

การจัดการห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ไทย อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

Supply Chain Management of Thai Dainty Banana

Mung District Chanthaburi Province

สุจิตตา หงษ์ทอง^{1*} และ ราเชนทร์ ชูศรี²

Sujitta Hongthong^{1*} and Rachen Choosri²

^{1,2} มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

^{1,2} Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

*Corresponding Author. E-mail: Sujitta.hongthong@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ จังหวัดจันทบุรี และแนวทางการเพิ่มศักยภาพการจัดการห่วงโซ่อุปทาน จังหวัดจันทบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ โดยใช้หลักการวิเคราะห์จัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้สามารถมองเห็น ผู้ที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานอย่างชัดเจน การหาแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ ผู้วิจัยเลือกใช้หลักการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis : VCA) เข้ามาประยุกต์ใช้ จากผลการศึกษา พบว่าห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ สหกรณ์ พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าส่งออก ร้านค้าในประเทศ ร้านค้าต่างประเทศ แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ จังหวัดจันทบุรี ตามหลักการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า นั้น พบว่าด้านการผลิต และด้านการตลาด เกษตรกรมีการดูแลใส่ใจคุณภาพของกล้วยไข่ มากขึ้น หากกรณีกล้วยมีโรคเป็นโรคราคา น้ำหนักไม่ได้มาตรฐาน มูลค่าของกล้วยก็จะลดลงทำให้รายได้ของเกษตรกรลดลงด้วย ควรมีแผนการผลิต นอกฤดูกาล ทำให้ได้ราคากว้างที่สูงขึ้น ด้านการตลาด เกษตรกร ควรมีการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง ควรหาตลาดด้วยตนเองโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และไม่ควรให้พ่อค้าชาวจีนทำสัญญาผูกมัดระยะยาว ทำให้เกิดความเสียหายเกี่ยวกับการตลาด

คำหลัก: ห่วงโซ่อุปทาน/ ห่วงโซ่คุณค่า/ กล้วยไข่

Abstract

The aim of this research to analyze the supply chain of lady finger bananas and find guidelines for improve supply chain management in Chanthaburi province. The researcher study with related person who work in supply chain from upstream to downstream by using analysis of supply chain management that to search a related person of supply chain correct. The finding way to solve supply chain improvement of lady finger bananas. The researcher used value chain analysis theory that applies to adaptation. The result of this research found the chain of lady finger bananas in Chanthaburi province included banana growers, cooperative, middle man, merchant exporters, domestic trader and foreign trader. The guidelines for improve supply chain management of lady finger bananas in Chanthaburi province that analyzes by the supply chain. In production part, growers should care more the quality of bananas because if they found sooty mole disease, it makes the weight is not standard that the value of the bananas and income of grower will decrease. The grower should have the plan to produce product off-season to get higher banana prices. In marketing part, grower should have strong integrations, find markets that are not through middlemen and do not make long-term contracts Chinese traders because it causes market disruption.

Keywords: Supply Chain/ Value Chain/ Dainty Banana

บทนำ

กล้วยไข่เป็นผลไม้ที่นิยมบริโภคกันทั่วไป เนื่องจากมีรสชาติดี ลักษณะการเรียงตัวของผลและสีผลสวยสะดุดตา กล้วยไข่เป็นพืชที่สามารถปลูกได้แทบทุกภาคของประเทศ พื้นที่ที่ปลูกกล้วยไข่ยังไม่ทราบแน่ชัด เพราะกล้วยไข่มีปลูกทั้งเป็นพืชเชิงเดี่ยวและปลูกแซมในสวนผลไม้ ในปี 2555 มีเนื้อที่ปลูกอยู่ 31,700 ไร่ ซึ่งมีปริมาณลดลงเมื่อเทียบกับจากปี 2554 จำนวน 32,290 ไร่ แต่ปัจจุบันพื้นที่ปลูกกล้วยไข่เปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะแหล่งปลูกกล้วยไข่เชิงเดี่ยว เช่น จังหวัดกำแพงเพชร ตาก นครสวรรค์ ลดพื้นที่ปลูกลง เพราะปัญหาลมพายุทำให้ผลผลิตเสียหาย ขณะเดียวกันก็มีพืชอื่นที่มีราคาดี เช่น อ้อย มันสำปะหลัง และข้าวโพด จึงนำมาปลูกทดแทนกล้วยไข่ทำให้พื้นที่การเพาะปลูกลดลง ตรงกันข้ามกับในภาคตะวันออกนั้นได้มีการขยายพื้นที่ปลูกเพิ่มขึ้น เช่น จังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด เกษตรจะปลูกแซมในสวนผลไม้ ทำให้ลดปัญหาการโค่นล้มจากพายุได้ ทางภาคใต้มีการปลูกมากที่จังหวัดชุมพร ซึ่งสามารถผลิตกล้วยไข่ออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี

กล้วยไข่เป็นผลไม้ส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย มีปริมาณและมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นทุกปี ในปี 2556 มีปริมาณการส่งออก 17,236 ตัน มูลค่า 149 ล้านบาท ในปี 2557 มีปริมาณการส่งออก 26,235 ตัน มูลค่า 317 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) ประเทศที่ส่งออกมากที่สุด คือ ประเทศจีน ในปี 2557 มีปริมาณการส่งออก 21,741 ตัน มูลค่า 201 ล้านบาท ส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็น 93% ของโลก รองลงมาคือประเทศฮ่องกง มีปริมาณการส่งออก 3,689 ตัน มีมูลค่า 108.6 ล้านบาท ส่วนแบ่งการตลาด 4% ของตลาดโลก (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2558)

แหล่งเพาะปลูกกล้วยไข่เพื่อการส่งออกที่สำคัญในประเทศไทย อยู่ภาคตะวันออก คือ จังหวัดจันทบุรี เป็นจังหวัดที่ปลูกมากที่สุด ที่อำเภอมะขาม อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอท่าใหม่ และอำเภอเขาชีชมภู เป็นแหล่งผลิตกล้วยไข่ที่มีคุณภาพดี รสชาติดี เป็นที่นิยมของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการผลิตสินค้าเกษตร โดยมีลักษณะภูมิประเทศและ

ทรัพยากรธรรมชาติเอื้ออำนวย สามารถปลูกได้ทั้งพืชสวนผลไม้ ไม้ยืนต้น และพืชไร่ เช่น ทุเรียน มังคุด ลำไย ลองกอง กล้วยไข่ ฯลฯ (กฤตยชญ์ สุขสบาย, 2552) ปัจจุบันสินค้าเกษตรที่ปลูกในจังหวัดจันทบุรีนั้นมีพ่อค้าชาวจีนที่มาตั้งล้งเพื่อรับซื้อสินค้าเกษตรจำนวนมาก และมีบางส่วนที่ตั้งเป็นกลุ่มสหกรณ์เอง เพื่อสร้างความเข้มแข็ง เกษตรกร แต่ก็ต้องส่งสินค้าให้กับพ่อค้าชาวจีนที่อยู่ปลายทาง ทำให้เกษตรกรถูกกำหนดราคา ทำให้รายได้เกษตรกรลดลง หากเกษตรกรสามารถหาตลาดเองได้ และมีการพัฒนาคุณภาพของกล้วยไข่ให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นกว่าเดิม ทำให้เกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองมากยิ่งขึ้น

กล้วยไข่อยู่ในกลุ่มสินค้าเกษตรเป้าหมายที่ควรต้องเร่งศึกษา เนื่องจากเป็นพืชที่มีศักยภาพในการส่งออกไปยังต่างประเทศและครองส่วนแบ่งตลาดสูง อยู่ในพืชเศรษฐกิจหลัก 32 ชนิดตามประกาศของกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีศักยภาพด้านการตลาดเพิ่มขึ้นทั้งในและต่างประเทศ แต่ยังเป็นผลไม้ที่มีข้อจำกัดมาก เนื่องจากเป็นผลไม้ที่อายุการเก็บเกี่ยวสั้น เน่าเสียได้ง่าย เกิดความเสียหายเนื่องจากการขนส่งได้ง่าย และมีต้นทุนการขนส่งยังสูงอยู่โดยสาเหตุส่วนหนึ่งคือลักษณะสินค้าเป็นผลไม้บอบช้ำง่าย และสุกเร็ว นิยมขนส่งที่ละมากๆ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการตลาดที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากผลผลิตออกพร้อมกันในพื้นที่แหล่งผลิต ทำให้เกิดปัญหาล้นตลาด ดังนั้นการขยายตลาดโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่สามารถตอบโจทย์ได้ จากสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันที่องค์กรธุรกิจต่างหันมาให้ความสำคัญกับการจัดการโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษารูปแบบห่วงโซ่อุปทานโดยใช้ทฤษฎีการจัดการห่วงโซ่อุปทานและเสนอแนวทางเพิ่มประสิทธิภาพ โดยใช้ตัวแบบการเพิ่มคุณค่า Value Chain เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการเพิ่มขีดความสามารถในการวางแผน สนับสนุน ควบคุมการบริหารจัดการ การจัดเก็บ การเคลื่อนย้าย การขนส่ง และกระจายผลผลิตให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ลดการสูญเสียที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

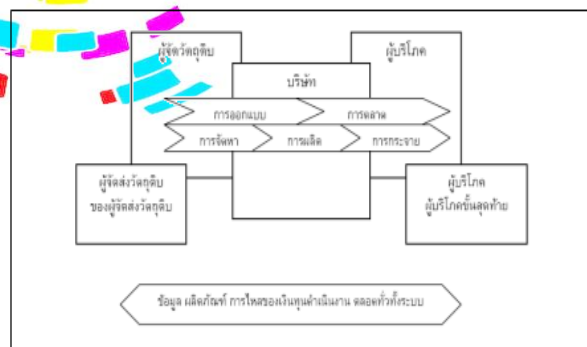
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ จังหวัดจันทบุรี

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Stevens (1989) การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การเชื่อมต่อกิจกรรมที่มุ่งเน้นการจกหารด้านการวางแผน การประสานงานและการควบคุมวัตถุดิบ ชิ้นส่วนและสินค้าจากผู้ส่งมอบไปยังลูกค้า โดยมุ่งเน้นการไหลของสององค์ประกอบ คือ วัตถุดิบและข้อมูล ทั้งนี้คำจำกัดความที่คล้ายกันส่วนใหญ่ที่พบ เช่น Jones และ Riley (1984), Houlihan (1985), Steven (1989), Scott และ Westbrook (1991), Lee และ Billington (1993) และ Lamming (1996) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดการระบบที่ประกอบไปด้วยผู้ส่งมอบ ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า ร้านค้า และลูกค้า ที่มีวัตถุดิบไหลผ่านจากผู้ส่งมอบ ต้นทุน ไปยังลูกค้า ณ ปลายทางในขณะเดียวกันจะมีการไหลของข้อมูลไปกลับได้ทั้ง 2 ทาง และในปี 1998 The Global Supply Chain Forum ได้ให้คำนิยามของการ

จัดการห่วงโซ่อุปทานว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การรวมเอากระบวนการทางธุรกิจที่สำคัญนับตั้งแต่ผู้บริโภคนจนถึงผู้ส่งมอบ ลำดับแรกที่มีส่วนร่วมในการจัดเตรียมผลิตภัณฑ์บริการ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าและหุ้นส่วนทางธุรกิจได้ หนึ่งใน การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุดในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งถือเป็นความจำเป็นและเป็นที่มาของแนวคิดการบริหารห่วงโซ่อุปทาน คือ แต่ละธุรกิจไม่สามารถจะประสบความสำเร็จได้ด้วยการจัดการภายในองค์กรลำพังอีกต่อไป แต่ต้องมองความสัมพันธ์ของธุรกิจในรูปแบบของห่วงโซ่อุปทานด้วย แต่ละธุรกิจล้วนมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และไม่ใช่เพียงความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ธุรกิจแบบหนึ่งต่อหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นความสัมพันธ์ของเครือข่ายธุรกิจจำนวนมากเครือข่ายของความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจเหล่านั้นผู้บริหารระดับสูงต้องตระหนักและมองภาพให้ออกกว่าธุรกิจของตนอยู่ ณ ตำแหน่งใดของห่วงโซ่อุปทาน ต้องวางแผนกลยุทธ์ รูปแบบการบริหาร และเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพอันที่จะส่งเสริมให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานที่ตนมีส่วนร่วมอยู่ได้ การจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงถือเป็นการจัดการกระบวนการทางธุรกิจโดยภาพรวมและแสดง ให้เห็นถึงแนวทางใหม่ในการจัดการธุรกิจ ตลอดจนความสัมพันธ์กับสมาชิกอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทาน



ภาพที่ 1 รูปแบบห่วงโซ่อุปทาน

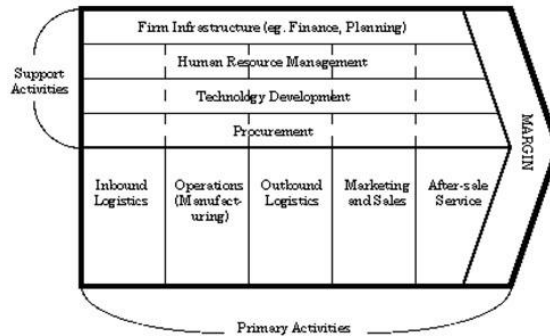
ที่มา:วิทยา สุहतตารัง. (2546).

การประยุกต์ใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มาใช้เป็นตัวแบบเพื่อวิเคราะห์หาประสิทธิภาพในแต่ละกิจกรรม แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดของ Michael Porter ที่ช่วยอธิบายกิจกรรมภายในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มกิจกรรมการบริหารงานขององค์กรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันและมีความเกี่ยวข้องกับการ

สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบ เริ่มตั้งแต่การรับวัตถุดิบเข้าระบบ วัตถุดิบผ่านเข้าสู่กระบวนการแปลงสภาพจนกระทั่งกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูปโดยขั้นตอนตั้งแต่การรับวัตถุดิบจนกระทั่งแปลงวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปจะสัมพันธ์กับการใช้ทรัพยากรไม่ว่าจะเป็น เงิน แรงงาน วัตถุดิบ อุปกรณ์ สิ่งปลูกสร้าง ที่ดิน ตลอดจนการบริหารจัดการ (Engineering Department, University of Cambridge,

2003) Kaplinsky และ Morris (2000) อธิบายเพิ่มเติมว่า โซ่คุณค่าเป็นคำอธิบายถึงกลุ่มกิจกรรมที่นำเสนอสินค้าหรือบริการจากแนวคิดผ่านขั้นตอนหลายหลายของกระบวนการผลิตจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป การจัดส่งสินค้าไปยังผู้บริโภคขั้นสุดท้าย รวมถึงกระบวนการกำจัดสินค้าหลังการใช้งานอีกด้วย โดยโซ่คุณค่าขององค์กรจะถูกเชื่อมต่อกับโซ่คุณค่าของผู้ส่งมอบและโซ่คุณค่าของลูกค้าจนกลายเป็น

ระบบความสัมพันธ์ที่มีขนาดใหญ่หรือระบบคุณค่า (Value System) ดังนั้นผลตอบแทนหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อองค์กรย่อมจะไม่ขึ้นอยู่กับปัจจุบันในภายโซ่คุณค่าขององค์กรเองเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในระบบคุณค่าที่องค์กรส่วนร่วมกิจกรรมในโซ่คุณค่าจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน



ภาพที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ที่มา : (Michael (1980), unpagged, อ้างถึง สำนักบริการเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ (สบทร.), 2554)

โดยกิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมที่มีส่วนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบและสินค้าโดยตรงประกอบไปด้วย 5 กิจกรรมคือ

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ เช่น การรับการจัดเก็บ การควบคุมระดับของวัตถุดิบ รวมถึงการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบ โดยเทคโนโลยีในกิจกรรมนี้ประกอบไปด้วย การขนส่ง การขนถ่าย การส่งถ่ายวัสดุ การจัดเก็บวัสดุ การจัดเก็บวัสดุ การสื่อสาร การทดสอบ และระบบข้อมูล

2) การปฏิบัติการ (Operations) คือ กิจกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่าโดยการแปลงสภาพวัตถุดิบจนกลายเป็นสินค้าหรือบริการโดยเทคโนโลยีที่ใช้ในกิจกรรมนี้จะประกอบไปด้วยกระบวนการผลิต วัตถุดิบ เครื่องจักรและเครื่องมือ การขนถ่ายวัสดุ การบรรจุหีบห่อ การรักษาสภาพ การทดสอบการออกแบบ และการจัดสิ่งปลูกสร้าง และระบบข้อมูล

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) คือ กิจกรรมที่ดำเนินการส่งมอบสินค้าไปยังลูกค้า รวมถึงการจัดเก็บสินค้า การเติมเต็มความต้องการของลูกค้ารวมถึงการจัดเก็บสินค้า การเติมเต็มความต้องการของลูกค้าโดย

เทคโนโลยีที่ใช้กิจกรรมนี้ ประกอบด้วย การขนส่ง การขนถ่ายวัสดุ การสื่อสาร ระบบข้อมูล และการบรรจุหีบห่อ

4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) คือ กิจกรรมใด ๆ ที่ทำให้ผู้ซื้อดำเนินการจัดหาสินค้า รวมไปถึงการเลือกช่องทางโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการกำหนดราคาสินค้า จัดหาสินค้า รวมไปถึงการเลือกช่องทางโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการกำหนดราคา

5) การบริการ (Customer Services) คือกิจกรรมในการรักษาสภาพสินค้าหลังการขายรวมถึงการซ่อมแซมและการให้บริการลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีที่ใช้ในกิจกรรมนี้ประกอบไปด้วย การบริการ การทดสอบ การสื่อสาร และระบบข้อมูล

ส่วนกิจกรรมสนับสนุน คือ กิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งสนับสนุนกิจกรรมหลักให้สามารถดำเนินไปได้ แต่ไม่มีส่วนร่วมโดยตรงในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ประกอบด้วย

1) การจัดหา/จัดซื้อ (Procurement) กิจกรรมในการจัดซื้อจัดหา Input เพื่อมาใช้ในการกิจกรรมหลัก

2) การวิจัยและพัฒนา (Technology Development) กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

3) การบริหารทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการสรรหาและคัดเลือก ประเมินผลพัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือน ค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์

4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการองค์กรซึ่งกิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุน 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย และจะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศเป็นองค์ประกอบหนึ่งในห่วงโซ่คุณค่าในส่วนของการพัฒนาเทคโนโลยี ที่จะนำมาใช้ในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ และการควบคุม โดยจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนเชื่อมต่อกิจกรรมในทุก ๆ องค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่า เป็นการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันขององค์กรเป็นอย่างดี

วิธีการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ในจังหวัดจันทบุรี พ่อค้าคนกลางผู้ประกอบการส่งออก ลูกค้า รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่

กลุ่มตัวอย่าง

เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกที่จะเก็บข้อมูล เกษตรกรที่ปลูกกล้วยไข่เพื่อการส่งออกที่มีความเข้มแข็งใน อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอท่าใหม่ อำเภอสอยดาวและอำเภอเขาคิชฌกูฏ จำนวน 15 ราย ผู้ประกอบการส่งออก 2 ราย เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้นำเข้า 1 ราย ได้รับคำแนะนำจากเกษตรกรที่ส่งขายผลผลิตให้ และผู้นำเข้าก็ได้รับการแนะนำจากผู้ส่งออกที่ค้าขายร่วมกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษารูปแบบโซ่อุปทานกล้วยไข่ จังหวัดจันทบุรี โดยมีขอบเขตการศึกษาตั้งแต่ เกษตรกร จนถึง ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานและข้อมูลการไหลของสินค้าระหว่างคู่ค้าในโซ่อุปทาน และแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพ โดยใช้กรอบแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า โดยข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

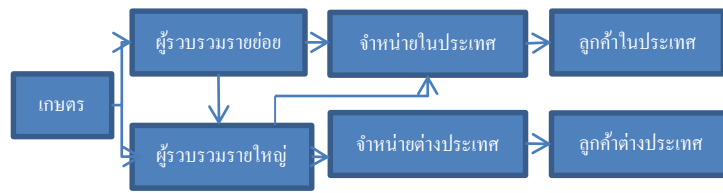
ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้

จากการสังเกต และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานกล้วยไข่ภายใต้แนวคิดการจัดการโซ่อุปทาน การศึกษาประสิทธิภาพ นำแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาศักยภาพกิจกรรมใน Value Chain จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน โดยกิจกรรมหลักคือกิจกรรมที่มีส่วนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบและสินค้าโดยตรงประกอบไปด้วย 5 กิจกรรมคือ Inbound Logistics, Operations, Outbound Logistics, Marketing and Sales และ Customer Services ส่วนกิจกรรมสนับสนุน คือ กิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งสนับสนุนกิจกรรมหลักให้สามารถดำเนินไปได้ แต่ไม่มีส่วนร่วมโดยตรงกับการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า Procurement, Technology Development, Human Resource Management และ Firm Infrastructure

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการผลิตกล้วยไข่ซึ่งได้มาจากการรวบรวมเอกสารจากงานวิจัย กรมวิชาการเกษตร วิทยุ แนวคิดต่าง ๆ หากหนังสือ วารสารวิชาการ

ผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน เริ่มตั้งแต่เกษตรกร จนถึง ลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า



รูปแบบการจัดการโซ่อุปทานกล้วยไข่ จังหวัดจันทบุรี คือ เกษตรกรรายเล็ก (3-49 ไร่) อำเภอโป่งน้ำร้อน 3 ราย อำเภอท่าใหม่ 3 ราย อำเภอเขาฉกรรจ์ 2 ราย อำเภอสอยดาว 1 ราย และเกษตรกรรายใหญ่ (มีพื้นที่เพาะปลูก 50-1,100 ไร่) อยู่ที่ อำเภอโป่งน้ำร้อน 1 ราย อำเภอท่าใหม่ 1 ราย อำเภอเขาฉกรรจ์ 2 ราย อำเภอสอยดาว 2 ราย

เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่ มีการปลูกกล้วยไข่ผสมกับผลไม้ชนิดอื่น อาทิเช่น ทูเรียน มังคุด หรือต้นยางพารา เนื่องจากต้นกล้วยไข่เมื่อผ่านระยะเวลาการออกเครือ 4 - 5 ปีรากมักจะลอยขึ้นเหนือนดิน (ต้นล้มง่าย) เกษตรกรจึงนิยมโค่นต้นกล้วยไข่ทิ้งแล้วหาหน่อพันธุ์ใหม่ไปปลูกบริเวณอื่นของสวนต่อไป หากเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไข่มีพื้นที่ในการเพาะปลูกปริมาณมากก็จะมีจ้างแรงงานจากต่างชาติ (ลาว และกัมพูชาเท่านั้น) มาทำงานในสวน และมีแรงงานชาวไทยดูแลแรงงานชาวต่างชาติ โดยให้ค่าจ้างวันละ 250 - 300 บาทการเก็บเกี่ยวผลผลิตเกษตรกรมีการตัดกล้วยทั้งเครือ และนำไปใส่ตระกร้า มีกระดาดรอง ถ้าเป็นเกษตรกรรายเล็กจะนำกล้วยไข่จากสวนของตนเองไปขายให้กับผู้รวบรวมรายย่อยหรือล้ง (ย่อย) ภายในพื้นที่ใกล้เคียงของสวนตนเองถ้าเป็นเกษตรกรรายใหญ่ผู้รวบรวมรายย่อยจะมารับซื้อที่สวน โดยกล้วยที่รับซื้อ ผู้รวบรวมรายย่อยจะทำการตัดกล้วยออกจากเครือ เป็นหวี ๆ มีการคัดแยกเกรดและขนาด เกรด A, B เพื่อการส่งออก ถ้าตกเกรดนำไปจำหน่ายในประเทศต่อไป นำส่งไปขายในตลาดภายในจังหวัด และต่างจังหวัด ผ่านพ่อค้าคนกลาง นำไปส่งตลาดต่างๆ จนถึงมือผู้บริโภคในประเทศ

กรณีขายต่างประเทศ ผู้รวบรวมรายย่อย (ล้ง) หลังจากที่ยกเกรดเรียบร้อยแล้ว จะปรับปรุงคุณภาพโดยการล้างน้ำเปล่า 1 รอบ และทำการล้างด้วยน้ำยาล้างจาน เช่น ซัลไล เพื่อทำความสะอาด หลังจากนั้นจะจุ่มด้วยน้ำยา greentex ผสมกับน้ำยาฆ่าเชื้อรา และนำมาบรรจุกล่องกล้วยไข่ 1 กล่อง แบ่งเกรดออกเป็น 4 เกรด (ส่งออก)

เกรด A จำนวน 14 - 15 หวี/กล่อง, เกรด AA จำนวน 12 - 13 หวี/กล่อง เกรด AAA จำนวน 10 - 11 หวี/กล่อง ราคา 40 บาท และ เกรด B จำนวน 16 - 20 หวี/กล่อง ราคา 15 บาท ภายในกล่องจะมีวัสดุกันกระแทก เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหาย ผู้รวบรวมรายย่อยนำกล้วยไข่ที่บรรจุกล่องเรียบร้อยแล้วส่งมาให้กับผู้รวบรวมรายใหญ่ และจะทำการตรวจสอบคุณภาพอีกครั้ง โดยการตรวจกล้วยไข่ภายในกล่อง หากพบกล้วยไข่หวีไหนที่ไม่ได้คุณภาพ จะดึงออกและเอากล้วยไข่ที่ได้คุณภาพเหมือนกันใส่ทดแทนไป และทำปรับปรุงคุณภาพ โดยการแตมน้ำยาฆ่าเชื้อราที่หัวผลของกล้วยไข่แต่ละหวี ปิดกล่อง มีการประทับตราระบุเกรด หมายเลขผู้รวบรวมรายย่อย ทำการโหลดสินค้าเข้าสู่ตู้คอนเทนเนอร์ขนาด 45 ฟุต จำนวน 1,137 กล่อง ควบคุมอุณหภูมิ 12-14 องศา โดยการวางกล่องบรรจุกล้วยไข่ด้านหน้าที่ติดกับผนังตู้ขึ้นจะมีการนำไม้ไผ่มาวางกั้นไว้ข้างหน้าเพื่อป้องกันไม่ให้ตู้กล่องโดนผนังตู้คอนเทนเนอร์ การวางจะวางซ้อนกันสูง 9 ชั้น ขนส่งมาตามเส้นทาง ตั้งแต่จังหวัดจันทบุรี ถึง อำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย เข้าสู่ด่านเชียงของ พิธีการทางด้านศุลกากร ผู้ส่งออกว่าจ้าง Logistic Provider ดำเนินการทั้งหมด เจ้าหน้าที่ศุลกากรทำการตรวจ Physical Inspection สุ่มตรวจสอบอุณหภูมิ พืช รถคอนเทนเนอร์เข้าสู่ด่านบ่อแก้ว ประเทศลาว เจ้าหน้าที่ศุลกากรประเทศลาวทำการตรวจเอกสารการส่งออก ไม่มีการเปิดตรวจสินค้าภายในตู้ เข้าสู่ด่านบ่อเต็น ประเทศลาว มีการเปลี่ยนถ่ายรถและตู้คอนเทนเนอร์ไทย ให้เป็นของประเทศจีน มีการดำเนินการพิธีการศุลกากร โดยผ่านชิงปิงจิ้น รถสินค้าเข้าสู่บ่อหาร ประเทศจีน มีการเปิดตู้สุ่มตรวจคุณภาพของสินค้า มีการซิลตู้ เข้าสู่ เมืองสิบสองปันนา ประเทศจีน ใช้เส้นทางหลวงหลักระหว่างเมือง (Highway) ผ่านเมืองคุนหมิง เข้าสู่นครเฉิงตู ประเทศจีน เข้าสู่ตลาดค้าส่งที่ใหญ่ที่สุด คือตลาดเหมินหยาง เมืองเฉิงโจว นครเฉิงตู จะมีพ่อค้าส่งนำไปขายที่ตลาดค้าส่ง เช่น

ตลาดฉะเชิงเทรา มีพ่อค้าปลีกจากมณฑลต่าง ๆ มาซื้อไป เพื่อนำไปขายต่อในลักษณะขายส่งและขายปลีกในเมืองต่าง ๆ และตลาดค้าปลีกในซูเปอร์มาร์เก็ต จนถึงผู้บริโภค

จากการศึกษาห่วงโซ่คุณค่ากล้วยไข่ จังหวัดจันทบุรี ตามกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ผลการวิจัยพบว่า

1) การขนส่งวัตถุดิบ พบว่า เกษตรกรรายย่อยมีสวนกล้วยไข่ 3 – 99 ไร่ ผลผลิตมีปริมาณไม่สูงมากนักต่อการขายในแต่ละครั้งประเภทนี้เกษตรกรจะมีการขนส่งกล้วยไข่จากสวนของตนเองไปขายยังผู้ประกอบการรายเล็กภายในพื้นที่ใกล้เคียงของสวนตนเอง หากปริมาณผลผลิตน้อยและสวนอยู่ใกล้ ผู้ประกอบการรายเล็กเกษตรกรมักนิยมใช้รถมอเตอร์ไซด์พ่วงข้างเคลื่อนย้ายผลผลิตไปมาขายยังผู้ประกอบการรายเล็กแต่หากว่าผลผลิตมีปริมาณมากมักใช้รถกระบะในการเคลื่อนย้ายผลผลิตไปมาขายยังผู้ประกอบการรายเล็กสำหรับการเคลื่อนย้ายทั้งสองอย่างก่อนการเคลื่อนย้ายเกษตรกรจะมีการนำวัสดุกันกระแทกมารองพื้นยานพาหนะ อันได้แก่ ที่นอน เบาะ ผ้าฉนวน แผ่นยางกันกระแทก เป็นต้น เพื่อลดกระแทกอันจะเป็นสาเหตุให้ผลผลิตกล้วยไข่เกิดความเสียหาย ไม่สามารถขายในราคาเกรดส่งออก(A-AAA)ได้ ต้องขายในราคาตกไซท์ เกษตรกรรายใหญ่มีส่วนกล้วยไข่ตั้งแต่ 99 ไร่ขึ้นไปประเภทนี้จะมีผู้ประกอบการรายใหญ่เข้ามาติดต่อรับซื้อกล้วยไข่ถึงในสวน นำรถหัวลากที่มีตู้คอนเทนเนอร์มาใส่กล้วยไข่

2) การตรวจรับและการรักษาวัตถุดิบ พบว่า การตรวจรับกล้วยไข่ของผู้ประกอบการใหญ่และรายเล็ก มีการตรวจสอบคุณภาพก่อนการตรวจรับ มีการรับซื้อเป็นเครือเท่านั้น ผู้ประกอบการเล็ก รับกล้วยจากเกษตรกรและทำการปรับปรุงคุณภาพที่ล้างของตนเองหากเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ เข้าไปรับซื้อกล้วยที่สวนของเกษตรกรและทำการปรับปรุงคุณภาพที่สวน

3) การจัดการวัตถุดิบคงคลัง พบว่า ส่วนใหญ่จะพบปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบหากเจอปัญหาภาวะน้ำแล้ง กล้วยไข่นั้นขาดน้ำไม่ได้ หากต้นโทรมไม่สามารถฟื้นฟูได้ทำให้ผลผลิตไม่ออกตามปริมาณที่ต้องการ และคุณภาพไม่ได้

4) การผลิตสินค้า พบว่า การผลิตสินค้าของผู้ประกอบการรายใหญ่และรายย่อย มีลักษณะเดียวกัน คือเมื่อรับกล้วยไข่มาจากสวนแล้ว พนักงานจะทำการคัดแยกสินค้าจะมีการตรวจสอบสี รอยขีด หากพบจะทำการเด็ดกล้วยลูกนั้นออก แต่ลูกที่เด็ดออกต้องไม่เกิน 3 ลูกต่อ 1 หวี ถ้าเกินจะกลายเป็นสินค้าตกไซท์ทันที การตัดกล้วยไข่เป็นหวีจะใช้มีดเฉพาะตัดวงข้างออก การจุ่มน้ำ เพื่อล้างคราบยางกล้วยไข่ออก ซึ่งน้ำที่ใช้เป็นน้ำสะอาดหรือน้ำเปล่า การเรียงกล้วยไข่ลงในเชิง โดยจะมีน้ำถุงพลาสติกใสสวมเชิงไว้ก่อน การวางเอาหัวกล้วยเข้าข้างในแบบหัวชนหัว ปลายหวีชนเชิง ซึ่งจะวางซ้อนกันเป็นชั้นๆ จากนั้นนำมาทำความสะอาด และทำการตัดหนวด จุ่มน้ำเพื่อล้างหนวดออก ล้างน้ำยา ใช้น้ำยาล้างจานจัดคราบสกปรก ล้างน้ำสะอาดอีกครั้งเพื่อให้กล้วยออก ทำการจุ่มน้ำยาฆ่าเชื้อและยาเคลือบ ป้องกันการเจริญเติบโตของรา สามารถยืดอายุกล้วยไข่ได้ และทำให้ดูมีน้ำวาว ใส่ นารับประทาน นำมาตากตาก ให้แห้งก่อนการบรรจุลงกล่องบรรจุ โดย 1 กล่องจะประกอบไปด้วยกล้วยไข่น้ำหนัก 12.5 กิโลกรัม และกล่องน้ำหนักรวม 1 กิโลกรัม รวมน้ำหนักกล่องและกล้วยไข่ทั้งหมด 13.5 กิโลกรัม กล่องที่ใช้บรรจุมาจากบริษัทผู้ส่งออกกล้วยไข่ กล่องกระดาษลูกฟูก แผ่นกันกระแทก ถุงพลาสติก ฝาปิดกล่อง

5) การจัดส่งและบริหารสินค้าคงคลัง การจัดส่งสินค้า การจัดส่งมี 2 ลักษณะ กรณีที่ขายสินค้าในประเทศจะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อกล้วยที่ตกเกรดจากสวนและผู้ประกอบการรายย่อย นำรถกระบะสี่ล้อ มีกรงเหล็กมารับกล้วยใส่เชิงไปจำหน่าย ต่อที่ตลาดไทย ตลาดสี่มุมเมือง กรณีที่ขายสินค้าไปยังประเทศจีน ผู้รวบรวมรายย่อยจะนำกล้วยที่ล้างสะอาดแล้วใส่เชิง ขนใส่รถกระบะสี่ล้อ มาขายให้กับผู้รวบรวมรายใหญ่ ผู้รวบรวมรายจะขนส่งสินค้าไปยังประเทศจีน โดยใช้รถหัวลาก และตู้คอนเทนเนอร์ ขนาด 40 ฟุต มีการควบคุมอุณหภูมิ ขนสินค้าจากจังหวัดจันทบุรี ขนมายังจังหวัดเชียงราย ผ่านเส้นทาง R3A ผ่านด่านศุลกากรเชียงของผ่านประเทศลาว เข้าสู่ตลาดจีนต่อไป

6) การตลาดและการขายสินค้า พบว่าการจัดการด้านการตลาดและการขายสินค้า ของผู้ประกอบการราย

ย่อย และผู้ประกอบการรายใหญ่ บริษัทมีลูกค้าภายในประเทศหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มพ่อค้าส่ง กลุ่มธุรกิจแปรรูป บริษัทมีลูกค้าต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศจีน ตลาดปลายทางเป็นตลาดในนครคุนหมิง และนครเฉิ่นตู ขายในห้างสรรพสินค้า เป็นส่วนใหญ่

7) การให้บริการหลังการขาย ผู้ประกอบการรายใหญ่จะมีบริการหลังการขาย หากพบว่ากล้วยไข่เมื่อไปถึงปลายทางแล้ว ไม่ได้คุณภาพที่กำหนด อาจเกิดจากการกระแทกระหว่างการขนส่ง ผู้ประกอบการรายใหญ่ จะชดเชยกล้วยไข่อีกในรอบการขนส่งถัดไป แต่ผู้นำเข้าไม่สามารถลดเกรดของกล้วยไข่ตามที่ได้ตกลงกันไว้ตั้งแต่ต้น

กิจกรรมสนับสนุน (Supporting Activities) ของห่วงโซ่คุณค่ากล้วยไข่ ผลการวิจัยพบว่า

(1) กิจกรรมการจัดซื้อ เกษตรกรหาหน่อกล้วย พันธุ์กำแพงเพชรและพันธุ์เกษตรศาสตร์ 2 มาปลูกที่สวนของ ซึ่งต้องทำการเตรียมดินให้เรียบร้อยก่อนที่หน่อกล้วยมาถึง ผู้ประกอบการส่งออก มีการส่งเจ้าหน้าที่ไปสำรวจ ว่ามีสวนใดที่ปลูกกล้วยไข่ที่ได้คุณภาพ และแปลงเกษตรกรนั้นต้องได้รับ มาตรฐาน GMP และทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ผู้นำเข้านั้นทำการติดต่อมายังผู้ประกอบการรายใหญ่หรือผู้ส่งออก แจ้งความต้องการกล้วยไข่ของตน ว่ามีความต้องการปริมาณเท่าใดในเดือนไหน ซึ่งผู้ประกอบการรายใหญ่สามารถที่จะวางแผนผลผลิตของตนเองได้จากปีที่ผ่านมา และจัดส่งสินค้าให้ตามคำสั่งซื้อของผู้นำเข้า

(2) การบริหารทรัพยากรบุคคล ส่วนใหญ่เกษตรกรจะช่วยเหลือกันภายในครอบครัว หากเกษตรกรรายใหญ่จะทำการจ้างแรงงาน พม่า และแรงงานกัมพูชาเท่านั้นเนื่องจากแรงงานกลุ่มนี้มีความขยัน ด้านผู้นำเข้าที่ประเทศจีน ส่งพนักงานของตนเองมาอยู่ที่สวนหรือบริษัทของผู้ประกอบการรายใหญ่ เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนที่จะส่งไปขายยังประเทศจีน

(3) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาองค์กร พบว่าด้านของเกษตรกรยังไม่มี การนำเทคโนโลยีมาใช้ ผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ประกอบการรายใหญ่ มีเพียงการนำคอมพิวเตอร์ มาช่วยบันทึกข้อมูลการรับซื้อเท่านั้น

(4) โครงสร้างพื้นฐาน พบว่า ด้านเกษตรกร มีการทำงานแบบครัวเรือนไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจน คล้ายกับผู้ประกอบการรายใหญ่ มีเพียงเจ้าของบริษัท และพนักงานเพียง 1-2 คนเท่านั้น ด้านของผู้ประกอบการรายใหญ่ ยังไม่มีการแบ่งโครงสร้างที่ชัดเจน มีเจ้าของบริษัท มีพนักงาน 4-5 คน พนักงาน 1 คน อาจจะได้รับหลายหน้าที่ เช่น หน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ ควบกับพนักงานขนส่ง และพนักงานคัดแยกสินค้า หรือพนักงานบัญชี ควบกับตำแหน่งพนักงานฝ่ายจัดซื้อ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์รูปแบบห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ จังหวัดจันทบุรี พบว่าห่วงโซ่อุปทานกล้วยไข่ ถูกควบคุมโดยกลุ่มพ่อค้าชาวจีน ซึ่งเป็นผู้นำเข้า ทำให้เกษตรกร ที่อยู่ต้นน้ำ ไม่สามารถที่จะเรียกร้องราคาได้ ซึ่งราคาถูกกำหนดตั้งแต่ปลายทาง ส่งมาทางผู้ส่งออกหรือผู้ประกอบการรายใหญ่ อีกทั้งเกษตรกรไม่ทราบราคาปลายทางว่าขายในราคาเท่าไร แต่ปัจจุบันเกษตรกรพึงพอใจในราคาที่ได้รับ ทำให้ไม่เกิดข้อเรียกร้องอะไร ทำให้โซ่อุปทานในประเทศไทยไม่เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเลย สอดคล้องกับงานวิจัย ยุวันดา ไกรรอด (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์โซ่คุณค่า ของลำไย ส่งออกจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทาน มี 4 ราย ได้แก่ เกษตรกร ผู้รับซื้อ ผู้ประกอบการส่งออก และผู้บริโภคร เกษตรกรเสียโอกาส ถูกควบคุมราคาตั้งแต่ปลายทาง ผู้ส่งออกลำไย (พ่อค้าชาวจีน) ภาครัฐควรสนับสนุนและช่วยเหลือเกษตรกรให้ได้ประโยชน์

จากการศึกษากิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของการจัดการโซ่คุณค่ากล้วยไข่ พบว่า ปัญหาด้านการควบคุมคุณภาพของเกษตรกร หากเกษตรกรมีการควบคุมคุณภาพตั้งแต่ในสวน จะทำให้เกษตรกรได้ราคากว้างไขที่สูงขึ้น หากไม่มีการดูแลกล้วยไข่ตกเกรดทำให้ได้รับราคาที่ถูกลง เกษตรกรควรมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เพื่อช่วยในเรื่องระบบการขนส่ง เนื่องจากกล้วยไข่เป็นสินค้าที่บอบช้ำง่าย หากมีการผ่านมือและกระแทกบ่อยครั้งทำให้คุณภาพของกล้วยไข่ลดลง ด้านการตลาด เกษตรกรควรมี

การรวมกลุ่มกัน เพื่อให้เกิดความได้เปรียบ สามารถหาตลาดเองได้ และการรวมกลุ่มทำให้เกิดการพูดคุยกันด้านคุณภาพกล้วยไข่ ราคาของกล้วยไข่ และจะทำให้ต้นทุนการผลิตถูกลงในการซื้อปัจจัยการผลิตร่วมกันอีกด้วย ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ควรจ้างแรงงานภายในประเทศ เนื่องจากปัจจุบันใช้แรงงานต่างด้าวเป็นจำนวนมาก หากแรงงานเหล่านี้มีการพัฒนาศักยภาพตนเองแล้ว จะเปลี่ยนงานใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการต้องหาแรงงานและพัฒนาฝีมือบ่อยครั้ง ทำให้แรงงานไม่เกิดความชำนาญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรพัฒน์ เศรษฐสมบูรณ์ เสกสรร บัวระภา และรังสฤษฎ์ สุทธิกุล(2550) ได้ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าซึ่งต้องเพื่อการส่งออกในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนล่างผลการศึกษาพบว่า ด้านการพัฒนาระบบตลาดต้องมีการจัดการโซ่คุณค่าเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่ค้า อีกทั้ง ด้านการตลาด สามารถช่วยกันหาตลาด เพื่อส่งเสริมซึ่งกันและกัน มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- กรมการค้าต่างประเทศ. (2552). **สถานการณ์การค้ามังคุด**. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2553, จาก [www.dft.moc.go.th/the_files/\\$\\$16/level4/9.มังคุดไตรมาส.doc](http://www.dft.moc.go.th/the_files/$$16/level4/9.มังคุดไตรมาส.doc).
- ไชยยศ ไชยมั่นคง, มยุขพันธ์ ไชยมั่นคง. (2550). **กลยุทธ์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนเพื่อแข่งขันในตลาดโลก**. นนทบุรี: ซี.วาย.ซิสเท็มพรีนติ้ง จำกัด.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. (2552). **การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน**, กรุงเทพฯ: เอ็กเซเปอร์เน็ท จำกัด.
- นิภา หวังสินทวีกุล. (2550). **ห่วงโซ่อุปทานของมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ เพื่อการส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นในจังหวัดฉะเชิงเทรา**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ เกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- เพ็ญศรี เจริญวานิช วรรณช ศรีใจภูมิกุล และทิพย์วรรณงามศักดิ์. การศึกษาช่องทางการจำหน่ายมะม่วงสดในตลาดเป้าหมาย. ใน **การประชุมวิชาการบริหารธุรกิจครั้งที่ 2** ปีพ.ศ. 2545. หน้า 281-293.
- วิทยา สหฤทธดำรง. (2546). **โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน อธิบายได้ง่ายนิดเดียว**, กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- สนชัย ชำรง. (2553). **มังคุดไทยภายใต้กลไกตลาดของสหกรณ์**. เติลนิวัส, น.9
- องอาจ อ่ำราไพ. (2547). **ความต้องการมะม่วงน้ำดอกไม้ของผู้ส่งออกไทยเพื่อตลาดประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน**. มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช.