

กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานพริกเพื่อพัฒนาอาชีพปลูกพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

CHILLY'S SUPPLY CHAIN MANAGEMENT STRATEGIES FOR CHILLY FARMERS CAREER DEVELOPMENT IN NAKORN RATCHASIMA PROVINCE

ตุลา คมกฤต มโนรัตน์

TULA KHOMKIT MANORAT

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

NAKHON RATCHASIMA RAJABHAT UNIVERSITY

จังหวัดนครราชสีมา

NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

รับบทความ : 31 พฤษภาคม 2564 / ปรับแก้ไข : 20 กันยายน 2564 / ตอรับบทความ : 30 กันยายน 2564

Received: 31 May 2021 / Revised: 20 September 2021 / Accepted : 30 September 2021

บทคัดย่อ

การพัฒนาอุตสาหกรรมพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาให้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนด้วยงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดพริกในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ 2) ศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดพริก และ 3) จัดทำกลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานพริก กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง 300 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึก แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด แบบสำรวจ และแบบประเมินผลแบบประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งผ่านการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา ได้เท่ากับ 0.91, 0.89, 0.86, 0.91 และ 0.90 ตามลำดับ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และสอบถามข้อมูลในพื้นที่เพาะปลูกตลาด และหน่วยงานในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และจัดทำกลยุทธ์ร่วมกับวิธี TOWS Matrix ผลการวิจัยพบว่า ระดับต้นน้ำคือผู้ประกอบการปัจจัยการผลิตและเกษตรกร ตัวกลางการเชื่อมโยงระดับกลางน้ำ ประกอบด้วย พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายปลีก นายหน้า พ่อค้าขายส่ง และพ่อค้าส่งออก และระดับปลายน้ำซึ่งเชื่อมโยงไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วยตลาดท้องถิ่น จังหวัด และประเทศ โดยมีการเชื่อมโยงศักยภาพการผลิตอยู่ในระดับมากที่สุด และและการตลาดอยู่ในระดับมาก ส่วนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจพริกอยู่ในระดับมาก สำหรับกลยุทธ์ที่นำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนามีจำนวน 21 ประเด็น ซึ่งเป็นการสร้างเครือข่ายที่เชื่อมโยงผลผลิตไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกิดจากพริกและเป็นเครื่องยืนยันว่าสินค้าที่ผลิตได้สามารถจำหน่ายได้ทั้งหมด มีตลาดรับซื้อพริกที่แน่นอน ไม่เผชิญกับปัญหาผลผลิตพริกผันตลาด รวมถึงได้รับราคาซื้อพริกที่มีความเป็นธรรม

คำสำคัญ : กลยุทธ์การจัดการ, การจัดการโซ่อุปทานพริก, อาชีพปลูกพริก

ABSTRACT

The objectives of the study in developing the chili industry in Nakhon Ratchasima province in order to grow sustainably were to 1) explore the connections between the production and chili market from the upstream, midstream to downstream level, 2) study the chili's production and market potential, and 3) establish chili supply chain management strategies. Data were collected from

300 farmers by using simple random sampling. Research tools were notes, semi-structured open interview, survey, and a 5-point scale evaluation were used. All the instruments were validated by the experts in the fields for content and construct validity and reliability. The results were as follows 0.91, 0.89, 0.86, 0.91 and 0.90, collected on plantations, markets, and agencies. Descriptive statistics were employed in this study: means and standard deviations. All the data were used to create strategies with TOWS Matrix. The results showed the upstream level consisted of entrepreneurs overlooking production factors and chili farmers. The midstream level was the mediator including local middlemen, retailers, agents, wholesalers, and exporters. The downstream level connected to the consumers were local, provincial, and national market. This level had the highest production potential and high market potential with 21 issues of the chilly supply chain management strategies. Creating a network that connected the produce to the processing of chili products was a guarantee that the products that was produced could be sold. There were firm markets for buying chili peppers with no problem of oversupply including getting a fair price for buying chili.

Keywords : Strategy, Supply chain, Chili occupation

บทนำ

พื้นที่เพาะปลูกในจังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่จะทำการเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจหลัก 4 ชนิด คือ ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และอ้อยโรงงาน แต่ถ้าจะกล่าวถึงพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อจังหวัดนครราชสีมา อีกชนิดหนึ่ง “พริก” ถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งในปัจจุบันพบว่ามีส่วนให้ความสนใจและความสำคัญกับพืชชนิดนี้น้อย ทั้ง ๆ ที่มีการเพาะปลูกในพื้นที่จังหวัดและมีความสำคัญในเชิงอุตสาหกรรม ซึ่งจังหวัดนครราชสีมา มีพื้นที่เพาะปลูกพริกที่สำคัญในอำเภอด่านขุนทด อำเภอขามสะแกแสง อำเภอโนนไทย และอำเภอพระทองคำ ซึ่งมีพื้นที่รวมกันประมาณร้อยละ 80.94 ของพื้นที่ปลูกพริกทั้งหมด (Nakhon Ratchasima Provincial Agricultural Extension Office, 2017, p. 16) และพริกที่นิยมปลูก คือ พริกชี้หูใหญ่ ซึ่งการปลูกพริกนั้นทำให้เกิดการจ้างงานและก่อให้เกิดรายได้ อันเป็นแรงผลักดันที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานรากหรือในระดับครัวเรือน โดยการใช้ประโยชน์ของพริกนั้นมีค่อนข้างกว้างขวาง เช่น ด้านอาหาร พริกเป็นได้ทั้งพืชผักและเครื่องปรุงแต่งรสชาติอาหาร และใช้ในอุตสาหกรรมอาหารเป็นเครื่องปรุงแต่งรส เช่น พริกแห้ง พริกป่น พริกแกง น้ำพริกเผาและ ซอสพริก เป็นต้น (Banbai, 2013, p. 1)

นอกจากที่กล่าวมาแล้วสารเผ็ดของพริกที่อยู่ในไส้พริกหรือรกของผลพริกที่ทำให้เกิดรสชาติเผ็ดร้อนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในอุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมยา ซึ่งในปัจจุบันมีการสกัดสารสำคัญนี้ มาใช้ประโยชน์ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อย่างกว้างขวางและมีราคาสูง อันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่พริก เช่น ยาฆ่าเชื้อแบคทีเรียในกระเพาะอาหาร ยาทาแก้ปวดเมื่อย ปวดตามข้ออักเสบ ยารักษาโรคไซนัส เป็นต้น (Lertrat, 2007, online) จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าพริกเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัดนครราชสีมา และประเทศไทยอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม การดำเนินการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้และเพื่อการพัฒนาในอุตสาหกรรมพริกยังอยู่ในวงจำกัดไม่กว้างขวางนัก ส่วนหนึ่งเพราะขาดระบบฐานข้อมูลพริกที่เชื่อมโยงกันทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในลักษณะของโซ่อุปทาน ทำให้ไม่สามารถวิเคราะห์สภาพปัญหา ศักยภาพ และการเชื่อมโยงปัญหาของพริกได้อย่างเป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถกำหนดแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมพริกให้เจริญเติบโตอย่างที่เป็นไปได้

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยพบว่าอุตสาหกรรมการผลิตพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ยังเผชิญปัญหาในด้านต่าง ๆ หลายประการ ทั้งในด้านการผลิต เช่น การเลือกพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการเพาะปลูก การขาดการวางแผนในการผลิต กระบวนการปลูก และการบำรุงรักษาพริก ทำให้มาตรฐานของสินค้าที่ผลิตได้มีความแปรปรวนค่อนข้างมาก และในส่วนของปัญหาด้านการตลาด เช่น การเชื่อมโยงผลผลิตพริกจากเกษตรกรสู่ตลาดในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาและใกล้เคียง การกำหนดราคาขาย การจัดเกตุคุณภาพพริกของเกษตรกร ซึ่งเกษตรกรมีบทบาทน้อยในตลาด โดยตลาดมักถูกกำหนดจากพ่อค้าเป็นหลัก ดังนั้นการพัฒนากการผลิตและการตลาดของพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ควรศึกษาให้ครบวงจรผ่านห่วงโซ่อุปทานพริก จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การผลิตและการตลาดพริกสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

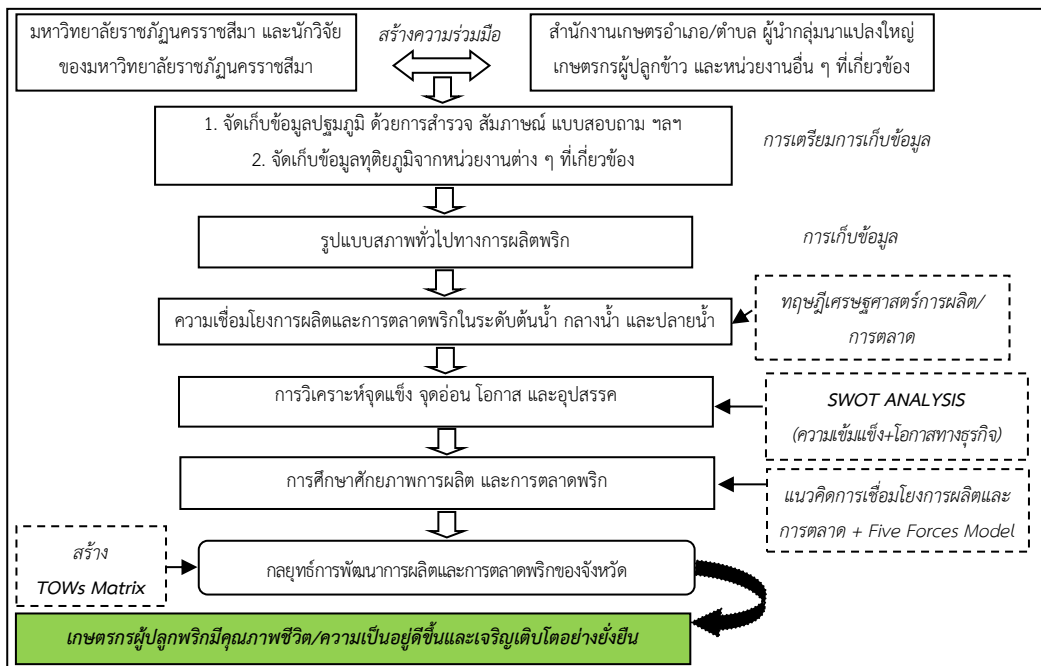
1. เพื่อศึกษาเชื่อมโยงกระบวนการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
2. เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อจัดทำกลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์การวิจัย

1. ได้ทราบถึงการเชื่อมโยงกระบวนการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาที่มีความเชื่อมโยงกันทั้งในระดับต้นน้ำ ระดับกลางน้ำ และระดับปลายน้ำ
2. ได้ทราบถึงศักยภาพการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงสถานการณ์การผลิตพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
3. ได้กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา โดยความร่วมมือกับภาคีภายในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาการผลิตพริกให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้

กรอบการดำเนินโครงการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดหลัก 4 แนวคิด นั่นคือ แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การผลิต การวิเคราะห์ต้นทุน รายรับ และกำไรที่เกิดจากการผลิต ถัดมาคือแนวคิดเกี่ยวกับการตลาด ลักษณะตลาดและการเชื่อมโยง ถัดมาคือแนวคิดเกี่ยวกับโซ่อุปทาน ลักษณะของโซ่อุปทานภายในองค์การของ Chen and Paulraj (2004, p. 120) และสุดท้ายแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ อันนำไปสู่การวิเคราะห์ SWOT Analysis และนำผลที่ได้ไปสร้าง TOWs Matrix ของ Wheelen and Hunger (2004, p. 182) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทั้งระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ จึงเป็นที่มาของกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ขั้นตอนและกรอบในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ครุเรือนของเกษตรกรผู้เพาะปลูกพริก (พริกชี้หนูเมล็ดเล็ก พริกชี้หนูเมล็ดใหญ่ พริกใหญ่ และพริกหยวก) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 1,054 ราย (Nakhon Ratchasima Provincial Agricultural Extension Office, 2017, p. 16) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน (Yamane, 1973, pp. 727-728) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 290 ราย ซึ่งนักวิจัยได้เลือกใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample random sampling) เนื่องด้วยประชากรมีลักษณะคล้ายคลึงกัน นั่นคือมากกว่าร้อยละ 90 ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม คือ การเพาะปลูกพริก อีกทั้งจำนวนประชากรอยู่รวมกันอย่างไม่กระจกระบาย ด้วยวิธีการสุ่มแบบจับสลาก จากเลขที่บ้านที่ระบุชื่อและนามสกุลของผู้อาศัยในบ้านเพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาเศรษฐศาสตร์ จำนวน 3 ท่าน ประเมินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of item-objective congruence : IOC) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability analysis) โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach (1984, p. 161) มีจำนวน 4 แบบ ประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลกระบวนการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา เป็นการออกแบบหัวข้อ สำหรับการจดบันทึกข้อมูลระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีค่า IOC เท่ากับ 0.91 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยใช้คำสำคัญ (Keywords) เป็นการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกพริก ในการตั้งคำถามซึ่งหัวข้อคำถามสามารถปรับเปลี่ยนไปได้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง แบ่งเป็นชุดแรก คือ แบบสัมภาษณ์ด้านการผลิต ด้านการตลาด การเชื่อมโยงการผลิตและการตลาด และชุดที่สอง คือ แบบสัมภาษณ์จุดแข็ง จุดอ่อน

โอกาส และอุปสรรคของการผลิตและการตลาดพริก มีค่า IOC เท่ากับ 0.89 และ 0.86 ตามลำดับ แบบสำรวจเป็นการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ปลูกพริก มีลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 5 ระดับ แบ่งเป็นแบบสำรวจ 2 ส่วน ส่วนแรก คือ แบบสำรวจระดับความเข้มแข็งของอาชีพเกษตรกรในการเพาะปลูกพริก ประกอบด้วย ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อระดับความเข้มแข็งอาชีพเกษตรกรปลูกพริกในด้านการผลิต และการตลาด และแบบสำรวจระดับความสามารถที่จะได้รับโอกาสจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่ออาชีพเกษตรกรในการเพาะปลูกพริก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ เทคโนโลยี นโยบายของรัฐ พันธมิตรการค้า และสภาพการแข่งขันที่มีผลต่ออาชีพเกษตรกรในการเพาะปลูกพริก และส่วนที่สอง คือ แบบสำรวจสภาพการแข่งขันของอาชีพเกษตรกรในการเพาะปลูกพริก ประกอบด้วยความคิดเห็นของเกษตรกรต่อสภาพการแข่งขันของอาชีพเกษตรกรปลูกพริกว่ามีความสามารถในการแข่งขันได้อยู่ในระดับใด แบ่งเป็นด้านอำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อสินค้า ข้อจำกัดการเข้าสู่สวนพริกสายใหม่ แรงผลักดันจากสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ และการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน มีค่า IOC เท่ากับ 0.91 และแบบประเมินศักยภาพการผลิตและการตลาดพริก มีลักษณะคำถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating scale) จำนวน 5 ระดับ แบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วยส่วนที่ 1 ศักยภาพด้านการผลิตพริก ได้แก่ ปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และผลผลิต และส่วนที่ 2 ศักยภาพด้านการตลาดพริก ได้แก่ แหล่งรับซื้อ ลักษณะการจำหน่าย และการเก็บรักษาสผลผลิต มีค่า IOC เท่ากับ 0.90 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.85

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลใน 5 รูปแบบ โดยเริ่มต้นจาก 1) นำแบบบันทึกข้อมูลเข้ามาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการผลิตและการตลาดพริกในระดับจังหวัดกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น พื้นที่เพาะปลูก ขนาดของพื้นที่เพาะปลูก เป็นต้น 2) นำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างมาใช้ในการรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีข้อมูลด้านการผลิตพริก เช่น ลักษณะทั่วไปของพริก กระบวนการผลิตตั้งแต่การเตรียมแปลงปลูกไปจนถึงการเก็บผล การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว และการแปรรูปจากพริกสด เป็นต้น และข้อมูลด้านการตลาดพริก ได้แก่ ช่องทางการตลาด สถานที่รับซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ การกำหนดราคา รูปแบบการชำระเงิน รูปแบบการส่งเสริมการขาย และการจัดเกตรพริก 3) นำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ในเรื่องปัจจัยบวก ปัจจัยลบของสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกของการผลิตและการตลาดพริก ทำการสัมภาษณ์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคการผลิตและการตลาดพริก 4) นำแบบประเมินผลให้กลุ่มตัวอย่างประเมินศักยภาพด้านการผลิต 3 ด้าน คือ ปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และผลผลิต และประเมินศักยภาพด้านการตลาด 3 ด้าน คือ แหล่งรับซื้อผลผลิต ลักษณะการจำหน่ายผลผลิต และการเก็บรักษาสผลผลิต และ 5) นำแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ทำการสัมภาษณ์และสอบถามข้อมูลแนวทางการพัฒนาการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา กับกลุ่มตัวอย่าง

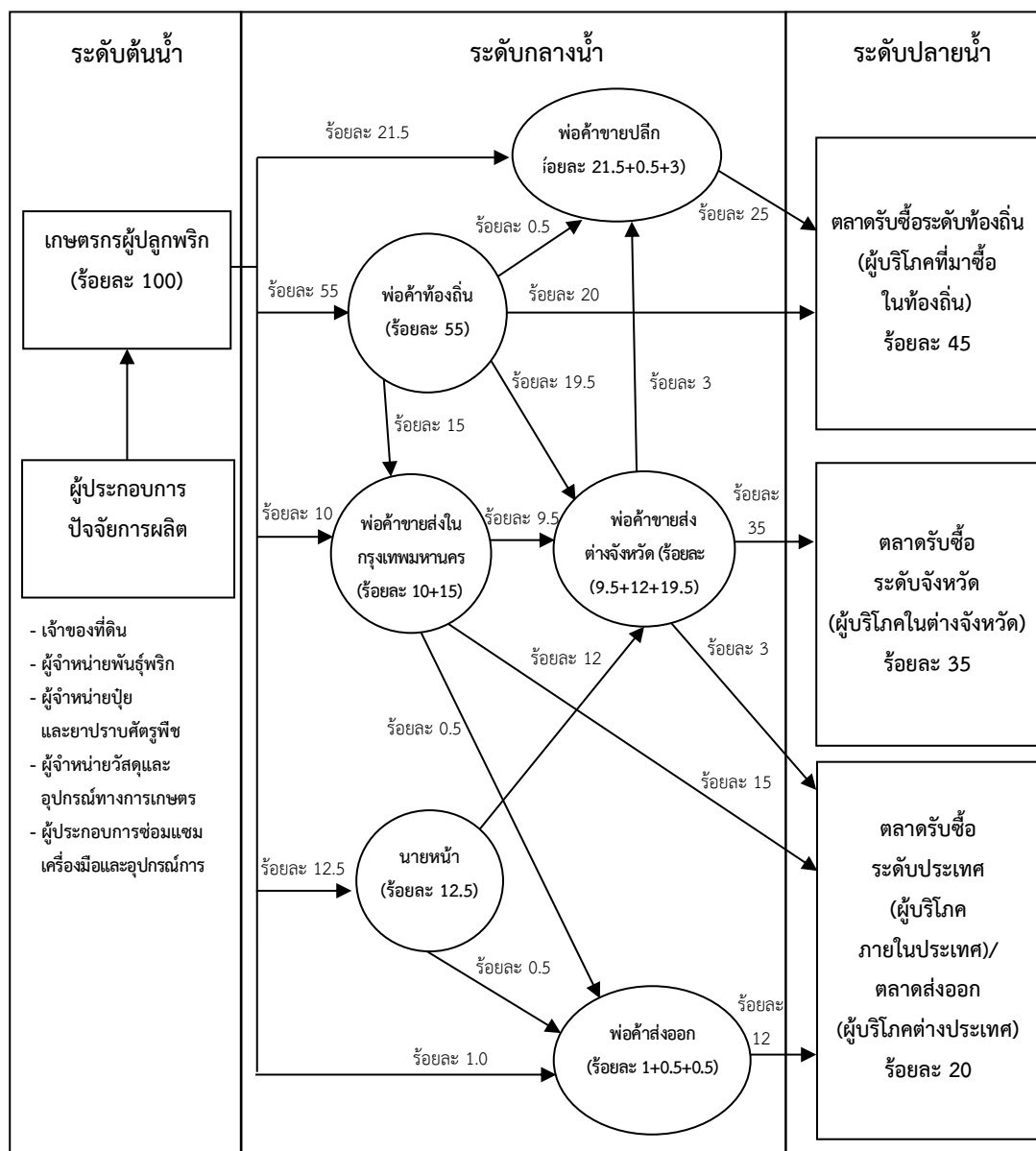
การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการบันทึกข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content analysis) และค้นหากลยุทธ์การจัดการใช้อุปทานพริกในจังหวัดนครราชสีมา ด้วยการใช้วิธีการ TOWs Matrix (Wheelen & Hunger, 2004, p. 182) สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสำรวจและแบบประเมินผล ใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยกำหนดการแปลผลระดับค่าเฉลี่ย ได้แก่ 1.00-1.80 หมายถึงน้อยที่สุด 1.81-2.60 หมายถึงน้อย 2.61-3.40 หมายถึงปานกลาง 3.41-4.20 หมายถึงมาก และ 4.21-5.00 หมายถึงมากที่สุด (Best, 1977, p. 14)

ผลการวิจัย

การศึกษาการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ผลการศึกษาการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 ความเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ปี พ.ศ. 2561

จากภาพที่ 2 พบว่า 1) ระดับต้นน้ำ เป็นการเพาะปลูกพริกสดของเกษตรกรในพื้นที่เพาะปลูก จังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตพริกของเกษตรกร ประกอบด้วย เจ้าของที่ดินหรือนายทุน

ผู้จำหน่ายพันธุ์พริก ผู้จำหน่ายปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช ผู้จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ทางการเกษตร ผู้ประกอบการซ่อมแซมเครื่องมือและอุปกรณ์การผลิต และเกษตรกรผู้ปลูกพริก 2) ระดับกลางน้ำ คือผู้ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงการผลิตระหว่างขั้นต้นน้ำกับชั้นปลายน้ำ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นพ่อค้าคนกลาง ประกอบด้วย 6 ส่วน คือ พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด พ่อค้าส่งออก พ่อค้าขายปลีก และนายหน้า/ตัวแทน และ 3) ระดับปลายน้ำ จะเกี่ยวข้องกับตลาดรับซื้อพริกเป็นหลัก เพราะเป็นผู้เชื่อมโยงไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยตลาดรับซื้อพริกประกอบด้วยผู้รับซื้อพริก จำนวน 3 ระดับ คือ ตลาดรับซื้อระดับท้องถิ่น ตลาดรับซื้อระดับจังหวัด และตลาดรับซื้อระดับประเทศ

การผลิตพริกในระดับต้นน้ำ สามารถแบ่งเป็น 2 ส่วนสำคัญ โดยส่วนแรก คือผู้ประกอบการปัจจัยการผลิต เช่น เจ้าของที่ดิน ผู้จำหน่ายพันธุ์พริก ผู้จำหน่ายปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช ผู้จำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ทางการเกษตร ผู้ประกอบการซ่อมแซมเครื่องมือ และอุปกรณ์การผลิต และส่วนที่ 2 คือ เกษตรกร ผู้ปลูกพริก ซึ่งเป็นเจ้าของผลผลิตพริกทั้งหมดในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ในส่วนของการผลิตพริกในระดับกลางน้ำซึ่งจะทำหน้าที่นำผลผลิตของเกษตรกร ร้อยละ 100 ไปสู่ตัวกลางรับซื้อพริก สามารถแบ่งเป็น 6 ส่วน คือ พ่อค้าท้องถิ่น พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด พ่อค้าส่งออก พ่อค้าขายปลีก และนายหน้า/ตัวแทน ซึ่งพ่อค้าคนกลางเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์กับเกษตรกรผู้ปลูกพริกโดยตรง และมีความสัมพันธ์กันระหว่างพ่อค้าคนกลางด้วยกันเอง ซึ่งหากพิจารณาในรูปของผลผลิตพริก ร้อยละ 100 ของเกษตรกรจะถูกส่งผ่านไปยังพ่อค้า คนกลางประเภทต่าง ๆ เรียงตามลำดับ คือ พ่อค้าท้องถิ่น ร้อยละ 55 พ่อค้าขายปลีก ร้อยละ 21.5 พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 10 นายหน้า/ตัวแทน ร้อยละ 12.5 และพ่อค้าส่งออก ร้อยละ 1.0

ทั้งนี้ ผลผลิตที่ผ่านพ่อค้าท้องถิ่น (ร้อยละ 55) จะแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ พ่อค้าขายส่งในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 15 พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด ร้อยละ 19.5 ส่งไปยังตลาดโดยตรง ร้อยละ 20 และพ่อค้า ขายปลีก ร้อยละ 0.5 ขณะที่ผลผลิตที่ผ่านพ่อค้าขายปลีก (ร้อยละ 21.5+ร้อยละ 0.5+ร้อยละ 3 เท่ากับ ร้อยละ 25) จะถูกส่งไปยังตลาดรับซื้อระดับท้องถิ่นโดยตรง ร้อยละ 25 ในส่วนของผลผลิตที่ผ่านพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ (ร้อยละ 10+ร้อยละ 15 เท่ากับ ร้อยละ 25) จะถูกส่งไปยังตลาดรับซื้อระดับประเทศโดยตรง ร้อยละ 15 พ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด ร้อยละ 9.5 และพ่อค้าส่งออก ร้อยละ 0.5 สำหรับนายหน้า/ตัวแทน (ร้อยละ 12.5) จะถูกส่งไปยังพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด ร้อยละ 12 และพ่อค้าส่งออก ร้อยละ 0.5 โดยที่พ่อค้าส่งออก (ร้อยละ 1+ร้อยละ 0.5+ร้อยละ 0.5 เท่ากับ ร้อยละ 2) จะถูกส่งไปยังตลาดรับซื้อระดับประเทศโดยตรง ร้อยละ 2 และพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด (ร้อยละ 9.5+ร้อยละ 12+ร้อยละ 19.5 เท่ากับ ร้อยละ 41) จะถูกส่งไปยังตลาดรับซื้อระดับจังหวัดและระดับประเทศโดยตรง ร้อยละ 38 (แบ่งเป็นตลาดรับซื้อระดับจังหวัด ร้อยละ 35 และตลาดรับซื้อระดับประเทศ ร้อยละ 3) และพ่อค้าขายปลีก ร้อยละ 3

สำหรับการผลิตพริกในระดับปลายน้ำ หรือตลาดรับซื้อพริก แบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนแรก คือตลาดรับซื้อระดับท้องถิ่น (ผู้บริโภคที่ซื้อในท้องถิ่น) พบว่า ได้รับผลผลิตทั้งหมด ร้อยละ 45 โดยมาจากพ่อค้าขายปลีก ร้อยละ 25 และพ่อค้าท้องถิ่น ร้อยละ 20 ส่วนที่สอง คือ ตลาดรับซื้อระดับจังหวัด (ผู้บริโภคในต่างจังหวัด) พบว่า ได้รับผลผลิตทั้งหมด ร้อยละ 35 โดยทั้งหมดมาจากพ่อค้าขายส่งต่างจังหวัด และส่วนที่ 3 ตลาดรับซื้อระดับประเทศ (ผู้บริโภคภายในประเทศ)/ตลาดส่งออก (ผู้บริโภคต่างประเทศ) พบว่า ได้รับผลผลิตทั้งหมด ร้อยละ 20 โดยมาจากพ่อค้าขายส่งในกรุงเทพฯ ร้อยละ 15 พ่อค้าส่งตลาดต่างจังหวัด ร้อยละ 3 และพ่อค้าส่งออก ร้อยละ 2

การศึกษาศักยภาพการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

1. ผลการศึกษาศักยภาพด้านการผลิต แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับศักยภาพด้านการผลิตพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ปี พ.ศ. 2561

ด้าน	ค่าเฉลี่ย	ความคลาดเคลื่อน	ระดับศักยภาพ
ปัจจัยการผลิต	4.39	0.68	มากที่สุด
กระบวนการผลิต	4.18	0.65	มาก
ผลผลิต	4.41	0.57	มากที่สุด
รวม	4.33	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยภาพรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) และมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน คือ ด้านผลผลิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) และด้านปัจจัยการผลิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) สำหรับด้านกระบวนการผลิต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18)

2. ผลการพิจารณาศักยภาพด้านการตลาด แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับศักยภาพด้านการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ปี พ.ศ. 2561

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ความคลาดเคลื่อน	ระดับศักยภาพ
แหล่งรับซื้อผลผลิต	4.27	0.57	มากที่สุด
ลักษณะการจำหน่ายผลผลิต	4.19	0.62	มาก
การเก็บรักษาผลผลิต	3.99	0.54	มาก
รวม	4.15	0.48	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยภาพรวมมีศักยภาพด้านการตลาดพริกอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15) โดยมีข้อรายการแหล่งรับซื้อผลผลิตอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27) สำหรับระดับมาก ได้แก่ ลักษณะการจำหน่ายผลผลิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19) และการเก็บรักษาผลผลิต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99)

3. ผลการพิจารณาระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ระดับศักยภาพความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ปี พ.ศ. 2561

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ความคลาดเคลื่อน	ระดับความสามารถในการแข่งขัน
อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ	3.38	0.85	ปานกลาง
อำนาจต่อรองจากผู้ซื้อสินค้า	4.22	0.60	มากที่สุด
ข้อจำกัดการเข้าสู่สวนพริกรายใหม่	4.12	0.71	มาก
แรงผลักดันจากสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้	3.91	0.83	มาก
การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน	4.52	0.63	มากที่สุด
รวม	4.04	0.80	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า การผลิตและการตลาดพริกมีระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ปลูกพริก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04) พิจารณาเป็นรายการ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 รายการ ได้แก่ การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52) และอำนาจต่อรองจากผู้ซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) อยู่ในระดับมาก 2 รายการ ได้แก่ ข้อจำกัดการเข้าสู่สวนพริกรายใหม่ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12) และแรงผลักดันจากสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91) และอยู่ในระดับปานกลาง คือ อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) ตามลำดับ

การจัดทำกลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

ผลการจัดทำกลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ด้วยการนำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และศักยภาพการผลิตและการตลาดพริก สำหรับการนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการผลิตพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา แสดงดังภาพที่ 3 และภาพที่ 4

ปัจจัย	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	- เกษตรกรในพื้นที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการถ่ายทอดเทคโนโลยี - เหมาะสมในการปลูกพริกทุกสายพันธุ์ - ผลผลิตที่จำหน่ายได้ในทุกฤดูกาล	- ขาดองค์ความรู้ด้านการผลิต และขาดระบบข้อมูลที่ดีด้านการผลิต - ขาดการรวมกลุ่มกันในโซ่อุปทานพริก - ประสิทธิภาพการผลิตพริกค่อนข้างต่ำ
โอกาส (O)	OS	OW
- มีสถานีวิจัยและสถาบันวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนงานวิจัย - การกำหนดนโยบายเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรของภาครัฐ - ความง่ายในการเข้าสู่อุตสาหกรรมและการลงทุน		
อุปสรรค (T)	-	-

ภาพที่ 3 สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้านการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกพริก ด้วยวิธี TOWS Matrix

จากภาพที่ 3 แสดงข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาส ของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้านการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกพริก สำหรับนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการผลิตพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ได้ดังนี้

กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาสการจัดการการผลิตพริก จำนวน 5 ประเด็น ประกอบด้วย 1) ส่งเสริมให้หน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับเกษตรกรรมในพื้นที่ ตลอดจนจัดหลักสูตรอบรมให้ความรู้กับเกษตรกรผู้ปลูกพริกอย่างสม่ำเสมอ 2) ส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกพริกพันธุ์ดี ที่เหมาะสมในพื้นที่เพื่อเพิ่มผลผลิต 3) การส่งเสริมการผลิตพริกนอกฤดูกาล เพราะเกษตรกรในพื้นที่มีความสามารถในการผลิตพริกให้ออกดอกติดผลนอกฤดูกาลผลิตได้ ซึ่งจะทำให้ผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง 4) การส่งเสริมสร้างเกษตรกรรายใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรมพริก เนื่องจากการเข้าสู่อุตสาหกรรมพริกทำได้ง่าย งบประมาณในการลงทุนไม่สูง และ 5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสร้างจุดเด่นของผลผลิตพริกในพื้นที่ให้เป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง เช่น การตั้งชื่อ หรือ รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นต้น

กลยุทธ์จุดอ่อนเพื่อเพิ่มโอกาสการจัดการการผลิตพริก จำนวน 7 ประเด็น ประกอบด้วย 1) ควรมีแนวทางในการถ่ายโอนความรู้และเทคโนโลยีด้านการผลิตพริกให้กับเกษตรกรในพื้นที่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิตให้สูงขึ้น 2) ส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถพัฒนาแปรรูปผลผลิตพริกด้วยตัวเอง เช่น พริกป่น น้ำพริก น้ำจิ้มพริก ซอสพริก อาหารที่สำเร็จรูปที่มีพริกเป็นเครื่องปรุง และอื่น ๆ อันเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตของเกษตรกร 3) การให้ความสำคัญกับการบำรุง รักษาดิน เพราะดินเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างความเจริญเติบโตให้กับต้นพริก 4) พัฒนาแหล่งน้ำให้พอเพียงต่อความต้องการ 5) การดูแลบำรุงรักษาที่จะมีส่วนช่วยลดต้นทุนด้านโรคและศัตรูพืช 6) การส่งเสริมการปลูกพริกอินทรีย์และพืชผสมผสาน เพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการซื้อสารเคมี และลดผลกระทบจากสารเคมีในพื้นที่ นอกจากนั้นการปลูกพืชผสมผสานรวมกับการปลูกพริก ยังทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นตลอดทั้งปี และ 7) การเข้ามามีส่วนร่วมของสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในการบริหารรวมกลุ่มกันในโซ่อุปทานพริกทั้งในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อเกษตรกรจะได้ทราบถึงวงจรการผลิต ปัญหาต่าง ๆ ส่วนใดที่สามารถพัฒนาและปรับปรุงได้อย่างเป็นระบบ

ปัจจัย	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
	1. แหล่งจำหน่ายพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา มีหลายแห่ง 2. พริกเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคโดยทั่วไป	1. ขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน สำหรับการเพาะปลูกพริก 2. ขาดความรู้เรื่องการจัดการ โดยเฉพาะการจัดการ ด้านการตลาดและการขนส่ง
โอกาส (O)	OS	OW
1. มีการจัดเทศกาลที่ส่งเสริมการผลิตและตลาดพริก ที่เป็นเอกลักษณ์ 2. เป็นพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบ 3. เป็นประตูสู่อีสาน ทำให้มีประชาชนเดินทางสัญจร ไปและมาอย่างสม่ำเสมอ 4. มีอุตสาหกรรมสนับสนุนการปลูกพริกโดยเฉพาะ อุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตจากพริก 5. การตระหนักถึงความสำคัญของการรวมกลุ่ม ของเกษตรกรเพื่อพัฒนาด้านการตลาดในพื้นที่		
อุปสรรค (T)	-	-

ภาพที่ 4 สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้านการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกพริก ด้วยวิธี TOWS Matrix

จากภาพที่ 4 แสดงข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อน และโอกาส ของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกด้านการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกพริก สำหรับนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ได้ดังนี้

กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาสการจัดการการตลาดพริก จำนวน 3 ประเด็น คือ 1) การจัดตั้งศูนย์หรือสหกรณ์ในการจำหน่ายพริก เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่ที่มีพื้นที่สำหรับจำหน่ายสินค้าอย่างแท้จริง ไม่ถูกกดราคาหรือเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง 2) การวางแผนระบบเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่ง ตั้งแต่สวนของเกษตรกรจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้ายให้มีประสิทธิภาพสูงสุด หรือสูญเสียระหว่างทางน้อยที่สุด อันเป็นการสร้างโอกาสทางด้านการตลาด อีกทั้งยังทำให้ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าลดลง และ 3) การประชาสัมพันธ์จุดเด่นหรือลักษณะเฉพาะของพริกสายพันธุ์ที่เพาะปลูกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาที่เป็นเอกลักษณ์ ผ่านช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ และเทศกาลต่าง ๆ

กลยุทธ์จุดอ่อนเพื่อเพิ่มโอกาสการจัดการการตลาดพริก จำนวน 6 ประเด็น คือ 1) จัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาด้านการตลาดสำหรับเกษตรกรในพื้นที่ ให้สิทธิแก่สมาชิกในการฝากเงิน การกู้ยืมเงินด้วยอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำ หรือสามารถมีเงินทุนหมุนเวียนสำหรับลงทุนและใช้จ่ายสำหรับการจำหน่ายพริก เพื่อเกษตรกรจะสามารถเก็บผลผลิตไว้จำหน่ายในระยะเวลาที่เหมาะสม ทำให้เกษตรกรมีรายได้จากการจำหน่ายพริกมากขึ้น 2) การปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการขายให้กับพริก โดยการนำการท่องเที่ยวมาผสมผสานในการขับเคลื่อนการจำหน่ายพริก ผลดังกล่าวจะทำให้เกษตรกรมีแหล่งตลาดที่ชัดเจน และสามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย 3) เพิ่มการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับพริก เช่น “เทศกาลพริกขามสะแกแสง” จากเทศกาลระดับท้องถิ่นให้กลายเป็นงานเทศกาลระดับชาติ ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนจากพื้นที่ต่าง ๆ เดินทางเข้ามาในจังหวัดนครราชสีมามากขึ้น 4) การสร้างองค์ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจให้กับเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรในพื้นที่สามารถเขียนแผนธุรกิจของตนเองได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ตรงกับเป้าหมาย 5) พัฒนาเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายพริกในรูปแบบใหม่ ๆ เช่น การจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การจำหน่ายผ่านระบบตลาดดิจิทัล การจำหน่ายในระบบ อีคอมเมิร์ซ และการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างประเทศ เป็นต้น และ 6) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะเครือข่ายที่เชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward linkage) จากผลผลิตไปสู่การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เกิดจากพริก เพื่อสร้างความมั่นคงในการทำธุรกิจ และเป็นเครื่องยืนยันว่าสินค้าที่ผลิตได้จากเกษตรกรสามารถจำหน่ายได้ทั้งหมด มีตลาดรับซื้อพริกที่แน่นอน ไม่เผชิญกับปัญหาผลผลิตพริกล้นตลาด รวมถึงได้รับราคาซื้อพริกที่มีความเป็นธรรม

อภิปรายผล

การเชื่อมโยงระดับต้นน้ำ ระดับกลางน้ำ และระดับปลายน้ำ พบว่า ด้านการผลิตพริก ควรเริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกสายพันธุ์ที่เหมาะสม การเพาะปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการแปรรูปอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของอรรถนัน มงคลพร และสิริกุล วะสี (Mongkolporn & Wasee, 2017, p. 31) ที่ศึกษาความหลากหลายทางพันธุกรรมและการจำแนกพริกพื้นเมืองในประเทศไทย และแนวคิดของจกานุกฤษณ์ ขนบดี และคณะ (Khanobdee et al., 2016, p. 64) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การติดตามและประเมินผลการผลิตพริกกะเหรี่ยงศรีราชบุรีในแปลงเกษตรกร ในประเด็นส่วนของการผลิตว่าควรมีการคัดเลือกสายพันธุ์ การเพาะปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการแปรรูปอย่างเหมาะสม ส่วนผลการศึกษาด้านการตลาดเกี่ยวกับการเชื่อมโยงการผลิตและช่องทางการตลาด พบว่าเกษตรกรควรมีระบบการติดตามสถานการณ์ด้านการผลิตและการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพวงเพชร พิมพ์จันทร์ และคณะ (Pimjan et al., 2016, p. 100) ที่ทำการศึกษาเรื่องการจัดการโซ่อุปทานพริกชี้หูสวน อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ เกี่ยวกับการติดตามสถานการณ์การผลิต สถานการณ์การตลาด สถานการณ์การบริโภค และโซ่อุปทานพริกชี้หูสวน และมีความสอดคล้องกับแนวคิดของวีระ ภาควุฑูย์ และเยาวรัตน์ ศรีวรานันท์ (Pakuthai & Sriwaranun, 2014, p. 108) ที่ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการตัดสินใจและการจัดการโซ่อุปทานพริกปลอดภัยจังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และจังหวัดชัยภูมิ ด้วยการนำระบบการตัดสินใจและการจัดการห่วงโซ่อุปทานพริกที่มีประสิทธิภาพมากใช้ในการติดตามสถานการณ์การผลิตและการตลาดพริก ตลอดจนสอดคล้องกับแนวคิดของวีระ ภาควุฑูย์และคณะ (Pakuthai et al., 2006, p. 96) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาสถานภาพการตลาด การแปรรูป และตลาดผลิตภัณฑ์พริกในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรธานี นครราชสีมา ขอนแก่น เลย ชัยภูมิ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งทำให้ทราบถึงสภาพการผลิตพริก ความต้องการของเกษตรกรผู้ผลิตพริกเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร

ศักยภาพการผลิตและการตลาดพริก พบว่า การศึกษาในประเด็นสถานการณ์ทางด้านการผลิต การตลาด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค หรือ SWOT Analysis มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตและการตลาดในการสร้างความเข้มแข็ง และโอกาสทางธุรกิจ เพื่อใช้ประกอบในการพัฒนาแผนกลยุทธ์พริกในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุภาวดี ขุนทองจันทร์ และสุขวิทย์ โสภภาพ (Khunthongjan & Sopapol, 2016, p. 96) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องสถานการณ์ทางการผลิต และสถานการณ์ทางการตลาดของพริกพื้นเมืองพันธุ์หัวเรือเพื่อการพัฒนาเครือข่ายและสร้างอาชีพอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาจังหวัดอุบลราชธานี โดยใช้หลักการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในด้านการผลิตและการตลาดพริกพื้นเมืองพันธุ์หัวเรือเพื่อให้เห็นถึงศักยภาพการผลิตและการตลาดพริกพันธุ์หัวเรือ นอกจากนั้นยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของวสุ อมฤตสุทธิ์ และคณะ (Amaritsut et al., 2009, p. 88) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาสถานภาพการผลิตและความสัมพันธ์ของสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผลผลิตคุณภาพและปริมาณสารในพริกพันธุ์การค้า กรณีศึกษา : จังหวัดอุบลราชธานี และศรีสะเกษ ซึ่งทำให้ทราบถึงศักยภาพด้านการผลิตพริก สถานภาพการผลิต ปัญหาอุปสรรคในการผลิตพริก ต้นทุนการผลิตของพริกพันธุ์การค้า และความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อมกับผลผลิต

กลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานพริก และแนวทางในการพัฒนาการผลิตและการตลาดพริกทั้ง 21 ประเด็น มีความสอดคล้องกับแนวคิดของณรงค์ คงมาก และคณะ (Kongmark et al, 2017, pp. 104-105) ที่ศึกษาการพัฒนาภูมิวิสาหกิจชุมชนและโซ่มูลค่าพริกปลอดภัยเพื่อการส่งออกของผู้ผลิตลุ่มน้ำปากพองงานโดยการจัดการระดับต้นน้ำ เน้นการใช้สารชีวภัณฑ์ ระดับกลางน้ำเน้นกิจกรรมการบริหารจัดการข้อมูลในระบบสารสนเทศ และระดับปลายน้ำเน้นการตลาดเพื่อการส่งออก และมีความสอดคล้องกับแนวคิดของจารี โสภา และคณะ (Sopha et al, 2016, pp. 50-52) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาระบบการบริหารและการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มพัฒนาสตรี

บ้านป่าเหมือด ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ที่ได้นำหลักการบริหารและการจัดการกลุ่มด้านวัตถุดิบด้านการผลิต และด้านตลาดมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการจัดการโซ่อุปทานพริก นอกจากนั้นยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของพัชรีย์ ต้นเสด็จ และคณะ (Tansedee et al, 2016, pp. 80-83) ที่ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาช่องทางการตลาดพริกปลอดภัย กรณีศึกษากองทุนหนองโเจต ตำบลโคกก่อ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยผ่านกระบวนการปลูกพริก รูปแบบการจัดการพริก ผลผลิตพริก เส้นทางการขายพริก ตลาดรับซื้อพริก รวมถึงการสร้างมาตรฐานพริกปลอดภัยและช่องทางการตลาดพริกปลอดภัยของชุมชน และสอดคล้องกับแนวคิดของวิระ ภาคอุทัย และคณะ (Pakuthai et al, 2009, pp. 124-126) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการขายและการพัฒนาเครือข่ายการจัดการห่วงโซ่อุปทานพริกปลอดภัย อำเภอเกษตรสมบูรณ์ และอำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ และเรื่องการพัฒนาและสร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกพริกปลอดภัยเพื่อรองรับการขยายตัวของระบบการปลูกพริกปลอดภัยในจังหวัดชัยภูมิ ทำให้ได้กลยุทธ์ด้านการขายและพัฒนาเครือข่ายกลุ่มผู้ปลูกพริกให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น ตลอดจนได้รูปแบบที่เหมาะสมในการขายและพัฒนาเครือข่ายตลอดทั้งโซ่อุปทานพริก ตลอดจนมีความสอดคล้องกับแนวคิดของบุญส่ง เอกพงษ์ และคณะ (Ekpong et al, 2006, p. 96) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องสถานภาพการตลาดการแปรรูป และการตลาดของผลิตภัณฑ์พริกในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยการให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตพริกปลอดภัยได้มาตรฐาน GAP และสร้างรูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานพริกสด เพื่อลดความเสี่ยงภัยและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่เกษตรกรตลอดทั้งวงจรโซ่อุปทานพริก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการใช้ประโยชน์จากการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงโซ่อุปทานของพริกครบทั้งวงจร ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานราชการและเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกพริกในพื้นที่ ในการวิเคราะห์สถานภาพทางการผลิตและการตลาด อันนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาโซ่อุปทานพริกให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น
2. ผลที่ได้จากการศึกษาในส่วนของศักยภาพการผลิตพริก พบว่า ด้านกระบวนการผลิตมีศักยภาพน้อยที่สุด ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเกษตรกรผู้ปลูกพริก จึงควรมีการพัฒนากระบวนการผลิตพริกในด้านต่าง ๆ เช่น การดูแลเอาใจใส่และการบำรุงรักษาด้วยการให้ปุ๋ยและน้ำอย่างเหมาะสม หรือการป้องกันและกำจัดวัชพืช และศัตรูพืชอย่างถูกต้อง ขณะที่ศักยภาพการตลาดพริก พบว่า ด้านลักษณะการจำหน่ายผลผลิตมีศักยภาพต่ำที่สุด ดังนั้น จึงต้องเร่งพัฒนาด้านต่าง ๆ เช่น การตั้งราคาจำหน่ายผลผลิตที่เหมาะสมกับการจัดเกรดพริกในแต่ละช่วงเวลา หรือ การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลาย อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดพริกได้ทำการศึกษาด้วยผ่านเกษตรกรผู้ปลูกพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น ซึ่งการศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มอื่น ๆ ให้ครอบคลุมมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อที่จะได้ทำให้ข้อมูลด้านการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดพริกมีความสมบูรณ์มากขึ้น
2. การศึกษาศักยภาพทางการผลิตและการตลาดพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาในครั้งต่อไป ควรเพิ่มการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่ไปกับเชิงปริมาณ เพื่อให้ผลของการศึกษามีความชัดเจนมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยการศึกษากลยุทธ์การจัดการโซ่อุปทานพริกเพื่อสร้างอาชีพปลูกพริกในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา โดยได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานวิจัยแห่งชาติ และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

เอกสารอ้างอิง

- Amaritsut, W., Suriyapat, P., & Sanprasert, R. (2009). *The Study of Production Conditions and Environmental Relationships Affecting Product Quality and Quantity of Substances in Commercial Varieties of Chili Peppers: A Case Study in Ubon Ratchathani and Sisaket Provinces*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Banbai, C. (2013). *Structure, Conduct and Performance of Bird Chili (Capsicum frutescens L.) Market in Chiang Mai Province*. Independent Study, Master of Science Program in Agribusiness, Ching Mai University, Ching Mai. (In Thai)
- Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). New Jersey : Prentice Hall.
- Chen, I. J., & Paulraj, A. (2004). Towards a Theory of Supply Chain Management : the Constructs and Measurements. *Journal of Operations Management*, 22(2), 119-150.
- Cronbach, L. J. (1984). *Essential of Psychology and Education*. New York : Mc-Graw Hill.
- Ekpong, B., Ekpong, A., Namdang N., & Unphim, U. (2006). *The Study of Marketing Status, Privatization, and Marketing of Chili Products in Ubon Ratchathani and Sisaket Provinces*. Research report. The Thai Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Khanobdee, J., Lertsilpmongkol, P., Meejui, S., & Pongsukhumalakul, C. (2016). *Monitoring and Evaluation Registered Kiriraj Karen Chili Production on Farmer Field*. Research report. The Thai Research Fund (TRF) Rajamangala University of Technology Lanna, Bangkok. (In Thai)
- Khunthongjan, S., & Sopapol, S. (2016). *Production and Marketing Situation of Hua Rua Local Chili for Developing Network and Sustaining Job : A Case Study of Changwat Ubon Ratchathani*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Kongmark, N., Sukbamphen, W., Tippeng C., & Thongnun, D. (2017). *Project for Promoting Community Enterprise GAP Chili in Parkpanang for Export*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Lertrat, K. (2007). *Production, Planting, Processing and Marketing of Chili and Chili Products in Thailand*. Retrieved March 24, 2019, From http://rescom.trf.or.th/display/keydefault.aspx?id_colum=1936 (In Thai)
- Mongkolporn, O., & Wasee, S. (2017). *Genetic Diversity and Identification of Thai Native Chili Varieties*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Nakhon Ratchasima Provincial Agricultural Extension Office. (2017). *Report of Gross product*. Nakhon Ratchasima : Nakhon Ratchasima Provincial Agricultural Extension Office. (In Thai)
- Nakhon Ratchasima Provincial Agricultural Extension Office. (2017). *Report on agricultural product situation*. Nakhon Ratchasima : Nakhon Ratchasima Provincial Agricultural Extension Office. (In Thai)
- Nakhon Ratchasima Provincial Agricultural Extension Office. (2560). *Report on the situation of important agricultural products*. Nakhon Ratchasima : Nakhon Ratchasima Provincial Agricultural Extension Office. (In Thai)

- Pakuthai, W., & Sriwaranun, Y. (2014). *Decision System Development and Supply Chain Management for Chemical Safe Chilies in Phrae, Nan and Chaiphum Provinces*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Pakuthai, W., Kachamart, P., Pakdee, P., Aiamlaor, J., Sriwaranun, Y., & Suriya, P. (2006). *The Study of Marketing Status, Privatization and Marketing of Chili Products in Udon Thani, Nakhon Ratchasima, Khon Kaen, Loei, Chaiphum, Bangkok Metropolis and Vicinity*. Research report. Khon Kaen University, Khon Kaen. (In Thai)
- Pakuthai, W., Kachamart, P., Pakdee, P., Chanyakorn, S., & Pangchan, P. (2009). *The Expansion and Development of Management Network for Safe Fresh Chili Supply Chain in Kaset Sombun District and Chatturat District, Chaiphum Province*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Pimjan, P., Somyana, W., Boonrang, S., & Chumun, M. (2016). *Supply Chain Management for Prik Keenu Suan (Capsicum frutescense L.) in Wiang Haeng District, Chiang Mai Province*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Sopha, J., Trikrutaphan, S., Manuwong, B., Somrat, M., Chaikun L., Somrat, P., Wongriya, W., Noimo, J., & Somrat, W. (2016). *A Study and Development Project on Administrative and Management Systems of Chili Paste Product Group of Ban Pa Mued's Women Development Group, Wiang Phang Kham Sub-district, Mae Sai District, Chiang Rai Province*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Tansedee, P., Bansai, C., Malee D., Khochuai, K., Anusi, S., Suriya, T., Mongkhonwiraphan, C., & Suriya, S. (2016). *The Development of Safe Chili Marketing Channels: A Case Study in Ban Nong Jod, Khok Ko Sub-District, Mueang District, Maha Sarakham Province*. Research report. The Thailand Research Fund (TRF), Bangkok. (In Thai)
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2004). *Strategic Management and Business Policy* (9th ed.). Singapore : Pearson Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics. An Introductory Analysis* (3rd ed.). Tokyo : Harper International Edition.

ผู้เขียนบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตูลา คมกฤต มโนรัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
เลขที่ 340 ถนนสุรนารายณ์ ตำบลในเมือง
อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
E-mail : tulakhomkit@gmail.com