

3) กลยุทธ์ WO (แก้ไขจุดอ่อน เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส) มี 2 กลยุทธ์ ดังนี้

3.1) ส่งเสริม และสนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การทำฟาร์มอัจฉริยะ มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้า ทดแทนแรงงาน และลดต้นทุนการผลิต (W1 W4 O2 O4)

3.2) ประชาสัมพันธ์สินค้าเน้นสร้างการรับรู้คุณสมบัติตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และรับรู้คุณค่าของสับปะรดบ้านคา เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณสมบัติ รสชาติ ของสินค้าที่แตกต่างจากสับปะรดสายพันธุ์อื่น (W2 O3 O5)

4) กลยุทธ์ WT (ลดความอ่อนแอหลีกเลี่ยงอุปสรรค) มี 1 กลยุทธ์ ดังนี้

4.1) ศึกษาข้อมูลด้านการตลาด และแนวโน้ม การศึกษาความต้องการตลาดของสินค้า GI มีน้อย จึงควรศึกษาความต้องการผู้บริโภคเพื่อให้ทราบทิศทางของตลาดและแนวโน้มความต้องการสินค้า (W4 T1 T3)

รายละเอียดตามตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix สับปะรดบ้านคา

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	S	W
O	<p>S1 O6 พัฒนาสินค้าทุกกระบวนการผลิตให้สินค้ามีคุณภาพ</p> <p>S1 S3 S5 O5 สร้างจุดเด่นของสินค้าผ่านคุณภาพสินค้า และเรื่องราวที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น</p> <p>S1 S2 O4 ส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อยกระดับความเข้มแข็งและสร้างอำนาจการต่อรองราคา</p>	<p>W1 W4 O2 O4 ส่งเสริม และสนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่</p> <p>W2 O3 O5 ประชาสัมพันธ์สินค้าเน้นสร้างการรับรู้คุณสมบัติตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และรับรู้คุณค่าของสับปะรดบ้านคา</p>
T	<p>S15 T3 ส่งเสริมการผลิตให้ตรงตามความต้องการตลาด</p> <p>S3 T5 ส่งเสริมการผลิตเชื่อมโยงการท่องเที่ยว</p> <p>S4 S9 T2 พัฒนาช่องทางการเชื่อมโยงระหว่างผู้ขายและผู้บริโภค</p> <p>S6 T4 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมสำหรับการขายออนไลน์ และเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานการขนส่ง</p>	<p>W4 T1 T3 ศึกษาข้อมูลด้านการตลาดและแนวโน้ม</p>

ที่มา : จากการสำรวจ

4.2.4 แนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และใช้ TOWS Matrix กำหนดกลยุทธ์ จะได้กลยุทธ์ SO WO ST และ WT รวม 10 กลยุทธ์ จากนั้นจึงนำมาจัดทำแนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ดังนี้

1) แนวทางที่ 1 การยกระดับผลิตภัณท์

เพิ่มจุดเด่น สร้างภาพลักษณ์สินค้าสับปรดบ้านคาผ่านเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากสับปรดทั่วไป โดยเน้นความมีคุณภาพและระดับมาตรฐานสินค้า

2) แนวทางที่ 2 การสร้างความเข้มแข็ง

2.1 ส่งเสริม และสนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การทำฟาร์มอัจฉริยะ มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้า ทดแทนแรงงาน และลดต้นทุนกระบวนการผลิต

2.2 พัฒนาบรรจุภัณท์และเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และช่วยป้องกันสับปรดบ้านคาได้รับความเสียหาย

2.3 จัดทำฐานข้อมูลตลอดโซ่อุปทาน เพื่อการบริหารจัดการทั้งระบบ ข้อมูลผู้ผลิต ปริมาณผลผลิต ผู้รวบรวม และคู่ค้า เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการวางแผนการผลิต การตลาด รองรับปริมาณความต้องการสินค้าได้

3) แนวทางที่ 3 การขยายช่องทางการตลาด

3.1 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าสินค้า และคุณค่าของสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อย่างต่อเนื่อง

3.2 สร้างช่องทางการเชื่อมโยงการรับรู้ข่าวสารความต้องการของตลาดระหว่างผู้ขาย และผู้บริโภค เพื่อให้สามารถผลิตได้ตามความต้องการ โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการสื่อสาร

3.3 ขยายตลาดเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยว โดยเน้นจุดแข็งจากแหล่งวัตถุดิบที่ใช้เป็นพืชถิ่นของจังหวัดและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของสับปรดบ้านคา

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

การศึกษาแนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทาน โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาอธิบายข้อมูลทั่วไป การวิเคราะห์โซ่อุปทาน และห่วงโซ่คุณค่าในการผลิตสับปะรดบ้านคาคา เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาคานำไปสู่แนวทางการพัฒนาสับปะรดบ้านคาคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1.1 โซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าสับปะรดบ้านคาคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

1) โซ่อุปทานของสับปะรดบ้านคาคา คือ เกษตรกรมีวัตถุดิบในการผลิต ประกอบด้วยหน่อพันธุ์ สารเคมี/สารชีวภาพ และสารอื่นๆ ผลผลิตจำหน่ายแบบสับปะรดผลสด การจำหน่ายโดยเกษตรกรจำหน่ายผลผลิตให้กับผู้บริโภคโดยตรง และเกษตรกรขายให้วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการซึ่งนำไป จัดทำบรรจุภัณฑ์ แปรรูป และจำหน่ายไปยังตลาดภายในจังหวัด ห้างสรรพสินค้า ค้าส่ง ค้าปลีก และจำหน่ายผ่านหน้าร้านตนเองให้ผู้บริโภค

2) ห่วงโซ่คุณค่าในการประกอบธุรกิจสับปะรดบ้านคาคาของเกษตรกร

กิจกรรมหลัก เกษตรกรจัดซื้อ จัดหา ปัจจัยการผลิตจากแหล่งที่เชื่อถือได้เป็นหลัก โดยพันธุ์สับปะรดบ้านคาคาต้องเป็นพันธุ์ปัตตาเวียเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะจัดหาหน่อพันธุ์จากแปลงตนเอง ในส่วนของปุ๋ย และสารเคมี/สารชีวภาพ เกษตรกรจะซื้อจากร้านค้าในพื้นที่ โดยซื้อตามความเหมาะสมของสภาพในแต่ละแปลงและเทคนิคในแต่ละบุคคล มีการบำรุงลำต้น ผลตามระยะการเจริญเติบโตจนสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้

กิจกรรมสนับสนุน เกษตรกรจัดหาหน่อพันธุ์ที่มีขนาดใกล้เคียงกัน และจัดซื้อปุ๋ย สารเคมี/สารชีวภาพตามความต้องการ มีการใส่ปุ๋ยแบบสาดทางใบ เพื่อให้สับปะรดได้รับสารอาหารเพื่อเร่งการเจริญเติบโตทางลำต้น ในการผลิตสับปะรดบ้านคาคา เกษตรกรส่วนใหญ่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแบบแปลงใหญ่ ด้านเงินทุนส่วนใหญ่เกษตรกรใช้เงินตนเอง

3) ห่วงโซ่คุณค่าในการประกอบธุรกิจสับปะรดบ้านคาคาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ

กิจกรรมหลัก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ ซื้อผลผลิตที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สับปะรดบ้านคาคา โดยทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการจะเป็นผู้ว่าจ้างแรงงานออกไปเก็บผลผลิตเอง เมื่อรับผลผลิตเข้ามา นำผลผลิตเข้าสู่กระบวนการทำความสะอาด การคัดแยก การบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ของทางกลุ่มวิสาหกิจ/ผู้ประกอบการ ส่วนผลผลิตที่ไม่ตรงตามขนาดที่ต้องการจะนำไปแปรรูป เป็นน้ำสับปะรด สับปะรดกวน และสับปะรดหยี ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านการทำแบรนด์ส่งให้ห้างสรรพสินค้า ค้าส่ง

ค้าปลีก การจำหน่ายหน้าร้าน โดยมีการระบุมาตรฐานสินค้า และตราสัญลักษณ์ GI ที่ชัดเจน การบริการมีการบริการรับคืนสินค้า และจัดบรรจุภัณฑ์ตามคำสั่งซื้อ

กิจกรรมสนับสนุน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน/ผู้ประกอบการ จัดซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรแบบแปลงใหญ่ มีการนำเทคโนโลยีในการตรวจสอบความหวานมาตรฐานตรวจสอบคุณภาพ การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดำเนินการโดยประธานกลุ่มวิสาหกิจเพียงผู้เดียว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใช้เงินทุนตนเอง และเงินทุนจากธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Bank)

4) ห่วงโซ่คุณค่าสับปรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

กิจกรรมหลัก เกษตรกรผลิตสับปรดบ้านคาผลสด ในพื้นที่อำเภอบ้านคา อำเภอปากท่อ อำเภอบึง และอำเภอสวนผึ้ง โดยใช้หน่อพันธุ์สายพันธุ์ปัตตาเวียที่ปลูกในพื้นที่เท่านั้น และปฏิบัติตามขั้นตอนการผลิตที่ได้รับการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับสับปรดบ้านคา(GAP) แล้วจำหน่ายผลผลิตให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ มีการตรวจสอบ คัดคุณภาพ ตัดตราสินค้าที่ระบุแหล่งที่มาอย่างชัดเจน รวมถึงแสดงตราสัญลักษณ์ GI โดยช่องทางการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นห้างสรรพสินค้า คำส่ง คำปลีก และจำหน่ายผ่านหน้าร้านตนเองในห้างสรรพสินค้า ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดราคา นอกจากนี้หากสินค้ามีคุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด สามารถเปลี่ยนสินค้าได้ และมีบริการตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ได้แก่ บริการปอกเปลือก บริการคั้นน้ำสด และจัดทำเป็นกระเช้าของฝาก

กิจกรรมสนับสนุน เกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสับปรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรสมาชิกผู้ผลิตในพื้นที่เท่านั้น และมีการใช้เครื่องมือในการตรวจสอบคุณภาพความหวาน พร้อมทั้งมี QR Code ให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบข้อมูลของสินค้าได้

กิจกรรมที่สร้างมูลค่าให้สับปรดบ้านคามากที่สุด คือ การผลิตสับปรดบ้านคาในจังหวัดราชบุรีเพื่อให้ได้รสชาติไม่หวานจัด ไม่กัดลิ้น ซึ่งแตกต่างจากสับปรดแหล่งอื่น อีกทั้งยังมีการแสดงตราสัญลักษณ์การรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์บนบรรจุภัณฑ์ และการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ยังมีบทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สับปรดบ้านคาได้อีกด้วย

5) เปรียบเทียบต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนสับปรด

สับปรดบ้านคา GI มีต้นทุนการผลิตรวมเฉลี่ยเท่ากับ 13,410.91 บาทต่อไร่ สูงกว่าต้นทุนการผลิตสับปรดในจังหวัดราชบุรีที่มีต้นทุนรวมเฉลี่ยเท่ากับ 12,633.03 บาทต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.80 เนื่องจากสับปรดบ้านคา GI เกษตรกรต้องดูแลแปลง บำรุงรักษา ไร่ผลผลิตนานกว่า และใช้แรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ ส่งผลให้ต้นทุนสูงกว่า ราคาสับปรดบ้านคาผลสดที่เกษตรกรจำหน่ายได้ 10.03 บาทต่อกิโลกรัม สูงกว่าสับปรดทั่วไปในจังหวัดราชบุรีที่จำหน่ายผลผลิตได้ 7.34 บาทต่อกิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 26.82 เมื่อพิจารณาจากผลผลิตต่อไร่และต้นทุนการผลิตแล้ว พบว่า สับปรดบ้านคา GI มีผลตอบแทนสุทธิต่อไร่

27,226.94 บาท และต่อกิโลกรัม 6.72 บาท สูงกว่าสับประรดจังหวัดราชบุรีที่มีผลตอบแทนสุทธิต่อไร่ 14,324.59 บาท และต่อกิโลกรัม 3.90 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.39 และร้อยละ 41.70 ตามลำดับ

6) ส่วนต่างของราคาสับประรดในแต่ละระดับ

ราคาที่เกษตรกรจำหน่ายสับประรดบ้านคาผลสด กิโลกรัมละ 10.03 บาท เมื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการนำคัดแยกทำความสะอาดพร้อมติดแบรนด์จำหน่ายได้ราคาเฉลี่ยกิโลกรัมละ 33.33 บาท มูลค่าเพิ่มของราคาขายระหว่างเกษตรกรกับวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการเท่ากับ 23.30 บาท มูลค่าเพิ่มของรายได้ระหว่างเกษตรกรกับวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการ เท่ากับ 27,214,400 บาท แสดงให้เห็นว่าการผลิตสับประรดบ้านคาเพื่อจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า

5.1.2 แนวทางการพัฒนาสับประรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และใช้ TOWS Matrix กำหนดกลยุทธ์ จะได้กลยุทธ์ SO WO ST และ WT รวม 10 กลยุทธ์ จากนั้นจึงนำมาจัดทำแนวทางการพัฒนาสับประรดบ้านคาที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ดังนี้

1) แนวทางที่ 1 การยกระดับผลิตภัณฑ์

เพิ่มจุดเด่น สร้างภาพลักษณ์สินค้าสับประรดบ้านคาผ่านเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์มีความโดดเด่นแตกต่างจากสับประรดทั่วไป โดยเน้นความมีคุณภาพ และระดับมาตรฐานสินค้า

2) แนวทางที่ 2 การสร้างความเข้มแข็ง

2.1) ส่งเสริม และสนับสนุนการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การทำฟาร์มอัจฉริยะ มาใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้า ทดแทนแรงงาน และลดต้นทุนกระบวนการผลิต

2.2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และเพิ่มศักยภาพด้านโลจิสติกส์ เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐาน และช่วยป้องกันสับประรดบ้านคาได้รับความเสียหาย

2.3) จัดทำฐานข้อมูลตลอดโซ่อุปทาน เพื่อการบริหารจัดการระบบทั้งระบบ ข้อมูลผู้ผลิต ปริมาณผลผลิต ผู้รวบรวม และคู่ค้า เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการวางแผนการผลิต การตลาด รองรับปริมาณความต้องการสินค้าได้

3) แนวทางที่ 3 การขยายช่องทางการตลาด

3.1) ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าสินค้า และคุณค่าของสินค้าที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ อย่างต่อเนื่อง

3.2) สร้างช่องทางการเชื่อมโยงการรับรู้ข่าวสารความต้องการของตลาดระหว่างผู้ขายและผู้บริโภค เพื่อให้สามารถผลิตได้ตามความต้องการ โดยนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการสื่อสาร

3.3) ขยายตลาดเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยว โดยเน้นจุดแข็งจากแหล่งวัตถุดิบที่ใช้เป็นพืชถิ่นของจังหวัดและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของสับประรดบ้านคา

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้คุณค่าของสินค้าที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

5.2.2 ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทุกแปลงที่ทำการปลูก สับปะรดบ้านคา

5.2.3 ส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรเรียนรู้ช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์หลากหลายรูปแบบ

5.2.4 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีการวางแผนกระจายความเสี่ยงในการรับผลผลิตให้กับเกษตรกร ในฤดูกาลที่ผลผลิตออกมากจนเกินความต้องการ

5.2.5 ควรมีการศึกษาการจัดการ การวิเคราะห์ เรื่องการแปรรูป เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการวางแผนการจัดการผลิตในปีที่มีปริมาณผลผลิตมาก รวมถึงการพัฒนาในระยะต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2560). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.ipthailand.go.th/th/gi-011.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์. (2561). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.ipthailand.go.th/th/gi-001.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- ชนิตา พันธุ์มณี และอัมรินทร์ ศิริแก้ว. (2556). แนวทางการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟอาราบิก้าอินทรีย์ในภาคเหนือของประเทศไทย การประยุกต์ใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://librae.mju.ac.th/goverment/20111119104834_librae/Doc_25580316_111559_688862.PDF (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- ชญัญญภัค หล้าแหล่งและคณะ. (2560). การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ทุเรียนในภาคใต้. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5920017 (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- ฐารตี วงศ์ษา. (2557). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าชาวมะลิลำปาง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://it.nation.ac.th/research/ntu/files/5601131052210f.pdf> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- ณิชนันท์ คุปตานนท์ และคณะ. (2561). การศึกษาเรื่องข้าวเลี้ยงปากกรอ: สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสิทธิชุมชนภายใต้ชุดโครงการพัฒนาเครือข่ายพันธกิจสัมพันธ์ ม.อ. เพื่อชุมชนเข้มแข็ง.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2016/11880/1//ข้าวเลี้ยงปากกรอ%20สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เพื่อสิทธิชุมชน.pdf> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- ทิชากร เกสรบัว และฉานนัท ปิ่นเสม. (2561). กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)กลุ่มเบญจบุรพา สู่อุตสาหกรรมไทย-กัมพูชา (ด้านอรัญประเทศ)ด้วยการวิเคราะห์ SWOT. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.journal.rmutt.ac.th/index.php/business/article/download/1413/884> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- นินธนา เอี่ยมสะอาดและคณะ. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มห่วงโซ่คุณค่าทุเรียนทอดกรอบ จังหวัดชุมพร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG5950113 (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- พัชรี หล้าแหล่ง. (2554). แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกกาแฟจังหวัดชุมพร จำกัด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/28159>. (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).

พินธกานต์ ชูจันทร์. (2558). ปัญหาความสอดคล้องกับมาตรฐานสากลของพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้
ภูมิศาสตร์ พ.ศ.2546. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/
123456789/2140/1/phunthakan_choo.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2140/1/phunthakan_choo.pdf) (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).

พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์. (2537,21 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่111 ตอนที่ 59ก. หมวดที่ 1 ลิขสิทธิ์
ส่วนที่ 3 การคุ้มครองลิขสิทธิ์. หน้าที่ 7. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<http://www.rathakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2537/A/059/1.PDF>(วันที่สืบค้น: 14 กรกฎาคม
2564).

ยรรยง ศรีสม.(2553).ห่วงโซ่คุณค่าในงานโลจิสติกส์(Value Chain).[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก:
https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN210B_p30-33.pdf(วันที่สืบค้น
ข้อมูล:16 ธันวาคม 2562)

รังสรรค์ เนียมสนิทและคณะ. (2549). แนวทางการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)
ข้าวหอมมะลิเพื่อการส่งออก. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [https://home.kku.ac.th/nesi/
AcademicDocuments/VCJR-Book.pdf](https://home.kku.ac.th/nesi/AcademicDocuments/VCJR-Book.pdf) (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).

เร่งชัย ต้นสุชาติ และคณะ. (2557). ห่วงโซ่คุณค่าของปลานิลในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย. [ออนไลน์].
เข้าถึงได้จาก: [http://librae.mju.ac.th/goverment/20111119104834_
Doc_25571127130444_258192.PDF](http://librae.mju.ac.th/goverment/20111119104834_librae/Doc_25571127130444_258192.PDF) (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).

วาสนา สุวรรณวิจิตร และสมพงษ์ พรหมสะอาด. (2558) ได้วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของกาแฟดอยช้างและ
กาแฟดอยตุง. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [file:///C:/Users/piangchit.jit/Downloads/
\(วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562\).](file:///C:/Users/piangchit.jit/Downloads/)

วุฒิชัย เครือไกรวรรณ. (2559). การศึกษาห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
ของเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดชัยภูมิ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<https://gsmis.gs.kku.ac.th/publish/details/22009> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2553).โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://tdri.or.th/2012/09/a148/> (วันที่สืบค้น
ข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).

สถาบันนานาชาติเพื่อเอเชียแปซิฟิกศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2555). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:
<https://www.ipthailand.go.th/th/gi-002.html> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. (2560). คู่มือการจัดทำระบบควบคุมคุณภาพและ
มาตรฐานสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าสับปะรดบ้านคา.

- สมบัติ ผาคา และคณะ. (2558). การจัดการการผลิตข้าวหอมมะลิของเกษตรกรกรณีศึกษาในพื้นที่อำเภอ พายัพภูมิพิสัยจังหวัดมหาสารคาม. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.bba.ubru.ac.th/JournalBBA/search/file/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- สมศักดิ์ เปรียบพร้อม. (2531). การจัดการฟาร์มประยุกต์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/54910104/bibliography.pdf (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- สุชีลา เตชะวงศ์เสถียร. (2558). การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์รูปแบบและกระบวนการจัดการยื่นขอขึ้นทะเบียน GI ของพริกไทยภาคปอดใน ประเทศกัมพูชา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://conference.kku.ac.th/colaimg/files/articles/b56f8-o-115-sreymom-phath.pdf>. (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- สุริรัตน์ ศรีทะแก้ว และสุเทพ นิมไสย. (2556). การวิเคราะห์โซ่อุปทานและความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการส่งออกของผลไม้สดไทยไปยังตลาดสหภาพเมียนมาร์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://jms.cru.ac.th/datas/MJ_22_2_2556_29_ExJournal.pdf (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- โสพิศ พงศ์รัตน์. (2559). การจัดการเชิงกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ปลาส้มในพื้นที่จังหวัดยะลา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://wb.yru.ac.th/bitstream/yr/229/1/โสพิศ%20พงศ์รัตน์.pdf>. (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2558). แนวคิดระบบโซ่อุปทานสินค้าเกษตรตามยุทธศาสตร์การพัฒนา โลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคเกษตร. ยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานภาคเกษตร พ.ศ. 2556-2559 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- สำนักโลจิสติกส์ กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2558). รูปแบบโครงสร้างซัพพลายเชน [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.iok2u.com/index.php/article/logistics-supply-chain/1103-supply-chain-model> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- สำนักงาน ก.พ. (2562). การสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://sesc.ocsc.go.th/filemanager/userfiles/Short584.pdf> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- อภิชาติ โสภางแดง. (2552). การศึกษาระบบจัดการโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.tnrr.in.th/?page=result_search&record_id=148947 (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).
- อังคณา สุวรรณภูฏ. (2561). GI สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://doa.go.th/pibai/pibai/n16/v_4-may/ceaksong.html (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562)

เอกชัย อภิศักดิ์กุล และทรงศนะ บุญขวัญ. (2553). คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ. 280 หน้า
Michael Porter.(1980). The Value Chain. From Competitive Advantage. [ออนไลน์]. เข้าถึง
ได้จาก: http://people.tamu.edu/~v-buenger/466/Value_Chain.pdf (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16
ธันวาคม 2562).

Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://people.tamu.edu/~v-buenger/466/Value_Chain.pdf
(วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 ธันวาคม 2562).

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์เกษตรกร



แบบสัมภาษณ์ เกษตรกร

เรื่อง แนวทางการพัฒนาสินค้าเกษตรเพื่อให้ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าสับปะรดบ้านคา

ชื่อผู้ให้ข้อมูล(นาย/นาง/น.ส.).....นามสกุล.....โทรศัพท์.....
บ้านเลขที่ หมู่ที่ ชื่อบ้านตำบลอำเภอ.....จังหวัด.....

คำชี้แจง โปรดกรอกรายละเอียดหรือทำเครื่องหมาย✓ ลงในช่อง

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 เพศ

1.ชาย 2.หญิง

1.2 อายุ ปี

1.3 ระดับการศึกษา

1. ไม่ได้เรียนหนังสือ 2. ประถมศึกษา 3. มัธยมศึกษาตอนต้น 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย
 5. ปวส./อนุปริญญา 6. ปริญญาตรี 7. สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 ประสบการณ์ในการทำเกษตร ปี

ประสบการณ์ในการปลูกสับปะรด ปี

1.5 พื้นที่เพาะปลูกสับปะรด.....ไร่ พื้นที่เก็บเกี่ยวสับปะรด.....ไร่

ลักษณะการถือครอง	จำนวนพื้นที่
<input type="checkbox"/> 1.ของตนเองไร่.....งาน.....ตรว.
<input type="checkbox"/> 2.เช่าไร่.....งาน.....ตรว.
<input type="checkbox"/> 3.ทำฟรีไร่.....งาน.....ตรว.
<input type="checkbox"/> 4.อื่น ๆ ระบุ.....ไร่.....งาน.....ตรว.

1.6 มีดที่1.....ไร่ มีด2ไร่ มีด3ขึ้นไป.....ไร่

1.7 ปริมาณผลผลิตเฉลี่ย.....กิโลกรัม/ไร่

1.8 ราคาที่ขายได้.....บาท/กิโลกรัม

1.9 พื้นที่ 1. ในเขตชลประทาน 2. นอกเขตชลประทาน

1.10 แหล่งน้ำที่ใช้ในการปลูกสับปะรด (เรียงลำดับจากมาก ไป น้อย)

-1. น้ำฝน
2. แหล่งน้ำตามธรรมชาติ (เช่น ห้วย หนอง คลอง บึง แม่น้ำ)
3. บ่อน้ำ
4. น้ำจากชลประทาน
5. อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า

- กิจกรรมหลัก

1. โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistic)

1.1 หน่อพันธุ์

- 1) แหล่งที่มาของหน่อพันธุ์
 เก็บหน่อพันธุ์เอง เนื่องจาก.....
 ซื้อจากแหล่งจำหน่าย จากแหล่ง.....
- 2) ปริมาณหน่อพันธุ์ที่ใช้.....หน่อ/ไร่
- 3) ราคาหน่อพันธุ์.....บาท/หน่อ
- 4) การขนส่งหน่อพันธุ์
 1. ขนส่งด้วยตนเอง 2. จ้างขนส่ง 3. ผู้ขายรับภาระขนส่งเอง
- 5) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งหน่อพันธุ์.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)
- 6) ประเภทรถ.....
- 7) การจัดเก็บหน่อพันธุ์
 1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า)
 2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บแต่เก็บไว้บริเวณบ้าน (เช่น เก็บไว้ข้างบ้าน/ใต้ถุนบ้าน)
 3. อื่น ๆ ระบุ.....

1.2 ปุ๋ยเคมี ชนิด.....

- 1) แหล่งที่มาของปุ๋ยเคมี
 ทำใช้เอง เนื่องจาก.....
 ซื้อจากแหล่งจำหน่าย จากแหล่ง.....
- 2) ปริมาณปุ๋ยเคมี ใช้.....กิโลกรัม/ไร่
- 3) ราคาปุ๋ยเคมี.....บาท/กิโลกรัม

4) การขนส่งปุ๋ยเคมี

1. ขนส่งด้วยตนเอง 2. จ้างขนส่ง 3. ผู้ขายรับภาระขนส่งเอง

5) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งปุ๋ยเคมี.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)

6) ประเภทรถ.....

7) การจัดเก็บปุ๋ยเคมี

1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า)
 2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บแต่เก็บไว้บริเวณบ้าน (เช่น เก็บไว้ข้างบ้าน/ใต้ถุนบ้าน)
 3. อื่น ๆ ระบุ.....

1.3 ปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์ ชนิด.....

1) แหล่งที่มาของปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์

- ทำใช้เอง เนื่องจาก.....
 ซื้อจากแหล่งจำหน่าย จากแหล่ง.....

2) ปริมาณปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์ ใช้.....กิโลกรัม/ไร่

3) ราคาปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์.....บาท/กิโลกรัม

4) การขนส่งปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์

1. ขนส่งด้วยตนเอง 2. จ้างขนส่ง 3. ผู้ขายรับภาระขนส่งเอง

5) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/

ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)

6) ประเภทรถ.....

7) การจัดเก็บปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์

1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า)
 2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บแต่เก็บไว้บริเวณบ้าน (เช่น เก็บไว้ข้างบ้าน/ใต้ถุนบ้าน)
 3. อื่น ๆ ระบุ.....

1.4 สารเคมี ชนิด.....

1) แหล่งที่มาของสารเคมี

- ทำใช้เอง เนื่องจาก.....
 ซื้อจากแหล่งจำหน่าย จากแหล่ง.....

2) ปริมาณสารเคมีที่ใช้.....กิโลกรัม(ลิตร)/ไร่

3) ราคาสารเคมี.....บาท/กิโลกรัม(ลิตร)

4) การขนส่งสารเคมี 1.ขนส่งด้วยตนเอง 2.จ้างขนส่ง 3. ผู้ขายรับภาระขนส่งเอง

5) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสารเคมี.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)

6) ประเภทรถ.....

7) การจัดเก็บสารชีวภาพ

1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า)
2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บแต่เก็บไว้บริเวณบ้าน (เช่น เก็บไว้ข้างบ้าน/ใต้ถุนบ้าน)
3. อื่น ๆ ระบุ.....

1.5 สารชีวภาพ ชนิด.....

1) แหล่งที่มาของสารชีวภาพ

- ทำให้อง เนื่องจาก.....
- ซื้อจากแหล่งจำหน่าย จากแหล่ง.....

2) ปริมาณสารชีวภาพที่ใช้.....กิโลกรัม(ลิตร)/ไร่

3) ราคาสารชีวภาพ.....บาท/กิโลกรัม(ลิตร)

4) การขนส่งสารชีวภาพ 1.ขนส่งด้วยตนเอง 2.จ้างขนส่ง 3. ผู้ขายรับภาระขนส่งเอง

5) ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสารชีวภาพ.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)

6) ประเภท.....

7) การจัดเก็บสารชีวภาพ

1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า)
2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บแต่เก็บไว้บริเวณบ้าน (เช่น เก็บไว้ข้างบ้าน/ใต้ถุนบ้าน)
3. อื่น ๆ ระบุ.....

2. การปฏิบัติการ (Operation)

2.1 การเตรียมดิน

- การตรวจวิเคราะห์ดิน 1.ตรวจ 2.ไม่ตรวจ

รายละเอียด.....

- ไถ จำนวน.....ครั้ง 1. ด้วยตนเอง
2. จ้าง ค่าจ้าง.....บาท/ไร่

รายละเอียด (ไถอะไรบ้าง ประเภทไถ ใช้เวลาเท่าไร แรงงานเท่าไร)

2.2 การปลูก

- ด้วยตนเอง แรงงานคน จ้างแรงงานคน ค่าจ้าง.....บาท/ไร่
- ด้วยตนเอง เครื่องจักร จ้างเครื่องจักร ค่าจ้าง.....บาท/ไร่

รายละเอียด (การเตรียมหน้าพนักก่อนปลูก วิธีการปลูก ใช้เวลาเท่าไร แรงงานกี่คน เครื่องจักรอะไร)

.....

.....

.....

2.3 การดูแลรักษา

- ใส่ปุ๋ย จำนวน.....ครั้ง 1. ด้วยตนเอง
 2. จ้าง ค่าจ้าง.....บาท/ไร่

รายละเอียด (ใส่ปุ๋ยชนิดใด วิธีการใส่ ใช้เวลาเท่าไร แรงงานกี่คน เครื่องจักรอะไร)

.....

.....

- สารเคมี/ชีวภาพ(บำรุงระหว่างปลูก) จำนวน.....ครั้ง 1. ด้วยตนเอง
 2. จ้าง ค่าจ้าง.....บาท/ไร่

รายละเอียด (ใส่สารชนิดใด วิธีการใส่ ใช้เวลาเท่าไร แรงงานกี่คน เครื่องจักรอะไร ใส่เพื่ออะไร)

.....

.....

- สารเคมี/ชีวภาพ(กำจัดวัชพืช ศัตรูพืช) จำนวน.....ครั้ง 1. ด้วยตนเอง
 2. จ้าง ค่าจ้าง.....บาท/ไร่

รายละเอียด (ใส่สารชนิดใด วิธีการใส่ ใช้เวลาเท่าไร แรงงานกี่คน เครื่องจักรอะไร ใส่เพื่ออะไร)

.....

.....

2.4 การบริหารจัดการน้ำ

- แหล่งน้ำของตนเอง 1.มี
 2.ไม่มี
- การให้น้ำ จำนวน.....ครั้ง 1. ด้วยตนเอง โดย.....
 2. จ้าง โดย.....ค่าจ้าง.....บาท/ไร่
- ค่าน้ำมัน.....บาท/ไร่

รายละเอียด (ใช้เครื่องสูบน้ำชนิดใด ระยะเวลาสูบน้ำ จ้างเฝ้าเครื่องหรือเช่าเครื่องสูบน้ำ)

.....

.....

3. โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistic)

3.1 การเก็บเกี่ยว

- ด้วยตนเอง แรงงานคน จ้างแรงงานคน ค่าจ้าง.....บาท/ไร่
- ด้วยตนเอง เครื่องจักร จ้างเครื่องจักร ค่าจ้าง.....บาท/ไร่

รายละเอียด (วิธีการเก็บ ใช้เวลาเท่าไร แรงงานกี่คน เครื่องจักรอะไร)

3.2 สถานที่จัดเก็บผลผลิต

1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า) ค่าใช้จ่ายคลังสินค้า.....บาท/เดือน
2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บแต่เก็บไว้บริเวณบ้าน (เช่น เก็บไว้ข้างบ้าน/ใต้ถุนบ้าน)
3. ไม่มีสถานที่จัดเก็บ เก็บผลผลิตแล้วขนไปขายเลย
4. อื่น ๆ ระบุ.....

3.3 การขนส่งผลผลิต

- 1.ขนส่งด้วยตนเอง 2.จ้างขนส่ง 3. ลูกค้ารับภาระขนส่งเอง

ประเภทรถ.....

ขนาดบรรทุก.....ตัน/เที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)

ระยะทางจากนาถึงสถานที่จำหน่าย.....กิโลเมตร

3.4 การแปรรูปสินค้า

- 1.มีการแปรรูป ระบุรายละเอียด.....

- 2.ไม่มีการแปรรูป ข้ามไปตอบข้อ 4

1) สถานที่แปรรูป

- 1.ของตนเอง 2. ของกลุ่ม 3. จ้างแปรรูป ระบุ.....

2) กำลังการผลิต.....ตัน/วัน

3) ค่าใช้จ่ายในการแปรรูป.....บาท/.....

4) ราคาจำหน่ายผลผลิตที่แปรรูปแล้ว.....บาท/กิโลกรัม

5) สถานที่จัดเก็บผลผลิต

1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า) ค่าใช้จ่ายคลังสินค้า.....บาท/เดือน

2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บ แปรรูปเสร็จส่งเลย

3. อื่น ๆ ระบุ.....

6) บรรจุภัณฑ์ ขนาดใดบ้าง ระบุ.....

7) ลักษณะบรรจุภัณฑ์ใส่ผลผลิตส่งมอบลูกค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ไม่มีบรรจุภัณฑ์ 2. กล่องไม้ / ลังไม้ 3. กล่องกระดาษ / ลังกระดาษ 4. ถุงพลาสติก
 5. กระสอบ 6. ถุงสุญญากาศ 7. อื่นๆ ระบุ.....

8) ต้นทุนในการทำบรรจุภัณฑ์ 1.มี ระบุ.....บาท/ปี 2.ไม่มี

9) มีตรา แบรินด์ สินค้าหรือไม่ 1.มี 2.ไม่มี

10) ต้นทุนในการทำตรา แบรินด์ สินค้าหรือไม่ 1.มี ระบุ.....บาท/ปี 2.ไม่มี

4. การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

4.1 แหล่งจำหน่ายผลผลิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผู้บริโภคโดยตรง.....%
2. โรงงาน.....%
3. สหกรณ์การเกษตร.....%
4. พ่อค้ารวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น%
5. ตลาดต่างจังหวัด.....%
6. ตลาดในจังหวัด.....%
7. สถาบันเกษตรกร.....%
8. ตัวแทนผู้ส่งออก.....%
9. ห้างค้าปลีก/ค้าส่งสมัยใหม่ (เช่น แมคโคร/บิ๊กซี/ เทสโก้โลตัส)%
10. ห้างสรรพสินค้า (เช่น เดอะมอลล์/เซ็นทรัล)%
12. อื่น ๆ%

4.2 เกษตรกรมีส่วนในการกำหนดราคาจำหน่ายหรือไม่

- 1.มี 2.ไม่มี

4.3 ผลผลิตเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

- 1.เพียงพอ
- 1.ไม่เพียงพอ เนื่องจาก.....

4.4 การประชาสัมพันธ์ (โฆษณา ออกร้าน ออนไลน์) ส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)

.....

.....

4.5 การรับประกันคุณภาพสินค้า

.....

.....

5. การบริการ (Services)

5.1 การบริการเกี่ยวกับการจัดส่งสินค้า

.....

.....

5.2 การบริการรับคืนสินค้า

.....

.....

5.3 การบริการตามคำสั่งซื้อ เช่น รับจัดกระเช้า จัดทำของชำร่วย

.....

.....

5.4 การบริการหลังการขาย เช่น ของสมนาคุณ

.....

.....

- กิจกรรมสนับสนุน

1. การจัดหา/จัดซื้อ (Procurement)

1.1 หลักเกณฑ์ในการจัดหา จัดซื้อหน่อพันธุ์

.....

.....

1.2 หลักเกณฑ์ในการจัดหา จัดซื้อปุ๋ยเคมี/ปุ๋ยคอก/ปุ๋ยหมัก/ปุ๋ยอินทรีย์

.....

.....

1.3 หลักเกณฑ์ในการจัดหา จัดซื้อสารเคมี/ชีวภาพบำรุงระหว่างปลูก

.....

.....

1.4 หลักเกณฑ์ในการจัดหา จัดซื้อสารเคมี/ชีวภาพกำจัดวัชพืช ศัตรูพืช

.....

.....

1.5 หลักเกณฑ์ในการจัดหา จัดซื้อเครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ

.....

.....

การปฏิบัติการ - การเตรียมดิน - การปลูก - การดูแลรักษา - การบริหารจัดการน้ำ - -		
โลจิสติกส์ขาออก - การเก็บเกี่ยว - สถานที่จัดเก็บผลผลิต - การขนส่งผลผลิต - การแปรรูป - -		
การตลาดและการขาย - - - -		
การบริการ - - - -		

กิจกรรม	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
การจัดการ/จัดซื้อ - ปัจจัยการผลิต - เครื่องมือ เครื่องจักร - -		
การพัฒนาเทคโนโลยี - - - -		
การบริหารทรัพยากรบุคคล - - - -		
โครงสร้างพื้นฐาน - - - -		

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม ผู้ประกอบการ



แบบสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการ

เรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพสินค้าเกษตรที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สับปะรดบ้านคา

ชื่อผู้ให้ข้อมูล(นาย/นาง/น.ส.).....นามสกุล.....ตำแหน่ง

โทรศัพท์.....บ้านเลขที่ หมู่ที่ ชื่อบ้านตำบล

อำเภอ.....จังหวัด.....

คำชี้แจง โปรดกรอกรายละเอียดหรือทำเครื่องหมาย✓ ลงในช่อง

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ชื่อกิจการ.....ปีเริ่มกิจการ

ที่ตั้ง เลขที่ หมู่ ตำบลอำเภอ.....จังหวัด.....

โทรศัพท์.....

1.2 กรณีเป็นสถาบันเกษตรกร (กลุ่มเกษตรกร/วิสาหกิจชุมชน/สหกรณ์การเกษตร)

มีสมาชิกทั้งหมด ราย สมาชิกที่มีการซื้อ-ขาย ผ่านสถาบันการเกษตร จำนวน

1.3 พนักงาน จำนวนคน

1.4 พื้นที่โรงงาน.....ไร่

1.5 กำลังการผลิต.....ตัน/วัน

1.6 จำนวนเงินลงทุน.....บาท

1.7 ราคารับซื้อจากเกษตรกร.....บาท/กิโลกรัม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า

- กิจกรรมหลัก

1. โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistic)

1.1 แหล่งที่มาของสับปะรดบ้านคาผลสด

1. เกษตรกรที่เป็นสมาชิก ปริมาณ.....ตัน จำนวนเกษตรกร.....ราย

2. เกษตรกรที่ไม่เป็นสมาชิก ปริมาณ.....ตัน จำนวนเกษตรกร.....ราย

3. ซื้อจากแหล่งอื่น จากแหล่ง.....

ปริมาณ.....ตัน จำนวน.....ราย

1.2 ปริมาณสับปะรดบ้านคาผลสดที่รับซื้อ.....ตัน/เดือน

1.3 ระยะเวลาที่รับซื้อ.....เดือน/ปี เดือนที่รับซื้อ.....

1.4 ราคาซื้อสับปะรดบ้านคาผลสด.....บาท/กิโลกรัม

1.5 ลักษณะการรวบรวมผลผลิต

1. ไปรับซื้อจากไร่นา คิดเป็นร้อยละ.....

2. เกษตรกรมาส่งผลผลิตเอง คิดเป็นร้อยละ.....

3. อื่น ๆ ระบุ..... คิดเป็นร้อยละ.....

1.6 การขนส่งสับปะรดบ้านคาผลสด

1. ขนส่งเอง 2. จ้างขนส่ง 3. ผู้ขายรับภาระขนส่งเอง

1.7 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสับปะรดบ้านคาผลสด.....บาท/.....

1.8 ประเภทรถ.....

1.9 การจัดเก็บสับปะรดบ้านคาผลสด

1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า) ค่าใช้จ่ายคลังสินค้า.....บาท/เดือน

2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บรับข้าวเปลือกมาแล้วแปรรูปเลย

3. อื่น ๆ ระบุ.....

1.10 การตรวจสอบคุณภาพสับปะรดบ้านคาผลสดก่อนแปรรูป

.....

1.11 ขั้นตอนและกระบวนการรับสับปะรดบ้านคาผลสด

.....

2. การปฏิบัติการ (Operation)

2.1 วิธีการและขั้นตอนการผลิตสับปะรดบ้านคาผลสด

.....

2.2 จำนวนรอบ หรือ ครั้ง ในการผลิตสับปะรดบ้านคาผลสด.....ครั้ง/ปี

2.3 การควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิต และมาตรฐานในการทดสอบคุณภาพ

.....

2.4 ประเภทสินค้าที่ผลิต

.....

.....

2.5 สถานที่จัดเก็บผลผลิต

1. มีสถานที่จัดเก็บ (โรงเรือน คลังสินค้า) ค่าใช้จ่ายคลังสินค้า.....บาท/เดือน
2. ไม่มีสถานที่จัดเก็บ แปรรูปเสร็จส่งเลย
3. อื่น ๆ ระบุ.....

2.6 การบริหารคลังสินค้า การจัดเก็บสินค้า การจัดการสินค้าคงคลัง

.....

.....

3. โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistic)

3.1 การขนส่งผลผลิต

1. ขนส่งด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ.....

ประเภทสินค้า.....

ประเภทรถ.....

ขนาดบรรทุก.....ตัน/เที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)

2. จ้างขนส่ง คิดเป็นร้อยละ.....

ประเภทสินค้า.....

ประเภทรถ.....

ขนาดบรรทุก.....ตัน/เที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)

3. ลูกค้ารับภาระขนส่งเอง คิดเป็นร้อยละ.....

ประเภทสินค้า.....

ประเภทรถ.....

ขนาดบรรทุก.....ตัน/เที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง.....บาท/..... (ค่าน้ำมัน/ค่าจ้าง/ค่าซ่อมบำรุง)

3.2 บรรจุภัณฑ์ ขนาดใดบ้าง

- 1..... ราคาจำหน่ายบาท
 2..... ราคาจำหน่ายบาท
 3..... ราคาจำหน่ายบาท
 4..... ราคาจำหน่ายบาท

3.3 ลักษณะบรรจุภัณฑ์ใส่ผลผลิตส่งมอบลูกค้า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ไม่มีบรรจุภัณฑ์ 2. กล่องไม้ / ลังไม้ 3. กล่องกระดาษ / ลังกระดาษ 4. ถุงพลาสติก
 5. กระสอบ 6. ถุงสุญญากาศ 7. อื่นๆ ระบุ.....

3.4 ต้นทุนในการทำบรรจุภัณฑ์ 1.มี ระบุ.....บาท/ปี 2.ไม่มี3.5 มีตรา แบรนด์ สินค้าหรือไม่ 1.มี..... 2.ไม่มี3.6 ต้นทุนในการทำตรา แบรนด์ สินค้าหรือไม่ 1.มี ระบุ.....บาท/ปี 2.ไม่มี

4. การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

4.1 แหล่งจำหน่ายสับปะรดผลสด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผู้บริโภคโดยตรง.....%
 2. ร้านOTOP.....%
 3. ห้างค้าปลีก/ค้าส่งสมัยใหม่ เช่น แมคโคร บิ๊กซี เทสโก้โลตัส.....%
 4. ห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัล เดอะมอลล์.....%
 5. พ่อค้ารวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น%
 6. สถาบันเกษตรกร%
 7. อื่น ๆ%

4.2 แหล่งจำหน่ายน้ำสับปะรด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผู้บริโภคโดยตรง.....%
 2. ร้านOTOP%
 3. ห้างสรรพสินค้า.....%
 4. พ่อค้ารวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น%
 5. ตลาดต่างจังหวัด.....%
 6. ตลาดในจังหวัด.....%
 7. สถาบันเกษตรกร.....%
 8. ตัวแทนผู้ส่งออก.....%

9. ห้างค้าปลีก/ค้าส่งสมัยใหม่ (เช่น แม็คโคร/บิ๊กซี/ เทสโก้โลตัส)%
10. ห้างสรรพสินค้า (เช่น เดอะมอลล์/เซ็นทรัล)%
12. อื่น ๆ%

4.3 แหล่งจำหน่ายสินค้าสับปรดบ้านคากวน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผู้บริโภคโดยตรง.....%
2. ร้านOTOP.....%
3. สหกรณ์การเกษตร.....%
4. พ่อค้ารวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น%
5. อื่น ๆ%

4.4 แหล่งจำหน่ายสินค้า..... (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผู้บริโภคโดยตรง.....%
2. ร้านOTOP%
3. สหกรณ์การเกษตร.....%
4. พ่อค้ารวบรวมท้องที่/ท้องถิ่น (ท่าข้าว)%
5. อื่น ๆ%

4.5 มีส่วนในการกำหนดราคาจำหน่ายหรือไม่

- | | | |
|------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| สับปรดบ้านคากวน | <input type="checkbox"/> 1.มี | <input type="checkbox"/> 2.ไม่มี |
| น้ำสับปรดกระป๋อง | <input type="checkbox"/> 1.มี | <input type="checkbox"/> 2.ไม่มี |
| สับปรดกวน | <input type="checkbox"/> 1.มี | <input type="checkbox"/> 2.ไม่มี |

4.6 หลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาสินค้า

.....

.....

4.7 ผลผลิตเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

- 1.เพียงพอ
- 1.ไม่เพียงพอ เนื่องจาก.....

4.8 การประชาสัมพันธ์ (โฆษณา ออกร้าน ออนไลน์) ส่งเสริมการขาย (ลด แลก แจก แถม)

.....

.....

4.9 การรับประกันคุณภาพสินค้า

.....

.....

4.10 การกำหนดแผนและกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย

.....

.....

4.11 วิธีการติดต่อลูกค้า

.....

.....

5. การบริการ (Services)

5.1 การบริการเกี่ยวกับการจัดส่งสินค้า

.....

.....

5.2 การบริการรับคืนสินค้า

.....

.....

5.3 การบริการตามคำสั่งซื้อ เช่น รับจัดกระเช้า จัดทำของชำร่วย

.....

.....

5.4 การบริการหลังการขาย เช่น ของสมนาคุณ

.....

.....

- กิจกรรมสนับสนุน

1. การจัดหา/จัดซื้อ (Procurement)

1.1 หลักเกณฑ์ในการจัดหา จัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ

.....

.....

1.2 หลักเกณฑ์ในการจัดหา จัดซื้อเครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ

2. การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)

2.1 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต การแปรรูป

2.2 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบรรจุภัณฑ์

2.3 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการขนส่งสินค้า

2.4 การอบรมความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี

3. การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)

3.1 แรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้า

1) แรงงานในครัวเรือน จำนวน.....คน

2) แรงงานจ้าง จำนวน.....คน

3.2 แหล่งที่มาของแรงงาน 1.คนในหมู่บ้าน 2.คนนอกหมู่บ้าน 3.จากต่างจังหวัด
 4.จ้างต่างด้าว 5.อื่น ๆ ระบุ

3.3 แรงงานหายากหรือไม่ 1.หายาก 2.หาง่าย

3.4 ลักษณะการจ้าง

1) จ้างรายวัน กิจกรรม..... จำนวน.....คน ค่าจ้าง.....บาท/วัน

 กิจกรรม..... จำนวน.....คน ค่าจ้าง.....บาท/วัน

 กิจกรรม..... จำนวน.....คน ค่าจ้าง.....บาท/วัน

2) จ้างรายเดือน กิจกรรม..... จำนวน.....คน ค่าจ้าง.....บาท/เดือน

 กิจกรรม..... จำนวน.....คน ค่าจ้าง.....บาท/เดือน

 กิจกรรม..... จำนวน.....คน ค่าจ้าง.....บาท/เดือน

3.5 การอบรม พัฒนาความรู้ ทักษะของพนักงาน

.....

.....

ค่าใช้จ่ายในการอบรม บาท

3.6 การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล เช่น การบริหารช่วงขาดแคลนแรงงาน การบริหารช่วงมีการผลิตไม่ตรงตามแผน การมอบหมายงาน

.....

.....

4. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

4.1 เป็นสมาชิกของกลุ่ม หรือ สถาบันเกษตรกรใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เป็นสมาชิกของกลุ่ม หรือ สถาบันเกษตรกร | <input type="checkbox"/> 2. กลุ่มเกษตรกร |
| <input type="checkbox"/> 3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน | <input type="checkbox"/> 4. สหกรณ์การเกษตร |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ ระบุ..... | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ ระบุ..... |

4.2 การบริหารจัดการของกลุ่ม

.....

.....

4.3 แหล่งที่มาของเงินทุน

1. ทุนตนเอง 2. กู้เงินลงทุน จาก.....
- ระยะเวลาในการกู้..... วิธีการชำระเงินกู้.....

4.4 การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย

1. ทำ 2. ไม่ทำ เนื่องจาก.....

4.5 ค่าใช้จ่ายต้นทุนคงที่

รายการ	ราคาแรกซื้อ(บาท)	มูลค่าซาก(บาท)	ระยะเวลาใช้งาน(ปี)	ร้อยละ
1) ค่าเสื่อมอุปกรณ์สำนักงาน				
2) ค่าเสื่อมเครื่องจักร เครื่องสีข้าว				
3) ค่าเสื่อมเครื่องจักร เครื่องคัดแยกสิ่งเจือปน				
4) ค่าเสื่อมเครื่องจักร				
5) ค่าเสื่อมเครื่องจักร เครื่องบรรจุ				
6) ค่าเสื่อมเครื่องจักร เครื่องบรรจุสุญญากาศ				
7) ค่าบำรุงรักษารถขนปัจจัยการผลิต				
8) ค่าบำรุงรักษารถขนผลผลิต				

9) ค่าธรรมเนียม เช่น เบี้ยประกันภัยบาท

10) ค่าเช่าพื้นที่.....บาท

11) อื่นๆบาท

12) อื่นๆบาท

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน และข้อเสนอแนะ

กิจกรรม	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
โลจิสติกส์ขาเข้า - การจัดหาปัจจัยการผลิต - การขนส่งปัจจัยการผลิต - การจัดเก็บปัจจัยการผลิต - -		
การปฏิบัติการ - การเตรียมดิน - การปลูก - การดูแลรักษา - การบริหารจัดการน้ำ -		

กิจกรรม	ปัญหาและอุปสรรค	แนวทางแก้ไข
โลจิสติกส์ขาออก - การเก็บเกี่ยว - สถานที่จัดเก็บผลผลิต - การขนส่งผลผลิต - การแปรรูป -		
การตลาดและการขาย - - -		
การจัดการ/จัดซื้อ - ปัจจัยการผลิต - เครื่องมือ เครื่องจักร - -		
การพัฒนาเทคโนโลยี - - -		
การบริหารทรัพยากรบุคคล - - -		
โครงสร้างพื้นฐาน - - -		

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม SWOT

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT) โดยข้อที่มีเครื่องหมาย *** เป็นข้อที่ต้องมีในทุกสินค้า

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในระดับความเห็น โดยหากไม่เห็นด้วย/ไม่ใช่ 0, เห็นด้วยน้อยที่สุด 1, เห็นด้วยน้อย 2, เห็นด้วยปานกลาง 3, เห็นด้วยมาก 4, และเห็นด้วยมากที่สุดให้ใส่ระดับ 5

รายการ	ไม่เห็นด้วย 0	เห็นด้วย(ระดับ)					หมายเหตุ/ เหตุผลเพิ่มเติม
		1	2	3	4	5	
ปัจจัยภายใน							
- สินค้า GI มีความเป็นอัตลักษณ์ยากที่จะเลียนแบบและทำลายได้***							
- วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้ามาจากชุมชนเป็นพืชเฉพาะถิ่นของจังหวัด***							
- แหล่งผลิตชุมชนระดับพื้นที่ขาดการรับรู้คุณค่าของอัตลักษณ์และคุณสมบัติพิเศษเฉพาะพื้นที่เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์***							
- เป็นการสร้างงานในระดับฐานราก ทำให้เศรษฐกิจชุมชนดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด***							
- เกษตรกรมีความรอบรู้ด้านการผลิตสับปะรด							
- เกษตรกรมีความรู้ด้านการตลาด							
- เงินทุนหมุนเวียนเพียงพอต่อการบริหารจัดการแปลงสับปะรด							
- ช่องทางการกระจายสินค้าน้อย							
- สามารถควบคุมคุณภาพและรสชาติได้							
- เทคโนโลยีการผลิตเป็นแบบเดิม ไม่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ							
- รสชาติ เนื้อสัมผัสเป็นเอกลักษณ์							
- การประชาสัมพันธ์ทั่วถึง สินค้าเป็นที่รู้จัก							
- มูลค่าสินค้าสูง							
- ปริมาณผลผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการ							
- พันธุ์ดั้งเดิมหามาปลูกยาก และผลผลิตพันธุ์ดั้งเดิมไม่ค่อยมีให้บริโภค							
- เกษตรกรสามารถกำหนดราคาได้							
- ลูกหลานไม่สนใจสืบทอด							
ปัจจัยภายนอก							

รายการ	ไม่เห็นด้วย 0	เห็นด้วย(ระดับ)					หมายเหตุ/ เหตุผลเพิ่มเติม
		1	2	3	4	5	
- การเชื่อมโยงข้อมูล Big data ระดับจังหวัด/ภูมิภาค/ ประเทศ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการทั้งระบบมีน้อย***							
- ชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีความไม่พร้อมในการขอขึ้นทะเบียน GI***							
- รสนิยม ผู้บริโภคมีความสนใจสินค้ามาก GI ขึ้น ผู้บริโภค ต้องการสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์***							
- การศึกษาข้อมูลความต้องการตลาดสินค้าประเภทนี้ GI มี น้อย***							
- ตลาด GI มีมูลค่าการตลาดสูงขึ้น***							
- มีหน่วยงานร่วมส่งเสริม GI รัฐให้การสนับสนุนและ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนสูง***							
- ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารช่วยเพิ่ม ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ตลาดออนไลน์***							
- ความไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลของพระราชบัญญัติ คุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ.เช่น การตรวจสอบ คุณสมบัติของสินค้าก่อนวางตลาด เป็นต้น 2546***							
- การรับรู้เท่าที่การเจรจาการค้าสินค้า GI ในระดับสากลมี น้อย***							
- ราคาที่ดินสูง เกษตรกรหันมาขายที่ดินเกษตรกรรม							
- ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม ส่วนใหญ่เป็นผู้มีฐานะดี							
- มีสินค้าปลอม (ไม่ใช่สับปะรดบ้านคา) หลอกขายผู้บริโภค							
- สภาพอากาศแปรปรวนส่งผลต่อปริมาณผลผลิต							
- การบริหารจัดการน้ำยุ่งยาก เช่นภัยแล้ง ไม่มีแหล่งจัดเก็บน้ำ							
- ชุมชนเมืองรุกเข้ามาในพื้นที่เกษตรกรรม							
- การขนส่งสะดวกทุกค่าไกลๆ สามารถเข้าถึงสับปะรด บ้านคาได้							
- หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการผลิต การตลาด ประชาสัมพันธ์							

ภาคผนวก ง

การจัดทำระบบควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าสับปะรดบ้านคา

การจัดทำระบบควบคุมคุณภาพและมาตรฐานสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าสับประรดบ้านคา(สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 2560)

1.คำนิยาม

สับประรดบ้านคา (Bankha Pineapple) หรือ (Sapparot Bankha) หมายถึง สับประรดพันธุ์ปัตตาเวีย (smooth cayenne) รสหวานฉ่ำ ไม่กัดลิ้น มีกลิ่นหอม เนื้อละเอียด หนา นุ่ม มีตาผลค่อนข้างตื้น เมื่อบอกเปลือกแล้วตาผลจะติดออกไปกับเปลือก ซึ่งปลูกใน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอจอมบึง อำเภอปากท่อ อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี

2.รายการสินค้าและลักษณะของสินค้า

2.1 พันธุ์สับประรด : พันธุ์ปัตตาเวีย

2.2 ลักษณะทางกายภาพ

(1) ลำต้น มีลักษณะรูปร่างคล้ายกระบอง ยาวประมาณ 20-30 เซนติเมตร มีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 2.0-3.5 เซนติเมตร ลำต้นส่วนที่อยู่เหนือดินจะมีลักษณะตั้งตรง แต่ส่วนที่อยู่ใต้ดินจะโค้งเล็กน้อย

(2) ใบ ใบมีสีเขียวเข้ม และเป็นร่องตรงกลาง ผิวใบด้านบนเป็นมันเงา ส่วนใต้ใบจะมีสีออกเทาเงิน ตรงบริเวณปลายใบ ความยาวของใบเมื่อเจริญเต็มที่กว้าง 5 เซนติเมตร ยาวประมาณ 80 เซนติเมตร จำนวนใบเฉลี่ยต่อต้น 70-80 ใบ

(3) จุก จุกมีความยาวประมาณ ¼ - 1 เท่าของผล ขึ้นอยู่กับสภาพการปลูกและการดูแลรักษา ตัวจุกมีลักษณะตั้งตรง

(4) ผล ผลสับประรดถ้ามีขนาดใหญ่จะมีรูปทรงเป็นรูปกรวย คือ ส่วนโคนผลมีความกว้างมากกว่าส่วนปลายผล ถ้าผลมีขนาดปานกลางและเล็กจะมีรูปร่างทรงกระบอก คือ ส่วนโคนและส่วนปลายผลมีความกว้างใกล้เคียงกัน น้ำหนักผลอยู่ระหว่าง 1-3 กิโลกรัม โดยทั่วไปเฉลี่ย 2.2 กิโลกรัม

(5) ตา ตาผลค่อนข้างตื้น

(6) เนื้อ สับประรดบ้านคาเนื้อละเอียด หนานุ่ม สีเหลืองสวย

2.3 ลักษณะทางเคมี

สับประรดบ้านคาีค่าความหวานในช่วง 15 องศาบริกซ์ขึ้นไป

3.ขอบเขตพื้นที่การผลิต

ขอบเขตพื้นที่การปลูกสับประรดบ้านคา ครอบคลุมพื้นที่ของจังหวัดราชบุรีใน 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอจอมบึง อำเภอปากท่อ อำเภอสวนผึ้ง และอำเภอบ้านคา

4. วัตถุประสงค์

4.1 หน่อพันธุ์ ต้องเป็นหน่อพันธุ์ของสับปะรดบ้านคาที่ปลูกในพื้นที่อำเภอบ้านคา อำเภอสวนผึ้ง อำเภอปากท่อ และอำเภอจอมบึง ของจังหวัดราชบุรี เท่านั้น

4.2 สภาพดิน ลักษณะของดินในพื้นที่อำเภอบ้านคา รวมถึงอำเภอสวนผึ้ง อำเภอจอมบึง และอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ประกอบด้วยกลุ่มชุดดินที่ 33,35,36,40,44,48,56,59,60 และ 62 แต่กลุ่มดินหลักในการปลูกสับปะรดบ้านคา คือกลุ่มชุดดินที่ 40,44 และ 48

4.3 ลักษณะดิน ส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย ดินมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำถึงปานกลางระบายได้ดี ความเป็นกรดเป็นด่างของดินประมาณ 4.5-5.5 ซึ่งเป็นดินที่มีความเหมาะสมในการปลูกสับปะรดมาก

4.4 สภาพพื้นที่และภูมิอากาศ อำเภอบ้านคา อำเภอสวนผึ้ง อำเภอจอมบึง และอำเภอปากท่อ เป็น 4 อำเภอ ในจำนวน 10 อำเภอของจังหวัดราชบุรี ที่มีลักษณะภูมิประเทศใกล้เคียงกัน จัดอยู่ในพื้นที่ภูเขาสูงและพื้นที่ราบสูง ความสูงของพื้นที่โดยเฉลี่ยสูงกว่าระดับน้ำทะเล 200-1,400 เมตร พื้นที่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ แต่เนื่องจากมีเทือกเขาตะนาวศรีกั้นอยู่ จึงทำให้รับลมมรสุมจากอินเดีย และทะเลอันดามันไม่เต็มที่ ส่วนใหญ่เป็นฝนช่วงปลายฤดูฝนที่มาพร้อมกับร่องความกดอากาศต่ำทำให้มีฝนตกชุกในช่วงเดือนกันยายน – พฤศจิกายน ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 1,000-1,250 มิลลิเมตรต่อปี

5. กระบวนการผลิต

5.1 การเตรียมวัตถุประสงค์ การผลิตสับปะรดบ้านคา มีทั้งปลูกแบบพืชเชิงเดี่ยว และปลูกเป็นพืชแซมในสวนยางพารา เนื่องจากสับปะรดเป็นพืชที่ไม่ต้องการน้ำในการเจริญเติบโตมากนัก จากลักษณะของดินภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย จึงทำให้พื้นที่ของอำเภอบ้านคา อำเภอสวนผึ้ง อำเภอจอมบึง และอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี เหมาะสมในการปลูกสับปะรดเป็นอย่างยิ่ง มีการเตรียมวัตถุประสงค์ดังนี้

(1) การเตรียมพื้นที่ปลูก สับปะรดบ้านคาเป็นพืชหลายฤดู จึงต้องเตรียมพื้นที่ปลูกอย่างดีให้เหมาะสมกับการเจริญเติบโตและผลผลิตของสับปะรด สำหรับพื้นที่ที่เคยปลูกสับปะรดให้สับใบและต้นสับปะรด โดยใช้เครื่องปั่นใบแล้วตากทิ้งไว้ 1 เดือน หรือถ้าจะให้ดีผลดีควรทิ้งไว้ 2-3 เดือนหลังจากนั้นไถดินอีก 1 ครั้ง ด้วยผานหมดหรือผาน 3 ตากดินไว้ 7-10 วัน แล้วพรวนดินด้วยผาน 7 อีก 1 ครั้ง แล้วคราดเศษรากเหง้า ต่อเก่าสับปะรดและวัชพืชทุกชนิดที่เหลือออกไปทำลายนอกแปลง ทำแนวปลูกหรือยกแปลงปลูกสูงประมาณ 15 เซนติเมตร ถ้าพื้นที่ลาดเอียงมากกว่า 3 % ต้องทำร่องระบายน้ำรอบๆ แปลง และยกแปลงให้ขวางพื้นที่ลาดเอียงเพื่อป้องกันการชะล้างหน้าดิน

(2) การเตรียมวัสดุปลูก มีการคัดขนาดหน่อพันธุ์และจุกหน่อพันธุ์ก่อนปลูก โดยใช้หน่อพันธุ์ และ/หรือจุกพันธุ์ที่มีขนาดสม่ำเสมอหรือใกล้เคียงกัน อัตราการปลูก 7,000-10,000 หน่อต่อไร่ มีการชูหน่อด้วย

สารเคมีก่อนปลูก เพื่อป้องกันเชื้อราที่ทำให้เกิดโรคเน่ากับต้นสับปะรด และเพื่อป้องกันกำจัดเพลี้ยแป้ง ซึ่งเป็นพาหะนำเชื้อไวรัสโรคเหี่ยวมาสู่แปลงสับปะรด

5.2 ฤดูปลูก ปลูกได้ตลอดปี โดยมีการวางแผนการผลิตก่อนปลูก เพื่อกำหนดเวลาการเก็บเกี่ยวผลผลิต และหลีกเลี่ยงช่วงเวลาที่ผลผลิตกระจุกตัว การปลูกในฤดูฝน ต้องฝั่งหน่อให้เอียง 45 องศา เพื่อป้องกันน้ำขังในยอด แต่ถ้าปลูกในฤดูแล้งฝั่งหน่อในตั้งตรง

5.3 ระยะปลูก การปลูกส่วนใหญ่ใช้ระบบแถวคู่

ระยะระหว่างต้น 20 ซม.ระหว่างแถว 50 ซม. ระหว่างแถวคู่ 100 ซม. จำนวนต้น 10,600 ต้น

ระยะระหว่างต้น 30 ซม.ระหว่างแถว 60 ซม. ระหว่างแถวคู่ 70 ซม. จำนวนต้น 8,800 ต้น

ระยะระหว่างต้น 30 ซม.ระหว่างแถว 50 ซม. ระหว่างแถวคู่ 100 ซม. จำนวนต้น 7,100 ต้น

5.4 การใส่ปุ๋ย

ครั้งที่ 1 ก่อนปลูกพร้อมการเตรียมดิน ใช้ปุ๋ยอินทรีย์โรยเป็นแถวหลังไถแปรตามแนวร่องปลูกสับปะรด เพื่อกระตุ้นการออกราก อัตราการใช้ปุ๋ย 1 ตัน/ไร่

ครั้งที่ 2 หลังปลูกประมาณ 1-2 เดือน หรือระยะเริ่มออกราก ใส่ปุ๋ยสูตร 21-0-0-24s หรือ 16-20-0 อัตรา 7-10 กรัม/ต้น ใส่ชิดโคนต้นหรือฝังให้ลึก 3 เซนติเมตร

ครั้งที่ 3 หลังปลูกแล้วประมาณ 4-6 เดือน ใส่ปุ๋ยที่มีโพแทสเซียมสูง เช่น ปุ๋ยสูตร 15-5-20, 14-9-12, 12-5-30 อัตรา 10 กรัม/ต้น ใส่บริเวณกาบใบล่างขณะมีน้ำขัง

ครั้งที่ 4 หลังบังคับผลประมาณ 3 เดือน สำหรับสับปะรดผลสดใส่ปุ๋ยสูตร 0-0-50 เพื่อบำรุงคุณภาพของผล อัตรา 7-10 กรัม/ต้น ใส่บริเวณกาบใบล่างสุด ขณะที่กาบใบมีน้ำขัง

5.5 การให้น้ำ โดยใช้น้ำฝนที่ดำสม่ำเสมอทั้งปี หากในช่วงฤดูฝนแล้วหรือฝนทิ้งช่วง มีการให้น้ำต้นสับปะรดที่กำลังเจริญเติบโต และหยุดให้น้ำก่อนการเก็บเกี่ยว 15-30 วัน

5.6 การบังคับดอก การปล่อยให้สับปะรดบ้านคาออกดอกเองตามธรรมชาติ จะต้องใช้เวลานานและไม่มีผลสม่ำเสมอของผลผลิต จึงมีความจำเป็นต้องมีการบังคับให้มีการออกดอก เมื่อสับปะรดมีอายุระหว่าง 8-10 เดือน ต้นสับปะรดมีความสมบูรณ์ ขนาดน้ำหนักต้นประมาณ 2.5-3.0 กิโลกรัม สะโพกใหญ่ขนาด 32-35 เซนติเมตร การบังคับดอกสับปะรด มีวิธีการบังคับ 2 แบบ คือ

(1) เอธิฟอน(ethephon) ชื่อการค้า ได้แก่ อีเทรลหรือโพรเทรล ความเข้มข้น 39.50% เป็นสารที่ปลดปล่อยเอธิลีนแทรกซึมเข้าไปในเนื้อเยื่อของใบสับปะรด เพื่อกระตุ้นการออกดอก อัตราการใช้ เอธิฟอน 500-700 ซีซี ผสมปุ๋ยยูเรีย 10-12 กิโลกรัม ต่อน้ำ 1,000 ลิตร ฉีดพ่นบนต้นสับปะรดต้นละ 70-80 ซีซี ฉีดพ่น 2 ครั้ง ห่างกัน 7 วัน ในช่วงเข้ามีดหรือตอนเย็น ที่มีอุณหภูมิต่ำกว่า 28 องศาเซลเซียส

(2) แคลเซียมคาร์ไบด์(calcium carbide) ใช้อัตรา 3-5 กรัม หยอดไปในยอดสับประดขณะที่มีน้ำขัง โดยหยอด 2 ครั้ง ห่างกัน 5-7 วัน ในช่วงเช้าหรือเย็น

5.7 การเก็บเกี่ยวผลผลิต

(1) การเก็บเกี่ยวผลสับประด สับประดจะเริ่มให้ผลผลิตเมื่อต้นมีอายุ 8 เดือน ถึง 1 ปี ขึ้นไป และจะให้ผลผลิตได้ 3-4 ปี การเก็บเกี่ยวจะเก็บเกี่ยวหลังจากออกดอกประมาณ 150 วัน หรืออาจมากกว่านี้ ขึ้นอยู่กับฤดูกาล การเก็บเกี่ยวเก็บพร้อมจุกและก้าน โดยเก็บเกี่ยวผลผลิตสับประดที่รองตาดังเต็มที่ ก้านผลเหี่ยวเล็กน้อย ดอกย่อยเหี่ยวแห้ง ตาด้านล่างของผลเปิดมากกว่าหรือเท่ากับ 1 ตา เมื่อปาดตามความยาวผลเพื่อดูสีเนื้อสับประดจะต้องมีเนื้อสีเหลือง ไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 ของความยาวผล ไม่มีกลิ่นโอ้ กลิ่นบูดหรือเหม็นเปรี้ยว

(2) การคัดขนาด ใช้วิธีการสังเกตด้วยตา แบ่งเป็น 3 ขนาด ได้แก่ ขนาดเล็ก 1-1.4 กิโลกรัม ขนาดกลาง 1.5-1.8 กิโลกรัม และขนาดใหญ่มากกว่า 1.9 กิโลกรัม

(3) การคัดเกรด ใช้ความแน่นของเนื้อเป็นตัววัด โดยการเคาะฟังเสียงโดยผู้ที่มีความชำนาญ แบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่

- สับประดเนื้อหนึ่ง คือ สับประดที่มีความแน่นของเนื้อมาก รสชาติหวานฉ่ำ และเนื้อมีสีเหลืองสวย เมื่อตีตหรือเคาะฟังเสียงจะมีเสียงดัง “แปะ”

- สับประดเนื้อสอง คือ สับประดที่มีความแน่นของเนื้อ รสชาติดี และสีของเนื้อผลน้อยกว่า สับประดเนื้อหนึ่ง เมื่อตีตหรือเคาะฟังเสียงจะมีเสียงดัง “โปก”

5.8 การไว้ตอสับประด เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตสับประดออกไปแล้ว ทำการแต่งต้นและใบ และพ่นสารเคมีป้องกันกำจัดวัชพืชลงในแปลงสับประด หลังจากนั้น 1 เดือน ถัดมาใส่ปุ๋ยสูตร 15-5-20 อัตรา 100 กิโลกรัมต่อไร่ ปล่อยให้ทิ้งไว้และรอการบังคับผลในอีก 8-10 เดือนถัดมา

5.9 การบรรจุหีบห่อ

ตรวจสอบสิ่งเจือปนในถุงก่อนการบรรจุ

รายการบนฉลากสินค้าให้ประกอบด้วยคำว่า “สับประดบ้านคา” และ/หรือ “Bankha Pineapple” และ/หรือ “Sapparot Bankha”

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ 10 ราชบุรี
8 ถ.เสือป่า ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000
โทร 0 3233 7954 แฟกซ์ 0 3233 7951
<http://www2.oae.go.th/zone/zone10>