

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4. การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการผลิตและการตลาดเสาวรสของพื้นที่สูง

4.1 การศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลการนำเข้าเสาวรสจากต่างประเทศ

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับเสาวรส

เสาวรส หรือชื่ออื่นเรียกว่า กะทกรกฝรั่ง กะทกรกยักษ์ กะทกรกสีดา มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Passion Fruit เป็นผลไม้ชนิดหนึ่ง เป็นพืชในตระกูลกะทกรก เป็นไม้เถาเลื้อยมีอายุหลายปี มีต้นกำเนิดในแถบทวีปอเมริกาใต้ ผลมีลักษณะกลม ผลอ่อนจะมีสีเขียว แต่เมื่อสุกแล้วจะมีหลายสีแล้วแต่สายพันธุ์ คือ สีม่วง สีเหลือง สีส้ม มีรสชาติเปรี้ยวอมหวาน หรือเปรี้ยวจัด ตามสายพันธุ์ เสาวรสเป็นผลไม้อุตสาหกรรม ส่วนใหญ่จะปลูกเพื่อนำไปแปรรูปเป็นน้ำผลไม้เนื่องจากเป็นผลไม้มีน้ำเยอะมีรสเปรี้ยวและมีกลิ่นหอม แต่สามารถรับประทานผลสดได้ โดยเฉพาะบางพันธุ์ที่ผลมีรสชาติค่อนข้างหวาน

1.) ลักษณะทางพฤกษศาสตร์

เสาวรสเป็นไม้เถาเลื้อย ส่วนโคนเป็นไม้เนื้อแข็ง มีอายุหลายปี สามารถเลื้อยได้ไกลถึง 12 เมตร มีมือเกาะ ใบเดี่ยว รูปคล้ายโล่ หรือรูปไข่ ออกเรียงสลับกัน ขอบใบมักเว้าลึกเป็น 3 พูมีปลายใบแหลม หรือเรียวแหลม โคนใบกลม หรือรูปหัวใจเว้าตื้น เนื้อใบค่อนข้างเหนียว ขอบใบจักฟันเลื่อย มีเส้นใบ 3 เส้น ออกจากโคนใบ ก้านใบยาว 4-4.5 เซนติเมตร ที่ปลายก้านมีต่อม หูใบรูปหอก ขอบเรียบ หรือจักฟันเลื่อย (ฐานข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบล, ม.ป.ป.)



ภาพที่ 4.1 ดอกของเสาวรส

ที่มา: <https://puechkaset.com>

ดอกช่อกระจุก (cyme) มีดอกย่อยดอกเดียวออกตรงข้ามกับมือจับ เนื่องจากดอกกลางไม่เจริญ ดอกข้างด้านหนึ่งเปลี่ยนเป็นมือจับ ยาว 5-20 เซนติเมตร ก้านดอกยาว 2-6 เซนติเมตร ใบประดับ และใบประดับย่อยรูปไข่ ปลายมนหรือแหลม ขอบจักฟันเลื่อยเรียงกันเป็นชั้น กลีบดอกสีขาว เส้นผ่านศูนย์กลางดอก 4-7 เซนติเมตร กลีบเลี้ยงสีเขียว กลีบเลี้ยงและกลีบดอกรูปขอบขนาน ปลายมน มีรยางค์เรียงเป็นวง 4-5 ชั้น สองชั้นนอก ยาวกว่าชั้นด้านใน รยางค์รูปคล้ายเส้นด้าย ส่วนโคนสีม่วงเข้ม ส่วนปลายมีสีขาว ดอกมีกลิ่นหอม ดอกสมบูรณ์เพศ มีก้านชูทั้งเกสรเพศผู้และเกสรเพศเมียให้สูงขึ้น (Androgynophore) ก้านชูสูง 1-1.2 เซนติเมตร เกสรเพศเมียมี 3 อัน ยอดเกสรเพศเมียรูปไต เกสรเพศผู้ 5 อัน ก้านชูอับเรณูยาว 5-6 มิลลิเมตร ฐานรองดอกรูปถ้วย ผลกลมหรือรูปไข่ เส้นผ่านศูนย์กลาง 4-7 เซนติเมตร

ผลอ่อนของเสาวรสมีสีเขียวและมีกระสีขาว เมื่อสุกจะมีสีเหลืองหรือ สีม่วง แล้วแต่สายพันธุ์ มีเมล็ดจำนวนมาก รูปไข่ สีน้ำตาลเข้มหรือดำ ขนาด 5-6 มิลลิเมตร แต่ละเมล็ดถูกหุ้มด้วยรกซึ่งบรรจุน้ำสีเหลืองลักษณะเหนียวข้น ภายในผลมีน้ำมาก ผลและเมล็ดรับประทานได้ มีรสเปรี้ยว และมีกลิ่นหอมเฉพาะตัว ออกดอกตลอดปี มีถิ่นกำเนิดที่ประเทศบราซิลตะวันออก เวเนซุเอลา เปรู และหมู่เกาะอินดีสตะวันตก ประเทศไทยนำเข้ามาปลูกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2498 (ฐานข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบล, ม.ป.ป.)



ภาพที่ 4.2 ผลและเมล็ดของเสาวรส

ที่มา: <https://puechkaset.com>

ผลเสาวรสเป็นผลเดี่ยว สามารถเก็บเกี่ยวได้เมื่ออายุ 50-70 วันหลังติดผล มีหลายลักษณะ เช่น กลม รูปไข่ หรือผลรียาวขึ้นอยู่กับสายพันธุ์ เปลือกผลและเนื้อส่วนนอกแข็งไม่สามารถรับประทานได้ผลมี 2 สีคือผลสีม่วงและผลสีเหลือง ภายในผลมีเมล็ดสีน้ำตาลเข้มหรือดำเป็นจำนวนมากแต่ละเมล็ดจะถูกหุ้มด้วยรกซึ่งบรรจุน้ำสีเหลืองมีลักษณะเหนียวข้นอยู่ภายใน มีกลิ่นหอม

เฉพาะตัว มีความเป็นกรดสูง และส่วนที่นำไปใช้บริโภคก็คือส่วนที่เป็นน้ำสีเหลืองนี้เอง (สภาเกษตรแห่งชาติ, 2556)

2.) ชนิดของเสาวรส

พันธุ์หลักของ เสาวรสมิทั้งหมด 5 พันธุ์ได้แก่ เสาวรสปันธ์สีม่วง เสาวรสปันธ์สีเหลือง เสาวรสปันธ์สีทอง เสาวรสยักษ์ และ เสาวรสกล้วย (CIRAD - Agricultural Research for Development) เสาวรสที่นิยมปลูกมี 2 สายพันธุ์คือ พันธุ์สีเหลือง และพันธุ์สีม่วง สำหรับพันธุ์ที่นิยมปลูกในประเทศไทยเดิมมี 2 ชนิดคือ เสาวรสปันธ์สีม่วง เสาวรสปันธ์สีเหลือง และในปัจจุบันมีพันธุ์ลูกผสมระหว่างสีเหลืองและสีม่วงที่สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมของประเทศไทยได้ดีกว่าพันธุ์เดิม (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดอุบลราชธานี, 2561)

2.1) เสาวรสปันธ์สีม่วง (Purple Passion fruit)

เสาวรสปันธ์สีม่วงในธรรมชาติพบได้มากในพื้นที่สูงประมาณ 1,000-2,000 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง ซึ่งมีอากาศค่อนข้างหนาวเย็นตลอดเวลาทำให้ผลมีขนาดเล็ก โดยผลจะมีลักษณะกลมหรือรูปไข่ เส้นผ่าศูนย์กลางผลประมาณ 4-5 เซนติเมตร น้ำหนักผลประมาณ 50-60 กรัม เมื่อสุก ผลจะมีสีม่วงเข้ม ผิวเป็นมัน มีรสชาติดีและกลิ่นหอมกว่าเสาวรสปันธ์สีเหลือง และมีความเป็นกรดต่ำ จึงเหมาะสำหรับรับประทานแบบผลสด และเป็นที่รู้จักในตลาดยุโรป ข้อดีของเสาวรสปันธ์สีม่วงคือสามารถผสมเกสรด้วยตัวเองได้ โดยดอกจะเริ่มบานในตอนเช้า แต่ข้อเสียของพันธุ์นี้คือ ค่อนข้างจะอ่อนแอต่อโรค



ภาพที่ 4.3 ผลและเมล็ดของเสาวรสปันธ์สีม่วง

ที่มา: <https://www.technologychaoban.com>

2.2) เสาวรสพันธุ์สีเหลือง (Yellow Passion fruit)

เสาวรสพันธุ์สีเหลือง ในธรรมชาติพบขึ้นตามพื้นที่สูงในแถบประเทศชายฝั่งทะเล ที่มีความสูงตั้งแต่ 800 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง เสาวรสพันธุ์สีเหลืองเป็นพันธุ์ที่นิยมปลูกมากเหมาะสำหรับนำไปผลิตเป็นน้ำผลไม้ เนื่องจากผลมีขนาดใหญ่กว่าเสาวรสพันธุ์สีม่วง โดยผลจะมีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 6 ซม. และน้ำหนักผลประมาณ 80-120 กรัม เมื่อผลสุกจะมีสีเหลืองผิวเป็นมัน และเปลือกหนา น้ำคั้นของพันธุ์นี้มีกรดมากซึ่งมี pH ต่ำกว่า 3 และมีรสเปรี้ยวกว่าเสาวรสพันธุ์สีม่วง จึงเหมาะสำหรับแปรรูปมากกว่าการรับประทานผลสด ข้อดีของเสาวรสพันธุ์สีเหลืองพบว่ามี ความทนทานต่อโรคต้นเน่า เถาเหี่ยว โรคไวรัส และทนต่อไส้เดือนฝอย ได้ดีกว่าเสาวรสพันธุ์สีม่วง แต่ข้อเสียคือการผสมเกสรส่วนใหญ่เสาวรสพันธุ์สีเหลืองจะผสมเกสรด้วยตัวเองไม่ติด ต้องผสมเกสรข้ามต้น ส่วนมากจะมีแมลงภู่ช่วยผสมเกสรหรือผสมด้วยการใช้มือช่วย แม้ว่าการผสมเกสรด้วยตัวเองทำได้ยาก การผสมเกสรโดยใช้มือช่วยจะทำให้ผลมีขนาดใหญ่ และน้ำหนักผลจะสูงกว่าผลที่ได้รับการผสมโดยธรรมชาติ



ภาพที่ 4.4 ผลและเมล็ดของเสาวรสพันธุ์สีเหลือง

ที่มา: <https://puechkaset.com>

2.3) เสาวรสพันธุ์ผสมสีม่วงกับสีเหลือง (Kaveri Hybrid Passion fruit)

เสาวรสพันธุ์ผสมสีม่วงกับสีเหลือง เป็นพันธุ์ที่เกิดจากการผสมระหว่างเสาวรสพันธุ์สีม่วงกับเสาวรสพันธุ์สีเหลือง เพื่อคัดเลือกต้นพันธุ์ใหม่ที่มีลักษณะผลที่เด่นของแต่ละพันธุ์ไว้ ทำให้มีลักษณะผลใหญ่ ให้ผลตก มีรกรอหุ้ม เมล็ดมากเปลือกบาง ต้านทานโรค และมีช่วงเวลาในการให้ผลที่ยาวนาน พันธุ์นี้จะให้ทั้งผลที่มีสีม่วงและผลสีเหลือง สามารถเก็บผลผลิตได้ตลอดทั้งปี

2.4) เสาวรสพันธุ์สีทอง (Sweet Granadilla)

เสาวรสพันธุ์สีทองในธรรมชาติเติบโตในพื้นที่สูงประมาณ 1,400-2,200 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง ผลจะมีรูปร่างเหมือนลูกแพร์และมีสีส้ม ผิวเป็นมันและมีเปลือกหนา เนื้อในจะมีสีเขียวอมเหลืองและมีรสชาติหวาน มีการบริโภคเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่จะถูกแปรรูปเป็นน้ำผลไม้



ภาพที่ 4.5 ผลและเมล็ดของเสาวรสพันธุ์สีทอง

ที่มา: <https://www.amazon.com>

2.5) เสาวรสยักษ์ (Giant Granadilla)

เสาวรสพันธุ์นี้เติบโตในหมู่เกาะอินเดียตะวันตกและทางตอนเหนือของอเมริกาใต้ ผลจะมีสีเขียวอมสีเหลือง และขนาดใหญ่ที่สุดในเสาวรส ซึ่งน้ำหนักแตกต่างกันไปที่ 2 ถึง 4 กิโลกรัม โดยจะมีความยาวระหว่าง 20 ถึง 30 ซม. และเส้นผ่านศูนย์กลางระหว่าง 10 ถึง 18 ซม. ผลเป็นรูปทรงรี หรือทรงรียาว ผลดิบมีสีเขียว ลักษณะคล้ายลูกมะละกอลูกเล็ก ๆ ผลสุกมีสีเหลือง ภายในผลมีสีซีดและขาวไปจนถึงส้มมีรสชาติหวานและเป็นกรด แต่มีกลิ่นน้อยกว่าของสายพันธุ์อื่น ๆ



ภาพที่ 4.6 ผลและเมล็ดของเสาวรสยักษ์

ที่มา: <http://www.tropical.theferns.info>

2.6) เสาวรสกล้วย (Banana Passion fruit)

ผลของเสาวรสพันธุ์นี้มีลักษณะคล้ายกับกล้วย มีน้ำหนักประมาณ 50 ถึง 150 กรัม โดยผลจะมีขนาดความยาวประมาณ 6-10 ซม. และมีเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 3-5 ซม. เปลือกมีสีเหลืองอ่อนและมีเนื้อในส้มมีความเป็นกรดน้อย และมีกลิ่นหอม แต่มักจะมีรสชาติฝาด



ภาพที่ 4.7 ผลและเมล็ดของเสาวรสกล้วย

ที่มา: <https://www.tasteatlas.com>

3.) การผลิตเสาวร

3.1) แหล่งผลิตเสาวร

โดยแหล่งผลิตเสาวรที่สำคัญของโลกได้แก่ บราซิล เอกวาดอร์ โคลอมเบีย และเปรู ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพันธุ์สีเหลือง แต่ปัจจุบันเสาวรพันธุ์สีม่วงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับประเทศไทยได้มีการนำเสาวรเข้ามาปลูกครั้งแรกในปี พ.ศ. 2498 โดยพันธุ์แรกที่น่าเข้ามาคือ เสาวรพันธุ์ผสมสีม่วง ต่อมาได้มีการนำเข้ามาปลูกอีกหลายสายพันธุ์ทั้งพันธุ์สีม่วงและสีเหลือง และได้มีการนำเข้ามาปลูกอีกในหลายพื้นที่ จนมีการปลูกเพื่อการค้ากันทั่วไป แต่ก็ยังเป็นเพียงการปลูกเพื่อส่งให้แก่โรงงานเท่านั้น โดยมีแหล่งปลูกที่สำคัญได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย น่าน เพชรบูรณ์ ระยอง ตราด ปราจีนบุรี บุรีรัมย์ ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี ชุมพร นราธิวาสและสุราษฎร์ธานี เป็นต้น (สภาเกษตรกร, พ.ศ. 2560)

3.2) การปลูกเสาวร

การปลูกเสาวรสำหรับรับประทานสดและการปลูกเสาวรสำหรับส่งโรงงานแปรรูปมีวิธีการปลูกและการดูแลเหมือนกัน แต่การปลูกเสาวรสำหรับรับประทานสดต้องเพิ่มความประณีตในการปฏิบัติดูแลรักษาบางอย่างเพื่อให้ผลผลิตมีคุณภาพดีมากยิ่งขึ้น ปกติแล้วเสาวรเป็นพืชที่มีอายุยาวนานหลายปี แต่โดยทั่วไปการปลูกเสาวรจะมีการปลูกใน 2 ระบบ คือ การปลูก

แบบเก็บเกี่ยว 1 ฤดูกาลต่อการปลูก 1 ครั้ง และการปลูกแบบเก็บเกี่ยว 2-3 ฤดูกาลต่อการปลูก 1 ครั้ง

3.3) การคัดเลือกและเตรียมพื้นที่ปลูก

เสาวรสรับประทานสดเป็นไม้ผลที่ปลูกง่าย สามารถปลูกเป็นการค้าได้โดยอาศัยน้ำฝน แต่ถ้าสามารถเลือกพื้นที่ปลูกที่สามารถให้น้ำได้จะทำให้คุณภาพผลผลิตดีขึ้นและการให้ผลผลิตยาวนานตลอดปี เสาวรสรับประทานสดนั้นสามารถปลูกได้ตั้งแต่พื้นที่ราบจนกระทั่งพื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1,000 เมตร แต่พื้นที่ปลูกควรมีแสงแดดจัด ไม่ควรมีน้ำขังและลาดชันมากเกินไปเพราะจะทำให้ทำค้างยาก ในเขตที่มีฝนตกชุก เสาวรสอาจจะติดผลไม่ดกในบางช่วง เนื่องจากละอองเกสรตัวผู้จะถูกน้ำชะล้างและแมลงไม่สามารถผสมเกสรได้ เสาวรสปลูกได้ดีในดินหลายชนิด ดินที่เป็นกรดก็สามารถเจริญเติบโตได้ดี แต่ถ้าความเป็นกรดเป็นด่าง (pH) ต่ำกว่า 5.5 ควรใส่ปูนขาวลงไปด้วย

การเตรียมพื้นที่ปลูกเสาวรสรับประทานสดนั้น ต้องมีการไถพรวนพื้นที่ก่อนถ้าพื้นที่ไม่ลาดชันนัก สามารถหว่านปุ๋ยอินทรีย์ในขณะที่ไถพรวนพื้นที่ได้ เนื่องจากเสาวรสมีระบบรากตื้นแต่แผ่กว้างมาก จากนั้นจึงขุดหลุมปลูกโดยให้มีระยะปลูก 3x3 เมตร (177 ต้นต่อไร่) หลุมปลูกควรมีขนาด 30x30x30 เซนติเมตรและอยู่บริเวณโคนเสาข้าง เพราะจะทำให้สะดวกในการปฏิบัติงานภายในแปลง ก้นหลุมปลูกรองด้วยปุ๋ยอินทรีย์หรือเศษวัชพืชและปุ๋ยเคมีสูตร 15-15-15 จำนวน 100 กรัม จากนั้นผสมดินด้วยปุ๋ยอินทรีย์อีกครั้งลงในหลุมและควรเตรียมหลุมปลูกก่อนล่วงหน้าระยะหนึ่ง เพื่อให้อินทรีย์วัตถุที่ใส่ลงไปย่อยสลายก่อน

3.4) ระยะเวลาปลูกและการวางแผนปลูก

โดยธรรมชาติแล้วเสาวรสจะออกดอกและให้ผลผลิตเมื่อมีอายุประมาณ 5-7 เดือนหลังปลูก สำหรับเสาวรสรับประทานสดนั้นจะออกดอกติดผลเร็วกว่านี้ เนื่องจากเป็นต้นกล้าที่เปลี่ยนยอด แต่อายุต้นเหมาะสมที่ควรให้ติดผลไม่ควรต่ำกว่า 5 เดือนเพื่อให้ต้นแข็งแรงพอและขึ้นค้างแล้ว ปกติแล้วเสาวรสจะให้ผลผลิตได้ตลอดปีถ้าไม่ขาดน้ำ แต่ในสภาพที่ปลูกโดยอาศัยน้ำฝนนั้น เสาวรสจะให้ผลผลิตได้ดีในระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ดังนั้นการปลูกเสาวรสรับประทานสดจึงจะต้องวางแผนให้สอดคล้องกับช่วงเวลาการให้ผลผลิตและสภาพการปลูก

♦ การปลูกโดยอาศัยน้ำฝน

เนื่องจากเสาวรสจะให้ผลผลิตได้ดีในช่วงเดือนสิงหาคมถึงกุมภาพันธ์ การปลูกโดยอาศัยน้ำฝนและจะต้องตัดแต่งในเดือนกุมภาพันธ์ทุกปี ดังนั้นการปลูกจะต้องทำก่อนเดือนสิงหาคมอย่างน้อย 7 เดือน ซึ่งมี 2 ช่วงคือระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนมกราคม ซึ่งเป็นช่วงปลายฤดูฝนถึงฤดูหนาว แต่หลังปลูกจะต้องให้น้ำช่วยเพื่อให้ต้นสามารถเจริญผ่านฤดูแล้วแรกไปก่อน สำหรับ

อีกช่วงหนึ่งคือการปลูกในช่วงต้นฤดูฝนคือเดือนพฤษภาคม ช่วงนี้ไม่ต้องให้น้ำแต่ในปีแรกช่วงระยะเวลาให้ผลผลิตจะสั้นแค่ 3-4 เดือนเท่านั้น คือจากเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์

♦ การปลูกแบบให้น้ำ

พื้นที่ปลูกสามารถให้น้ำได้ในฤดูแล้ง เสาวรสจะสามารถให้ผลผลิตได้ทันทีเมื่ออายุประมาณ 5-7 เดือนหลังปลูกและให้ผลผลิตได้ตลอดปี ดังนั้นจึงสามารถปลูกได้ทุกช่วงเวลา แต่ยังคงต้องคำนึงถึงความสะดวกในการปฏิบัติดูแลรักษาด้วย ตัวอย่างเช่น ถ้าปลูกในช่วงฤดูฝนจะประหยัดในเรื่องการให้น้ำแต่จะต้องเพิ่มการกำจัดวัชพืชมากขึ้น แต่ถ้าปลูกในช่วงฤดูแล้งจะต้องให้น้ำ แต่ปัญหาเรื่องวัชพืชจะน้อยลงมาก

การปลูกเสาวรสในกรณีที่จะเปลี่ยนยอดในแปลงปลูกนั้น จะใช้เวลาตั้งแต่ปลูกจนกระทั่งเปลี่ยนพันธุ์และให้ผลผลิตใกล้เคียงกับการปลูกด้วยต้นพันธุ์ดีเช่นกัน โดยปกติแล้วจะปลูกต้นต่อในช่วงปลายฤดูฝนและทำการเปลี่ยนพันธุ์ในช่วงปลายฤดูหนาวซึ่งต้นต่อเจริญเติบโตถึงค้ำแล้ว

3.5) ขั้นตอนการปลูก

การปลูกเสาวรสจะมีรายละเอียดขั้นตอนการดำเนินการและวิธีการปฏิบัติดูแลรักษาต้นเสาวรสดังนี้

♦ การคัดเลือกและเตรียมต้นกล้า

การปลูกเสาวรสรับประทานสดต้องมีการเตรียมต้นกล้าไว้ล่วงหน้าให้พอดีกับช่วงเวลาที่ปลูกเพื่อให้ได้ต้นกล้าที่คุณภาพดี เพราะการผลิตกล้าเสาวรสส่วนใหญ่จะใช้ถุงปลูกขนาดเล็กให้สะดวกต่อการขนส่ง จึงไม่สามารถเลี้ยงต้นกล้าไว้ในถุงปลูกนานได้และที่สำคัญต้นกล้าที่จะนำมาปลูกต้องคัดเลือกให้มีความสมบูรณ์ สม่าเสมอกันและไม่แสดงอาการเป็นโรคไวรัส

♦ วิธีการปลูก

หลังจากเตรียมหลุมปลูกแล้วก็สามารถนำกล้าลงปลูกได้ในกรณีที่ปลูกด้วยต้นที่เปลี่ยนยอดแล้วต้องให้รอยต่อของยอดพันธุ์กับต้นต่ออยู่สูงกว่าระดับดินเพื่อป้องกันเชื้อโรคเข้าทางรอยต่อ และต้องตรวจสอบดูด้วยว่าได้เอาวัสดุพูนกิ่งออกแล้วหรือไม่ เมื่อปลูกต้นกล้าแล้วใช้หลักไม้ไผ่ขนาดเล็กความสูงถึงระดับค้ำปักและผูกเถาติดกับหลักหรือเสาค้ำก็ได้ เพื่อให้ยอดของต้นตั้งตรงตลอดเวลาต้นจึงจะเจริญเติบโตได้เร็ว

♦ การทำค้ำ

เนื่องจากเสาวรสเป็นไม้ผลประเภทเถาเลื้อย การปลูกจึงต้องมีค้ำรองรับต้นและผลผลิต ค้ำเสาวรสนั้นต้องแข็งแรงเพียงพอสามารถใช้งานได้อย่างน้อย 3 ปีต่อการปลูก 1 ครั้ง และต้องทำก่อนปลูกหรือทำทันทีหลังปลูกเพื่อให้ทันกับการเจริญเติบโตของต้นเสาวรสสามารถ

เลี้ยงเถาได้ทันทีเมื่อเถาเจริญถึงค้ำ ซึ่งปกติจะใช้เวลาประมาณ 3 เดือน การทำค้ำชำเป็นปัญหาที่พบมาก เพราะเป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ทุนและแรงงานมากที่สุด

ค้ำเสาวรสมืออยู่ 2 ระบบคือค้ำแบบรื้อตั้ง และค้ำแบบเป็นพื้นที่ยังแยกออกเป็นอีก 2 แบบคือ แบบเป็นพื้นใหญ่เต็มพื้นที่และแบบตัวที่ แต่ค้ำแบบรื้อตั้งและแบบตัวที่นั้นยังไม่แนะนำให้เกษตรกรใช้เพราะพื้นที่เลี้ยงเถามีจำกัดต้องเพิ่มการตัดแต่งมากกว่าปกติ

ค้ำแบบเป็นพื้นใหญ่เต็มพื้นที่ เป็นแบบที่แนะนำให้เกษตรกรใช้ปัจจุบันเนื่องจากมีพื้นที่เลี้ยงเถามาก เกษตรกรไม่ต้องเสียเวลาในการเลี้ยงและตัดแต่งเถา นอกจากนี้ยังทำได้ง่ายและแข็งแรงซึ่งค้ำประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่

- เสาค้ำ สามารถใช้ได้ทั้งเสาคอนกรีต เสาไม้ หรือเสาไม้ไผ่ แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงการลงทุนให้น้อยที่สุด ในพื้นที่ 1 ไร่ จะใช้เสาค้ำ 177 ต้น คือใช้ระยะ 3x3 เมตร เช่นเดียวกับหลุมปลูก

- ค้ำส่วนบน เป็นพื้นที่เลื้อยของเถาเพื่อไม่ให้เถาห้อยตกลงมา วัสดุที่ใช้ อาจจะเป็นไม้ไผ่ลวดสังกะสี หรือเชือกไนล่อนก็ได้ แต่วิธีที่แนะนำให้เกษตรกรใช้คือ ใช้ลวดสังกะสีเบอร์ 14 สานเป็นโครงสร้างและใช้เชือกไนล่อนสานเป็นตารางขนาด 40x50 เซนติเมตร วิธีนี้จะทำให้น้ำหนักค้ำส่วนบนลดลง

ในแต่ละปีต้องมีการซ่อมแซมค้ำที่เสียหายให้แข็งแรงอยู่เสมอ โดยปกติแล้วจะทำหลังจากการตัดแต่งกิ่งในเดือนกุมภาพันธ์ เช่น เปลี่ยนเชือกที่ขาดและเสาที่ผุพัง เป็นต้น

♦การจัดทรงต้นและการเลี้ยงเถา

เสาวรสมือเหมือนกับไม้ผลชนิดอื่น ๆ ที่จะต้องจัดทรงต้นให้เหมาะสมกับการเจริญเติบโตและให้ผลผลิตโดยเริ่มตั้งแต่หลังปลูกจนกระทั่งขึ้นค้ำ คือจะต้องให้เสาวรสมือลำต้นเดียวตั้งแต่ระดับพื้นดินจนถึงค้ำ ในระยะนี้จะต้องคอยดูแลตัดหน่อที่งอกจากต้นตอกิ่งข้างของต้นออกให้หมด รวมทั้งต้องมัดเถาให้เลื้อยขึ้นตั้งตรงอยู่ตลอดเวลา เพราะถ้ายอดของเถาห้อยลงจะทำให้ยอดชะงักการเจริญเติบโตและแตกตาข้างมาก และเนื่องจากเสาวรสรับประทานสดเน้นการเลี้ยงเถาเป็นต้นจากการเสียบยอดจึงติดผลเร็ว ต้องหมั่นเด็ดผลทิ้งจนกว่าต้นจะเจริญถึงค้ำ

หลังจากต้นเจริญถึงค้ำแล้วให้ทำการตัดยอดบังคับให้แตกเถาใหม่ 3-4 กิ่ง จากนั้นจัดเถาให้กระจายออกไปโดยรอบต้นทั่วพื้นที่ของค้ำ และควรตัดยอดของเถาอีกครั้งเมื่อยาวพอสมควรแล้วเพื่อช่วยให้แตกยอดมากขึ้น

♦การใส่ปุ๋ย

เสาวรสมือเป็นพืชที่ออกดอกติดผลตลอดทั้งปี ดังนั้นจึงจำเป็นต้องได้รับปุ๋ยอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ จึงจะให้ผลผลิตได้ดีและมีคุณภาพ โดยเฉพาะเสาวรสรับประทานสดนั้นยังมี

ความจำเป็นมาก การได้รับปุ๋ยที่ไม่ถูกต้องและเพียงพอจะมีผลทำให้คุณภาพและรสชาติของผลผลิตต่ำกว่ามาตรฐาน ปุ๋ยที่ใช้ในการปลูกเสาวรสรับประทานสดมี 2 ชนิดคือ

- **ปุ๋ยอินทรีย์** มีประโยชน์ช่วยปรับปรุงโครงสร้างของดินทำให้ดินเสาวรสมมีความแข็งแรงขึ้นและลดความรุนแรงของโรคไวรัสลง ซึ่งได้แก่ปุ๋ยคอกและปุ๋ยหมัก ต้องใส่ให้อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง คือใส่พร้อมกับการเตรียมดินก่อนปลูกและหลังจากสิ้นสุดช่วงเก็บเกี่ยวแล้ว และทำการติดตั้งกิ่งของแต่ละปีในช่วงต้นฤดูฝน โดยใช้ประมาณ 10 กิโลกรัมต่อต้นต่อปี อาจจะใช้วิธีโรยเป็นแถวระหว่างต้นหรือรอบต้นแล้วไถพรวนหรือดินกลบ

- **ปุ๋ยเคมี** มีความจำเป็นต่อเสาวรสรับประทานสดมาก โดยทั่วไปแล้วแนะนำให้ใช้อย่างต่อเนื่อง ครึ่งละจำนวนน้อยแต่บ่อยครั้ง เพราะเสาวรสมีช่วงการให้ผลผลิตตลอดปี และพื้นที่สูงมักจะมีปัญหาการชะล้างของฝนทำให้เกิดการสูญเสียของปุ๋ยได้ง่าย อัตราใช้ปุ๋ยเคมีที่แนะนำคือ 150-200 กิโลกรัมต่อไร่ต่อปี หรือประมาณ 1 กิโลกรัมต่อต้นต่อปี

♦ การให้น้ำและกำจัดวัชพืช

เสาวรสมารถทนแล้งได้ดีพอสมควร สามารถปลูกโดยอาศัยน้ำฝนได้ แต่การปลูกเสาวรสรับประทานสดแบบให้น้ำเพื่อให้มีผลผลิตตลอดปีนั้น จำเป็นต้องให้น้ำในฤดูแล้งประมาณ 7 วันครั้ง ซึ่งสามารถให้ได้โดยหลายวิธี เช่น น้ำพ่นฝอย น้ำหยด หรือรดน้ำ ควรให้น้ำ 1-2 ครั้ง / สัปดาห์ เป็นต้น สำหรับวัชพืชนั้นต้องหมั่นกำจัดอยู่เสมอ โดยอาจจะใช้วิธีการตัดหรือพ่นด้วยสารเคมีได้แต่ต้องไม่ใช้ประเภทดูดซึม หลังจากที่ได้เถาเต็มค้ำแล้วปัญหาเรื่องวัชพืชนั้นจะน้อยลง

♦ การปลิดผล

โดยธรรมชาติแล้วเสาวรสมจะออกดอกและติดผลได้ง่าย โดยจะเกิดที่ทุกข้อบริเวณโคนก้านใบของกิ่งใหม่ ถึงแม้ว่าดอกบางส่วนจะร่วงไม่ติดผล แต่ก็มักจะติดผลค่อนข้างมาก ทำให้ผลผลิตคุณภาพไม่สม่ำเสมอจำเป็นต้องปลิดผลที่มีคุณภาพต่ำทิ้ง ให้ผลที่เหลืออยู่มีคุณภาพดี ซึ่งจำเป็นมากสำหรับเสาวรสรับประทานสดที่ต้องเน้นเรื่องคุณภาพ

ใน 1 เถาเสาวรสมจะให้ผลที่มีคุณภาพดีเป็นชุด ๆ ละ 3-4 ผล หลังจากติดผล 1 ชุดแล้ว ผลชุดที่ติดต่อไปมักมีขนาดเล็กเพราะอาหารไม่เพียงพอจึงต้องทิ้งบ้าง นอกจากนี้ ยังมีผลที่บิดเบี้ยวเนื่องจากการทำลายของโรคแมลงที่ต้องปลิดทิ้งด้วย โดยทำตั้งแต่ผลมีขนาดเล็กอยู่

♦ การตัดแต่งเถา

เนื่องจากเสาวรสมเป็นไม้ผลที่ออกดอกบนกิ่งใหม่จึงต้องทำให้ต้นมีการแตกกิ่งใหม่ตลอดเวลา เสาวรสมจึงจะให้ผลผลิตได้ดี อีกประการหนึ่งคือเถาเสาวรสมจะเลื้อยยืดยาวออกไปตลอดเวลา ทำให้กิ่งใหม่และผลติดอยู่ไกลลำต้นจึงได้รับน้ำและอาหารไม่เต็มที่ การตัดแต่งจะมีประโยชน์ในการช่วยให้ต้นแตกกิ่งใหม่และเถาไม่ยาวเกินไป ซึ่งทำได้ 2 ลักษณะตามรูปแบบการปลูกคือ

- **การปลูกแบบอาศัยน้ำฝน** จะต้องทำการตัดแต่งหนักร 1 ครั้งหลังจากสิ้นสุดฤดูกาลเก็บผลผลิตในเดือนกุมภาพันธ์ โดยตัดเถาโครงสร้างที่เกิดจากลำต้นให้เหลือ 3-4 กิ่งยาวประมาณ 30 เซนติเมตร หลังจากนั้น 1 เดือนจะแตกยอดใหม่ที่กิ่งโครงสร้าง ตัดแต่งกิ่งอีกครั้งโดยเลื่อยยอดใหม่ที่สมบูรณ์ไว้ 2-3 ยอดต่อเถาโครงสร้าง 1 เถา จัดเถาให้กระจายไปรอบต้น ในระหว่างที่ต้นเจริญเติบโตและให้ผลผลิตนั้น ต้องคอยตัดแต่งกิ่งข้างที่แก่และกิ่งที่ให้ผลผลิตไปแล้วออกโดยให้เหลือตา 2-3 ตา เพื่อให้แตกยอดใหม่ให้ผลผลิตต่อไป

- **การปลูกแบบให้น้ำ** การปลูกแบบนี้จะไม่มีการตัดแต่งหนักรในฤดูแล้ง เพราะต้องการให้มีผลผลิตตลอดปี แต่จะใช้การตัดยอดของเถาโครงสร้างที่ยืดยาวออกไปเป็นระยะ ๆ หลังจากที่ดินขึ้นค้ำแล้วเพื่อบังคับให้แตกเถาข้างมากขึ้น และทำการตัดแต่งเถาข้างเมื่อยาวพอสมควรเป็นระยะเช่นกันเพื่อบังคับให้แตกเถาแขนงให้มากสำหรับให้ผลผลิต และต้องตัดแต่งเถาข้างหรือเถาแขนงที่แก่หรือให้ผลผลิตแล้วออกเป็นประจำเพื่อให้แตกยอดใหม่ทดแทนตลอดเวลาโดยตัดให้เหลือ 2-3 ตา ในบางช่วงที่ดินติดผลน้อยกว่าปกติ อาจจะตัดแต่งให้หนักรมากขึ้นได้เพราะจะไม่กระทบกับการให้ผลผลิตมากนัก

♦ การเก็บเกี่ยวและการบ่ม

เสาวรสรับประทานสดจะไม่เก็บเกี่ยวโดยปล่อยให้ร่วงเหมือนกับเสาวรสรองาน คือต้องเก็บจากต้น โดยผลจะสุกเมื่ออายุประมาณ 50-70 วันหลังดอกบาน ระยะที่เหมาะสมเก็บเกี่ยวเมื่อผลเปลี่ยนเป็นสีม่วงแล้วประมาณ 70-80 เปอร์เซ็นต์ โดยสีของผลจะเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีแดงอมม่วง จึงเก็บเกี่ยวด้วยวิธีการใช้กรรไกรตัดข้อผลจากต้นให้สั้นติดผล แล้วจึงนำมาบ่มเพื่อให้สีผลสวยและรสชาติดีขึ้น โดยทั่วไปแล้วจะทำการเก็บเกี่ยวทุก ๆ 2-3 วันต่อครั้ง

การบ่มโดยใช้ก๊าซอะเซทิลีน ซึ่งทำได้หลายวิธีเช่น ใส่ผลลงไปภาชนะเช่นกล่องกระดาษ แล้วนำแคลเซียมคาร์ไบด์ที่ใส่ในภาชนะขนาดเล็ก หรือห่อกระดาษเติมน้ำเล็กน้อยให้เกิดก๊าซอะเซทิลีนแล้วปิดภาชนะทิ้งไว้ 2-3 วัน ผลจะเปลี่ยนสีเป็นสีม่วงแดงเข้มขึ้น จึงนำส่งจำหน่าย ในกรณีที่ผลผลิตมีจำนวนมากให้ใช้วิธีใส่ผลผลิตลงในลังพลาสติกหลายๆ ลังนำมาตั้งรวมกัน การใส่แคลเซียมคาร์ไบด์มากเกินไปเพราะจะทำให้ผิวผลเสียหาย

ก่อนการบ่มควรคัดคุณภาพผลผลิตก่อน ที่สำคัญคือระดับความสุกของผลให้สม่ำเสมอเพราะจะทำให้ใช้ระยะเวลาในการบ่มเท่ากันสีของผลสม่ำเสมอทุกผล

♦ การคัดคุณภาพผลผลิตและบรรจุหีบห่อ

ผลผลิตเสาวรสรับประทานนั้นต้องเน้นเรื่องคุณภาพเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะคุณภาพภายใน ซึ่งได้แก่ความหวานและน้ำหนักต่อผล โดยความหวานต้องไม่ต่ำกว่า 16 Brix และผลที่มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางผล 5 เซนติเมตร ควรมีน้ำหนักประมาณ 70 กรัม เพราะผลที่มีขนาดใหญ่แต่น้ำหนักเบาภายในจะมีเนื้อน้อย สำหรับลักษณะภายนอกนั้นผลต้องไม่บิดเบี้ยว ไม่เน่า

แตก หรือเหี่ยว ผิวผลอาจจะลายจากโรคไวรัสหรือแมลงได้ แต่ไม่มากเกินไป ปัจจุบันมูลนิธิโครงการหลวงกำหนดชั้นมาตรฐานผลผลิตไว้ 2 เกรด คือ เกรด 1 เส้นผ่าศูนย์กลางผลตั้งแต่ 5 เซนติเมตรขึ้นไป และเกรด 2 เส้นผ่าศูนย์กลางผลตั้งแต่ 4-5 เซนติเมตร

หลังจากคัดคุณภาพแล้วจึงบรรจุผลผลิตเพื่อส่งจำหน่ายโดยกำหนดให้บรรจุผลลงในลังสีเขียวที่บุข้างด้วยกระดาษและส่งให้งานคัดบรรจุตรวจสอบคุณภาพและส่งจำหน่ายต่อไปโดยอาจจะบรรจุใหม่สำหรับขายปลีกเป็นกิโกรัม

4.) โรคและแมลงศัตรู

โดยปกติเสาวรสจะมีโรคและแมลงหลายชนิดรบกวน แต่เนื่องจากเป็นพืชที่ค่อนข้างจะแข็งแรงทนทานต่อโรคแมลงการปลูกส่วนใหญ่จึงไม่นิยมใช้สารเคมีป้องกันกำจัดโรคแมลง ประกอบกับเสาวรสให้ผลผลิตตลอดทั้งปี จึงไม่เหมาะกับการใช้สารเคมี โรคและแมลงที่สำคัญของเสาวรสมีดังนี้

(1) โรคของเสาวรส

♦ โรคใบด่าง (Mosaic)

โรคนี้เป็นโรคที่สำคัญที่สุดของเสาวรส เมื่อเกิดการระบาดแล้วจะทำให้ผลผลิตลดลงทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยในเสาวรสรับประทานสดนั้นส่วนใหญ่มีการติดโรคนี้เนื่องจากมีการขยายพันธุ์โดยใช้กิ่งพันธุ์จากต้นแม่เดิมที่เป็นโรคอยู่ก่อนแล้ว ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการวิจัยเพื่อผลิตต้นแม่ที่ปลอดโรคอยู่

สาเหตุและอาการ: โรคใบด่างเกิดจากเชื้อไวรัส 2 ชนิด คือ Passion fruit Woodiness Virus (PWV) ซึ่งเป็นไวรัสท่อนยาวคด ขนาด 650-800 นาโนเมตร ลักษณะต้นที่เป็นโรคจะแสดงอาการใบด่าง เส้นใบใส ผลด่างทั่วผลและมีอาการด่างแบบวงแหวน ผิวเปลือกไม่เรียบ เปลือกหนากว่าปกติ ผลจะมีลักษณะบิดเบี้ยวและขนาดเล็กลง เชื้อไวรัสอีกชนิดหนึ่งคือ Cucumber Mosaic Virus (CMV) อาการที่พบคือใบด่างเหลือง ใบยอดบิดและหงิกงอ ผิวใบไม่เรียบ ผลบิดเบี้ยว

การแพร่ระบาด: เชื้อไวรัสสามารถถ่ายทอดโดยวิธีกล เช่น การตัดแต่งกิ่ง การเสียบกิ่งและระบาดโดยแมลงพาหะ เช่น เพลี้ยอ่อน

การป้องกันกำจัด:

- คัดเลือกต้นกล้าที่สมบูรณ์ปลอดจากไวรัส
- ไม่ควรปลูกปะปนกับพืชตระกูลแตง มะเขือ
- เมื่อนำต้นกล้าลงปลูกจนกระทั่งถึงเริ่มติดผล ควรพ่นยาป้องกันกำจัด

แมลงพาหะเป็นระยะ

- ควรระมัดระวังเครื่องมือที่ใช้ติดแต่งกิ่ง โดยทำความสะอาดทุกครั้งที่ตัดแต่งต้นเสร็จในแต่ละต้น

- การบำรุงต้นให้มีความแข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอจะทำให้ต้นทนทานต่อการทำลายของโรคไวรัส และยังคงให้ผลผลิตได้ดีถึงแม้ปริมาณและคุณภาพจะลดลงบ้างแต่ก็ยังคงสามารถให้ผลผลิตได้ดี

♦ โรคจุดสีน้ำตาลที่ผล (Brown fruit spot)

โรคนี้นพบมากในแปลงปลูกที่ปลูกถี่เกินไป ทำให้เถาแน่นทึบแสงแดดส่องไม่ถึง นอกจากนี้ยังพบในแปลงปลูกที่มีวัชพืชมาก

สาเหตุและอาการ: เกิดจากเชื้อ *Collectotrichum* sp. ทำให้ผลเป็นจุดสีน้ำตาลทั่วผลหลังจากนั้นแผลดังกล่าวจะพัฒนาเป็นกระเกิดนูนสีน้ำตาล

การป้องกันกำจัด: ต้องหมั่นดูแลรักษาแปลงให้สะอาดอยู่เสมอ ตัดแต่งเถาที่แก่และแน่นทึบออกบ้าง เพื่อให้แสงแดดส่องถึงและให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก ทำการตัดแต่งผลที่เป็นโรคออกจากแปลง หากพบการแพร่ระบาดของโรคมกและจำเป็นต้องทำการป้องกันกำจัด แนะนำให้ใช้สารเคมี เช่น เบนเลท หรือโดแทนเอ็ม-45 หรือแคปแทน ฉีดพ่น 1-2 ครั้ง แต่ไม่ควรใช้ในช่วงใกล้เก็บเกี่ยวผล

♦ โรครากเน่าและโคนเน่า (Damping off Root rot and foot rot)

มักจะเกิดกับต้นกล้าหรือต้นที่ปลูกในพื้นที่ระบายน้ำไม่ดี ซึ่งเกิดจากเชื้อราในดิน พวกร *Rhizoctonia* sp. และ *Fusarium* sp. โดยต้นจะแสดงอาการเหี่ยวบางครั้งลำต้นบวมพองและแตกเมื่อถูกระบบท่อน้ำท่ออาหาร บริเวณรากและโคนต้นเป็นสีน้ำตาล

การป้องกันกำจัด:

- ในพื้นที่ที่เคยพบการแพร่ระบาด ควรทำการไถดินตากแดด ประมาณ 2 สัปดาห์ เพื่อลดปริมาณของเชื้อโรคในดิน
- ควรนำเชื้อราไตรโคเดอร์มามาใช้รองก้นหลุมก่อนปลูก เพื่อป้องกันการเข้าทำลายของเชื้อโรคในดิน และควรใช้อย่างสม่ำเสมอ
- หากเริ่มพบการเกิดโรคควรกำจัดแหล่งของเชื้อโรคโดยการเผาทำลาย

(2) แมลงและศัตรูพืช

♦ ไรแดงและไรสองจุด

เข้าทำลายพืชบริเวณใต้ใบทำให้ใบมีสีซีด การระบาดจะมีมากในช่วงฤดูแล้ง แมลงทั้งสองชนิดนี้เป็นแมลงปากดูด

การป้องกันกำจัด:

- ไรแดง: หากมีการระบาดในปริมาณมากให้ใช้สารไดโคโฟล (dicofol) ฉีดพ่นบริเวณใต้ใบ การใช้สารเคมีนี้ให้ผสมสารจับใบในการพ่นทุกครั้งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเกาะติดที่ใบของสารเคมี

- **โรสองจุด:** หากมีการระบาดสามารถเลือกใช้สารเคมีได้ดังต่อไปนี้คือ 1. โพพาร์ไกต์ (โอไมท์) อัตรา 30 กรัม/น้ำ 20 ลิตร 2. อะเบอเมกติน (เวอร์ทิเมค) อัตรา 20 มิลลิลิตร/น้ำ 20 ลิตร 3. เฟนไพร็อกซิเมต (ortus) อัตรา 20 มิลลิลิตร/น้ำ 20 ลิตร

◆ เพลี้ยไฟ

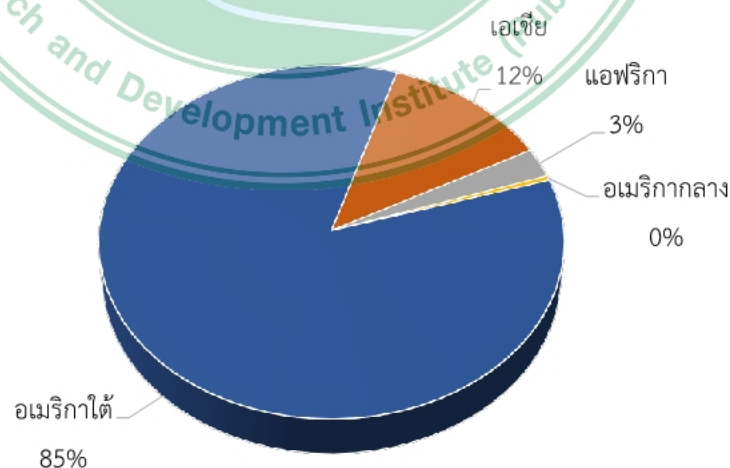
เพลี้ยไฟมีปากเข็มดูดน้ำเข้าทำลายที่ใบอ่อนและผลอ่อน โดยส่วนของพืชที่ถูกเพลี้ยไฟเข้าทำลายจะมีลักษณะเป็นขีดสีน้ำตาล เพลี้ยไฟมักจะระบาดในช่วงฤดูแล้งหรือช่วงที่ฝนทิ้งช่วง หากพบการระบาดของเพลี้ยไฟควรทำการป้องกันกำจัดพร้อมกับบำรุงต้นพืชให้แข็งแรง

สารเคมีที่ใช้ป้องกันกำจัดเพลี้ยไฟ: 1. คาร์บาริล (เซฟวิน 85 ดับบิวพี) 20-30 กรัม/น้ำ 20 ลิตร 2. โพรดโทโอฟอส (โตกูโรออน) 20-30 มิลลิลิตร/น้ำ 20 ลิตร 3. ฟลูเพนออกซูรอน (แคส เดต) 20-40 มิลลิลิตร/น้ำ 20 ลิตร

การป้องกันกำจัด: การป้องกันกำจัดแมลงด้วยสารเคมีสามารถทำได้ในช่วงก่อนเก็บเกี่ยวผลผลิต และงดการพ่นสารเคมีทุกชนิดก่อนการเก็บเกี่ยว 7-10 วัน

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลการนำเข้าเสาวรจากต่างประเทศ

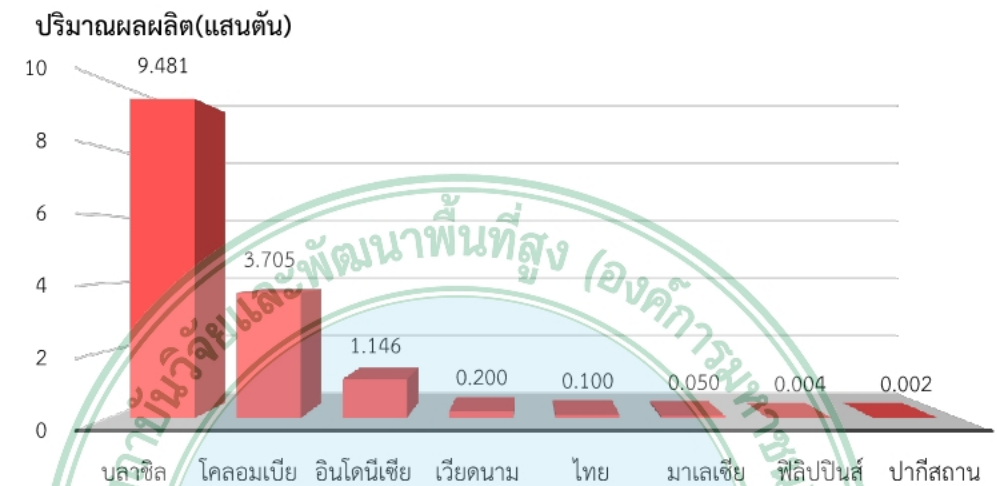
ปริมาณผลผลิตของเสาวรทั่วโลกเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1.5 ล้านตันต่อปี ในปี 2558 - 2560 โดยที่ทวีปที่มีปริมาณการผลิตสูงสุดคือ ทวีปอเมริกาใต้ โดยมีผลผลิตเฉลี่ย 1.241 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 84.88 ของปริมาณที่ผลิตได้ทั่วโลก รองลงมาคือ เอเชีย แอฟริกา และอเมริกากลาง ตามลำดับ โดยมีผลผลิตอยู่ที่ 0.181 0.039 และ 0.006 ล้านตันต่อปี หรือคิดเป็น ร้อยละ 12.39 2.66 และ 0.41 ตามลำดับ



ภาพที่ 4.8 ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยของเสาวรจำแนกรายทวีป ปี 2558 - 2560

ที่มา: Food Outlook, July 2018

เมื่อพิจารณาปริมาณผลผลิตเสาวรสแยกรายประเทศพบว่าประเทศที่มีปริมาณผลผลิตจากการเก็บเกี่ยวมากที่สุด ได้แก่ บราซิล โคลอมเบีย และ อินโดนีเซีย ซึ่งเป็นผู้ผลิตที่สำคัญที่สุด โดยมีปริมาณผลผลิตอยู่ที่ 9.481 3.705 1.146 แสนตัน ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศไทยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 10,000 ตันต่อปีเท่านั้น



ภาพที่ 4.9 ปริมาณผลผลิตเฉลี่ยของเสาวรสจำแนกรายประเทศที่สำคัญ ปี 2558-2560

ที่มา: Food Outlook, July 2561

ประเทศจีนถือเป็นอีกประเทศที่มีการบริโภคเสาวรสในปริมาณมากโดยจากการสัมภาษณ์ผู้รวบรวม/ผู้ส่งออกพบว่า มีการส่งออกเสาวรสจากไทยไปยังประเทศจีน แต่โดยส่วนใหญ่จีนจะนำเข้าเสาวรสจากเวียดนามเป็นหลักเนื่องจากราคาถูกกว่า แต่อย่างไรก็ตามประเทศจีนก็มีการเพาะปลูกเสาวรสด้วยเช่นกัน ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลพบว่าจีนมีแหล่งเพาะปลูกเสาวรสอยู่บริเวณทางตอนใต้ในเขตมณฑลกว่างสี เมืองหนานหนิง สายพันธุ์ที่เพาะปลูกคือพันธุ์ไทนง ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่นำเข้ามาจากไต้หวัน แต่การผลิตยังมีไม่มากโดยผลผลิตที่ใช้บริโภคภายในประเทศส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากต่างประเทศ

สำหรับไต้หวันเป็นต้นกำเนิดของเสาวรสในภูมิภาคเอเชีย โดยมีการนำพันธุ์เสาวรสจากบราซิลมาปรับปรุงพันธุ์ใหม่เป็นเสาวรสหวานพันธุ์ ไทนง (Tai-non No.1) โดยบริเวณเมืองที่มีการเพาะปลูกเสาวรสมากที่สุดคือเมืองพูลี่ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการปลูกเสาวรสมากที่สุดถึงร้อยละ 90 ของเสาวรสในไต้หวัน เนื่องจากมีสภาพอากาศที่เหมาะสมสำหรับการปลูกเสาวรสคือ มีปริมาณน้ำฝนมาก อากาศเย็น และมีความชื้นสูงตลอดทั้งปี โดยมีผลผลิตเสาวรสประมาณ 4,500 ตัน/เดือน (ช่วงที่ผลผลิตมากที่สุด) ซึ่งฤดูกาลในการเก็บเกี่ยวเสาวรสของไต้หวันคือ มิถุนายน และธันวาคม

ด้านการตลาดจะมี 2 ช่องทางคือ (1) จำหน่ายผลผลิตสด: จะคัดเลือกเฉพาะเสาวรสที่มีคุณภาพสูงโดยจะมีพ่อค้าส่งเข้ามารับซื้อ และนำไปกระจายยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ และ (2) น้ำ

เสาวรสเข้มข้น: ในส่วนของผลผลิตที่คุณภาพไม่ถึงเกณฑ์จะถูกนำมาแปรรูปเป็นน้ำเสาวรสเข้มข้นส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น (ตลาดหลัก) และประเทศอื่น ๆ



ภาพที่ 4.10 การเก็บเสาวรสในประเทศจีน

ที่มา: http://www.xinhuanet.com/english/2018-03/06/c_137019349.htm

4.2 การศึกษาและวิเคราะห์การผลิต การตลาด และความสามารถในการแข่งขันของเสาวรสบนพื้นที่สูง (พื้นที่ดำเนินงานของมูลนิธิโครงการหลวง และ สวพส.) และแหล่งอื่น ๆ

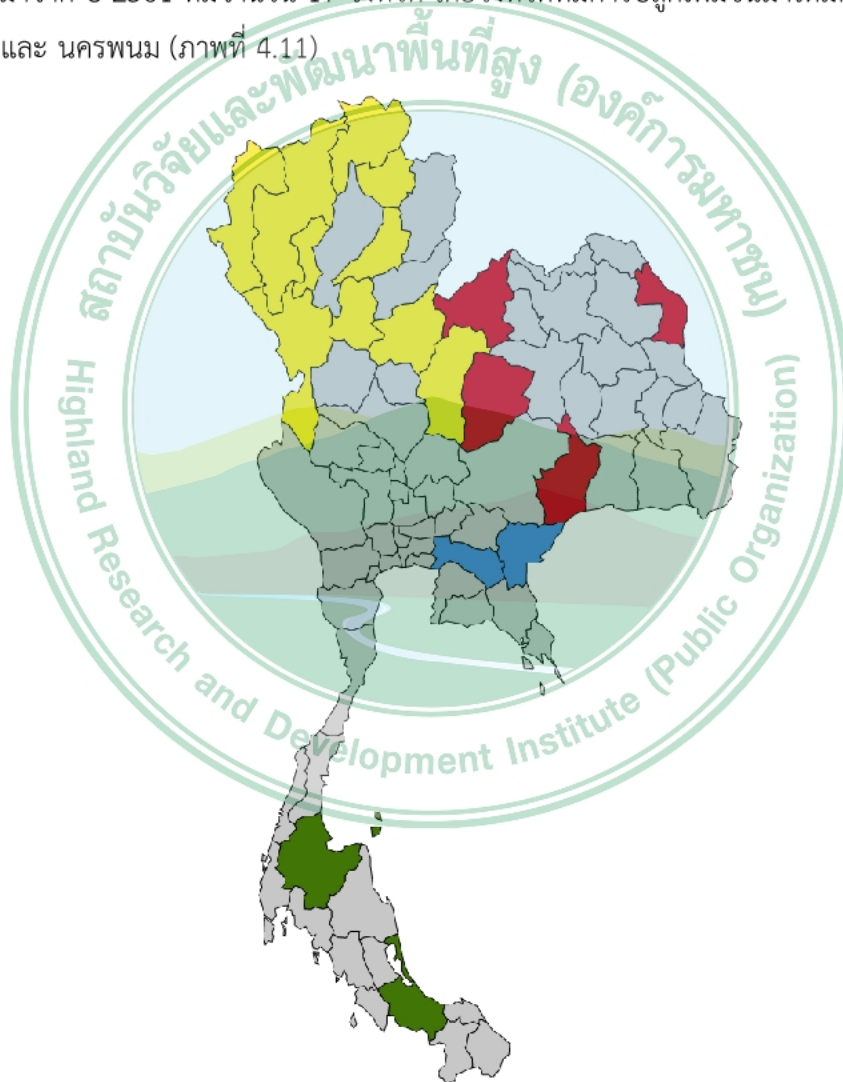
4.2.1 สถานการณ์การผลิตเสาวรสในภาพรวมของประเทศไทย

ในประเทศไทยมีการปลูกเสาวรสอย่างแพร่หลายมานานแล้ว เดิมทีจะปลูกเฉพาะเสาวรสปันธ์สีเหลืองปัจจุบันประเทศไทยมีพันธุ์ที่ปลูกทั่วไปทั้งหมด 3 พันธุ์ ได้แก่ 1. พันธุ์สีม่วง เมื่อสุกเปลือกสีม่วง เนื้อในสีเหลือง รสอมหวานมากกว่าพันธุ์อื่น ๆ ซึ่งเป็นพันธุ์ที่รับประทานสด จะนิยมปลูกในพื้นที่สูง เนื่องจากเติบโตได้ดีบนพื้นที่สูง 2. พันธุ์สีเหลือง ผลแก่สีเหลือง รสเปรี้ยวมาก เป็นพันธุ์ที่ใช้ในการแปรรูป นิยมปลูกในพื้นที่ราบ เนื่องจากเติบโตได้ดีบนพื้นที่ราบต่ำ 3. พันธุ์ผสม เมื่อสุกเป็นสีม่วงอมแดง รสเปรี้ยวจัด กลิ่นแรง สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมของประเทศไทยได้ดีกว่าพันธุ์เดิม

สำหรับสถานการณ์การเพาะปลูก เสาวรส ปีเพาะปลูก 2562 ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่ามีเนื้อที่การเพาะปลูกเสาวรสในประเทศไทยทั้งสิ้น 10,526.9ไร่ ซึ่งให้ผลผลิตรวม 11,557.7 ตัน โดยเนื้อที่เพาะปลูกดังกล่าวครอบคลุมพื้นที่ใน 4 ภูมิภาค จำนวนรวม 18 จังหวัด ดังนี้

ภาคเหนือ:	จำนวน 9 จังหวัด ได้แก่ เพชรบูรณ์ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พิชณุโลก เชียงใหม่ แพร่ ตาก ลำพูน พะเยา และสุโขทัย
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ:	จำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว ฉะเชิงเทรา เลย และบุรีรัมย์
ภาคตะวันออก:	จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ นครพนม และชัยภูมิ
ภาคใต้:	จำนวน 2 จังหวัด ได้แก่ สุราษฎร์ธานี และสงขลา

ซึ่งเพิ่มมาจาก ปี 2561 ที่มีจำนวน 17 จังหวัด โดยจังหวัดที่มีการปลูกเพิ่มขึ้นมาใหม่คือจังหวัด สงขลา ลำพูน และ นครพนม (ภาพที่ 4.11)

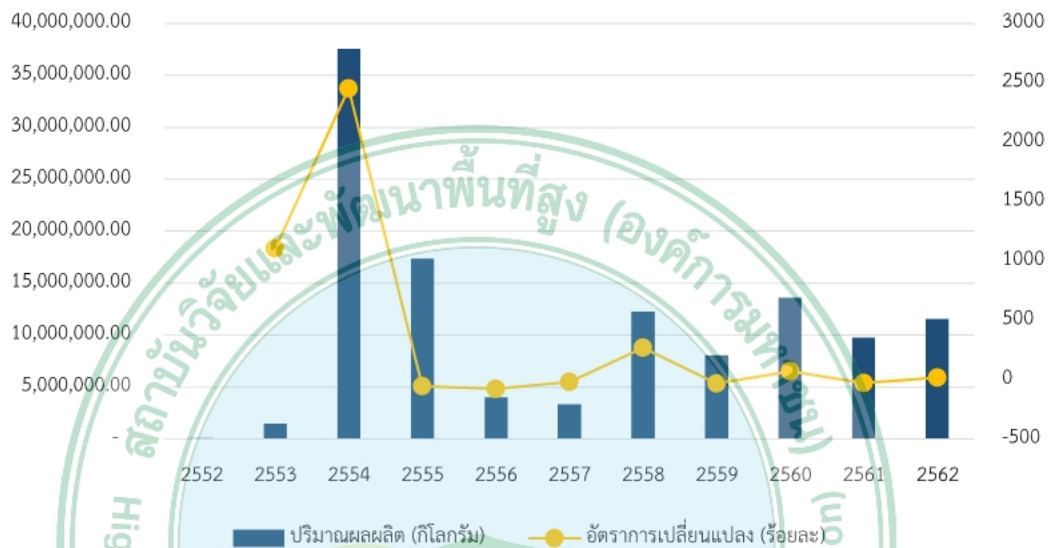


ภาพที่ 4.11 พื้นที่ปลูกเสาวรสจำแนกรายจังหวัด ปีเพาะปลูก 2562

ที่มา: กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563

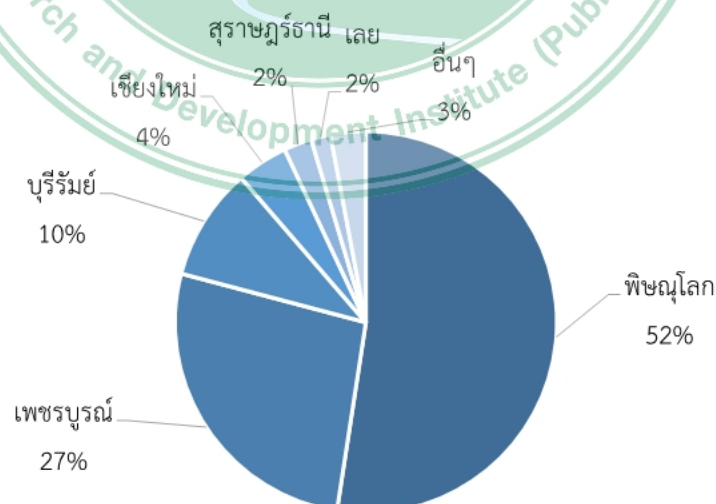
(1) ปริมาณผลผลิตเสาวรสในประเทศไทย

สำหรับปริมาณผลผลิตเสาวรสในประเทศไทยในปี 2562 มีปริมาณ 11,557.7 ตัน โดยมีปริมาณเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 18.48 หรือ 1,802.5 ตัน โดยเมื่อพิจารณาแนวโน้มผลผลิตเสาวรสในประเทศไทยพบว่า ในปี 2556 ปริมาณผลผลิตเสาวรสในประเทศไทยมีลดลงมากที่สุดโดยลดลงจากปี 2555 ร้อยละ 76.87 หรือ 13,347.5 ตัน



ภาพที่ 4.12 ปริมาณผลผลิตเสาวรสในประเทศไทย (รวมทุกสายพันธุ์) ปี 2552 – 2562

ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตรกร, 2563



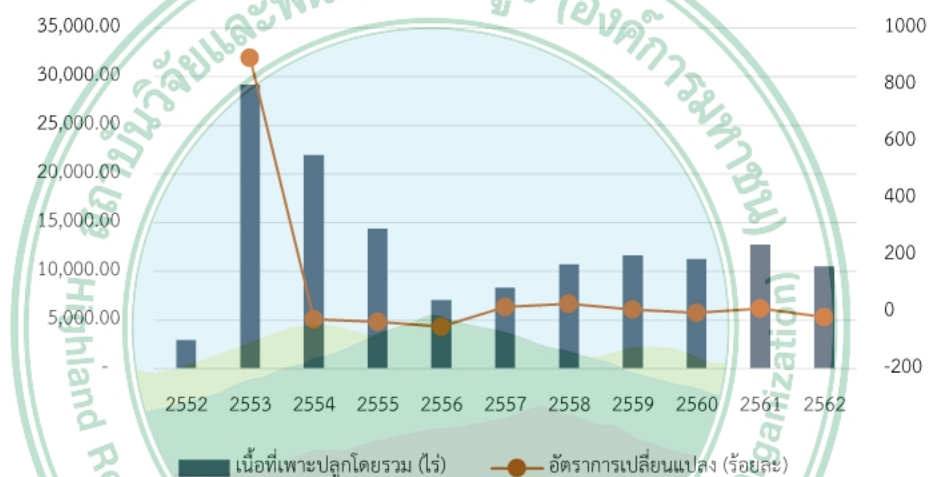
ภาพที่ 4.13 สัดส่วนปริมาณผลผลิตเสาวรสในประเทศไทยปี 2562 (รวมทุกสายพันธุ์)

ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตรกร, 2563

โดยจังหวัดที่มีผลผลิตเสาวรสมากที่สุดในปี 2562 คือ จังหวัดพิษณุโลกโดยมีปริมาณผลผลิตเท่ากับ 6,060ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 52.43 ของปริมาณผลผลิตเสาวรสทั้งหมดในประเทศไทย รองลงมาคือ จังหวัดเพชรบูรณ์โดยมีปริมาณผลผลิตเท่ากับ 3083.3ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.67 ของปริมาณผลผลิตเสาวรสทั้งหมดในประเทศไทย

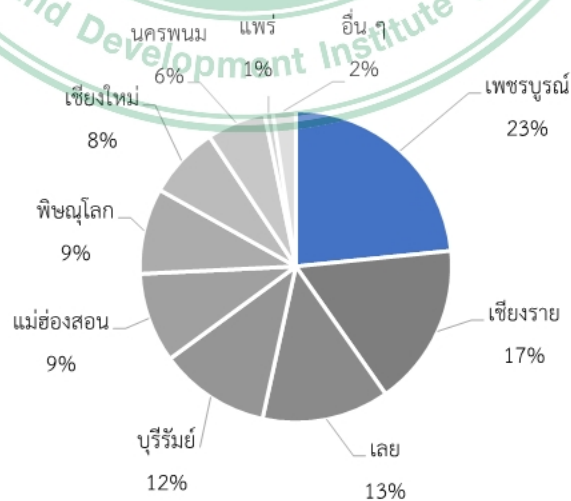
(2) เนื้อที่เพาะปลูกเสาวรสในประเทศไทย

ในส่วนของเนื้อที่เพาะปลูกเสาวรสของประเทศไทยในปี 2562 ประเทศไทยมีเนื้อที่เพาะปลูกเสาวรส 10,526.90 ไร่ โดยลดลงจากปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 17.56หรือ 2,242.25 ไร่ เมื่อพิจารณาแนวโน้มของเนื้อที่เพาะปลูกเสาวรสในประเทศไทยพบว่า เนื้อที่เพาะปลูกเสาวรสมิแนวโน้มเพิ่มอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557-2561 แต่เป็นการเพิ่มในอัตราที่ต่ำ



ภาพที่ 4.14 เนื้อที่เพาะปลูกเสาวรสในประเทศไทยปี 2552 – 2562 (รวมทุกสายพันธุ์)

ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตรกร, 2563



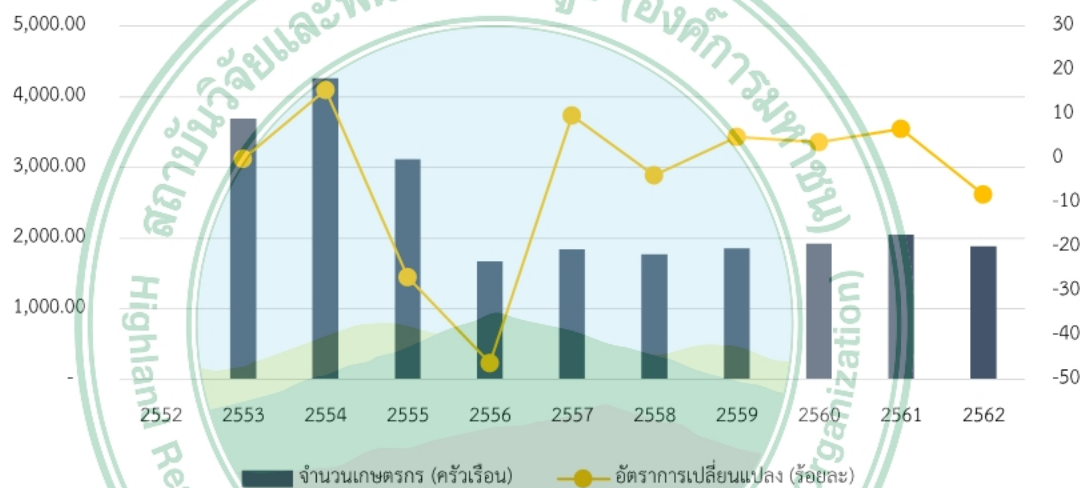
ภาพที่ 4.15 สัดส่วนเนื้อที่เพาะปลูกเสาวรสของไทยปี 2562 (รวมทุกสายพันธุ์)

ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตรกร, 2563

เมื่อพิจารณาในรายจังหวัดพบว่า จังหวัดที่มีเนื้อที่เพาะปลูกมากที่สุดคือเพชรบูรณ์ โดยมีเนื้อที่เท่ากับ 2,463 ไร่ ซึ่งมีปริมาณลดลงจากปี 2561 ร้อยละ 25.88 หรือลดลง 860.00 ไร่ รองลงมาคือจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่เพาะปลูกเท่ากับ 1,772.40 ไร่ ลดลงจากปี 2561 ร้อยละ 16.61 หรือลดลง 353.00 ไร่

(3) จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสในประเทศไทย

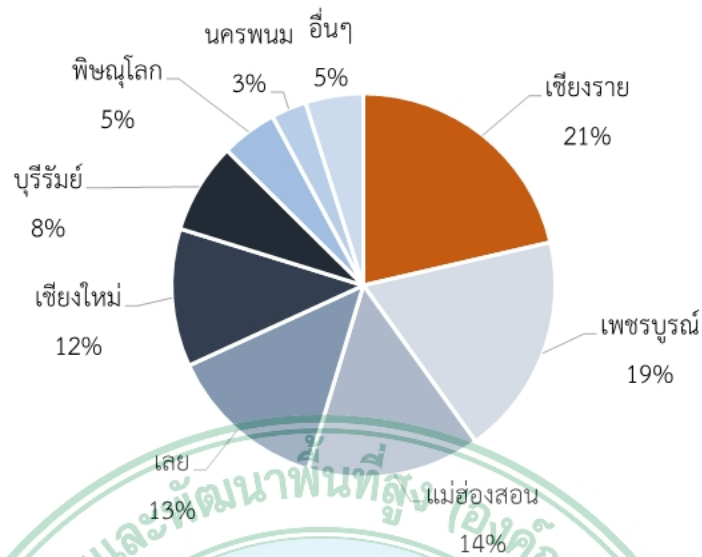
ในส่วนของจำนวนผู้เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสในประเทศไทยภาพรวมในปี 2562 ไทยมีเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส 1,884 ครัวเรือนโดยลดลงจากปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 8.19 หรือ 168 ครัวเรือน เมื่อพิจารณาแนวโน้มของครัวเรือนที่เพาะปลูกเสาวรสในประเทศไทยพบว่า ในช่วงปี 2557-2562 มีจำนวนครัวเรือนที่ปลูกเสาวรสอยู่ในระดับคงที่ เฉลี่ยปีละ 1,886 ครัวเรือน



ภาพที่ 4.16 จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสในประเทศไทยปี 2552 – 2562 (รวมทุกสายพันธุ์)

ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563

เมื่อพิจารณาในรายจังหวัดพบว่า จังหวัดที่จำนวนเกษตรกรมากที่สุดคือจังหวัดเชียงราย โดยมีจำนวนเกษตรกรเท่ากับ 403 ครัวเรือน ซึ่งมีปริมาณลดลงจากปี 2561 ร้อยละ 8.20 หรือลดลง 36 ครัวเรือน รองลงมาคือจังหวัดเพชรบูรณ์มีจำนวนเกษตรกรเท่ากับ 352 ครัวเรือน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ร้อยละ 3.53 หรือเพิ่มขึ้น 12 ครัวเรือน



ภาพที่ 4.17 สัดส่วนจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสในประเทศไทยปี 2562 (รวมทุกสายพันธุ์)

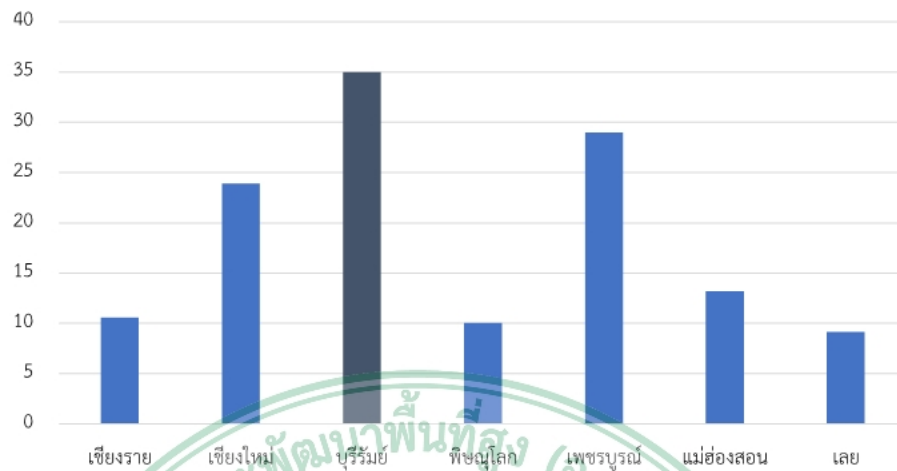
ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563

จากข้อมูลปริมาณผลผลิต เนื้อที่เพาะปลูก และจำนวนเกษตรกรพบว่า จังหวัดพิษณุโลกมีเนื้อที่เพาะปลูกและจำนวนเกษตรกรไม่มากแต่มีปริมาณผลผลิตเสาวรสมากที่สุด เนื่องจากผลผลิตต่อไร่ของเกษตรกรค่อนข้างสูง โดยจังหวัดพิษณุโลกมีปริมาณผลผลิตเสาวรส...ในขณะที่บางจังหวัดเช่น เชียงราย และแม่ฮ่องสอนมีพื้นที่เพาะปลูกค่อนข้างสูงและมีจำนวนเกษตรกรมาก แต่มีปริมาณผลผลิตเสาวรสน้อย ทั้งนี้อาจจะมาจากสาเหตุในเรื่องของความรู้ของเกษตรกร และสภาพแวดล้อมละปัจจัยการผลิต โดยจากการสัมภาษณ์พบว่าเกษตรกรในจังหวัดเชียงรายและแม่ฮ่องสอนส่วนใหญ่ไม่ได้ปลูกเสาวรสเป็นอาชีพหลัก โดยเกษตรกรจะมีการเพาะปลูกพืชอื่น ๆ อีกหลายชนิด ประกอบกับในบางพื้นที่มีปัญหาในเรื่องน้ำไม่เพียงพอจึงส่งผลให้ปริมาณผลผลิตเสาวรสต่อไร่มีปริมาณไม่มาก ซึ่งแตกต่างจากจังหวัดพิษณุโลก และจังหวัดเพชรบูรณ์ที่เกษตรกรปลูกเสาวรสเป็นอาชีพหลักมีความรู้และประสบการณ์ในการเพาะปลูกเสาวรสเป็นอย่างดี และไม่มีปัญหาในเรื่องของการขาดแคลนนํ้าจึงส่งผลให้มีปริมาณผลผลิตเสาวรสต่อไร่สูง

(4) ราคาเสาวรส

จากภาพที่ 4.18 แสดงให้ราคาเฉลี่ยของเสาวรสในแต่ละจังหวัดในปี 2562 โดยจังหวัดที่มีราคารับซื้อเสาวรสสูงที่สุดคือบุรีรัมย์ ซึ่งมีราคาเฉลี่ยเท่ากับ 34.98 บาท/กิโลกรัม รองลงคือ เพชรบูรณ์ 29.01 บาท/กิโลกรัม จังหวัดที่มีราคารับซื้อเสาวรสต่ำที่สุดคือ พิษณุโลก โดยมีราคารับซื้อเท่ากับ 10.05 บาท/กิโลกรัม

หน่วย: บาท

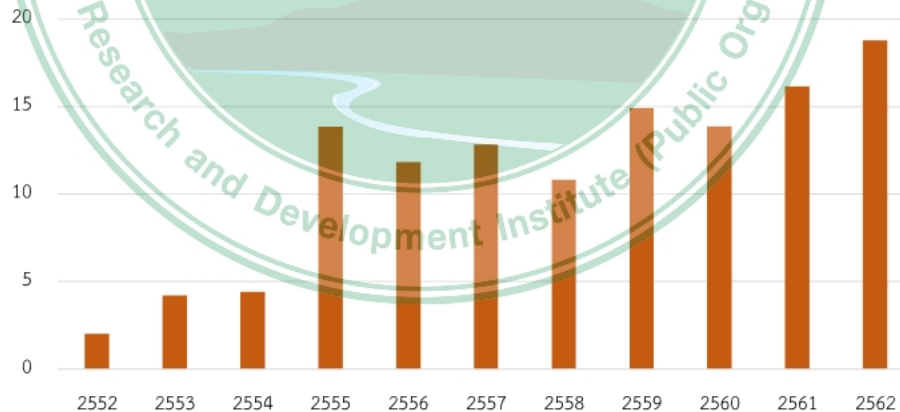


ภาพที่ 4.18 ราคาเฉลี่ยในแต่ละจังหวัดปี 2562

ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563

เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มของราคาเสาวรสในประเทศจะพบว่า ราคาเสาวรสในประเทศเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2560 โดยในปี 2562 มีอัตราการเติบโตเท่ากับร้อยละ 16.17 ซึ่งสอดคล้องจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าปลีกและค้าส่งว่าปริมาณความต้องการเสาวรสในประเทศเพิ่มสูงขึ้น

หน่วย: บาท



ภาพที่ 4.19 ราคาซื้อขายเสาวรสในประเทศไทยปี 2557 - 2562

ที่มา: ระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563

4.2.2 สถานการณ์การผลิตเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง

พันธุ์เสาวรสหวานที่มูลนิธิโครงการหลวงคัดเลือกและส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเป็นการค้า คือ พันธุ์เบอร์ 2 หรือ RPF 1 มีลักษณะประจำพันธุ์ คือ ผลมีสีม่วงเข้มเป็นรูปไข่ มีกลิ่นหอม รสชาติหวาน ผลมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางประมาณ 5-6 เซนติเมตร น้ำหนักประมาณ 70-

100 กรัมต่อผล ความหวานเฉลี่ยที่ 17-18 องศาบริกซ์ มีเปลือกหนา และเมื่อผ่าผลตามขวางจะมีลักษณะเป็น 3 พู โดยในปี พ.ศ. 2560-2561 มีปริมาณผลผลิตรวม 624.5 และ 809.9 ตัน มูลค่า 28.25 และ 32.30 ล้านบาท ตามลำดับ

(1) พื้นที่ปลูกเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง

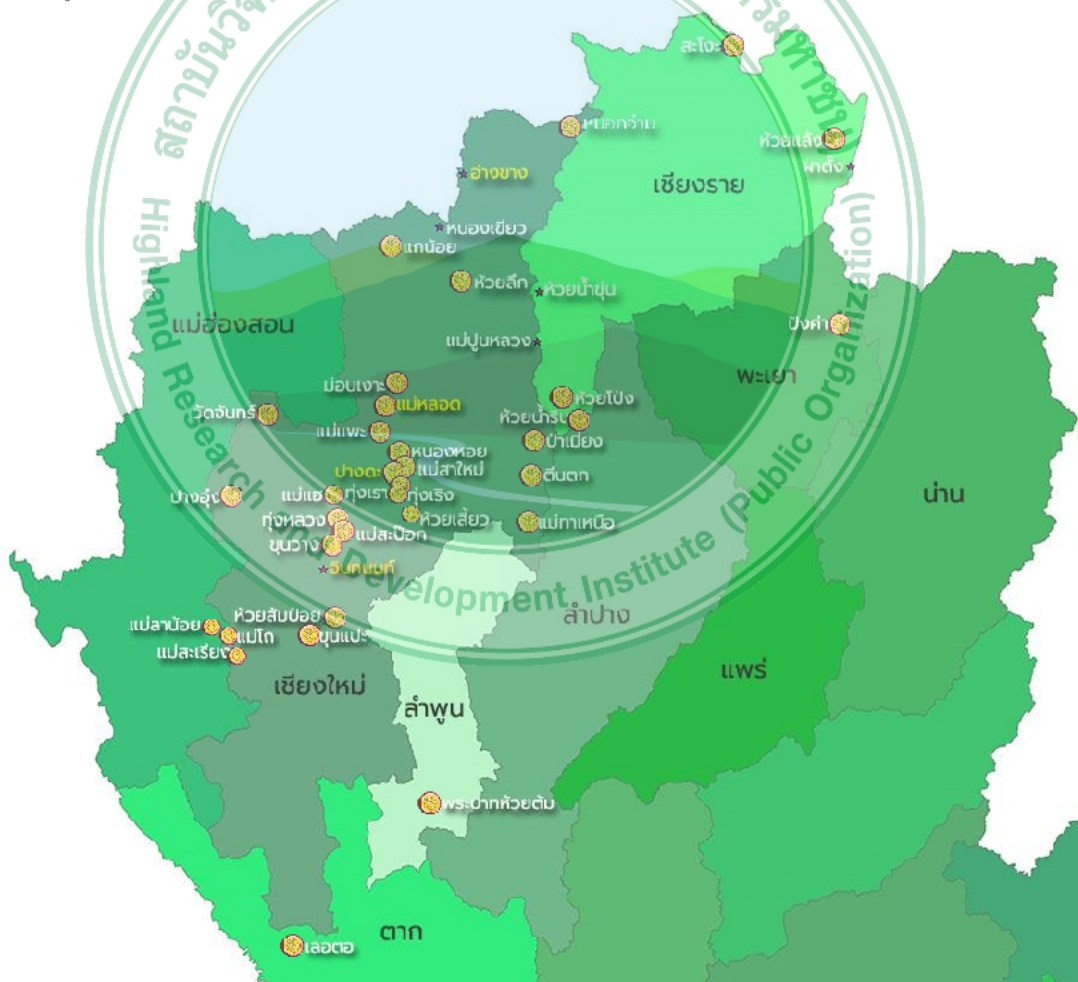
มูลนิธิโครงการหลวงมีศูนย์พัฒนาโครงการหลวง จำนวน 35 แห่ง และสถานีวิจัย/เกษตรหลวง จำนวน 4 แห่ง ครอบคลุม 6 จังหวัด คือ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน พะเยา ลำพูน และตาก จากข้อมูลของมูลนิธิโครงการหลวงพบว่าการปลูกเสาวรสในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวง จำนวน 31 แห่ง และมีการปลูกเสาวรสในพื้นที่สถานีวิจัย/เกษตรหลวง จำนวน 2 แห่ง ดังตารางที่ 4.1 และภาพที่ 4.20 จังหวัด

ตารางที่ 4.1 พื้นที่ปลูกเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง

จังหวัด	พื้นที่ปลูกเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง
เชียงราย	1. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงสะโงะ 2. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยแล้ง 3. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยโป่ง 4. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยน้ำริน
เชียงใหม่	1. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหมอกจ๋าม 2. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแก๋น้อย 3. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยลึก 4. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงม่อนเงาะ 5. สถานีวิจัยโครงการหลวงแม่หลอด 6. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่แพะ 7. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงวัดจันทร์ 8. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยง 9. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย 10. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สาใหม่ 11. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงตีนตก 12. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่ทาเหนือ 13. สถานีเกษตรหลวงปางดะ 14. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งเรา 15. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งเริง 16. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่แอ 17. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปางอึ้ง 18. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงทุ่งหลวง 19. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยเสี้ยว

จังหวัด	พื้นที่ปลูกเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง
	20. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะป๊อก 21. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนวาง 22. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยส้มป่อย 23. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่โถ 24. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขุนแปะ
แม่ฮ่องสอน	1. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่ลาน้อย 2. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง
พะเยา	ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงปึงค่า
ลำพูน	ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงพระบาทห้วยต้ม
ตาก	ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงเลอตอ

ที่มา: มูลนิธิโครงการหลวง, 2562



ภาพที่ 4.20 พื้นที่ปลูกเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง

ที่มา: มูลนิธิโครงการหลวง, 2562

(2) มาตรฐานผลผลิตของเสาวรส์โครงการหลวง

มาตรฐานคุณภาพผลผลิต (งานพัฒนาและส่งเสริมไม้ผลขนาดเล็ก โครงการหลวง, พ.ศ. 2555) แบ่งตามคุณภาพดังนี้

♦ **ชั้นมาตรฐานคุณภาพพิเศษ** ผลมีเส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 5 เซนติเมตรขึ้นไป หรือมีน้ำหนักผล 100 กรัมขึ้นไป (8-10 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม) สีส้มผลมีสีม่วงแดงและสีผิวผลมีความสม่ำเสมอทั่วทั้งผล ผลไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่าหรือแตก เนื้อในมีสีเหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ มีปริมาณของแข็งที่ละลายน้ำได้ 15 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป

♦ **ชั้นมาตรฐานคุณภาพ 1** ผลมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร หรือมีน้ำหนักผล 80-99 กรัม (10-12 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม) สีส้มผลมีสีม่วงแดง ผลไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่าหรือแตก เนื้อในมีสีเหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ มีปริมาณของแข็งที่ละลายน้ำได้ 15 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป

♦ **ชั้นมาตรฐานคุณภาพ 2** ผลมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร หรือมีน้ำหนัก 70-79 กรัม (12-14 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม) สีส้มผลมีสีม่วงแดง ผลไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่าหรือแตก เนื้อในมีสีเหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ มีปริมาณของแข็งที่ละลายน้ำได้ 15 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป

♦ **ชั้นมาตรฐานคุณภาพ 3** ผลมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร หรือมีน้ำหนัก 60-69 กรัม (14-16 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม) สีส้มผลมีสีม่วงแดง ผลไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่าหรือแตก เนื้อในมีสีเหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ มีปริมาณของแข็งที่ละลายน้ำได้ 15 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป

♦ **ชั้นมาตรฐานคุณภาพ 4** ผลมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3.5-5 เซนติเมตร หรือมีน้ำหนัก 50-59 กรัม (17-20 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม) สีส้มผลมีสีม่วงแดง ผลไม่เน่าหรือแตก มีผลบิดเบี้ยว ผลเหี่ยวได้เล็กน้อย เนื้อในมีสีเหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ มีปริมาณของแข็งที่ละลายน้ำได้ 15 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป

♦ **ชั้นมาตรฐานคุณภาพ F** ผลมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3.5-5 เซนติเมตร หรือมีน้ำหนัก ตั้งแต่ 50 กรัม (17-20 ผล ต่อ 1 กิโลกรัม) สีส้มผลมีสีม่วงอมเขียวจนถึงสีม่วงแดง ผลไม่เน่าหรือแตกมีผลบิดเบี้ยวผลเหี่ยวได้เล็กน้อย เนื้อในมีสีเหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ มีปริมาณของแข็งที่ละลายน้ำได้ 15 เปอร์เซ็นต์ขึ้นไป

(3) การสัมภาษณ์เกษตรกรในพื้นที่โครงการหลวง

ในการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส์ของมูลนิธิโครงการหลวง ทางคณะผู้วิจัยไปเดินทางไปสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริม และเกษตรกรของศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยโป่ง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยน้ำริน จำนวน 9 ราย

(3.1) ด้านการผลิต

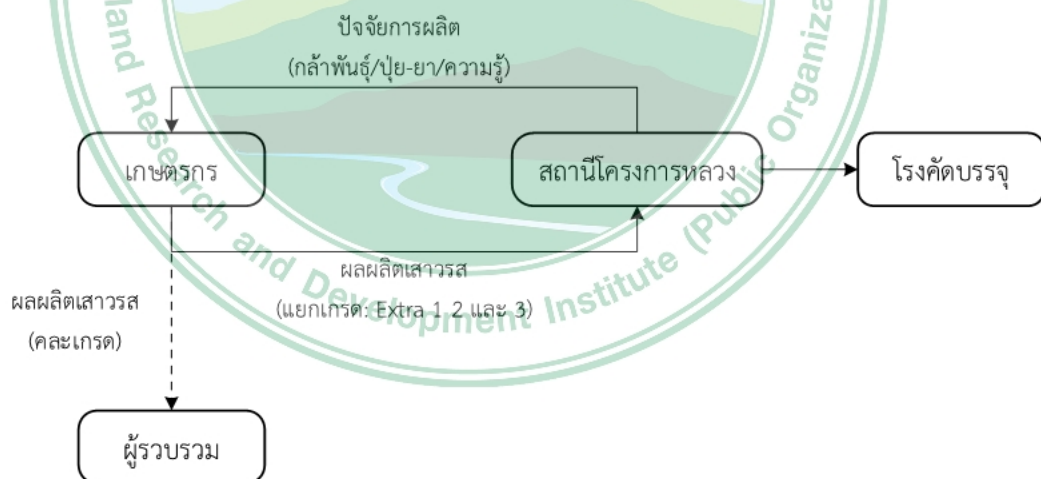
จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริมพบว่า ในการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเสาวรส์จะจำกัดจำนวนต้นในการปลูกต่อไร่ โดยจะกำหนดให้ปลูก 100 ต้น/ไร่ เนื่องจากเกษตรกร

ส่วนใหญ่ไม่ได้เพาะปลูกเสาวรสเป็นอาชีพหลัก ดังนั้นการดูแลอาจจะไม่ทั่วถึงและส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลผลิตไม่ได้คุณภาพ ในด้านของสายพันธุ์จะมีการส่งเสริมอยู่ 2 สายพันธุ์ได้แก่ พันธุ์ RPF No.1 และพันธุ์ไทนุง ซึ่งการเลือกสายพันธุ์จะเป็นเกษตรกรเป็นผู้เลือกสายพันธุ์ที่จะเพาะปลูกเอง ซึ่งโดยส่วนใหญ่เกษตรกรจะเลือกปลูกพันธุ์ไทนุงเนื่องจากไทนุงเป็นพันธุ์ที่ให้ผลผลิตค่อนข้างมาก ดูแลง่าย และแข็งแรง



ภาพที่ 4.21 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริม ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยน้ำริน

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563



ภาพที่ 4.22 รูปแบบการส่งเสริมการปลูกเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

จากภาพที่ 4.22 แสดงให้เห็นรูปแบบการส่งเสริมการผลิตของมูลนิธิโครงการหลวง โดยจะเริ่มจากหาเกษตรกรที่สนใจปลูกเสาวรส หลังจากนั้นมูลนิธิโครงการหลวงจะสนับสนุนปัจจัยการผลิตพื้นฐาน เช่น กล้าพันธุ์ ปุ๋ย-ยา และองค์ความรู้ในการเพาะปลูกและดูแลเสาวรส โดยเกษตรกรจะมีหน้าที่ในการเรียนรู้วิธีการต่าง ๆ และลงมือปฏิบัติ ซึ่งจะมีเจ้าหน้าที่จาก

มูลนิธิโครงการหลวงคอยดูแลและให้คำปรึกษา จากนั้นเมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตเรียบร้อยแล้วเกษตรกรจะต้องคัดเกรดของผลผลิตออกเป็น 4 เกรด ได้แก่ Extra เบอร์ 1 2 และ 3 ซึ่งแต่ละเกรดจะขึ้นอยู่กับขนาดของผล สีส้ม เป็นหลัก ในส่วนของสายพันธุ์ไม่มีผลต่อราคาจำหน่าย แต่อย่างไรก็ตามโครงการหลวงจะไม่รับซื้อผลผลิตที่มีคุณภาพต่ำกว่าเบอร์ 3 ลงไป โดยเกษตรกรจะต้องนำไปขายเป็นเกรดละให้กับผู้รวบรวมหรือพ่อค้าคนกลางในพื้นที่



ภาพที่ 4.23 สัมภาษณ์เกษตรกร และสำรวจสวนเสาวรส ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยน้ำริน
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

(3.2) ปัญหาและอุปสรรค

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และเกษตรกรพบว่า ปัญหาหลักของเสาวรสคือไม่สามารถปลูกในพื้นที่เดิมซ้ำได้เนื่องจากเชื้อไวรัส ซึ่งจะส่งผลให้เสาวรสที่ปลูกในรอบถัดไปติดเชื้อไวรัสได้ ทั้งนี้สาเหตุมาจากการที่เกษตรกรไม่ได้มีการปรับปรุงดิน และสถานปลูกก่อนเริ่มปลูกในรอบใหม่จึงส่งผลให้เกิดปัญหาเชื้อไวรัสสะสมในพื้นดิน ซึ่งเกษตรกรจึงใช้วิธีการย้ายแปลงเพาะปลูกทุกรอบ การผลิตขึ้นอยู่กับลักษณะการปลูกของเกษตรกร เช่น เกษตรกรบางรายปลูก 2 ปี ก็จะต้องย้ายแปลงทุก 2 ปี หรือเกษตรกรบางรายปลูก 1 ปี ก็จะต้องย้ายแปลงทุก 1 ปี จากปัญหาดังกล่าวส่งผลให้พื้นที่ในการเพาะปลูกเสาวรสมีการเปลี่ยนแปลงทุกปี



ภาพที่ 4.24 สัมภาษณ์เกษตรกร และสำรวจสวนเสาวรส ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยโป่ง
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563



ภาพที่ 4.25 สัมภาษณ์เกษตรกร และสำรวจสวนเสาวรส ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ยังพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเพาะปลูกเสาวรสโดยเฉลี่ยประมาณ 2 – 3 ปี และมีความรู้ในการเพาะปลูกและดูแลเสาวรสตั้งแต่เริ่มเพาะปลูกไปจนถึงการดูแลหลังการเก็บเกี่ยว เช่น การให้ปุ๋ย การจัดการกับโรคและแมลง ลักษณะของผลก่อนการเก็บเกี่ยว การตัดแต่งกิ่งระหว่างและหลังการเก็บเกี่ยว การดูแลสภาพแวดล้อมของแปลงเพาะปลูก เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอกเช่น การขาดแคลนน้ำ ซึ่งมาจากหลายสาเหตุได้แก่ อยู่ห่างไกลจากแหล่ง เกิดการแย่งน้ำกันในพื้นที่เพาะปลูก เป็นต้น ซึ่งปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตเสาวรสน้อย และผลผลิตคุณภาพไม่เป็นไปตามที่ต้องการของมูลนิธิโครงการหลวง ทำให้เกษตรกรมีรายได้จากการเพาะปลูกเสาวรสไม่มาก จึงอาจทำให้เกษตรกรไม่มีแรงจูงใจในการเพาะปลูกและดูแลเสาวรส

4.2.3 สถานการณ์การผลิตเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

(1) แหล่งผลิตเสาวรส

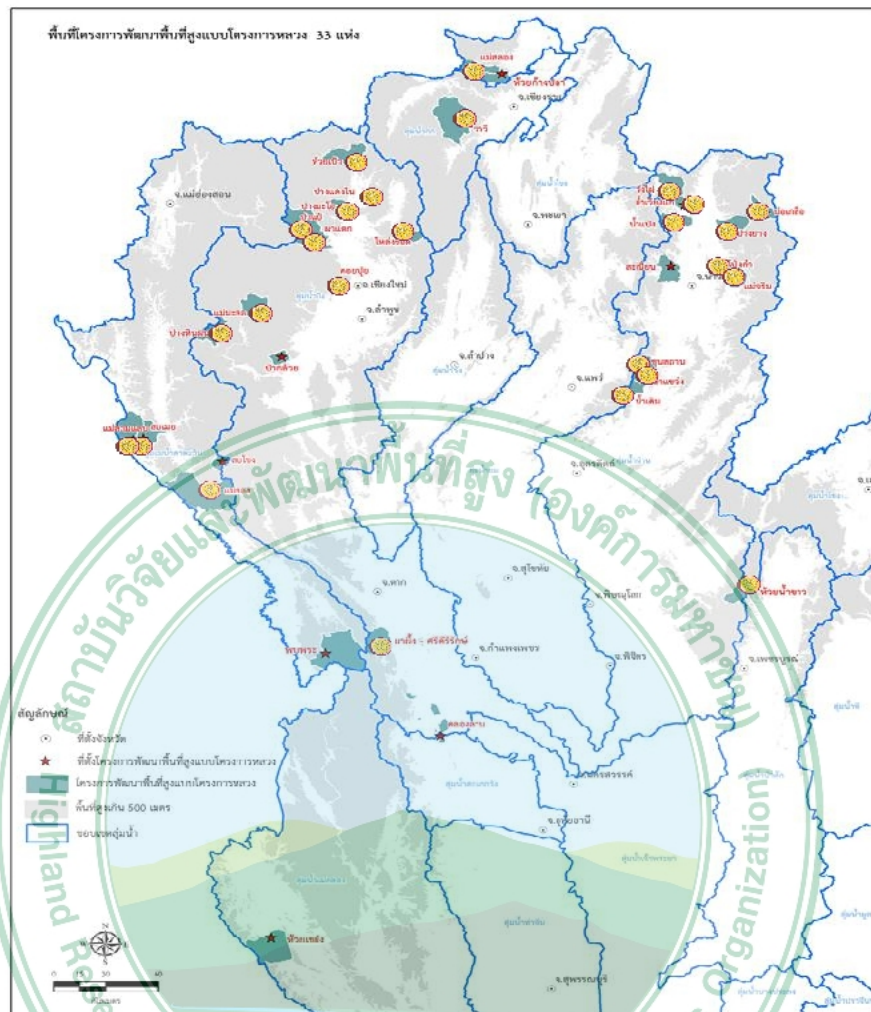
โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงในปี พ.ศ. 2563 มีพื้นที่ดำเนินงานทั้งหมดจำนวน 33 แห่ง ครอบคลุมพื้นที่ 7 จังหวัด แบ่งพื้นที่ดำเนินงานเป็น 4 กลุ่มดังนี้ พื้นที่กลุ่มที่ 1 ได้แก่ เชียงใหม่ กำแพงเพชร กาญจนบุรี พื้นที่กลุ่มที่ 2 ได้แก่ เชียงราย พื้นที่กลุ่มที่ 3 ได้แก่ น่าน และพื้นที่กลุ่มที่ 4 ได้แก่ ตาก แม่ฮ่องสอน พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่สูง 500 เมตร จากระดับน้ำทะเลปานกลาง อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติและเขตอุทยานแห่งชาติซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำ และความหลากหลายทางชีวภาพของสิ่งแวดล้อม จากข้อมูลของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง(องค์การมหาชน) พบว่ามีการปลูกเสาวรสในพื้นที่โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงจำนวน 28 แห่ง ดัง ตารางที่ 4.2 และภาพที่ 4.24 สำหรับสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (สวพส.) เริ่มส่งเสริมการปลูกเสาวรสตั้งแต่ปี พ.ศ.2551 ปัจจุบันมีเกษตรกร 513 ราย พื้นที่ปลูก 907 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ 28 แห่ง ได้แก่ ห้วยเป้า ป่าแป๊ ผาแตก แม่มะลอ วาวี ห้วยก้างปลา แม่สอง สบเมย แม่สามแลบ สบโขง ผาผึ้ง-ศรีคีรีรักษ์ พบพระ ถ้ำเวียงแก้ว ปางยาง สะเนียน โป่งคำ แม่จริม บ่อเกลือ ขุนสถาน น้ำเค็ม น้ำแบ่ง น้ำแขวง แม่แฮหลวง ขุนตั้นน้อย ผิปานเหนือ แม่ระมิดหลวง ห้วยแห้ง และพื้นที่รักษาน้ำ โดยแหล่งปลูกเสาวรสหลักคือพื้นที่ลุ่มน้ำสาละวิน และลุ่มน้ำน่าน โดยในปี พ.ศ.2560-2561 มีปริมาณผลผลิตรวม 323.1, 554.1 ตัน มูลค่า 9.43 และ 14.11 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 พื้นที่ปลูกเสาวรสสถาบันวิจัยพื้นที่สูง

กลุ่มที่	จังหวัด	พื้นที่ปลูกเสาวรสสถาบันวิจัยพื้นที่สูง
1	เชียงใหม่	1. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงปางแดงใน 2. โครงการขยายผลแบบโครงการหลวงป่าแป๊

กลุ่มที่	จังหวัด	พื้นที่ปลูกเสาวรสถาบันวิจัยพื้นที่สูง
		3. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงห้วยเป้า 4. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงดอยบุญ 5. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงปางมะโอ 6. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงผาแตก 7. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงโหล่งซอด 8. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงปางหินฝน 9. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงแม่มะลอ
	กำแพงเพชร	
	กาญจนบุรี	
2	เชียงราย	1. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงแม่สลอง 2. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงวาวี
3	น่าน	1. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงขุนสถาน 2. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงน้ำเค็ม 3. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงปางยาง 4. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงวังไผ่ 5. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงถ้ำเอียงแก 6. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงน้ำแบ่ง 7. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงโป่งคำ 8. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงน้ำแขวง 9. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงบ่อเกลือ 10. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงแม่จริม
	เพชรบูรณ์	โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงห้วยน้ำขาว
4	ตาก	โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงผาผึ้ง-ศรีคีรีรักษ์
	แม่ฮ่องสอน	1. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงสบเมย 2. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงแม่สามแลบ 3. โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงแม่สลอง

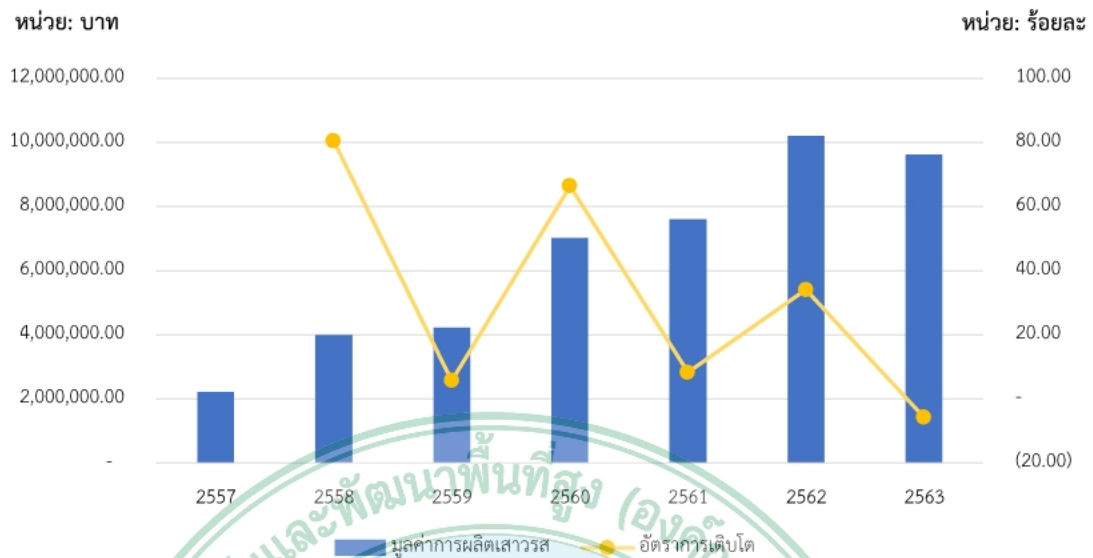
ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน), 2563



ภาพที่ 4.26 พื้นที่ปลูกเสาวรสของโครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวง
ที่มา: สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน), 2563

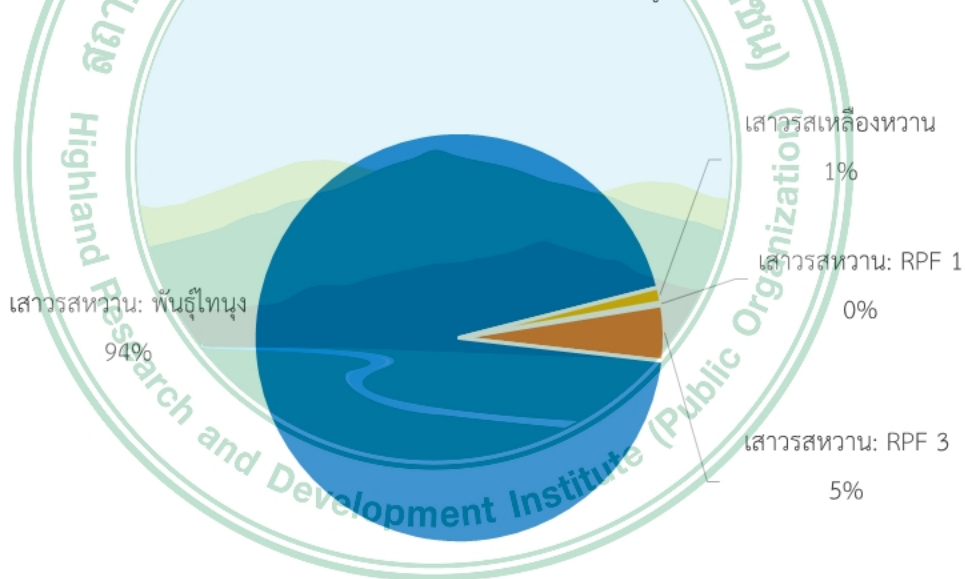
(2) มูลค่าผลผลิตเสาวรส

จากข้อมูลฝ่ายตลาดของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงพบว่า มูลค่าการผลิตเสาวรสรวมทั้งหมดของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงในปี 2563 เท่ากับ 9.61 ล้านบาท โดยลดลงจากปี 2562 ที่มีมูลค่าการผลิต 10.20 ล้านบาท ร้อยละ 5.75 นอกจากนี้หากพิจารณาจากภาพที่ 4.27 จะเห็นได้ว่ามูลค่าการผลิตเสาวรสสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2558 – 2562 และลดลงเล็กน้อยในปี 2563 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 31.50



ภาพที่ 4.27 มูลค่าการผลิตเสาวรของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงปี 2557 – 2563

ที่มา: ฝ่ายการตลาด สถาบันวิจัยพัฒนาพื้นที่สูง, 2563

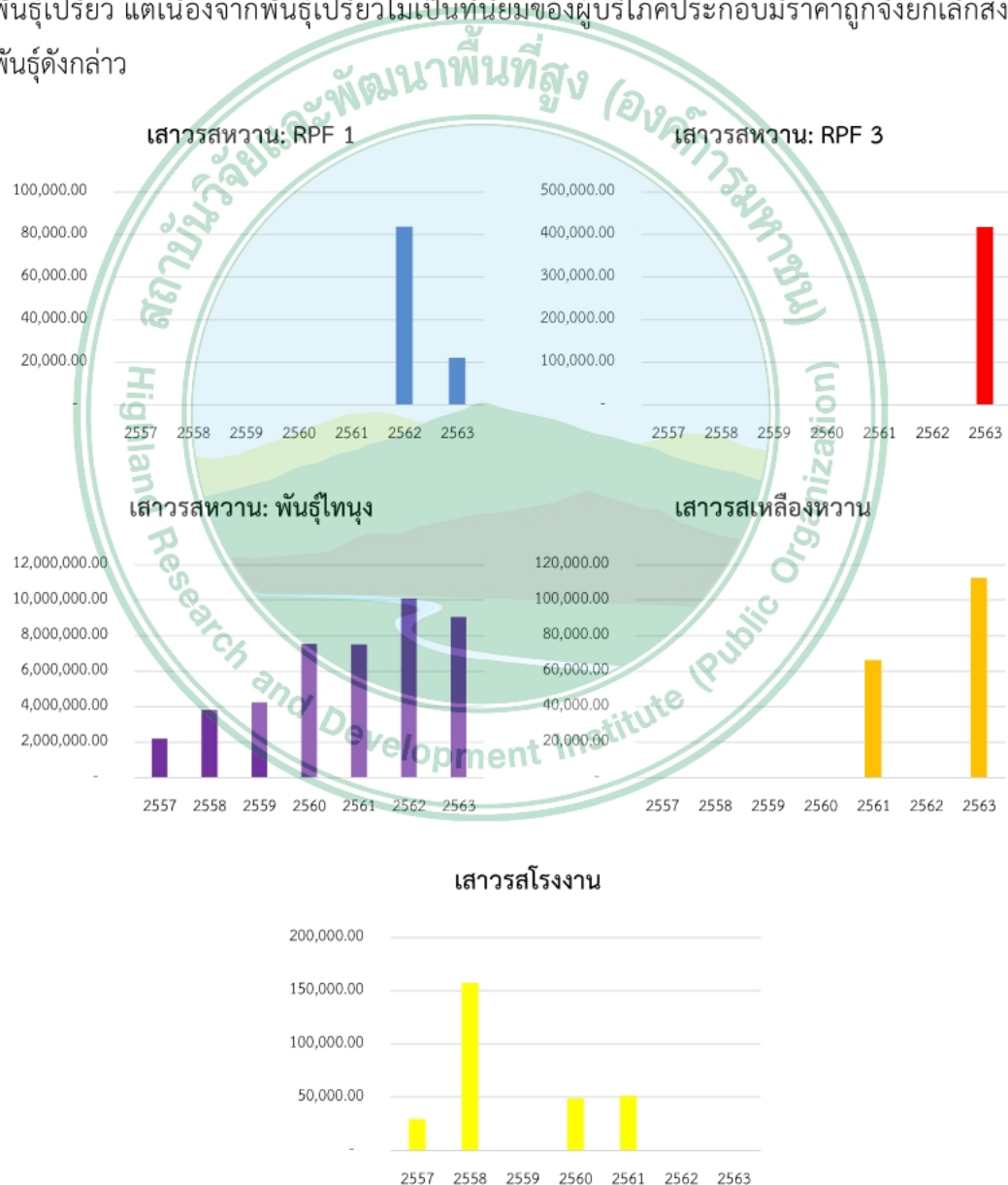


ภาพที่ 4.28 มูลค่าการผลิตเสาวรของสถาบันวิจัยพัฒนาพื้นที่สูงแยกสายพันธุ์ ปี 2563

ที่มา: ฝ่ายการตลาด สถาบันวิจัยพัฒนาพื้นที่สูง, 2563

เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าการผลิตแยกตามสายพันธุ์จะเห็นว่าในปี 2563 ผลผลิตเสาวรของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงมี 4 สายพันธุ์ ได้แก่ พันธุ์ RPF No.1 พันธุ์ RPF No.3 เสาวรหวาน และพันธุ์ไทนง โดยสายพันธุ์ที่มีมูลค่าการผลิตมากที่สุดคือ พันธุ์ไทนง โดยมีมูลค่าการผลิตมากถึง 9.1 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 94 ของมูลค่าการผลิตเสาวรทั้งหมดของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ถัดมาก็คือเสาวรพันธุ์ RPF No.3 ซึ่งผลิตในปี 2563 เป็นปีแรก โดยมีมูลค่าการผลิตเท่ากับ 417,280 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 5 ของมูลค่าการผลิตเสาวรทั้งหมดของ

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ขณะที่ พันธุ์ RPF No.1 เริ่มผลิตในปี 2562 โดยในปี 2563 มีมูลค่าผลผลิตเท่ากับ 22,257 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 0.23 ของมูลค่าการผลิตเสาวรสทั้งหมดของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ซึ่งลดลงจากปี 2562 ที่มีมูลค่าผลผลิตเท่ากับ 83,569.00 บาท ร้อยละ 73.37 ทั้งนี้สาเหตุที่เสาวรสปันธ์ RPF No.1 มีผลผลิตน้อยและมีมูลค่าการผลิตลดลง จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริมพบว่า กล้าพันธุ์ที่นำมาให้เกษตรกรปลูกมีปัญหาในเรื่องของไวรัสทำให้ผลผลิตต่ำกว่าที่คาดการณ์ นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ยังพบว่าในอดีตสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงมีการส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกเสาวรสหลายสายพันธุ์ ได้แก่ พันธุ์เหลืองหวาน พันธุ์ม่วงหวาน และพันธุ์เปรี้ยว แต่เนื่องจากพันธุ์เปรี้ยวไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคประกอบมีราคาถูกจึงยกเลิกส่งเสริมพันธุ์ดังกล่าว



ภาพที่ 4.29 มูลค่าการจำหน่ายเสาวรสแยกตามสายพันธุ์ ปี 2557 - 2563

ที่มา: ฝ่ายการตลาด สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง, 2563

(3) การสัมภาษณ์เกษตรกรในพื้นที่ของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

ในการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร และเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรศ คณะผู้วิจัยได้เข้าไปสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริมและเกษตรกรในพื้นที่แม่สามแลบ สบเมย และวาวี ซึ่งเป็นแหล่งปลูกเสาวรศที่สำคัญของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง จำนวน 12 ราย

(3.1) ด้านการผลิต

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และเกษตรกรพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายใหม่มีประสบการณ์ในการปลูกเสาวรศ 1 – 2 ปี แต่เกษตรกรบางรายเคยมีประสบการณ์ในการปลูกไม้ผลมาก่อน โดยในรูปแบบการส่งเสริมของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะคล้ายคลึงกับรูปแบบการส่งเสริมของมูลนิธิโครงการหลวงโดยสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะเข้ามาส่งเสริมและให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในระยะเริ่มต้น เช่น ให้การสนับสนุนในเรื่องของกล้าพันธุ์ ปุ๋ย/ยา อุปกรณ์ในการทำค้ำ และความรู้ในการดูแล เป็นต้น หลังจากนั้นเมื่อเกษตรกรเริ่มมีรายได้จากการขายเสาวรศทางสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ก็จะเริ่มลดการสนับสนุนลงจนเมื่อเกษตรกรสามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง



ภาพที่ 4.30 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการปลูกเสาวรศให้กับเกษตรกรในพื้นที่โครงการพัฒนาที่สูงแบบโครงการหลวงแม่สามแลบ

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

ในส่วนของการเพาะปลูกเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะกำหนดให้เกษตรกร 1 ราย ปลูกเสาวรศได้ 1 ไร่ หรือ 100 ต้น เนื่องจากการดูแลเสาวรศจำเป็นต้องใช้เวลามากประกอบเกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกเสาวรศเป็นอาชีพสร้างรายได้ ดังนั้นหากปลูกเป็นจำนวนมากจะส่งผลให้ไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง โดยสายพันธุ์ที่เกษตรกรปลูกจะเป็น RPF No.1 และพันธุ์ไทนุง ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมปลูกพันธุ์ไทนุงมากกว่า RPF No.1 เนื่องจากพันธุ์ไทนุงให้ผลผลิตมาก



ภาพที่ 4.31 สัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส ในพื้นที่โครงการพัฒนาที่สูงแบบโครงการหลวง
แม่สามแลบ

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563



ภาพที่ 4.32 สัมภาษณ์เกษตรกร และสำรวจสวนเสาวรส ในพื้นที่โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบ
โครงการหลวงแม่สามแลบ

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

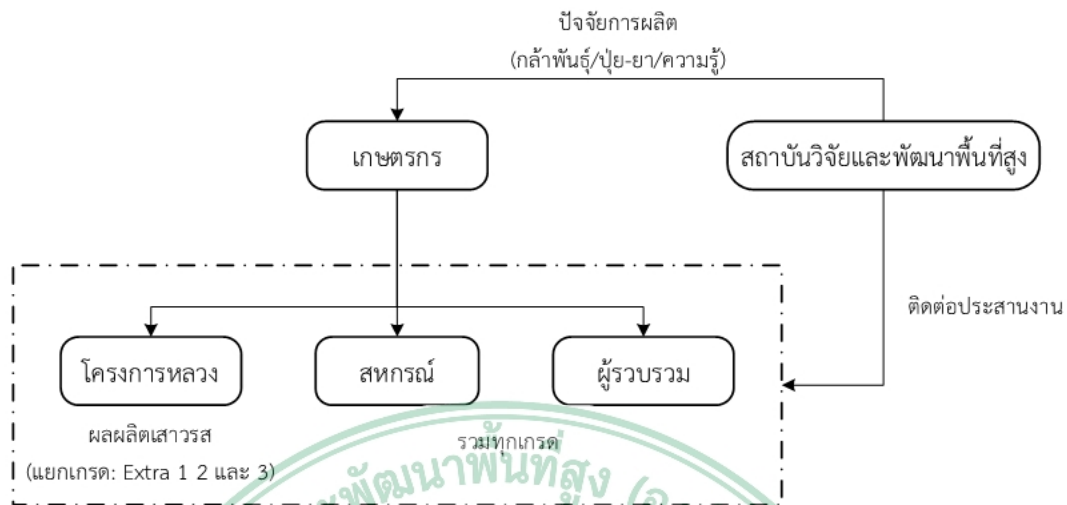


ภาพที่ 4.33 สัมภาษณ์เกษตรกร และสำรวจสวนเสาวรส ในพื้นที่โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบ

โครงการหลวงสบเมย

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

จากภาพที่ 4.34 แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการส่งเสริมการผลิตเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับรูปแบบการส่งเสริมของมูลนิธิโครงการหลวง แต่จะแตกต่างกันตรงที่สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะไม่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรง แต่จะเป็นตัวกลางที่ทำหน้าที่ในการประสานงานระหว่างเกษตรกรและผู้รับซื้อผลผลิต โดยส่วนใหญ่เกษตรกรมักจะเลือกขายให้กับมูลนิธิโครงการหลวงก่อนเนื่องจากให้ราคาที่สูงกว่า แต่จากการสัมภาษณ์พบว่าผลผลิตที่สามารถขายให้กับโครงการหลวงได้มีปริมาณไม่มาก โดยสาเหตุมาจากการที่เกษตรกรยังไม่มี ความชำนาญในการปลูกเสาวรส ประสบการณ์ยังมีไม่มาก ดังนั้นผลผลิตส่วนใหญ่จะถูกนำไปขายให้กับพ่อค้าคนกลางอื่น ๆ ที่ขึ้นมารับซื้อโดยจะเป็นการรับซื้อแบบกระแสเงินสด ทำให้ขายได้ในราคาที่ต่ำกว่าการขายให้กับมูลนิธิโครงการหลวง



ภาพที่ 4.34 รูปแบบการส่งเสริมการผลิตเสาวรของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563



ภาพที่ 4.35 สัมภาษณ์เกษตรกร และสำรวจสวนเสาวร

โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงวาวี (แม่ฉางข้าว)

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

(3.2) ปัญหาและอุปสรรค

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และเกษตรกรพบว่า ปัญหาหลักของเสาวรคือ ไม่สามารถปลูกในพื้นที่เดิมซ้ำได้เนื่องจากมีปัญหาเรื่องเชื้อไวรัสสะสมในพื้นที่ดินส่งผลให้ต้นเสาวรที่ปลูกใหม่ตายและไม่สามารถให้ผลผลิตได้ เกษตรกรจึงความจำเป็นต้องย้ายแปลงเพาะปลูกในรอบการผลิตขึ้นอยู่กัลักษณะการปลูกของเกษตรกร เช่น เกษตรกรบางรายปลูก 2 ปี ก็จะต้องย้ายแปลงทุก 2 ปี หรือเกษตรกรบางรายปลูก 1 ปี ก็จะต้องย้ายแปลงทุก 1 ปี จากปัญหาดังกล่าวส่งผลให้พื้นที่ที่มีเพาะปลูกเสาวรมีการเปลี่ยนทุกปี

นอกจากนี้พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการเพาะปลูกเสาวรส โดยเฉลี่ยประมาณ 2 – 3 ปี และมีความรู้ในการเพาะปลูกและดูแลเสาวรส รวมไปถึงการเก็บเกี่ยว และการดูแลหลังการเก็บเกี่ยว เช่น ลักษณะของผลก่อนการเก็บเกี่ยว การตัดแต่งกิ่งหลังการเก็บเกี่ยว รวมไปถึงการดูแลสภาพแวดล้อมของแปลงเพาะปลูก แต่อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์พบว่าปัญหาหลักที่เกษตรกรเผชิญคือปริมาณน้ำมีไม่เพียงพอ จึงส่งผลให้เกษตรกรในบางพื้นที่มีปริมาณผลผลิตน้อย หรือผลผลิตไม่ได้คุณภาพ



ภาพที่ 4.36 สัมภาษณ์เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสและเจ้าหน้าที่ส่งเสริม โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบ

โครงการหลวงวาวี

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

4.2.4 สถานการณ์การผลิตเสาวรสแหล่งอื่นๆ นอกเหนือจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และโครงการหลวง

(1) สถานการณ์การผลิตเสาวรสในพื้นที่ภาคเหนือ

จากการสัมภาษณ์ผู้ส่งเสริมและรวบรวมผลผลิตเสาวรสในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่¹ พบว่า พื้นที่ส่วนใหญ่ที่ปลูกเสาวรสในภาคเหนือที่นอกเหนือจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และโครงการหลวง ได้แก่พื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย รูปแบบการปลูกจะมี 2 ลักษณะคือ การปลูกของเกษตรกรทั่วไป และการปลูกของเกษตรกรได้รับการส่งเสริม โดยการปลูกเสาวรสในทั้ง 2 ลักษณะนั้นจะใช้กล้าพันธุ์ไทยนึ่งจากแหล่งที่ผลผลิตกล้าพันธุ์โดยเฉพาะ ซึ่งจะไม่มีการเพาะเมล็ดเหมือนพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากผลผลิตที่ได้จะเป็นผลผลิตเสาวรสปันธ์ไทยนึ่งที่มีผลสีม่วงเสมอกันทั้งลูกซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาดส่วนใหญ่และมีรสชาติหวาน โดยเกษตรกรได้รับส่งเสริมส่วนใหญ่จะซื้อกล้าพันธุ์จากผู้เข้ามาส่งเสริม โดยกล้าพันธุ์เสาวรสปันธ์ไทยนึ่งมีราคาอยู่ที่กล้าละ 25 บาท

¹ คุณธนารัฐ บรรณารักษ์



ภาพที่ 4.37 สัมภาษณ์คุณธนารัฐ บรรเรียนกิจ ผู้ส่งเสริม และรวบรวมเสาวรส จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

การปลูกเสาวรสในพื้นที่ภาคเหนือส่วนใหญ่จะมีลักษณะคล้ายกับเกษตรกรในพื้นที่ของ สวพส. และโครงการหลวง แม้พื้นที่ที่ปลูกส่วนใหญ่จะไม่ได้อยู่ในพื้นที่ของ สวพส. และโครงการหลวงแต่ยังเป็นพื้นที่ที่อยู่บนเขา เพราะธรรมชาติของเสาวรสจะเจริญเติบโตในพื้นที่สูงและมีอากาศเย็น บวกกับมีผู้เข้ามาส่งเสริมทำให้องค์ความรู้ต่าง ๆ มีความถูกต้องและใกล้เคียงกัน การปลูกเสาวรสในพื้นที่ภาคเหนือโดยส่วนใหญ่จะเริ่มปลูกในช่วงเดือน มกราคม – กุมภาพันธ์ โดยเกษตรกรจะปลูกประมาณ 100 ต้น / ไร่ และมีต้นทุนเฉลี่ยไร่ละประมาณ 50,000 บาท

สำหรับผลผลิตของเสาวรสในพื้นที่ภาคเหนือนั้น จะมีผลผลิตออกเกือบตลอดทั้งปี แต่ผลผลิตจะขาดช่วงในช่วงเดือน มีนาคม – เมษายน เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่ขาดแคลนน้ำ ทำให้ดอกร่วงและไม่ติดผล และจะให้ผลผลิตมากในช่วงกลางเดือนพฤษภาคมเนื่องจากได้รับน้ำฝนในช่วงพายุฤดูร้อน ทำให้ผลผลิตล้นตลาดไปประมาณ 2- 3 สัปดาห์ และหลังจากนั้นก็เข้าสู่ภาวะปกติ โดยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ย 7.59 กิโลกรัม/ไร่ /1 รอบการผลิต ทำให้เกษตรกรมีรายได้หลังจากหักต้นทุนแล้วประมาณไร่ 100,000 บาท (ราคาขายเฉลี่ยของเกษตรกรเท่ากับ 20 บาท)

(2) สถานการณ์การผลิตเสาวรสในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สำหรับในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พื้นที่ปลูกเสาวรสที่สำคัญ ได้แก่ เลย เพชรบูรณ์ และบุรีรัมย์ จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส ใน 3 พื้นที่ ได้แก่ 1. อำเภอนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์ 2. อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ และ 3. อำเภอด่านซ้าย และอำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย ซึ่งเป็นแหล่งปลูกเสาวรสที่สำคัญของแหล่งอื่นที่สำคัญ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถจำแนกสถานการณ์การผลิตแยกตามพื้นที่ได้ดังนี้

(2.1) พื้นที่อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรตำบล ต.ลำนางรอง อ.โนนดินแดง จ.บุรีรัมย์ พบว่า จังหวัดบุรีรัมย์มีพื้นที่ปลูกเสาวรสจำนวน 2 อำเภอ ได้แก่ อ.ประคำ และ อ.โนนดินแดง โดยพื้นที่ปลูกเสาวรสที่สำคัญอยู่ใน อ.โนนดินแดง โดยจะมีพื้นที่ปลูกเสาวรสอยู่ที่ตำบลลำนางรอง จำนวน 4 หมู่บ้าน ประกอบด้วยหมู่ที่ 4 5 9 และ 13 ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกรวมประมาณ 150 ไร่ เกษตรกรทั้งหมดจำนวน 130 คน ที่ลงทะเบียนเกษตรกร แต่อย่างไรก็ตามยังเกษตรกรอีกหลายรายที่ยังไม่ได้ลงทะเบียนเนื่องจากยังไม่เห็นประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทะเบียน ที่สำคัญเสาวรสเป็นหนึ่งในสินค้า OTOP ของตำบลลำนางรอง ซึ่งสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรที่หันมาปลูกเสาวรสเป็นอาชีพเสริมทำให้มีเกษตรกรสนใจและปลูกเสาวรสเพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้นประมาณปีละ 3-4 ราย



ภาพที่ 4.38 สัมภาษณ์เกษตรกรตำบล และเกษตรกร ต.ลำนางรอง อ.โนนดินแดง จ.บุรีรัมย์

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

จากการสัมภาษณ์เกษตรกร จำนวน 5 ราย² พบว่าพื้นที่ ต.ลำนางรอง อ.โนนดินแดง จ.บุรีรัมย์ เริ่มปลูกเสาวรสมาตั้งแต่ปี 2531 โดยได้ผลเสาวรสมาจากจังหวัดจันทบุรี แล้วนำมาขยายพันธุ์ต่อกันมา ซึ่งเสาวรสที่ปลูกในช่วงเริ่มแรกนั้นจะเป็นผลสีเหลือง แต่เนื่องจากมีราคาถูก เกษตรกรจึงหันมาปลูกสีม่วง เพราะสีม่วงมีราคาดีกว่าและได้รับความนิยมในการรับประทานแบบผลสด โดยเปลี่ยนมาปลูกสีม่วงได้ประมาณ 6 ปีที่ผ่านมา โดยเริ่มจากการซื้อผลเสาวรสสีม่วงมาเพาะเมล็ดเอง แล้วนำมาเสียบยอดเพื่อให้ได้ผลผลิตพันธุ์สีม่วง แต่เนื่องด้วยเป็นการทำกันเองในหมู่เกษตรกรซึ่งอาจจะไม่ถูกวิธีทำให้พันธุ์เสาวรสที่ได้มีสีเหลืองผสมด้วย อย่างไรก็ตามเสาวรสที่ได้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ และมีเปลือกที่หนา โดยรสชาติจะหวานอมเปรี้ยว ซึ่งจะหวานกว่าพันธุ์สีเหลืองแต่จะเปรี้ยวกว่าพันธุ์สีม่วงทั่วไป เสาวรสในพื้นที่จะมีลักษณะพิเศษ คือ ถ้าผลผลิตที่ได้เป็นสีเหลือง ผลที่ยังไม่แก่จะมีสีเขียวและมีสีเหลืองเมื่อผลโตขึ้น ในขณะที่ถ้าผลผลิตที่ได้เป็นสีม่วงจะมีสีม่วงตั้งแต่ผลเล็ก

² ผู้ใหญ่ สมศรี ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 4 นางรุ่งนภา จิตจำนง นางสมควร รมผักแว่น ผู้ใหญ่ คำฟอง จันทสาร ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 13 และ นาง นันทา จุมพล

ๆ และจะมีสีเข้มขึ้นเมื่อผลโตขึ้น ดังนั้นการเก็บผลผลิตจะไม่สามารถดูที่สีของผลเสาวรสได้จะสังเกตจากตัวของผล โดยถ้าผลผลิตพร้อมเก็บเกี่ยวแล้วจะเริ่มหลุดและเด็ดผลออกจากขั้วได้ง่าย



ภาพที่ 4.39 ลักษณะเสาวรสก่อนเก็บเกี่ยว ผลสีเหลือง (ซ้าย) ผลสีม่วง (กลาง) และเนื้อของเสาวรส (ขวา) ของ ต.ลำนางรอง อ.โนนดินแดง จ.บุรีรัมย์
ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

ปัจจุบันกล้าพันธุ์ที่ใช้จะมาจาก 2 แหล่งคือ 1. เพาะเองจากเมล็ด และ 2. ซื้อกล้าพันธุ์จากเกษตรกรที่เพาะในหมู่บ้าน (เพาะจากเมล็ดเช่นกัน) ในราคากล้าละ 5 บาท การปลูกจะปลูกแบบปีต่อปี โดยจะเริ่มปลูกช่วงเดือน ธ.ค.-ม.ค. ผลผลิตจะออกช่วง ก.ค.-ธ.ค. เพื่อให้ผลผลิตออกในช่วงหน้าฝนเนื่องจากมีปัญหาเรื่องน้ำ โดยผลผลิตจะออกเยอะในช่วงเดือน ก.ย.-ต.ค. ในส่วนของปริมาณผลผลิตที่ได้ ถ้าเป็นแปลงใหม่ที่ไม่เคยปลูกมาก่อนจะได้ผลผลิตประมาณ 4 ตัน/ไร่ ถ้าเป็นพื้นที่เก่าจะไม่เกิน 2 ตัน/ไร่ ซึ่งจะปลูกไร่ละ 70 - 80 ต้น ระยะห่าง 6 x 6 ศอก หรือ 8 x 8 ศอก ปัญหาที่พบได้แก่ โรคของเสาวรส เชื้อรา ไวรัส ยอดตาย ขาดน้ำ และข้างป่า



ภาพที่ 4.40 สำนวสวนเสาวรส อ.โนนดินแดง จ.บุรีรัมย์
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

ปัจจุบันมีเกษตรกรพื้นที่หันมาปลูกเสาวรสมากขึ้น ทั้งได้มีการจัดตั้งกลุ่มผู้ปลูกเสาวรสเพื่อรวบรวมส่งขายให้กับโรงงาน ชื่อ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสบ้านคลองหิน และกลุ่มเสาวรส อ.โนนดินแดง จ.บุรีรัมย์ ค้าปลีก-ค้าส่งราคาหน้าสวน (กลุ่มในเฟสบุค) เดิมผู้ปลูกเสาวรสส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรที่มีเพียงอาชีพทำนาและทำไร่มันสำปะหลัง ไม่มีอาชีพเสริมหรือรายได้อื่นแต่หลังจากได้หันมาทดลองปลูกเสาวรสขายทำให้มีรายได้เข้าครัวเรือนเพิ่มขึ้น จนปัจจุบันมีเกษตรกรหันมาปลูกมากขึ้น โดยผลผลิตที่ได้มีผลใหญ่ ผิวเรียบ และรสชาติเปรี้ยวอมหวาน จึงเป็นที่ต้องการของตลาดและโรงงานต่างจังหวัดเข้ามาสั่งซื้อถึงสวน มีออเดอร์สั่งจนผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด จึงเตรียมจะส่งเสริมให้เกษตรกรหมู่บ้านใกล้เคียงปลูกเพิ่มขึ้นอีก เพื่อให้มีผลผลิตเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ซึ่งเสาวรส สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรที่หันมาปลูกเสาวรสเป็นอาชีพเสริมได้เป็นอย่างดีเฉลี่ยไร่ละ 50,000 บาท จากเงินลงทุนเพียงประมาณไร่ละ 10,000 บาท

(2.2) พื้นที่อำเภออำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย

จากข้อมูลของกรมส่งเสริมการเกษตรพบว่า จังหวัดเลยมีพื้นที่ปลูกเสาวรสจำนวน 3 อำเภอได้แก่ ด่านซ้าย นาแห้ว และภูเรือ จากการสัมภาษณ์เกษตรกร ต.กกสะทอน อ.ด่านซ้าย จำนวน 9 ราย³ พบว่าการปลูกเสาวรสในพื้นที่ไม่ได้รับการส่งเสริมจากเจ้าหน้าที่ แต่เป็นการปลูกเองของเกษตรกร เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสในพื้นที่ไม่ได้มีการรวมกลุ่มกันชัดเจน โดยในพื้นที่บ้านน้ำเย็น ต.กกสะทอน อ.ด่านซ้าย มีเกษตรกรประมาณ 30-50 ราย



ภาพที่ 4.41 สัมภาษณ์เกษตรกร บ้านน้ำเย็น ต.กกสะทอน อ.ด่านซ้าย จ.เลย

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

สำหรับต้นพันธุ์ของเสาวรสนั้นเริ่มแรกได้นำต้นพันธุ์มาจาก อ.หมากแข้ง จ.เลย เป็นเสาวรสผลสีม่วงไม่ทราบชื่อพันธุ์ และได้นำมาขยายพันธุ์ต่อ ๆ กันด้วยวิธีการเพาะเมล็ด โดย

³ 1.นางกรรณิการ์ ดาวงค์ 2.นางประเสริฐ อินทรลาด 3.นางแดง ศรีบุญ 4.นางบุญชู ทิพโสด 5.นายสงกรานต์ ทิพย์ประโชติ 6.นายขอนแก่น ศรีบุญ 7.นายจวน วงศ์อุปรี 8.นางบุญธรรม โสประดิษฐ์ และ 9. นายชูชาติ บุญรุนโพธิ์

จะเลือกผลที่มีสีม่วงมาเพาะพันธุ์ แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันผลเสาวรสที่ได้กลายพันธุ์ทำให้ผลผลิตที่ได้ นั้นมีทั้งสีเหลืองและสีม่วงปนกัน โดยมีสัดส่วนสีม่วงต่อสีเหลืองประมาณ 60:40 แต่ในเกษตรกรบาง รายที่นำผลเสาวรสสีม่วงที่เป็นพันธุ์สีม่วงแท้มาเพาะเองใหม่นั้นก็จะมีสัดส่วนผลผลิตสีม่วงในสัดส่วนที่ เยอะกว่าสีเหลือง จากการสอบถามเกษตรกรพบว่า สำหรับความแตกต่างระหว่างเสาวรสสีเหลืองและ สีม่วงนั้น เสาวรสผลสีม่วงจะมีขนาดเล็กกว่าผลสีเหลือง แต่ผลสีม่วงจะมีรสชาติหวานกว่าเล็กน้อย



ภาพที่ 4.42 ผลเสาวรส ต.กกสะทอน อ. ด่านซ้าย จ.เลย

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.43 สวนเสาวรส ต.กกสะทอน อ. ด่านซ้าย จ.เลย

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

สำหรับขั้นตอนการปลูกเสาวรสนั้นจะเริ่มเพาะเมล็ดในเดือน ตุลาคม- พฤศจิกายน โดยจะคัดเลือกผลเสาวรสที่ใช้พันธุ์จากผลเสาวรสที่มีขนาดใหญ่ ผลมีความสมบูรณ์ และมีสีม่วงเข้ม การเพาะเมล็ดจะเพาะใส่ในถุงที่ใช้ในการเพาะต้นไม้ทั่ว ๆ ไป โดยจะใช้เวลาประมาณ 3 เดือน หลังจากนั้นจะเลือกกล้าพันธุ์ที่มีความสมบูรณ์ นำไปปลูกโดยจะปลูกไร่ละประมาณ 225-250 ต้น ในเดือน มกราคม - กุมภาพันธ์ โดยการปลูก 1 ครั้งจะอยู่ได้เพียง 1 ปีเท่านั้น เนื่องจากหากเก็บไว้นานกว่านั้นต้นเสาวรสจะเป็นโรค เพลี้ยไฟ และแมลง



ภาพที่ 4.44 สัมภาษณ์และสำรวจสวนเสาวรส ต.กกสะทอน อ.ด่านซ้าย จ.เลย

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

ในส่วนของการดูแลเสาวรสนั้นเกษตรกรกล่าวว่า เสาวรสเป็นพืชที่ต้องดูแลเยอะกว่าพืชไร่นาชนิดอื่น ๆ ต้องคอยดูแลและให้น้ำ ซึ่งหากแปลงไหนไม่มีน้ำก็จะไม่สามารถปลูกเสาวรสได้ นอกจากนี้เสาวรสยังประสบปัญหาเรื่องของโรคและแมลงด้วย การเก็บเกี่ยวผลผลิตเกษตรกรจะเริ่มเก็บผลผลิตประมาณเดือนสิงหาคม และมีผลผลิตเยอะที่สุดเดือนกันยายน ผลผลิตสามารถเก็บได้เรื่อย ๆ จนกว่าจะมีการปลูกในรอบต่อไป เกษตรกรส่วนใหญ่จะดูแลสวนเสาวรสด้วยตนเอง แต่จะมีการจ้างแรงงานเฉพาะช่วงเก็บเกี่ยวเนื่องเก็บเกี่ยวผลผลิตไม่ทัน โดยเกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เฉลี่ยสัปดาห์ละประมาณ 500 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งปัจจุบันผลผลิตเสาวรสในพื้นที่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงานและพ่อค้า จึงทำให้มีเกษตรกรปลูกเสาวรสเพิ่มขึ้น

(2.3) พื้นที่อำเภออำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย

จากการสัมภาษณ์เกษตรกร⁴ ต.นามาลา อ.ด่านซ้าย จ. เลย พบว่า เริ่มแรกเกษตรกรในพื้นที่เอาพันธุ์มาจากผลเสาวรสของโครงการหลวงที่เป็นพันธุ์สีม่วง และนำมาขยายพันธุ์ต่อเองโดยการเพาะเมล็ด แล้วจึงนำกล้าพันธุ์ที่ได้มาปลูก โดยระยะการปลูกของเกษตรกรในพื้นที่จะมี 2 ระยะได้แก่ 2 x 2 เมตร และ 3 x 3 เมตร ขึ้นอยู่กับทัศนคติของเกษตรกรแต่ละราย เนื่องจากบางรายให้เหตุผลว่าการปลูกระยะ 2 x 2 เมตร แล้วทำให้เกิดเชื้อรา เป็นต้น

สำหรับขั้นตอนการปลูกเสาวรสนั้นจะเริ่มปลูกในเดือน มกราคม – กุมภาพันธ์ เกษตรกรจะดูแลบำรุงต้นเสาวรส โดยให้น้ำในช่วงเริ่มแรกของการปลูกเท่านั้น เมื่อเข้าสู่ช่วงติดผลผลิตเกษตรกรจะไม่ได้ให้น้ำแล้วเนื่องจากจะเข้าสู่ฤดูฝนพอดี สำหรับปุ๋ยจะใช้ปุ๋ยเคมีเพียงเล็กน้อยร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์ ทำให้ต้นทุนในการปลูกเสาวรสในพื้นที่ค่อนข้างน้อย ผลผลิตเสาวรสจะเติบโตและสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ครั้งแรกในเดือน สิงหาคม ซึ่งผลผลิตจะมีปริมาณมากในเดือนกันยายน และสามารถเก็บผลผลิตได้จนถึงเดือน ธันวาคม และจะเข้าสู่รอบการผลผลิตในปีถัดไป เนื่องจาก

⁴ นายสมเด็จ แก้วเกษศรี นายสมชาย บุญสุวรรณ

การปลูกเสาวรสนในพื้นที่จะเป็นการปลูกแบบปีต่อปีเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา โรค และเชื้อราในต้นเสาวรสน แม้จะเป็นการปลูกแบบปีต่อปี แต่พื้นที่ปลูกนั้นเกษตรกรจะยังใช้พื้นที่เดิมในการปลูก เนื่องจาก ผลผลิตที่ได้ไม่แตกต่างกัน ระหว่างการปลูกพื้นที่ใหม่กับพื้นที่เดิม โดยผลผลิตสามารถเก็บประมาณ 5 ตัน/1 ไร่/1 รอบการผลิต สามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรเฉลี่ยประมาณ 30,000 – 50,000 บาท / ไร่



ภาพที่ 4.45 สัมภาษณ์และสำรวจสวนเสาวรสน ต.นามาลา อ. นาแห้ว จ.เลย

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.46 ผลเสาวรสน ต.นามาลา อ.นาแห้ว จ.เลย

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

(2.4) พื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรอำเภอ⁵ อ. เขาค้อ จ. เพชรบูรณ์ พบว่า จังหวัดเพชรบูรณ์ มีพื้นที่ปลูกเสาวรสที่สำคัญคือ อำเภอเขาค้อ ในพื้นที่ตำบลหนองแม่นา เสาวรสมีการปลูกในพื้นที่มานานมีเกษตรกรปลูกเป็นจำนวนมาก จนทำให้มีการสร้างโรงงานแปรรูปเสาวรสขึ้นในพื้นที่ แต่ปัจจุบันมีจำนวนเกษตรกรที่ปลูกเสาวรสน้อยลงจากหลายปัจจัย ได้แก่ ราคาตลาดของเสาวรสที่ถูกลง การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การระบาดของโรคและแมลง และเพลี้ยไฟ นอกจากนี้ระยะเวลาการปลูกสั้นลงเนื่องจากการระบาดของไวรัส โดยจากเดิมการปลูก 1 ครั้งสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ประมาณ 3-4 ปี แต่ปัจจุบันเหลือเพียง 1-2 ปีเท่านั้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสบางส่วนหันไปปลูกพืชอื่น ๆ ที่มีราคาสูงกว่า เช่น อะโวคาโด เป็นต้น



ภาพที่ 4.47 สัมภาษณ์เกษตรกรอำเภอ อ. เขาค้อ จ. เพชรบูรณ์

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

จากการสัมภาษณ์เกษตรกร⁶ ในพื้นที่ ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ พบว่า เสาวรสที่ปลูกในพื้นที่แต่เดิมจะเป็นเสาวรสสีเหลืองปลูกเพื่อขายให้กับโรงงานในพื้นที่เท่านั้น แต่ปัจจุบันพันธุ์ที่ปลูกจะให้ผลผลิตทั้งสีเหลืองและสีม่วง การขยายพันธุ์จะเป็นการขยายพันธุ์เองโดยการเพาะเมล็ด ทำให้เกิดการกลายพันธุ์และให้ผลผลิตทั้ง สีม่วง และ ผลสีม่วง โดยเฉลี่ยแล้วเกษตรกร 1 รายจะมีพื้นที่ปลูกเสาวรสประมาณ 3-4 ไร่ ซึ่งจะเริ่มปลูกตั้งแต่เดือนมีนาคม จำนวนประมาณ 180 ต้น/ไร่ และเริ่มเก็บเกี่ยวช่วงเดือนสิงหาคม – มกราคม โดยเกษตรกรมีต้นทุนการผลิตประมาณ 5,000 บาท/ไร่ สามารถเก็บได้ผลผลิต 3-4 ตัน/ไร่ ซึ่งปัญหาที่พบส่วนใหญ่ ได้แก่ โรคแมลง ใบร่วง แมลงวัน และเสาวรสไม่ติดผล ผลผลิตเสาวรสที่ได้จะมีกลิ่นหอม รสชาติเปรี้ยวอมหวาน โดยรสชาติผลสีม่วง และสีเหลืองไม่ได้แตกต่างกัน หลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตเสร็จแล้วจะมีการจัดการแปลงเพื่อปลูกในรอบถัดไปโดยการตัดต้นเสาวรสดั้งเดิมออก และเผาไฟเพื่อไม่ให้มีโรคและแมลงติดไปในการผลผลิตรอบถัดไป

⁵ คุณ นันทพร ทองอินทร์ เกษตรอำเภอเขาค้อ

⁶ นาง สมพาน ศรีทอง

4.2.5 การเปรียบเทียบฤดูกาลผลิตเสาวรส

ตารางที่ 4.3 ฤดูกาลเก็บเกี่ยวจากแหล่งผลิตต่าง ๆ

[illegible]

แหล่งเพาะปลูก	เดือน											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
จังหวัดอื่น ๆ ในบริเวณภาคเหนือ												
จังหวัดอื่น ๆ ในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือ												
สปป.ลาว												
เวียดนาม												
ไต้หวัน												
จีน												

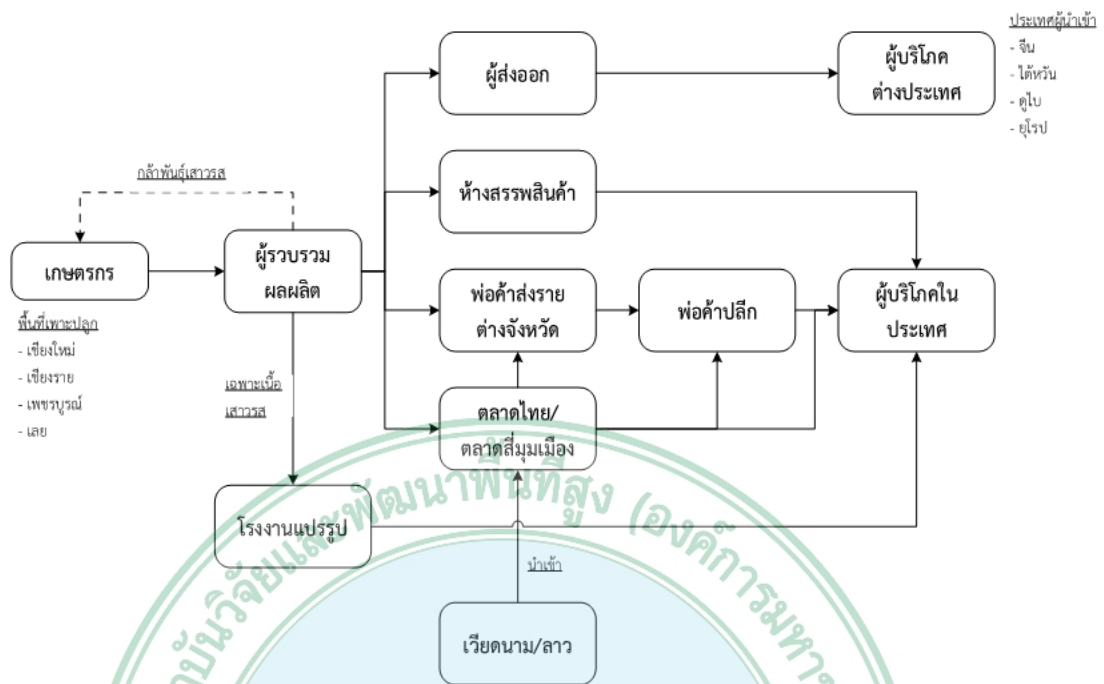
ที่มา: จากการสัมภาษณ์และการสำรวจข้อมูล, 2563

ในส่วนของฤดูกาลเสาวรสินต่างประเทศ จากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น การสัมภาษณ์ผู้นำเข้า การสัมภาษณ์ผู้รวบรวมเพื่อการส่งออกและข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ พบว่า ฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตเสาวรสินในต่างประเทศคือช่วงเดือนมิถุนายน – กุมภาพันธ์ โดยจะมีช่วงที่มีผลผลิตมากคือเดือนมิถุนายน และเดือนธันวาคม ซึ่งจะเห็นได้ว่าฤดูกาลเสาวรสินของต่างประเทศกับฤดูกาลเสาวรสินของมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงตรงกันจึงเป็นสาเหตุให้ราคาเสาวรสินในประเทศต่ำลง นอกจากนี้ในตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าในท้องตลาดจะมีผลผลิตเสาวรสินจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี

4.3 สถานการณ์การตลาดเสาวรสิน

4.3.1 สถานการณ์การตลาดในภาพรวมของประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานเสาวรสินของไทย เช่น เกษตรกรผู้รวบรวม พ่อค้าส่ง/ค้าปลีก โดยช่องทางการตลาดสำหรับเสาวรสินไทย (กรณีทั่วไป) จะเริ่มต้นจากเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสินโดยพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกเสาวรสินมากที่สุด คือ เพชรบูรณ์ เชียงราย เลย และเชียงใหม่ โดยเกษตรกรจะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ เกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมจากผู้รวบรวมหรือพ่อค้าคนกลาง และเกษตรกรที่ไม่ได้รับการส่งเสริม หลังจากที่เกษตรกรผลิตเสาวรสินเสร็จสิ้นก็จะส่งเสาวรสินให้กับพ่อค้าคนกลาง/ผู้รวบรวม โดยพ่อค้าคนกลาง/ผู้รวบรวมจะเป็นผู้เข้าไปรวบรวมผลผลิตในพื้นที่และคัดเกรดของเสาวรสิน ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นเกรดคละ ซึ่งจะเห็นได้ว่าพ่อค้าคนกลางถือเป็นบุคคลที่เป็นผู้กระจายผลผลิตเสาวรสินจากเกษตรกรไปยังช่องทางต่าง ๆ



ภาพที่ 4.49 ช่องทางการตลาดของเสาวรสุในภาพรวมของประเทศไทย

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563



ภาพที่ 4.50 ร้านค้าส่งเสาวรสุในตลาดไท

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.51 การคัดขนาดของเสาวรสีในตลาดไท

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.52 ร้านค้าปลีกและส่งเสาวรสีในตลาดสี่มุมเมือง

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.53 ร้านค้าปลีกและส่งเสาวรสีในตลาดศรีเมือง จ. ราชบุรี

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

ในส่วนของช่องทางด้านการตลาดจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผลผลิตเสาวรส่วนใหญ่จะถูกส่งไปยังตลาดค้าส่งคือ ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดไท เป็นหลักเนื่องจากเป็นแหล่งกระจายผลไม้ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศ และมีบางส่วนที่ส่งตรงไปยังตลาดค้าส่งในแต่ละจังหวัดหรือภูมิภาค เช่น ตลาดศรีเมือง ซึ่งเป็นตลาดค้าส่งที่สำคัญของภาคตะวันตกและเป็นช่องทางส่งเสาวรไปยังจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ แต่อย่างไรก็ตามจากการสำรวจยังพบว่ามีผู้นำเข้าเสาวรจากต่างประเทศ ได้แก่ เวียดนาม และ สเปน.ลาว ผ่านด่านการค้าชายแดน โดยเป็นการนำเข้าของพ่อค้าในตลาดสี่มุมเมืองและตลาดไท ทั้งนี้สาเหตุของการนำเข้า คือ ผลผลิตเสาวรภายในประเทศราคาสูงในขณะที่ผลผลิตจากต่างประเทศมีราคาต่ำกว่า

4.3.2 สถานการณ์การตลาดเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวง

จากการสัมภาษณ์ พบว่า มูลนิธิโครงการหลวงมีรูปแบบการส่งเสริมอย่างครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ โดยเริ่มจากการส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตเสาวร โดยมีการสนับสนุนปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ในช่วงแรก เช่น กล้าพันธุ์เสาวร ปุ๋ย/ยา เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้และติดตามดูแลเกษตรกรในการปลูกเสาวร หลังจากเกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตเรียบร้อยแล้วจะต้องคัดเกรดผลผลิตเพื่อเตรียมจำหน่ายโดย เกรดจะแบ่งออกเป็น 4 ได้แก่ Extra เกรด 1 เกรด 2 และเกรด 3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

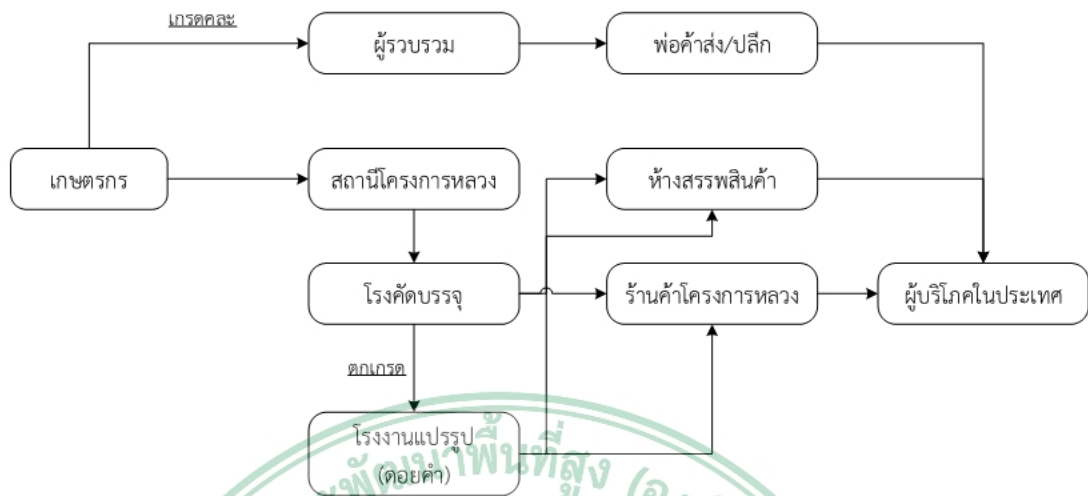
ตารางที่ 4.4 ลักษณะการแบ่งเกรดเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวง

เกรด	ราคา	ขนาด	น้ำหนัก
Extra	45 บาท/กิโลกรัม	เส้นผ่าศูนย์กลางตั้งแต่ 5 เซนติเมตร	100 กรัมขึ้นไป
เกรด 1	40 บาท/กิโลกรัม	เส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร	80-99 กรัม
เกรด 2	30 บาท/กิโลกรัม	เส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร	70-79 กรัม
เกรด 3	25 บาท/กิโลกรัม	เส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร	60-69 กรัม

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2562

หมายเหตุ: *เป็นการสำรวจข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม 2563

หลังจากที่เกษตรกรนำผลผลิตเสาวรมาขายให้กับมูลนิธิโครงการหลวง มูลนิธิโครงการหลวงจะทำการตรวจสอบและคัดเกรด อีกครั้ง หลังจากนั้นก็จะนำไปบรรจุและวางจำหน่าย ซึ่งช่องทางการจำหน่ายผลผลิตของมูลนิธิโครงการหลวงจะมี 2 ช่องทาง ได้แก่ การวางจำหน่ายในร้านค้าของมูลนิธิโครงการหลวง และการจำหน่ายให้กับห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ

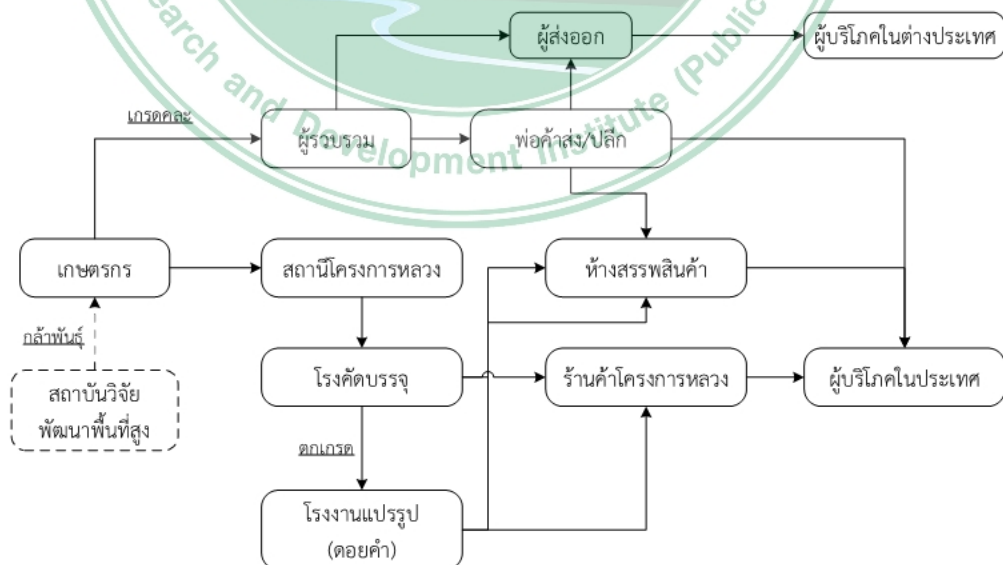


ภาพที่ 4.54 ช่องทางการตลาดของเสารสของมูลนิธิโครงการหลวง

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

4.3.3 สถานการณ์การตลาดเสารสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง พบว่ารูปแบบการส่งเสริมและการตลาดของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง คือ การเข้าไปเป็นตัวกลางในการติดต่อประสานงานระหว่างเกษตรกรกับผู้รับซื้อผลผลิตเสารส และให้ความรู้ในการจัดตั้งสหกรณ์เพื่อให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้ หลังจากที่สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงไม่ได้ดำเนินการช่วยเหลือในพื้นที่ดังกล่าวแล้ว



ภาพที่ 4.55 ช่องทางการตลาดของเสารสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

โดยช่องทางการขายของเกษตรกรมี 3 ช่องทาง ได้แก่ (1) มูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งผลผลิตที่จะขายให้มูลนิธิโครงการหลวงเกษตรกรจะต้องแยกเกรดของผลผลิตออกเป็น 4 เกรด คือ Extra เกรด 1 2 และ 3 โดยมูลนิธิโครงการหลวงจะไม่รับซื้อผลผลิตแบบคละ (2) ผู้รวบรวมผลผลิตเสาวรส และ (3) พ่อค้าในท้องถิ่น จากการสัมภาษณ์เกษตรกรพบว่าส่วนใหญ่ผลผลิตมีคุณภาพต่ำกว่าที่มูลนิธิโครงการหลวงรับซื้อ ดังนั้นผลผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่จะขายให้กับผู้รวบรวม/พ่อค้าคนกลาง หรือพ่อค้าในท้องถิ่นที่มารับซื้อ ซึ่งลักษณะการขายจะเป็นแบบคละเกรดราคาภิโกรัมละ 20 บาท

(1) ช่องทางการจำหน่ายเสาวรส

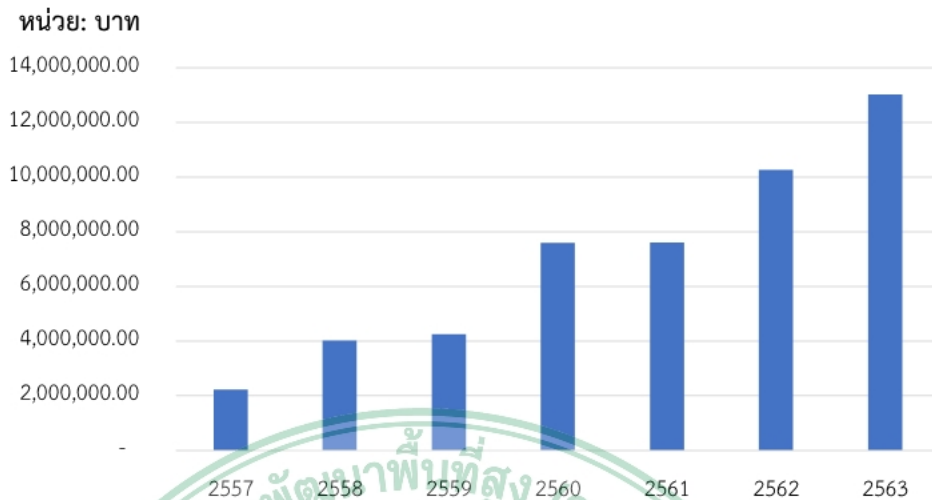
ในส่วนของมูลค่าเสาวรสของเกษตรกรในเครือข่ายของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงปี 2557 – 2562 จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นถึงมูลค่าการจำหน่ายผลผลิตเสาวรสของเกษตรกรในพื้นที่ของ พ.ศ. 2557 – 2562 ซึ่งจะประกอบด้วย 7 ช่องทางได้แก่ (1) ตลาดข้อตกลง (2) ตลาดโครงการหลวง (3) ตลาดท้องถิ่น (4) ตลาดสถาบัน (5) ตลาดออนไลน์ (6) ตลาดอุทยานหลวง และ (7) บริโภค

ตารางที่ 4.5 มูลค่าการจำหน่ายเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงในแต่ละช่องทาง

ปี	มูลค่าการจำหน่าย							รวม
	ตลาดข้อตกลง	ตลาดโครงการหลวง	ตลาดท้องถิ่น	ตลาดสถาบัน	ตลาดออนไลน์	ตลาดอุทยานหลวง	บริโภค	
2557	711,633.00	148,060.00	1,348,951.00	-	-	-	7,450.00	2,216,094.00
2558	1,152,956.50	398,852.50	2,434,397.00	-	-	-	26,710.00	4,012,916.00
2559	228,619.00	526,609.00	3,485,164.50	-	-	-	5,625.00	4,246,017.50
2560	545,591.00	1,753,067.50	5,284,297.90	-	-	-	300.00	7,583,256.40
2561	1,892,034.00	499,252.90	5,213,460.10	-	-	9,600.00	1,465.00	7,615,812.00
2562	6,143,108.50	278,904.50	3,847,773.50	-	-	-	2,575.00	10,272,361.50
2563	3,942,850.00	882,047.13	7,528,877.60	4,000.00	60,260.00	156,000.00	452,468.00	13,026,502.73

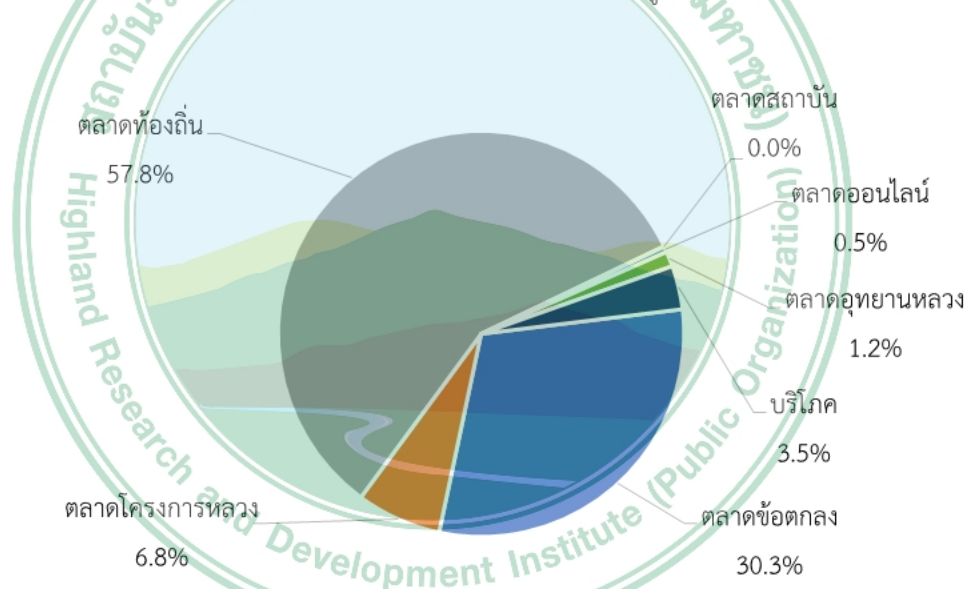
ที่มา: ฝ่ายการตลาด สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง, 2563

จากภาพที่ 4.57 แสดงให้เห็นถึงมูลค่าการจำหน่ายเสาวรสของเกษตรกรในพื้นที่ของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ตั้งแต่ปี 2557 – 2563 ซึ่งจะเห็นได้ว่ามูลค่าการจำหน่ายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 37.94 ต่อปี โดยในปัจจุบันปี 2563 มีมูลค่าการจำหน่ายเสาวรสเท่ากับ 13.03 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 ร้อยละ 26.81



ภาพที่ 4.56 มูลค่าการจำหน่ายเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง 2557-2563

ที่มา: ฝ่ายการตลาด สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง, 2563



ภาพที่ 4.57 สัดส่วนมูลค่าการจำหน่ายเสาวรสในช่องทางต่าง ๆ ปี 2563

ที่มา: ฝ่ายการตลาด สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง, 2563

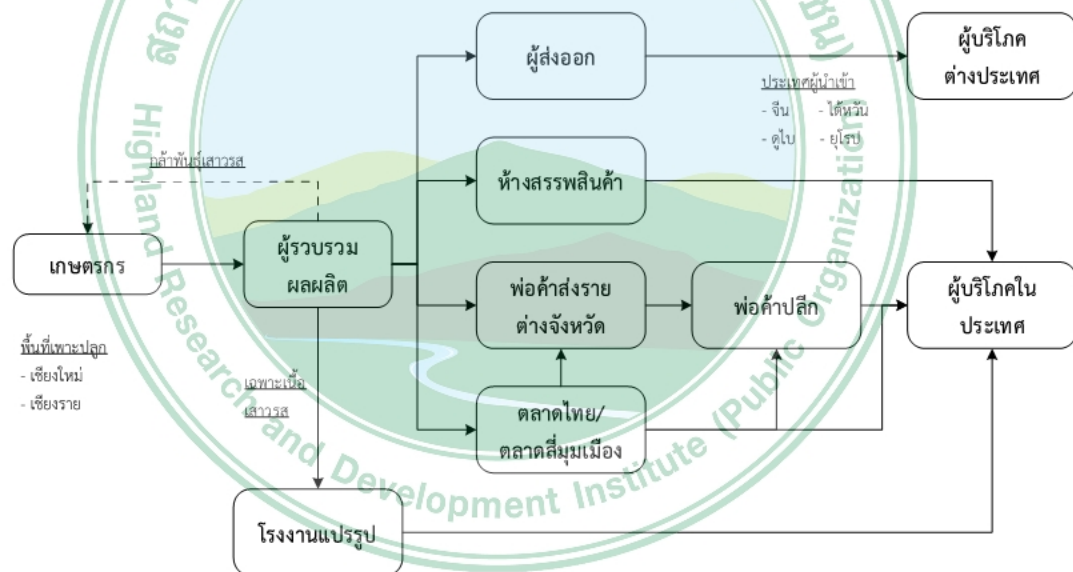
หากพิจารณาถึงช่องทางจำหน่ายที่มีมูลค่าสูงสุด คือ ตลาดท้องถิ่น ซึ่งมีมูลค่าการจำหน่ายเท่ากับ 7.53 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 57.8 ของมูลค่าการจำหน่ายเสาวรสทั้งหมด โดยตลาดท้องถิ่น หมายถึง พ่อค้า/แม่ค้าในพื้นที่ โดยส่วนใหญ่จะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรในลักษณะคละเกรด แต่ราคาจะต่ำกว่าการขายให้กับตลาดโครงการหลวงประมาณ 20 บาท/กิโลกรัม รองลงมา คือ ตลาดออนไลน์ ซึ่งมีมูลค่าการจำหน่ายเท่ากับ 3.94 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 30.3 ของมูลค่าการจำหน่ายเสาวรสทั้งหมด โดยตลาดออนไลน์หมายถึงตลาดที่มีการติดต่อซื้อขาย หรือการทำ

ข้อตกลง/สัญญาซื้อขายไว้ล่วงหน้าก่อนที่ผลผลิตจะออก อย่างไรก็ตามเนื่องจากผลผลิตของเกษตรกรบางส่วนยังไม่ได้คุณภาพตามที่โครงการหลวงกำหนดไว้จึงไม่สามารถขายให้กับโครงการหลวงได้

4.3.4 สถานการณ์การตลาดเสาวรสของพื้นที่อื่น ๆ นอกเหนือจากของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และโครงการหลวง

(1) สถานการณ์การตลาดเสาวรสในพื้นที่ภาคเหนือ

จากการผลการสัมภาษณ์รวบรวมผลผลิตเสาวรสในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ารูปแบบการรับซื้อเสาวรสจะมี 2 ลักษณะคือ (1) รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรทั่วไป (2) รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่ตนเองเป็นผู้ส่งเสริม ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นการรับซื้อจากเกษตรกรเป็นผู้ส่งเสริม โดยขั้นตอนการรับซื้อจะเริ่มจากการเพาะกล้าพันธุ์เสาวรส และจำหน่ายให้กับเกษตรกรสนใจ ราคากรณีเกษตรกรมารับด้วยตนเอง 25 บาท/กิโลกรัม กรณีที่ไม่มารับเองราคา 40 บาท/กิโลกรัม ซึ่งพื้นที่ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการปลูกเสาวรสมากที่สุดคือ อำเภออมก๋อย

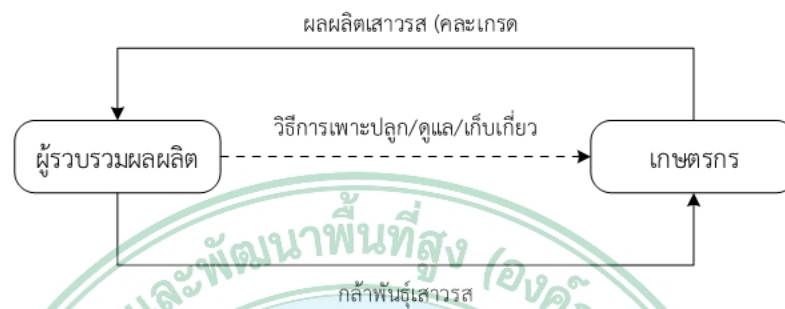


ภาพที่ 4.58 ช่องทางการตลาดของเสาวรส

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

หลังจากที่เกษตรกรเก็บผลผลิตได้แล้วจะส่งขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ในราคาประมาณ 20 บาท/กิโลกรัม ในด้านการตลาดหลังจากที่เกษตรกรนำเสาวรสมาส่ง ผู้รวบรวมจะทำการคัดเกรดเสาวรสออกเป็น 3 เกรด และทำการจัดส่งให้กับลูกค้าตามที่ตกลงกัน ซึ่งตลาดส่วนใหญ่จะเป็นการขายส่งให้กับพ่อค้าส่งตามจังหวัดต่าง ๆ รองลงมาคือการส่งออกต่างประเทศ โดยข้อแตกต่างระหว่างเกษตรกรทั่วไปกับเกษตรกรที่ได้รับการสนับสนุนคือการเก็บเกี่ยว โดยการเก็บเกี่ยว

ของเกษตรกรที่ได้รับการสนับสนุนจะเก็บเกี่ยวเมื่อเสาวรสขึ้นสีได้ประมาณ 70% แต่เกษตรกรทั่วไปจะเก็บเกี่ยวเมื่อเสาวรสขึ้นสีได้ประมาณ 30 – 50% เนื่องจากต้องเผื่อระยะเวลาในการขนส่ง และการจัดจำหน่ายหากเก็บเกี่ยวตอนเสาวรสใกล้สุกเต็มที่ เสาวรสจะเน่าเสียในระหว่างที่ทำการขนส่งและวางจำหน่าย



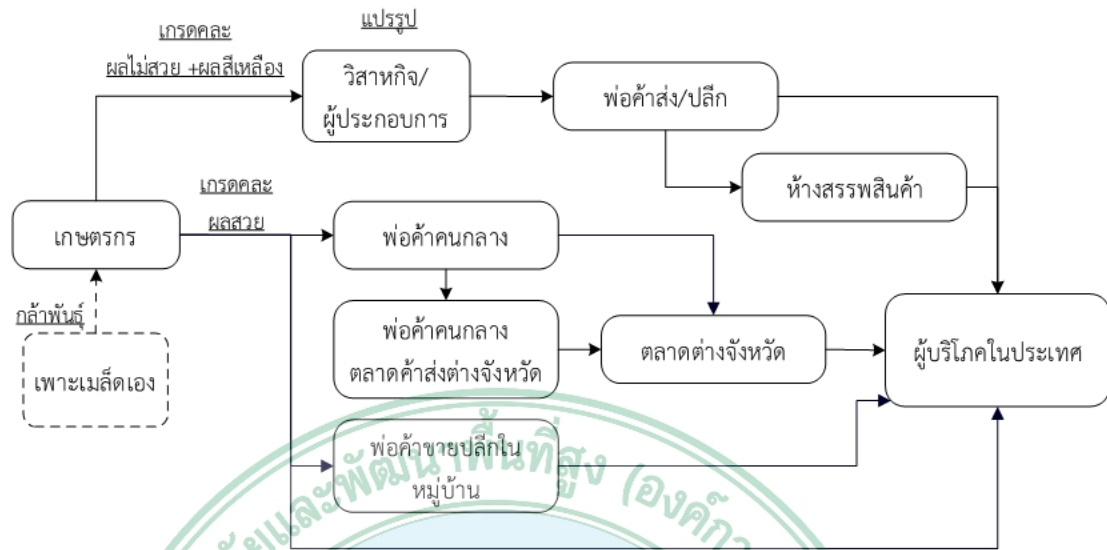
ภาพที่ 4.59 รูปแบบการส่งเสริมการผลิตเสาวรสของศูนย์วิจัย บรเรียนกิจ
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563



ภาพที่ 4.60 สัมภาษณ์ศูนย์วิจัย บรเรียนกิจ ผู้รวมเสาวรส จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

(2) สถานการณ์การตลาดเสาวรสในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริม และเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดเลย บุรีรัมย์ เพชรบูรณ์ พบว่ารูปแบบการรับซื้อเสาวรสมีสถานะที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ และแตกต่างจากรูปแบบการรับซื้อเสาวรสในพื้นที่ภาคเหนือ โดยมีรายละเอียดแยกตามพื้นที่เพาะปลูกที่สำคัญดังนี้



ภาพที่ 4.61 ช่องทางการตลาดของเสาวรสของ อ.โนนดินแดง จ. บุรีรัมย์

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

(2.1) อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์

สำหรับการขายผลผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส อำเภอโนนดินแดง จังหวัดบุรีรัมย์จะมี 3 ลักษณะ ได้แก่ การขายส่งให้กับโรงงานทำน้ำหรือเนื้อเสาวรส การขายส่งให้กับพ่อค้าเพื่อนำไปขายต่อ และการขายปลีก

1. ขายส่งให้กับโรงงานทำน้ำหรือเนื้อเสาวรสแช่แข็ง

โดยเกษตรกรจะขายให้กับวิสาหกิจในชุมชนในพื้นที่ หรือผู้ประกอบการโรงงานแปรรูปเสาวรส โดยจะมีผู้ประกอบการโรงงานจากต่างจังหวัด เช่น เพชรบูรณ์ ระยอง ชุมพร และ ประจวบคีรีขันธ์ มารับซื้อถึงสวนในซึ่งจะรับซื้อเสาวรสทุกเกรดทุกสี ในราคาคละเกรดกิโลกรัมละ 10 บาท โดยปกติการทำน้ำเสาวรสหรือเนื้อเสาวรสแช่แข็งจะใช้เสาวรสสีเหลืองเนื่องจากมีกลิ่นหอมกว่าและเสาวรสสีม่วงจะขายผลสดได้ราคาแพงกว่า ดังนั้นโดยทั่วไปแล้วเกษตรกรจะคัดผลสีเหลือง และผลที่ม่วงที่ลูกเล็กผิวไม่สวยไว้ขายให้โรงงาน และนำเสาวรสผลสีม่วงลูกใหญ่ผิวสวยไปขายแบบผลสด เดิมเคยมีโรงงานของดอยคำมารับซื้อผลผลิตในพื้นที่ แต่ปัจจุบันไม่ได้ขายให้แล้วเนื่องจากรับซื้อในราคาที่ต่ำเกินไป



ภาพที่ 4.62 วิสาหกิจชุมชนโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูปอำเภอโนนดินแดง

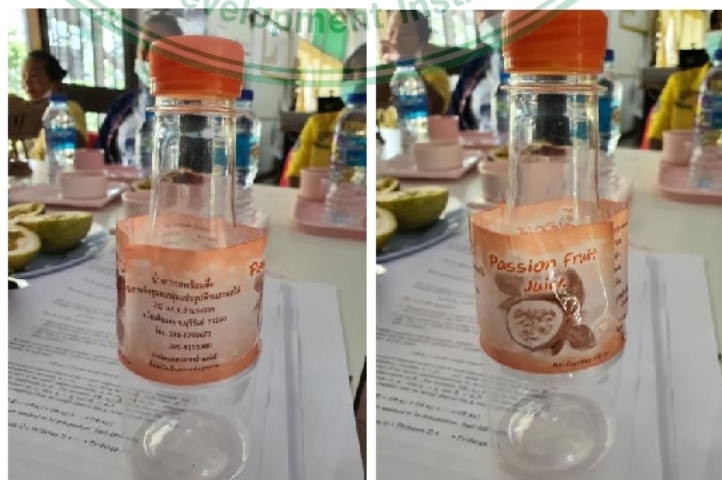
ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.63 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนโรงงานหลวงอาหารสำเร็จรูป

อำเภอโนนดินแดง

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.64 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปพืชและผลไม้ อำเภอโนนดินแดง

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

2. การขายส่งให้กับพ่อค้าเพื่อนำไปขายต่อ

การขายส่งให้กับพ่อค้าเพื่อนำไปขายต่อจะมีแบบ 2 ลักษณะคือ 1) การขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางเพื่อนำไปขายต่อในตลาดต่างจังหวัด และ 2) การขายส่งให้กับพ่อค้าในหมู่บ้านรับไปขายต่อบริเวณข้างทาง โดยจะขายราคากิโลกรัมละ 20-25 บาทแบบคละไซส์ (เล็ก กลาง ใหญ่ และจัมโบ้) ราคาซื้อเสาวรสจะไม่คงที่ขึ้นอยู่กับช่วงและผลผลิตในช่วงนั้น ถ้าเป็นผลส้มม่วงคละสีเหลืองแบบคละไซส์ ราคาประมาณ 20 บาท/กิโลกรัม ถ้าเป็นผลส้มม่วงทั้งหมด แบบคละไซส์ ราคาประมาณ 23-25 บาท/กิโลกรัม ถ้าลูกเขียวสีเหลืองจะขายในราคา 5บาท/กิโลกรัม สีม่วงราคา 6-7 บาท/กิโลกรัม ส่วนใหญ่พ่อค้าจะส่งออเดอร์ล่วงหน้าเพื่อให้ชาวสวนเตรียมผลผลิตไว้ตามจำนวนและวันเวลาที่ต้องการโดยพ่อค้าจะเข้ามารับผลผลิตถึงที่สวน

จากการสัมภาษณ์ นางรุ่งนภา จิตจำนง อายุ 39 ปี ชาวบ้านบ้านคลองโป่ง ต.ลำนางรอง แม่ค้าที่รับซื้อผลผลิตเสาวรสในหมู่บ้านและนำไปขายบริเวณข้างทางบอกว่า ปกติมีอาชีพทำนาและไร่มันสำปะหลัง แต่รายได้ไม่คุ้มทุน จึงไปรับซื้อเสาวรสที่ชาวบ้านคลองหินปลูกมาวางขายริมถนน และแปรรูปเป็นน้ำเสาวรสขาย หากเป็นวันปกติจะขายได้วันละ 500 – 600 บาท ส่วนวันหยุดจะขายได้วันละ 1,000 – 2,000 บาท สามารถรายได้เสริมจากการทำนาและไร่มันได้เป็นอย่างดี

3. การขายปลีก

เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสบางส่วนนำเสาวรสไปวางขายบริเวณข้างทางตามเพิงริมถนน หากเป็นสีเหลืองผสมม่วงจะขายในราคา กิโลกรัม 35 บาท 3 กิโลกรัม 100 บาท ราคาเดียวกันทุกขนาด แต่ถ้าเป็นสีม่วงล้วนจะมีราคาสูงกว่าแบบคละสี ประมาณ 5-10 บาท/กิโลกรัม รวมถึงนำไปแปรรูปเป็นน้ำเสาวรสขายขวดละ 10 บาท ผลเสาวรสที่ขายริมทางส่วนใหญ่ลูกค้าจะเป็นลูกค้าต่างจังหวัด เนื่องจากเป็นถนนที่เป็นทางสามารถเดินทางไปจังหวัดอื่น ๆ ได้ เช่น ชลบุรี ซึ่งลูกค้าจะซื้อเป็นของฝากเนื่องจากเสาวรสเป็นสินค้าประจำอำเภอโนนดินแดง นอกจากนี้ยังมีการนำผลผลิตเสาวรสไปออกงานขายตามงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น สงกรานต์ ปีใหม่ ซึ่งจะขายดีเป็นพิเศษ

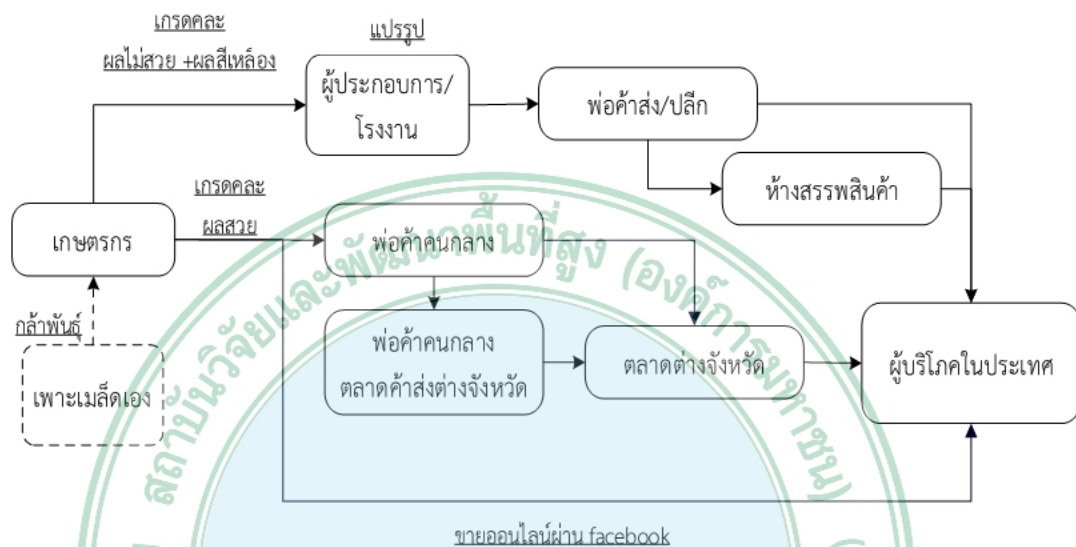


ภาพที่ 4.65 ตัวอย่างการขายเสาวรสบริเวณข้างทาง อ.โนนดินแดง จ.บุรีรัมย์

ที่มา: workpointtoday.com

(2.2) อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย

สำหรับการขายผลผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย จะมี 3 ลักษณะ ได้แก่ การขายส่งให้กับโรงงานทำน้ำหรือเนื้อเสาวรสแช่แข็ง การขายส่งให้กับพ่อค้าเพื่อนำไปขายต่อ และการขายออนไลน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 4.66 ช่องทางการตลาดของเสาวรสของ อ. ด่านซ้าย จ. เลย

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

1. ขายส่งให้กับโรงงานทำน้ำหรือเนื้อเสาวรสแช่แข็ง

การขายส่งให้กับโรงงานทำน้ำหรือเนื้อเสาวรสแช่แข็ง จะมีตัวแทนของโรงงานเข้ามารับซื้อผลผลิตเสาวรสจากเกษตรกรในหมู่บ้านทุก ๆ วัน พุธ และวันเสาร์ โดยรับซื้อแบบละครเกรดในราคากิโลกรัมละ 9.5 บาท ดังนั้นเกษตรกรจะคัดเสาวรสสีเหลืองและลูกเล็กขายให้กับโรงงาน ส่วนเสาวรสสีม่วงและลูกโตจะเก็บไว้ขายเพื่อบริโภคสด

2. การขายส่งให้กับพ่อค้าเพื่อนำไปขายต่อ

สำหรับการขายผลสดนั้นจะขายส่งให้กับพ่อค้าในราคา 180 บาทต่อ 10 กิโลกรัม แต่จะมีปริมาณและวันที่รับซื้อไม่แน่นอน ส่วนใหญ่พ่อค้าจะโทรเข้ามาสั่งออเดอร์จากเกษตรกรล่วงหน้าเพื่อให้ได้สินค้าในปริมาณที่ต้องการ

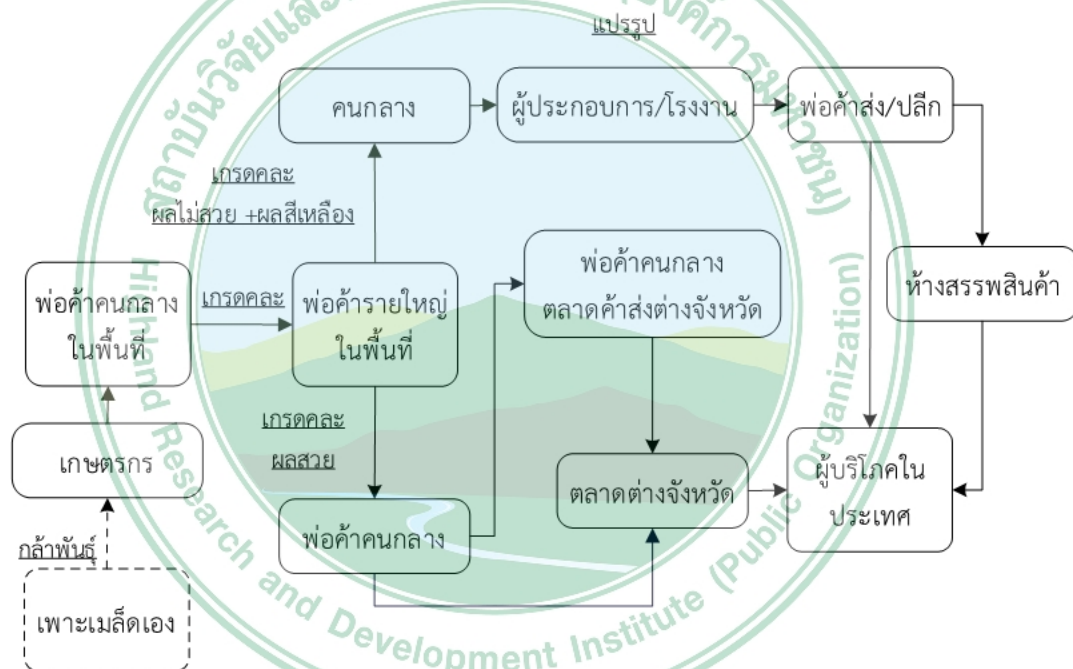
3. การขายออนไลน์

การขายออนไลน์ถือว่าเป็นทางเลือกใหม่ให้กับเกษตรกรเนื่องจากสามารถขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภคโดยตรงทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้น โดยการขายออนไลน์ของเกษตรกรในพื้นที่นั้นยังต้องอาศัยความเชี่ยวชาญจากบุคลากรในการช่วยโพสขายสินค้าบนช่องทางออนไลน์ ซึ่ง

ส่วนใหญ่จะขายผ่านเว็บไซต์ Facebook สำหรับราคาขายนั้นขึ้นอยู่กับการตั้งราคาของเกษตรกรโดยจะมีราคาขายตั้งแต่ 18 บาทถึง 25 บาท / กิโลกรัม

(2.3) อำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย

สำหรับการขายผลผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส อำเภอนาแห้ว จังหวัดเลย จะเป็นแบบการขายรวมคละเกรด ในราคาประมาณ 8-10 บาท/กิโลกรัม ให้กับพ่อค้ารับซื้อซึ่งเป็นคนในพื้นที่ หลังจากนั้นพ่อค้าในพื้นที่ก็จะส่งให้พ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่ โดยที่พ่อค้าในพื้นที่จะได้รับค่าตอบแทนส่วนต่างประมาณ 1 บาท / กิโลกรัม เมื่อพ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่ได้รับผลผลิตแล้วก็ทำการคัดเกรด โดยเกรดเสาวรสจะแบ่งเป็น 2 เกรดใหญ่ๆคือ 1. เกรดทำน้ำจะคัดลูกที่ลูกเล็ก ผิวไม่สวย และเสาวรสผลสีม่วง และ 2. เกรดเสาวรสรับประทานสด จะเลือกลูกที่มีขนาดใหญ่ สีม่วง ผิวสวย



ภาพที่ 4.67 ช่องทางการตลาดของเสาวรสของ อ. นาแห้ว จ. เลย

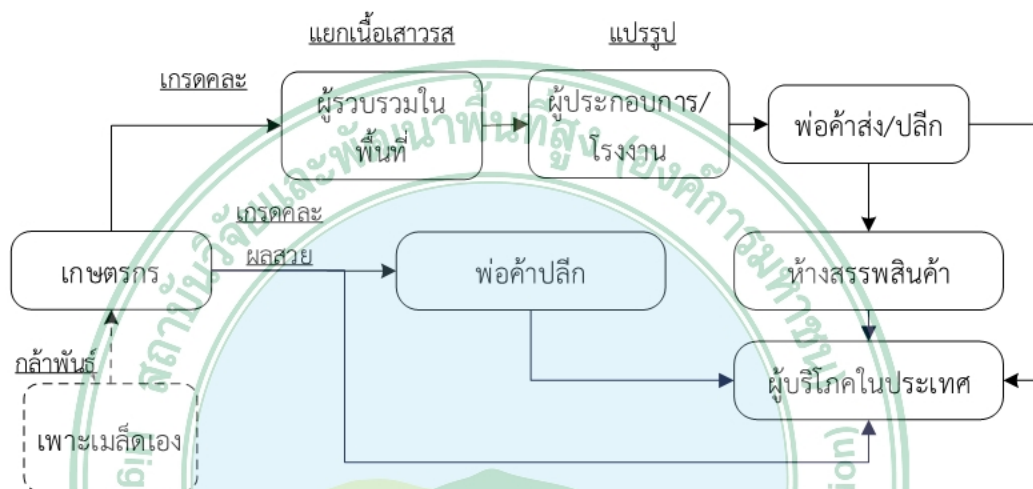
ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

หลังจากคัดเกรดเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะส่งขายต่อไปยังแหล่งรับซื้อ โดยเกรดทำน้ำ จะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อและนำไปขายต่อยังโรงงานทำน้ำเสาวรส ในราคาประมาณ 9-10 บาท / กิโลกรัม ซึ่งเกษตรกรให้ข้อมูลว่า เกษตรกรและพ่อค้าในหมู่บ้านไม่ทราบว่าพ่อค้าคนกลางนำเสาวรสไปส่งขายที่โรงงานไหนทำให้ไม่สามารถที่จะส่งสินค้าไปยังโรงงานได้เอง โดยปริมาณเสาวรสที่ทางโรงงานต้องการนั้นจะถูกส่งจากไปยังเกษตรกร ผ่าน พ่อค้าคนกลาง พ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่ และพ่อค้าในพื้นที่ตามลำดับ สำหรับเสาวรสรับประทานสด พ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่จะขายต่อ

ให้กับพ่อค้าคนกลางจากพื้นที่ต่าง ๆ เช่น อุดรธานี ชัยภูมิ และตลาดไท โดยพ่อค้าจะเข้ามารับซื้อกับพ่อค้ารายใหญ่ในพื้นที่ ในราคาประมาณ 15 บาท / กิโลกรัม

(2.4) อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

สำหรับการขายผลผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์จะมี 2 ลักษณะ ได้แก่ การขายส่งให้พ่อค้าคนกลางเพื่อแยกเนื้อส่งให้กับโรงงานทำน้ำหรือเนื้อเสาวรส และการขายปลีกหรือส่งให้พ่อค้ารายย่อยเพื่อขายปลีก โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 4.68 ช่องทางการตลาดของเสาวรสของ อ. เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

1. ขายส่งให้พ่อค้าคนกลางแยกเนื้อส่งให้กับโรงงาน

ในพื้นที่จะมีพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อผลผลิตเสาวรสจำนวน 4-5 ราย โดยพ่อค้าคนกลางจะทำหน้าที่รับซื้อผลผลิตเสาวรสจากเกษตรกร ในราคาแบบคละเกรดคละสี 7-8 บาท/กิโลกรัม และทำการแยกเอาเฉพาะเนื้อเสาวรสเพื่อส่งขายให้กับโรงงาน โดยแต่ละรายจะมีออเดอร์จากโรงงานประมาณ 2 ตัน(เฉพาะเนื้อ) ต่อสัปดาห์ โดยจะใช้เสาวรสประมาณ 2-3 กิโลกรัมต่อเนื้อเสาวรส 1 กิโลกรัม โดยพ่อค้าคนกลางจะมีค่าใช้จ่ายในการจ้างแรงงานแยกเนื้อเสาวรส 2.5 บาท/1 กิโลกรัมเนื้อ ซึ่งปัจจุบันเนื้อเสาวรสที่ส่งให้แก่โรงงานยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของโรงงาน

2. การขายปลีกหรือส่งให้พ่อค้ารายย่อยเพื่อขายปลีก

สำหรับการขายผลผลิตนั้นมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย โดยเกษตรกรหรือพ่อค้ารายย่อยที่รับซื้อเสาวรสจากเกษตรกรจะนำผลผลิตเสาวรสที่มีขนาดใหญ่ผิวสวยมาวางจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวบริเวณจุดชมวิวเขาค้อ และบริเวณร้านค้าของฝาก ในราคากิโลกรัมละ 15-20 บาท

4.3.5 การเปรียบเทียบคุณลักษณะของเสาวรส

ในหัวข้อนี้เป็นการเปรียบเทียบคุณภาพของเสาวรสระหว่างเสาวรสจากมูลนิธิโครงการหลวง เสาวรสจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง เสาวรสจากแหล่งเพาะปลูกอื่น ๆ และเสาวรสที่นำเข้าจากสปป.ลาว โดยในส่วนของคุณภาพที่จะทำการเปรียบเทียบประกอบไปด้วยขนาด สีผิว ความหวาน เป็นต้น

ตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบคุณลักษณะทั่วไปของเสาวรส

คุณลักษณะ	โครงการหลวง	สวพส.	จังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือ	จังหวัดอื่นๆในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	สปป.ลาว
สายพันธุ์	ไทนุง RPF No.1	ไทนุง RPF No.1	ไทนุง	พันธุ์ผสม	ไทนุง
การเก็บเกี่ยว	สีเต็ม ~ 70%	สีเต็ม ~ 70%	สีเต็ม ~ 30-50%	เมื่อมีสีม่วงเข้ม ***เนื่องจากเป็นพันธุ์ ที่มีสีม่วงตั้งแต่ผล อ่อน	สีเต็ม ~ 20-40%
ฤดูกาล	มิถุนายน- กุมภาพันธ์	มิถุนายน- กุมภาพันธ์	สิงหาคม- เมษายน	กรกฎาคม- มกราคม	มิถุนายน- กุมภาพันธ์
สีผิว	สีม่วงเข้ม สม่ำเสมอตลอดผล	สีม่วงเข้ม	สีม่วงปาน กลาง-เข้ม	ม่วงอมแดงมีจุดแต้ม สีขาว	สีม่วงแดง สม่ำเสมอตลอด ผล
ลักษณะผิว และผล	ผลไม่บิดเบี้ยว ไม่ เหี่ยว ไม่เน่าหรือ แตก	ผลไม่บิดเบี้ยว ไม่เน่าหรือ แตก	ผลไม่เน่าหรือ แตก	ผลไม่เน่าหรือแตก	ผลไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่า หรือแตก
ขนาด	60 – 100 กรัม/ผล	50 – 100 กรัม/ผล	50 – 60 กรัม/ผล	100 - 150 กรัม/ผล	60 – 100 กรัม/ผล
ลักษณะเนื้อ	เนื้อในมีสีเหลือง เข้ม เมล็ดมีสีดำ	เนื้อในมีสี เหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ	เนื้อในมีสี เหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ	เนื้อในมีสีเหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ	เนื้อในมีสี เหลืองเข้ม เมล็ดมีสีดำ
ความหวาน	15 – 18 Brix	13 – 17 Brix	13 – 16 Brix	13 – 16 Brix	14 – 16 Brix

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563

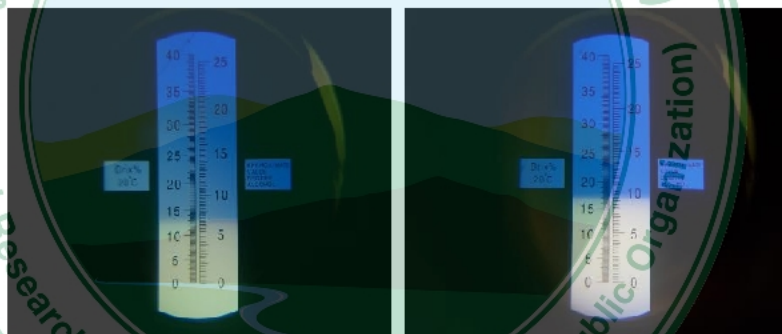
จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นถึงการเปรียบเทียบคุณภาพของเสาวรสจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าหากเปรียบเทียบจากขนาดของผล และค่าความหวาน เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง จะมีคุณภาพดีที่สุดในแง่ของขนาดผลเท่ากับ 60 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 15 – 18 Brix รองลงมาคือ เสาวรสจากสปป.ลาว โดยมีขนาดผลเท่ากับ 60 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่

ที่ 14 – 16 Brix สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยมีขนาดผลเท่ากับ 50 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 13 – 17 Brix เสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคเหนือ โดยมีขนาดผลเท่ากับ 50 – 60 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 13 – 16 Brix และ เสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีผลขนาด 100 – 150 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 13 – 16 Brix ตามลำดับ



ภาพที่ 4.69 การวัดค่าความหวานของผลเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวง

ที่มา: จากการทดสอบ, 2563



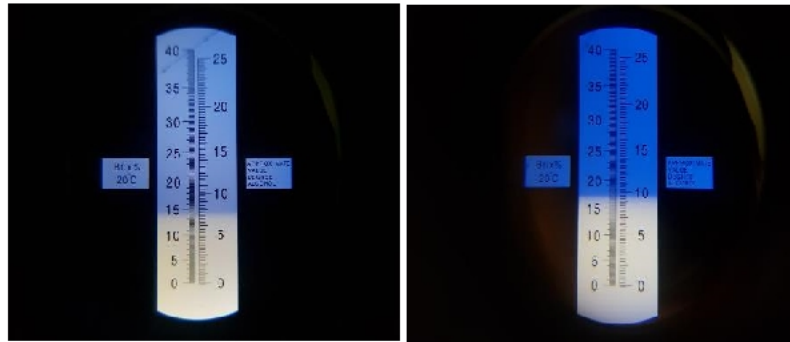
ภาพที่ 4.70 การวัดค่าความหวานของผลเสาวรของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

ที่มา: จากการทดสอบ, 2563



ภาพที่ 4.71 การวัดค่าความหวานของผลเสาวรของแหล่งอื่น ๆ ในประเทศไทย

ที่มา: จากการทดสอบ, 2563



ภาพที่ 4.72 การวัดค่าความหวานของผลเสาวรจากสปป.ลาว

ที่มา: จากการทดสอบ, 2563

หากพิจารณาในด้านของลักษณะผิวและผล พบว่า เสาวรของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะมีสีม่วงเข้ม โดยที่ความสม่ำเสมอของสีผิวจะขึ้นอยู่กับเกรดของเสาวร แต่เสาวรที่นำเข้าจาก สปป.ลาว จะสีม่วงแดง และในส่วนของเสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ของไทยจะมีสีม่วงปานกลางถึงม่วงเข้ม นอกจากนี้ส่วนที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ การเก็บเกี่ยวผลผลิตโดยมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะเก็บเกี่ยวเมื่อเสาวรมีสีม่วงประมาณ 70% แต่เสาวรของสปป.ลาว เสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคเหนือจะเก็บเกี่ยวขณะที่เสาวรยังมีสีเขียว โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า หากเก็บขณะที่เสาวรสุกเสาวรจะเสียหายขณะที่ขนส่ง นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์พ่อค้า/แม่ค้าที่ตลาดไท พบว่า เสาวรที่มีสีเขียวจะมีราคาสูงกว่าเสาวรที่มีสีม่วง ส่วนเสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ในตะวันออกเฉียงเหนือจะเก็บเกี่ยวผลผลิตเสาวรที่แก่และมีสีม่วงเข้มทั้งลูกเนื่องจากสายพันธุ์ของเสาวรจะเป็นสายพันธุ์ที่มีสีม่วงตั้งแต่ผลอ่อน



ภาพที่ 4.73 ลักษณะภายนอกของผลเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวง

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.74 ลักษณะภายนอกของผลเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.75 ลักษณะภายนอกของผลเสาวรสจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ในภาคเหนือ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.76 ลักษณะภายนอกของผลเสาวรสจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.77 ลักษณะภายนอกของผลเสาวรจากสปป.ลาว

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

ถัดมาเป็นการเปรียบเทียบในส่วนของคุณลักษณะภายนอก เช่น สีผิว และลักษณะของผล ซึ่งพบว่า สีผิวเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงจะมีสีม่วงเข้มสม่ำเสมอทั้งลูก ลักษณะของผลจะไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่าหรือแตก ส่วนเสาวรจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะมีสีม่วงแดง – ม่วงเข้ม ลักษณะของผลจะไม่บิดเบี้ยว ไม่เน่าหรือแตก เสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคเหนือมีสีผิวม่วงแดง ลักษณะของผลจะไม่เน่าหรือแตก เสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสีผิวม่วงเข้มมีจุดแต้มสีขาว ลักษณะของผลจะไม่เน่าหรือแตก ส่วนเสาวรจากสปป.ลาวจะมีสีม่วงแดง สม่ำเสมอตลอดผล ลักษณะของผลจะไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่าหรือแตก

4.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเสาวรหวานจะทำการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ตามทฤษฎี 6W1H โดยที่ทฤษฎี 6W1H คือเครื่องมือที่ใช้ช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด โดยประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้าจาก 6W และ 1H ได้แก่ Who, What, Why, When, Where, Who และ How ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ จะถูกนำมาปรับใช้เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถสื่อสารและทำการตลาดออกไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล และสามารถทำการตลาดได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามทฤษฎี 6W1H

Who	คือการวิเคราะห์ว่า ลูกค้าคือใคร เป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง โดยอาจกำหนดกลุ่มลูกค้าจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ หรือถิ่นที่อยู่ เป็นต้น
What	เป็นการวิเคราะห์ถึงความต้องการของลูกค้า วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้า หรืออะไรเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เช่น ราคาถูก คุณภาพสินค้าพิเศษและแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาด หรือช่องทางการซื้อสินค้าสะดวกกว่า
Why	วิเคราะห์ว่าทำไมผู้บริโภคถึงอยากซื้อและบริการสินค้า เช่น ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าไปบริโภคเองในครัวเรือน หรือต้องการซื้อเพื่อนำไปประกอบธุรกิจ หรือซื้อมาขายไป

When	คือคำถามว่าลูกค้าต้องการซื้อสินค้าเมื่อไหร่ เพราะช่วงเวลาที่เกิดการซื้อขายสินค้า มีผลต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด มีผลต่อการเห็นสิ่งที่ธุรกิจสื่อสารออกไป ยกตัวอย่างกรณีที่ธุรกิจไม่รู้ช่วงเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จะส่งผลให้สิ้นเปลืองงบประมาณในการดำเนินการ หรือบ่งชี้ใช้ในการโปรโมทสินค้าและบริการ
Where	การวิเคราะห์ช่องทางการซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า ผ่านหน้าร้าน หรือระบบออนไลน์
Who	Who ในข้อนี้ หมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการ ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าในลักษณะองค์กร บุคคลที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า อาจเป็นหัวหน้างาน
How	คือการวิเคราะห์ว่า ลูกค้ามีการตัดสินใจซื้ออย่างไร เช่น ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเลือกซื้อ

ที่มา: Philip Kotler (2009)

จากนั้นจะนำแนวคิดจากทฤษฎี 6W1H มาปรับเป็นแบบสอบถามสำหรับผู้บริโภคเสาวรสหวาน โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการบริโภคเสาวรสหวาน การรู้จักเสาวรสหวาน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเสาวรสหวาน จำนวนทั้งสิ้น 534 ชุด



ภาพที่ 4.78 การเก็บแบบสอบถามผู้บริโภคและการทดสอบทัศนคติที่มีต่อเสาวรสหวาน

ที่มา: จากการสัมภาษณ์, 2563

นอกจากนี้จะมีการทำการทดสอบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานจะแหล่งเพาะปลูกต่าง ๆ ทั้งในแง่ของขนาด สี กลิ่น และรสชาติ ซึ่งเสาวรสที่นำมาให้ผู้บริโภคทดสอบประกอบเสาวรส

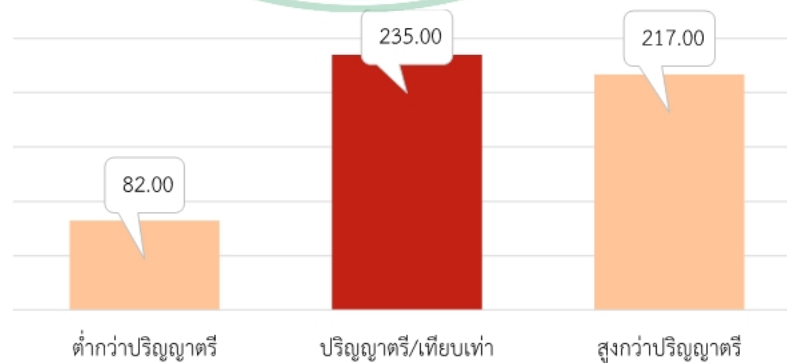
ของมูลนิธิโครงการหลวง เสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเสาวรสจากแหล่งเพาะปลูกอื่น ๆ ในประเทศไทย โดยในการทดสอบผู้บริโภคมักไม่ทราบว่าเสาวรสว่าเป็นเสาวรสจากแหล่งใด ซึ่งดำเนินการทดสอบทั้งสิ้น 243 ราย

4.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

สำหรับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 69.9 มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 60 ปี จำนวน 168 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.46 รองลงมาคือช่วงอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 146 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.34



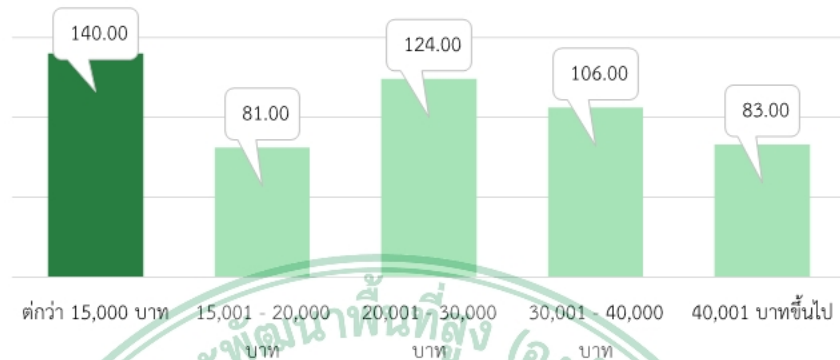
ทางด้านระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่าจำนวน 235 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 44.01 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไปจำนวน 217 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.64



ภาพที่ 4.80 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

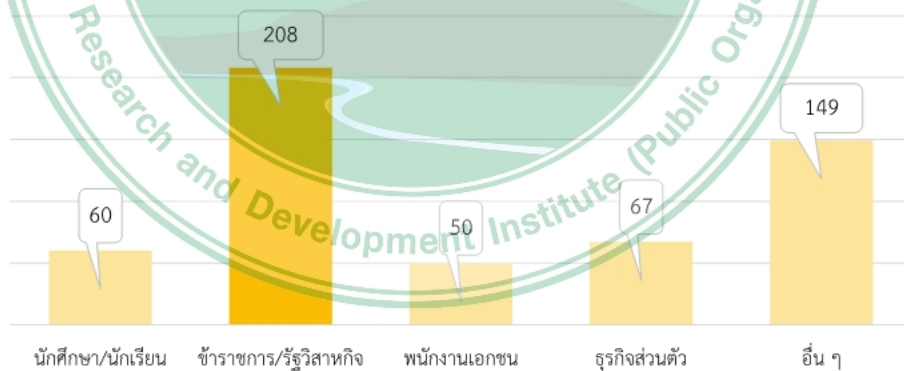
ทางด้านระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 140 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.22 รองลงมาคือระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 124 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.22



ภาพที่ 4.81 ระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

ในส่วนอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 208 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.95 รองลงมาคือ อาชีพอื่น ๆ ซึ่งประกอบไปด้วยพนักงานมหาวิทยาลัยฯ เกษตรกร พ่อค้า/แม่ค้า เป็นต้น จำนวน 149 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.90



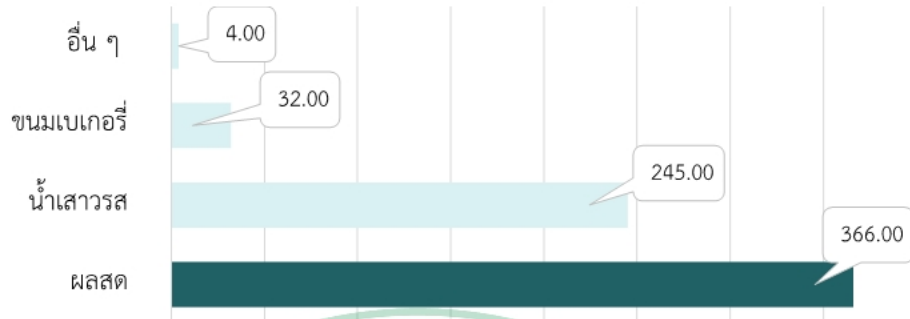
ภาพที่ 4.82 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

4.4.2 พฤติกรรมการบริโภคเสาวรสหวาน

ในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่าจากการเก็บแบบสอบถามผู้บริโภคจำนวน 534 ราย มีผู้ที่เคยรับประทานเสาวรสหวานจำนวน 412 ราย โดยลักษณะของเสาวรสหวานที่เคยรับประทานมากที่สุดคือผลสด จำนวน 366 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 68.54 ของจำนวนผู้ตอบ

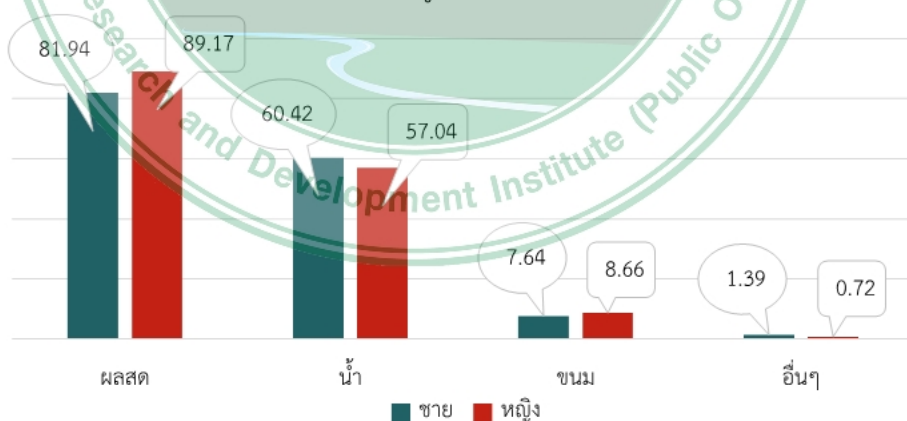
แบบสอบถาม รองลงมาคือลักษณะของน้ำเสาวรส จำนวน 245 ราย หรือคิดเป็น 45.88 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม



ภาพที่ 4.83 ลักษณะการบริโภคเสาวรสหวาน

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

เมื่อพิจารณาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามร่วมกับลักษณะการบริโภคเสาวรสพบว่า ผู้ที่เคยทานเสาวรสหวานเป็นเพศชายจำนวน 144 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 78.69 ของเพศชายทั้งหมด และเพศหญิงที่เคยทานเสาวรสจำนวน 277 รายหรือคิดเป็นร้อยละ 78.92 ของจำนวนเพศหญิงทั้งหมด ทางด้านของลักษณะของเสาวรสหวานที่เคยทาน พบว่า เพศชายส่วนใหญ่เคยทานเสาวรสหวานในลักษณะผลสดร้อยละ 81.94 ของจำนวนเพศชายทั้งหมด และมีเพศชายอีกร้อยละ 60.42 ที่เคยทานเสาวรสหวานในรูปแบบของน้ำ เช่นเดียวกับเพศหญิงที่เคยทานเสาวรสในรูปแบบผลสดร้อยละ 89.17 และเคยทานเสาวรสหวานในรูปแบบของน้ำร้อยละ 57.04

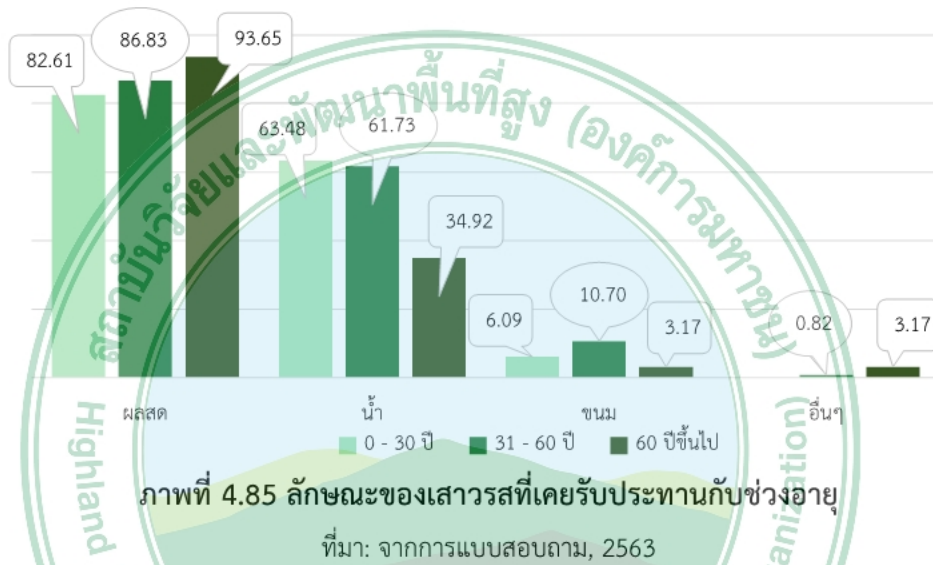


ภาพที่ 4.84 ลักษณะของเสาวรสที่เคยรับประทานกับเพศ

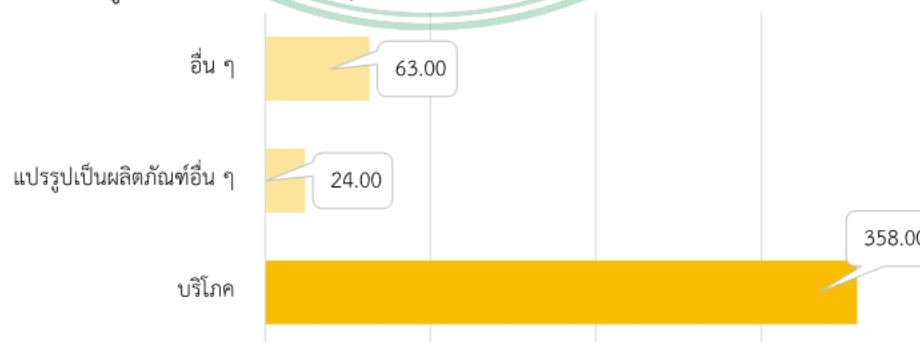
ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

หากพิจารณาลักษณะการบริโภคพร้อมกับช่วงอายุของผู้บริโภค พบว่า ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี มีผู้บริโภคที่เคยทานเสาวรสหวานร้อยละ 71.87 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ช่วงอายุ 30 – 60 ปี มีผู้ที่เคยทานเสาวรสหวานร้อยละ 78.64 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และในช่วงอายุตั้งแต่

60 ปี ขึ้นไป มีผู้ที่เคยทานเสาวรสหวานมากถึงร้อยละ 96.92 ในด้านลักษณะของเสาวรสที่เคยทานพบว่า ในช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี และ 30 – 60 ปี จะมีพฤติกรรมการบริโภคที่คล้ายคลึงกันโดยเคยทานเสาวรสหวานในลักษณะผลสดร้อยละ 82.61 และ 86.83 ตามลำดับ และเคยทานในรูปแบบของน้ำร้อยละ 63.48 และ 61.73 ตามลำดับ แต่ในส่วนของผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ส่วนใหญ่จะเคยทานเสาวรสหวานในรูปแบบผลสดร้อยละ 93.65 และเคยทานในรูปแบบของน้ำร้อยละ 34.92 ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักจะเคยทานเสาวรสหวานมากกว่าช่วงอายุอื่น ๆ แต่จะเคยทานเฉพาะในรูปแบบของผลสดเป็นหลัก ส่วนในลักษณะอื่น ๆ มีเพียงเล็กน้อย



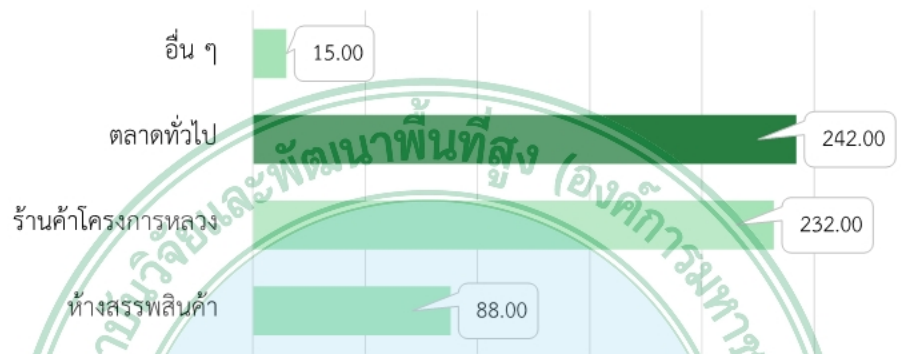
ในส่วนของผู้ที่ซื้อเสาวรสหวานพบว่า มีผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวานจำนวน 373 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 69.85 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งวัตถุประสงค์ในการซื้อเสาวรสหวานส่วนใหญ่คือนำไปบริโภคร้อยละ 95.98 และอื่น ๆ (นำไปเป็นของฝาก) ร้อยละ 16.89 และมีผู้ที่ซื้อเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ร้อยละ 6.43



ภาพที่ 4.86 วัตถุประสงค์ในการซื้อเสาวรสหวาน

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

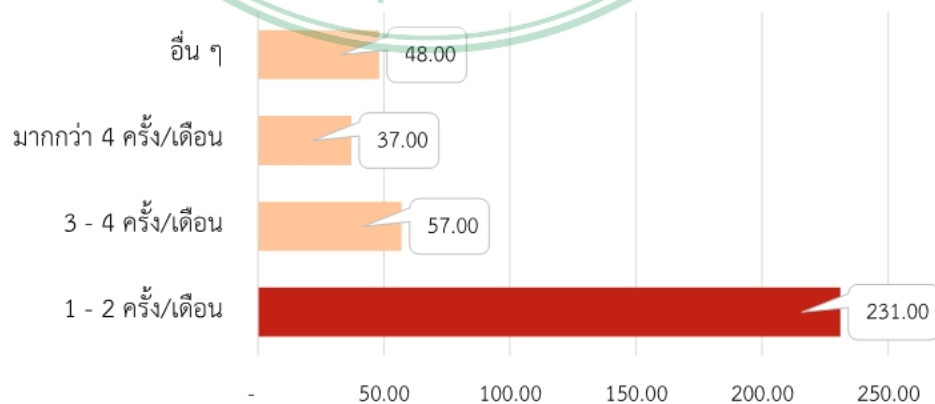
ทางด้านแหล่งจำหน่ายเสาวรสหวาน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเสาวรสหวานจากตลาดขายผลไม้ทั่วไปจำนวน 242 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 64.88 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน รองลงมาคือซื้อจากร้านค้าโครงการหลวงจำนวน 232 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 62.20 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน และห้างสรรพสินค้าร้อยละ 23.59 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน นอกจากนี้ยังมีแหล่งอื่นๆ อีกร้อยละ 4.02 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน ซึ่งประกอบด้วยร้านขายผลไม้ริมถนน และช่องทางออนไลน์



ภาพที่ 4.87 แหล่งจำหน่ายเสาวรสหวานที่ผู้บริโภคซื้อ

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

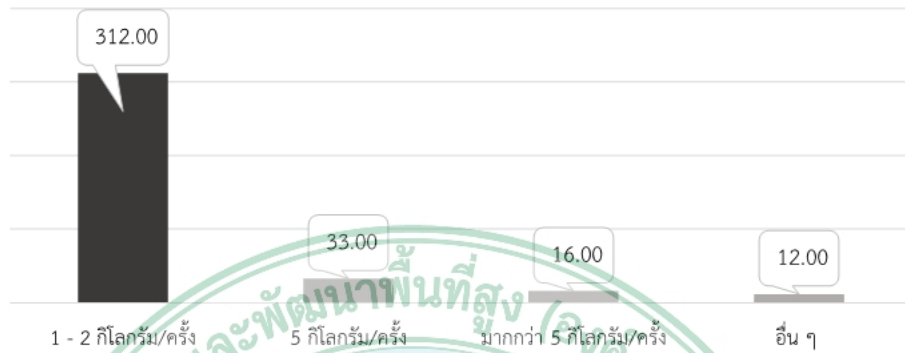
ในส่วนของความถี่ในการบริโภคเสาวรสหวานของผู้บริโภคของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการบริโภคเสาวรสหวานอยู่ที่ 1 - 2 ครั้ง/เดือน จำนวน 231 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 61.93 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน รองลงมาคือ 3 - 4 ครั้ง/เดือน จำนวน 57 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 15.28 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน และในส่วนของอื่น ๆ ร้อยละ 12.87 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการบริโภคแบบนาน ๆ ครั้ง หรือบริโภคตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ



ภาพที่ 4.88 ความถี่ในการบริโภคเสาวรสหวาน

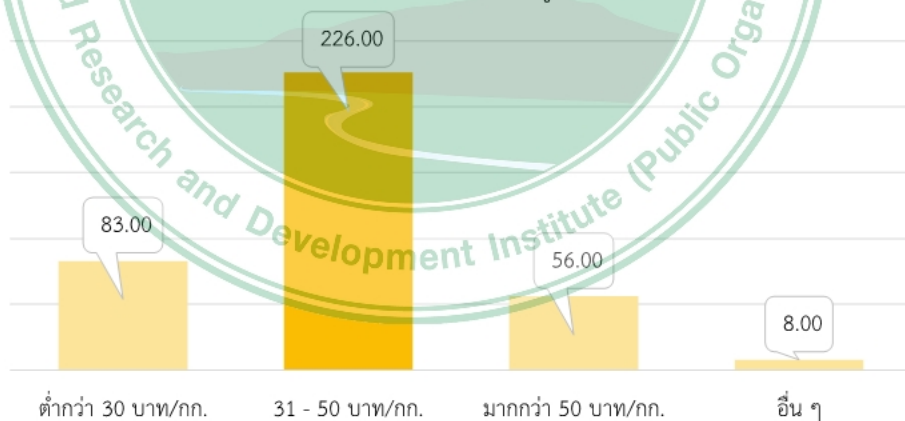
ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

ทางด้านปริมาณการซื้อเสาวรสหวานในแต่ละครั้ง พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อเสาวรสครั้งละ 1 – 2 กิโลกรัม จำนวน 312 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 83.65 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน รองลงมาคือซื้อเสาวรสหวานครั้งละ 5 กิโลกรัม จำนวน 33 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 8.85



ภาพที่ 4.89 ปริมาณในการซื้อเสาวรสหวาน
ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

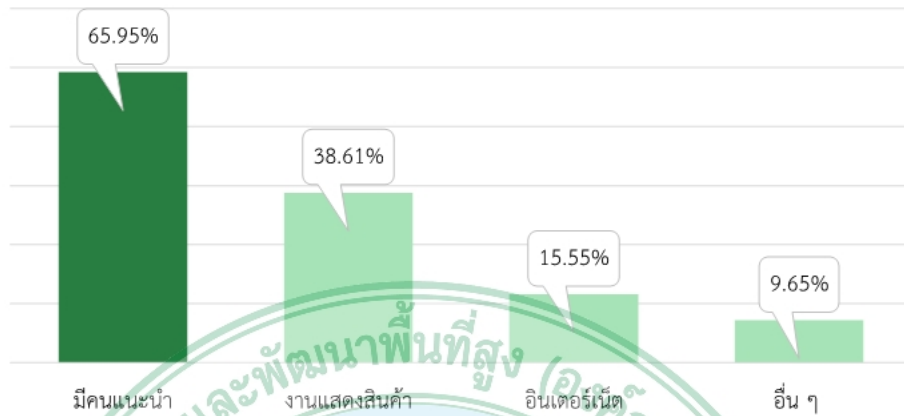
ในส่วนของราคาเสาวรสหวานที่ผู้บริโภคเคยซื้อ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยซื้อเสาวรสหวานในราคา 31 – 50 บาท/กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 60.59 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน รองลงมาคือราคาต่ำกว่า 30 บาท/กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 22.25 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน และราคาสูงกว่า 50 บาท/กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 15.01 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน



ภาพที่ 4.90 ราคาขายเสาวรสหวานที่ผู้บริโภคเคยซื้อ
ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

ทางด้านช่องทางการรับรู้หรือการรู้จักเสาวรสหวานของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้หรือรู้จักเสาวรสหวานผ่านคนรู้จักแนะนำ จำนวน 246 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 65.95 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน รองลงมาคือรู้จักผ่านช่องทางงานแสดงสินค้า จำนวน 144 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 38.61 ของผู้ที่เคยซื้อเสาวรสหวาน และช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ

15.55 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.65 ซึ่งหมายถึงการรับรู้ด้วยตนเอง เช่น เห็นด้วยตนเอง หรือ ทดลองรับประทานด้วยตนเอง

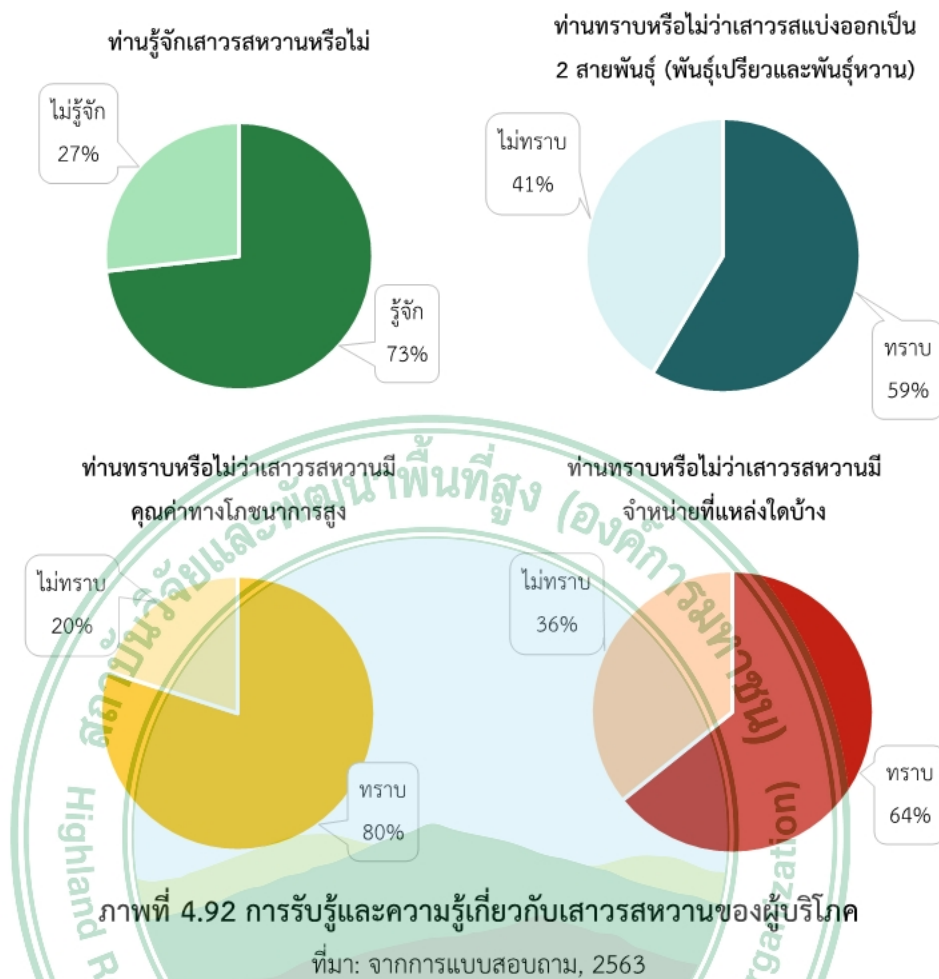


ภาพที่ 4.91 ช่องทางในการรู้จักเสาวรสหวานของผู้บริโภค

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

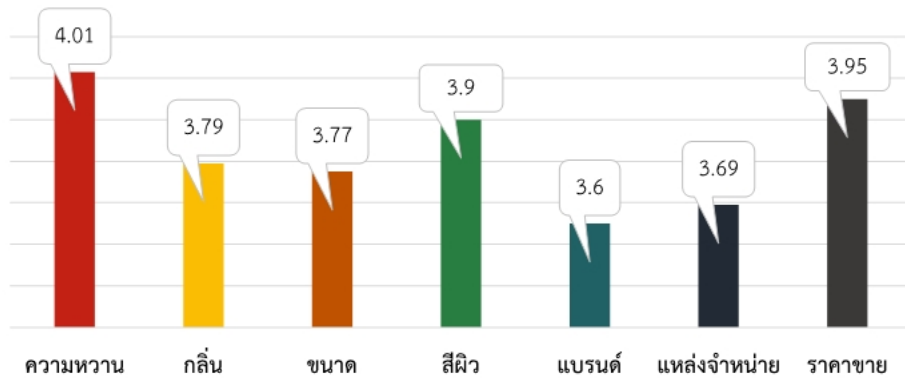
4.4.3 ความรู้เกี่ยวกับเสาวรส

ในส่วนนี้เป็นการสอบถามความรู้ในเรื่องของเสาวรสว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ทั่วไปเกี่ยวข้องกับเสาวรสมากน้อยเพียงใดซึ่ง พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบหรือรู้จักเสาวรสคิดเป็นร้อยละ 73 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ในคำถามที่เกี่ยวข้องกับสายพันธุ์ของเสาวรส พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 59 ที่ทราบว่าเสาวรสแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือเสาวรสหวาน และเสาวรสเปรี้ยว ซึ่งอีกร้อยละ 41 ไม่ทราบว่าเสาวรสแบ่งออกเป็นเสาวรสหวาน และเสาวรสเปรี้ยว ในส่วนของคุณค่าทางโภชนาการของเสาวรสหวาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80 ทราบว่าเสาวรสหวานเป็นผลไม้ที่มีคุณค่าทางโภชนาที่สูง และในประเด็นเรื่องแหล่งจำหน่ายเสาวรสหวานของผู้บริโภค พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 64 ที่ทราบว่าเสาวรสหวานมีวางจำหน่ายที่ใดบ้าง และมีผู้ตอบแบบสอบถามอีกจำนวน 191 ราย หรือร้อยละ 36 ที่ไม่ทราบว่าเสาวรสหวานมีวางจำหน่ายที่แหล่งใดบ้าง



4.4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสาวรสของผู้บริโภค

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเสาวรสหวานของผู้บริโภคโดยใช้วิธีการให้คะแนน 1 – 5 (5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย และ 1=น้อยที่สุด) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยในด้านความหวานโดยให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาคือปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางคือ ปัจจัยทางด้านราคา คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ปัจจัยทางด้านสีผิว คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ปัจจัยในเรื่องของกลิ่น คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ปัจจัยในเรื่องของขนาดของผล คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ปัจจัยทางด้านแหล่งจำหน่าย คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และปัจจัยในเรื่องของแบรนด์ คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ



ภาพที่ 4.93 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสาวรสหวาน

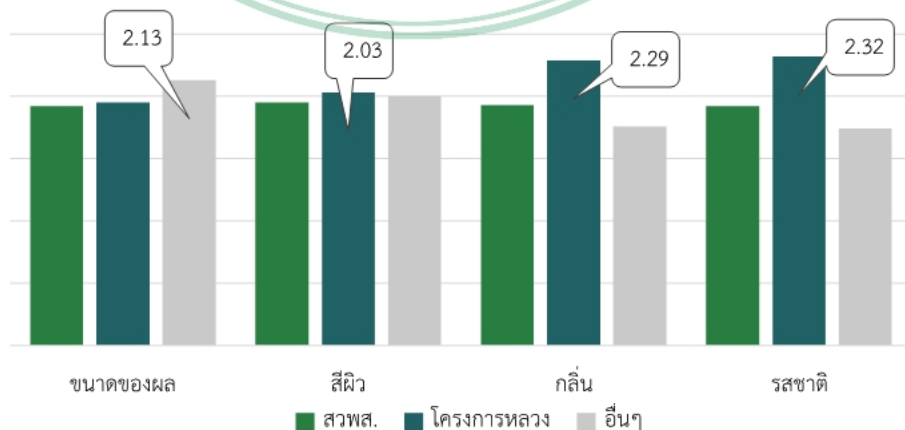
ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

4.4.5 การทดสอบความชื่นชอบและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวาน

ในส่วนนี้เป็นการทดสอบทัศนคติและความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสในแต่ละแหล่งผลิต โดยในการทดสอบจะนำเสาวรสจากแหล่งผลิตต่าง ๆ มาให้ผู้บริโภคทดสอบทั้งในด้านขนาดของผล สีผิว กลิ่น และรสชาติ โดยที่ในการทดสอบจะให้ผู้บริโภคจัดอันดับเสาวรสที่ชอบมากที่สุดในแต่ละด้าน จากนั้นจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เกรณคะแนน (คะแนนเต็ม 3)

(1) การทดสอบความชื่นชอบของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวาน

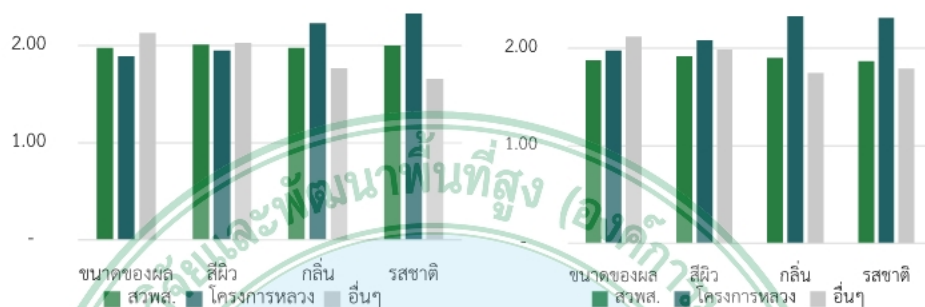
ซึ่งจากผลการทดสอบ ในด้านขนาดของผล พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบเสาวรสที่มาจากแหล่งเพาะปลูกอื่น ๆ มากที่สุด ในด้านสีผิว กลิ่น และรสชาติของเสาวรส พบว่า ผู้บริโภคชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง หากพิจารณาในภาพรวมจะพบว่า เสาวรสที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุดคือเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง รองลงมาคือเสาวรสสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ตามลำดับ



ภาพที่ 4.94 ความชื่นชอบของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวาน

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

เมื่อพิจารณาความชื่นชอบของผู้บริโภคเทียบกับเพศของผู้บริโภคจะพบว่า เพศชายในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธินิโครการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.10 รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.99 ในขณะที่เพศหญิงจะชื่นชอบเสาวรสที่มาจากมูลนิธินิโครการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.18 รองลงมาคือเสาวรสจากแหล่งเพาะปลูกอื่น ๆ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.91



ภาพที่ 4.95 ความชื่นชอบของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานแยกตามเพศ (ชาย=ชาย/หญิง=หญิง)
ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

เมื่อพิจารณาร่วมกับช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธินิโครการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.08 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 60 ปี ในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธินิโครการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.16 รองลงมาคือเสาวรสของพื้นที่อื่น ๆ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.02 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป ในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธินิโครการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.93

โดยที่ทุกช่วงอายุชื่นชอบ กลิ่น และรสชาติ ของเสาวรสของมูลนิธินิโครการหลวงมากที่สุด ในส่วนของด้านขนาดของผล และสีผิว ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี ชื่นชอบขนาดของผล สีผิว ของเสาวรสของของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงมากที่สุด ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 30 ปี ชื่นชอบขนาดของผล สีผิว ของเสาวรสของพื้นที่อื่น ๆ มากที่สุด

ตารางที่ 4.8 ความชื่นชอบของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานแยกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ปัจจัย	สวพส.	โครงการหลวงฯ	อื่น ๆ
ต่ำกว่า 30 ปี	ขนาดของผล	2.07	2.02	1.90
	สีผิว	2.20	2.11	1.68
	กลิ่น	2.05	2.17	1.76
	รสชาติ	2.01	2.17	1.80

31 – 60 ปี	ขนาดของผล	1.85	1.87	2.29
	สีผิว	1.83	2.00	2.16
	กลิ่น	1.78	2.37	1.83
	รสชาติ	1.79	2.40	1.79
60 ปี ขึ้นไป	ขนาดของผล	1.83	1.98	2.18
	สีผิว	1.81	1.96	2.21
	กลิ่น	2.03	2.32	1.63
	รสชาติ	2.03	2.40	1.56

ที่มา: จากแบบสอบถาม

เมื่อพิจารณาร่วมกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.18 รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.15 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.17 รองลงมาคือเสาวรสของพื้นที่อื่น ๆ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.05 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบพนักงานเอกชนในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของพื้นที่อื่น ๆ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.08 มากที่สุด รองลงมาคือเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.04 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.20 รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.92 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอื่นๆขึ้นไป ในภาพรวมชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 รองลงมาคือเสาวรสของพื้นที่อื่น ๆ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.96

โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ ชื่นชอบ กลิ่น และรสชาติ ของเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด ในส่วนของด้านขนาดของผล และสีผิว ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ชื่นชอบขนาดของผล และสีผิวของเสาวรสของของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงมากที่สุด ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ชื่นชอบขนาดของผล สีผิว ของเสาวรสของพื้นที่อื่น ๆ มากที่สุด

ตารางที่ 4.9 ความชื่นชอบของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานแยกตามอาชีพ

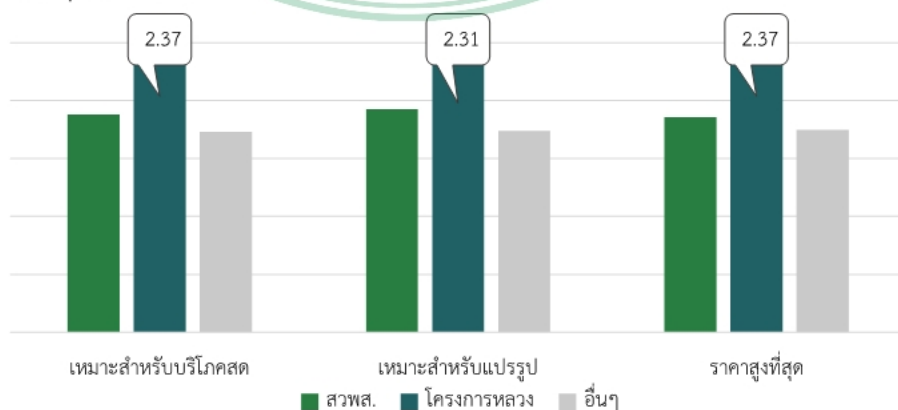
อาชีพ	ปัจจัย	สวพส.	โครงการหลวงฯ	อื่น ๆ
นักเรียน/นักศึกษา	ขนาดของผล	2.17	2.05	1.78
	สีผิว	2.24	2.17	1.59
	กลิ่น	2.06	2.26	1.67

	รสชาติ	2.11	2.24	1.63
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ขนาดของผล	1.83	1.94	2.28
	สีผิว	1.85	2.06	2.08
	กลิ่น	1.74	2.3	1.96
	รสชาติ	1.74	2.38	1.87
พนักงานเอกชน	ขนาดของผล	2.04	1.56	2.39
	สีผิว	1.91	1.87	2.23
	กลิ่น	1.87	2.3	1.83
	รสชาติ	1.70	2.43	1.87
ธุรกิจส่วนตัว	ขนาดของผล	1.90	2.03	2.07
	สีผิว	1.93	2.00	2.07
	กลิ่น	1.95	2.40	1.63
	รสชาติ	1.90	2.35	1.75
อื่นๆ	ขนาดของผล	1.80	1.96	2.24
	สีผิว	1.86	1.98	2.15
	กลิ่น	1.99	2.27	1.75
	รสชาติ	1.99	2.30	1.71

ที่มา: จากแบบสอบถาม

(2) การทดสอบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวาน

ทางด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสแต่ละแหล่ง พบว่า ผู้บริโภคคิดว่าเสาวรสหวานที่เหมาะสมสำหรับการนำไปรับประทานสด การนำไปแปรรูป และราคาที่สูงที่สุดคือเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง รองลงมาคือของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเสาวรสที่มาจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ตามลำดับ



ภาพที่ 4.96 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวาน

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

เมื่อพิจารณาทัศนคติของผู้บริโภคเทียบกับเพศของผู้บริโภคจะพบว่า ทั้งเพศชาย และเพศหญิง ในภาพรวม คิดว่าเสาวรสหวานที่เหมาะสมสำหรับการนำไปรับประทานสด การนำไปแปรรูป และราคาที่สูงที่สุดคือ เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง รองลงมาคือของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเสาวรสที่มาจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานแยกตามเพศ

เพศ	ปัจจัย	สวพส.	โครงการหลวงฯ	อื่น ๆ
ชาย	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	1.91	2.40	1.68
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	2.02	2.30	1.66
	ราคาสูงที่สุด	1.86	2.36	1.76
หญิง	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	1.87	2.36	1.77
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	1.89	2.32	1.80
	ราคาสูงที่สุด	1.87	2.38	1.75

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

เมื่อพิจารณาร่วมกับช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุในภาพรวม คิดว่าเสาวรสหวานที่เหมาะสมสำหรับการนำไปรับประทานสด การนำไปแปรรูป และราคาที่สูงที่สุดคือ เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง รองลงมาคือของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเสาวรสที่มาจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานแยกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ปัจจัย	สวพส.	โครงการหลวงฯ	อื่น ๆ
ต่ำกว่า 30 ปี	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	1.94	2.21	1.84
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	2.01	2.17	1.81
	ราคาสูงที่สุด	2.00	2.23	1.74
31 – 60 ปี	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	1.79	2.46	1.75
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	1.85	2.36	1.79
	ราคาสูงที่สุด	1.75	2.45	1.80
60 ปี ขึ้นไป	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	2.00	2.45	1.55
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	1.98	2.45	1.56
	ราคาสูงที่สุด	1.87	2.44	1.69

ที่มา: จากแบบสอบถาม

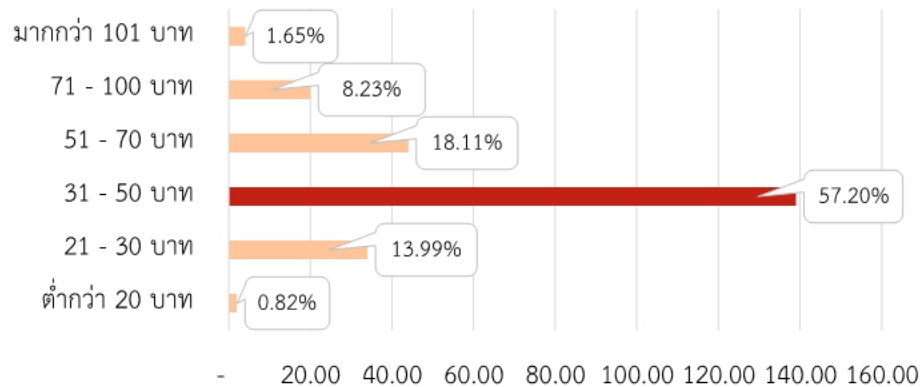
เมื่อพิจารณาร่วมกับอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุในภาพรวม คิดว่าเสาวรสหวานที่เหมาะสมสำหรับการนำไปรับประทานสด การนำไปแปรรูป และราคาที่สูงที่สุดคือ เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง โดยที่ผู้ที่ประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว และ อื่นๆ คิดว่าเสาวรสหวานที่เหมาะสมสำหรับการนำไปรับประทานสด การนำไปแปรรูป และราคาที่สูง รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง ในขณะที่ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และ พนักงานเอกชน คิดว่าเสาวรสหวานที่เหมาะสมสำหรับการนำไปรับประทานสด การนำไปแปรรูป และราคาที่สูง รองลงมาคือ เสาวรสที่มาจากแหล่งผลิตอื่น ๆ

ตารางที่ 4.12 ทักษณคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานแยกตามอาชีพ

อาชีพ	ปัจจัย	สวพส.	โครงการหลวงฯ	อื่น ๆ
นักเรียน/ นักศึกษา	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	2.00	2.26	1.74
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	1.91	2.22	1.87
	ราคาสูงที่สุด	2.07	2.24	1.65
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	1.72	2.43	1.85
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	1.83	2.36	1.81
	ราคาสูงที่สุด	1.72	2.36	1.91
พนักงาน เอกชน	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	1.78	2.43	1.78
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	1.87	2.30	1.83
	ราคาสูงที่สุด	1.61	2.43	1.96
ธุรกิจส่วนตัว	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	1.88	2.45	1.68
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	1.83	2.38	1.80
	ราคาสูงที่สุด	1.78	2.45	1.77
อื่นๆ	เหมาะสมสำหรับบริโภคสด	1.95	2.37	1.68
	เหมาะสมสำหรับแปรรูป	2.10	2.33	1.57
	ราคาสูงที่สุด	1.94	2.41	1.66

ที่มา: จากแบบสอบถาม

ทางด้านความเต็มใจจ่ายหรือราคาที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพื่อซื้อเสาวรสหวานพบว่าในภาพรวมราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายคือ 42.5 บาท/กิโลกรัม หากพิจารณาตามช่วงราคาจะพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเต็มใจจ่ายในการซื้อเสาวรสหวาน ณ ระดับราคาที่ 31 – 50 บาท/กิโลกรัม ร้อยละ 57.20 รองลงมาคือความเต็มใจจ่าย ณ ระดับราคาที่ 51 – 70 บาท/กิโลกรัม



ภาพที่ 4.97 ความชื่นชอบของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวาน

ที่มา: จากการแบบสอบถาม, 2563

4.5 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของเสาวรสของโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

4.5.1 การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของเสาวรส

ในการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของเสาวรสที่วางจำหน่ายในประเทศไทยด้วยหลักการตลาด 4P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประกอบกับการข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ในสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าที่วางจำหน่าย ผู้รวบรวม พ่อค้า/แม่ค้า (ค้าปลีก) และการสำรวจตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

เสาวรสถือเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย โดยในอดีตผู้บริโภคยังไม่รู้จักหรือเคยรับประทานเสาวรส และคิดว่าหรือมีความเชื่อว่าเสาวรสเป็นผลไม้ที่มีเฉพาะรสชาติเปรี้ยวเพียงอย่างเดียว แต่ในปัจจุบันเมื่อผู้บริโภคเริ่มมีการรับรู้เสาวรสเป็นผลไม้ที่สามารถรับประทานสดได้รวมถึงคุณประโยชน์ต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจรับประทานเสาวรสเพิ่มมากขึ้น ทั้งการบริโภคในรูปแบบผลสดหรือการนำไปแปรรูป เช่น น้ำปั่นเสาวรส เค้กเสาวรส เป็นต้น จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อของห้างสรรพสินค้าริมปีง พบว่า ปริมาณความต้องการเสาวรสหวานของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปัจจุบันเสาวรสที่นำมาวางจำหน่ายมีไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค

จากการสัมภาษณ์และการสำรวจตลาดพบว่า ในปัจจุบันเสาวรสที่วางจำหน่ายในตลาดมี 2 สายพันธุ์คือ เสาวรสหวานพันธุ์ RPF No.1 และเสาวรสหวานพันธุ์ไทนุญ โดยทั้ง 2 พันธุ์จะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันโดยมีผิวสีม่วง ขนาดของผลเส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร มีรสชาติหวาน

อมเปรี้ยว ซึ่งทั้ง 2 จะมีความแตกต่างกัน คือ ความเข้มข้นของสีและน้ำหนักของผลโดยพันธุ์ RPF No.1 จะมีน้ำหนักประมาณ 60 – 100 กรัม/ลูก ส่วนพันธุ์ไทนุงจะมีน้ำหนักประมาณ 40 – 80 กรัม/ลูก

ตารางที่ 4.13 ตารางเปรียบเทียบเสาวรสหวานที่วางจำหน่ายในตลาด

คุณลักษณะ	เสาวรสหวานพันธุ์ RPF No.1	เสาวรสหวานพันธุ์ไทนุง
สีผิว	- สีม่วง: ปานกลาง - เข้ม	- สีม่วง: อ่อน - ปานกลาง
ขนาด	- เส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร	- เส้นผ่าศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตร
น้ำหนัก	- 60 – 100 กรัม/ลูก	- 40 – 80 กรัม/ลูก
รสชาติ	- หวานอมเปรี้ยว	- หวานอมเปรี้ยว
แหล่งผลิต	- โครงการหลวง - สวพส.	- โครงการหลวง - สวพส. - เกษตรกรทั่วไป
ภาพตัวอย่าง		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

จากการสำรวจตลาดเสาวรสยังมีผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเสาวรสอื่น ๆ ที่วางจำหน่ายในตลาด เช่น น้ำเสาวรส เสาวรสดแช่แข็ง เนื้อเสาวรสแช่แข็ง เป็นต้น

ตารางที่ 4.14 ผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากเสาวรส

ลักษณะของสินค้า	ชนิดของสินค้า	ราคา
	เสาวรสด: เสาวรสหวานโครงการหลวง (Mango With Passion Fruit Spread) ที่มา: จากการสำรวจ	115.00 บาท/กิโลกรัม
	เสาวรสด: เสาวรสเข้มข้น 100% ขนาดบรรจุ 200 กรัม ที่มา: จากการสำรวจ	49 บาท/หน่วย

ลักษณะของสินค้า	ชนิดของสินค้า	ราคา
	น้ำเสาวรส: น้ำเสาวรส และน้ำผลไม้ผสมเสาวรส ที่มา: จากการสำรวจ	49 บาท/หน่วย
	น้ำเสาวรส: สิงห์ปาร์คเชียงรายน้ำเสาวรสพร้อมดื่ม 300มล ที่มา: จากการสำรวจ	49 บาท/หน่วย
	เสาวรส บดแช่แข็ง: Ponthier Passion Fruit Puree 1Kg ที่มา: จากการสำรวจ	385 บาท/หน่วย
	น้ำเสาวรส: น้ำเสาวรสไม่มีเมล็ดแช่แข็ง ตราเอโร่ 1000 ml ที่มา: จากการสำรวจ	159 บาท/หน่วย
	น้ำเสาวรส: น้ำเสาวรสมีเมล็ดแช่แข็ง ตราเอโร่ 1000 ml ที่มา: จากการสำรวจ	159 บาท/หน่วย

ลักษณะของสินค้า	ชนิดของสินค้า	ราคา
	เยลลี่เสาวรส: เยลลี่เสาวรสมีสวนผสม ของน้ำและเนื้อเสาวรส ที่มา: มูลนิธิโครงการหลวง	25 บาท/หน่วย
	ไอศกรีมเสาวรส: ไอศกรีมผสมเนื้อ เสาวรส ที่มา: มูลนิธิโครงการหลวง	49 บาท/หน่วย
	น้ำเสาวรส: น้ำเสาวรสปริมาณเต็มขวดแก้ว น้ำเสาวรส 33% ที่มา: มูลนิธิโครงการหลวง	35 บาท/หน่วย
	เสาวรสบดแห้ง: เสาวรสบดแห้ง ปริมาณ 100 กรัม ที่มา: ผลิตภัณฑ์ดอยคำ	80 บาท/หน่วย
	น้ำเสาวรส: น้ำเสาวรส 100 % ปริมาณ 250 มล. ที่มา: ผลิตภัณฑ์ดอยคำ	72 บาท/หน่วย
	น้ำเสาวรส: น้ำเสาวรสเข้มข้น ปริมาณ 500 มล. ที่มา: ผลิตภัณฑ์ดอยคำ	79 บาท/หน่วย
	มะม่วงผสมเสาวรสทาชนมปัง: มะม่วง ผสมเสาวรสทาชนมปัง ปริมาณ 220 กรัม ที่มา: ผลิตภัณฑ์ดอยคำ	80 บาท/หน่วย

ลักษณะของสินค้า	ชนิดของสินค้า	ราคา
	น้ำเสาวรส: น้ำเสาวรสผสมเนื้อเสาวรส ปริมาณ 250 มล. ที่มา: ศูนย์ประชาสัมพันธ์ OTOP ภาคเหนือ	35 บาท/หน่วย

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

2. ราคา (Price)

เสาวรสที่วางจำหน่ายในไทยมีหลากหลายราคาขึ้นอยู่กับคุณภาพของเสาวรส สถานที่จำหน่าย และบรรจุภัณฑ์ แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าเสาวรสหวานที่วางจำหน่ายในท้องตลาดจะมี 2 สายพันธุ์คือ พันธุ์ไทเนง และพันธุ์ RPF No.1 แต่ทั้ง 2 สายพันธุ์มีราคาจำหน่ายเท่ากัน เนื่องจากมีลักษณะภายนอกและรสชาติที่คล้ายคลึงกัน จากการสำรวจตลาด พบว่า คือ เสาวรสที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้ามีราคาสูงสุดเฉลี่ยเท่ากับ 80 – 120 บาท/กิโลกรัม (ราคาเสาวรสของโครงการหลวงที่วางขายในห้างสรรพสินค้าจะมีราคาสูงกว่าที่วางขายในร้านค้าโครงการหลวงเกือบเท่าตัว) รองลงมาคือ เสาวรสของโครงการหลวงมีราคาสูงสุดเฉลี่ยเท่ากับ 70 - 100 บาท/กิโลกรัม ถัดมาคือ เสาวรสที่วางจำหน่ายในตลาดโดยมีราคาเฉลี่ยเท่ากับ 30 – 50 บาท/กิโลกรัม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและสีผิว

จากการสำรวจตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง พบว่า เสาวรสที่นำเข้าจาก สปป.ลาว มีราคาจำหน่ายสูงสุดเท่ากับ 50 บาท/กิโลกรัม และต่ำสุดเท่ากับ 30 บาท/กิโลกรัม ซึ่งจะขึ้นอยู่กับขนาดและสีผิวของเสาวรส โดยหากเป็นสีเขียวราคาจะสูงกว่าสีม่วงเนื่องจากสามารถเก็บได้นานกว่าเป็นที่ต้องการของผู้ที่จะนำไปจำหน่าย

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบราคาจำหน่ายเสาวรส

ช่องทางจำหน่าย	ราคา (บาท/กิโลกรัม)
ร้านค้าโครงการหลวง	70 – 100
ห้างสรรพสินค้า	80 – 120
ตลาด	30 – 50
เสาวรสนำเข้า*	30 – 50

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

หมายเหตุ: *เสาวรสนำเข้าที่วางจำหน่ายในตลาดไทและสี่มุมเมือง จากประเทศเวียดนามและสปป.ลาว

3. สถานที่จำหน่าย (Places)

จากการสำรวจตลาดในประเทศ พบว่า สถานที่จัดจำหน่ายเสาวรสแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ (1) วางขายตามแผงผลไม้ในตลาดทั่วไป ซึ่งลักษณะการขายจะมีหลากหลายรูปแบบทั้ง

แบบเทกอง หรือขายแบบเป็นแพ็ค ขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลผลิต และ (2) วางขายในห้างสรรพสินค้า ซึ่งจากการสำรวจพบว่าเสาวรสที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้ามีลักษณะการวางขายเฉพาะแบบแพ็คเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์พบว่าสถานที่จำหน่ายไม่มีผลต่อราคาขายของเสาวรส โดยปัจจัยที่มีผลต่อราคาขายคือ คุณภาพของเสาวรส



ภาพที่ 4.98 การจำหน่ายเสาวรสในแผงผลไม้ในตลาด

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.99 เสาวรสดที่วางขายในแม็คโคร สาขาหางดง

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.100 เสาวรสดที่วางขายในแม็คโคร สาขาเชียงใหม่

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.101 เสาวรสสดที่วางขายในท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาเซ็นทรัลลาดพร้าว
ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.102 เสาวรสสดที่วางขายในท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาเซ็นทรัลลาดสวนแก้ว
ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.103 เสาวรสสดที่วางขายในท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต สาขาเซ็นทรัลแอร์พอร์ต พลาซ่า
ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.104 เสาวรสสดที่วางขายในร้านค้าโครงการหลวง สาขาคณะเกษตรศาสตร์ มช.

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563



ภาพที่ 4.105 เสาวรสสดที่วางขายในริมปั๋งซูเปอร์มาร์เก็ต สาขานิคมเดลี

ที่มา: จากการสำรวจ, 2563

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าปลีก เช่น ห้างสรรพสินค้าริมปั๋ง พ่อค้า/แม่ค้าในตลาดเมืองใหม่ ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดไท พบว่า การขายเสาวรส่วนใหญ่ไม่มีกิจกรรมการส่งเสริมการขาย เนื่องจากในปัจจุบันปริมาณของผลผลิตเสาวรไม่เพียงพอความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นต้องจัดกิจกรรมในการส่งเสริมการขาย

4.5.2 การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร (Diamond Model Analysis)

ในการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันของเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงโดยมีการนำเอาแบบจำลองเพชร Diamond Model ของ Porter

(1990, 1998) มาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านอุปสงค์ ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมที่สนับสนุน และด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขันของหน่วยผลิต และปัจจัยเสริมอีก 2 ด้านได้แก่ ด้านโอกาส และด้านรัฐบาล โดยจะเป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันเทียบกับสปป.ลาว และประเทศเวียดนาม

(1) ปัจจัยด้านการผลิต

ในด้านของปัจจัยการผลิตปัจจัยประกอบการพิจารณาได้แก่ พื้นที่เพาะปลูก เสาวรส ปริมาณผลผลิตเสาวรส และปริมาณผลผลิตต่อไร่ จากการวิเคราะห์ พบว่า เสาวรสจากต่างประเทศ (เวียดนาม) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 5 เสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในประเทศมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 และมูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.67

เนื่องจากเมื่อพิจารณาในด้านปริมาณผลผลิตของเสาวรสจากข้อมูลของ Food Outlook (2561) ในเรื่องของปริมาณการผลิตเสาวรสเฉลี่ยปี 2558-2560 พบว่า ประเทศเวียดนามมีปริมาณผลผลิตเป็นอันดับ 4 ของโลก โดยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 20,000 ตันต่อปี ในส่วนของประเทศไทย (รวมทั้งปริมาณผลผลิตของมูลนิธิโครงการหลวง สวพส. และแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ) มีปริมาณผลผลิตเป็นอันดับ 4 ของโลก โดยมีปริมาณผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 10,000 ตันต่อปี ในด้านของผลผลิตต่อไร่ จากการสัมภาษณ์เกษตรกรในพื้นที่ มูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. และแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศไทย พบว่าปริมาณผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของเกษตรกรประมาณ 1-5 ตันต่อไร่ ขึ้นอยู่กับปัจจัยการผลิตต่างๆ โดยเฉพาะปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือแหล่งน้ำ ในขณะที่ประเทศเวียดนามมีผลผลิตเฉลี่ย 3.25 ตัน / ไร่ (<https://nhandan.com.vn/>)

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการผลิต

รายการ	มูลนิธิโครงการหลวง และ สวพส.	แหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ	ต่างประเทศ
พื้นที่เพาะปลูก	2	3	5*
ปริมาณผลผลิต	2	3	5
ปริมาณผลผลิตต่อไร่	4	4	5
รวม	2.67	3.33	5

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563

หมายเหตุ: * คะแนนพื้นที่เพาะปลูกอ้างอิงจากปริมาณผลผลิต

(2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขันของหน่วยผลิต

ในด้านของปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขันของหน่วยผลิตปัจจัยประกอบการพิจารณาได้แก่ ราคาขายเสาวรส คุณภาพของผลเสาวรส และเครือข่ายการค้า ซึ่งจาก

การวิเคราะห์พบว่า เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง และ สวพส. มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4 รองลงมาคือเสาวรจากต่างประเทศ และเสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ในประเทศ โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

เนื่องจากเมื่อพิจารณาปัจจัยในด้านของราคา พบว่า ราคาขายเฉลี่ยของเสาวรมูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. มีราคาสูงกว่าราคาขายของเสาวรจากแหล่งอื่นๆ ขณะที่ราคาขายเฉลี่ยของเสาวรแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ และเสาวรจากต่างประเทศ มีราคาขายไม่แตกต่างกัน ในส่วนของคุณภาพพบว่า มูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. มีคุณภาพที่ดีกว่าเสาวรจากแหล่งอื่นๆ เนื่องจากการกำหนดมาตรฐานของเสาวรที่จะนำมาจำหน่ายไว้อย่างชัดเจน รองลงมาคือเสาวรจากต่างประเทศ (ลาวและเวียดนาม) ซึ่งมีขนาดและสีผิวใกล้เคียงกับเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. แต่มีรสชาติที่หวานน้อยกว่า

ด้านเครือข่ายการค้าในประเทศไทย พบว่า มูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. และแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ มีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทาง ทั้งแบบออนไลน์ ตลาดค้าปลีก ตลาดค้าส่ง Modern Trade ห้างสรรพสินค้า และมีบางส่วนที่ส่งออกไปยังต่างประเทศ (แบบตู้คอนเทนเนอร์) ขณะที่เสาวรของต่างประเทศในไทย จากการสำรวจพบว่าตลาดหลักที่นำเข้ามาคือตลาดค้าส่งรายใหญ่ ได้แก่ตลาด สีมุมเมือง และตลาดไท และจากการสัมภาษณ์ผู้ค้าส่งในตลาดดังกล่าวพบว่าผลผลิตดังกล่าวจะมีพ่อค้าปลีกมารับซื้อไปวางจำหน่ายต่อ และมีบางส่วนซื้อไปเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ (ลักษณะการส่งออกแบบกล่อง)

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขันของหน่วยผลิต

รายการ	มูลนิธิโครงการหลวง และ สวพส.	แหล่งผลิตอื่น ๆ ใน ประเทศ	ต่างประเทศ
ราคา	3	4	4
คุณภาพ	5	2	4
เครือข่ายการค้า	4	4	2
รวม	4	3.33	3.33

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563

(3) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมที่สนับสนุน

ในด้านของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมที่สนับสนุน ปัจจัยที่ใช้ประกอบการพิจารณาได้แก่ การแปรรูปผลิตภัณฑ์เสาวร และการขนส่ง โดยจากผลการวิเคราะห์พบว่า เสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. มีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดโดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4

รองลงมาคือเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในประเทศมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.5 และเสาวรสจากต่างประเทศมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.5

เนื่องจากเมื่อพิจารณาในการของการแปรรูป พบว่า เสาวรสของ มูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเสาวรสอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของเสาวรสของแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ จากการสำรวจพบว่ามีกานำเสาวรสไปแปรรูปเป็นผลผลิตภัณฑ์ 2 ผลผลิตภัณฑ์หลักๆคือ เนื้อเสาวรสแช่แข็ง และน้ำเสาวรส และ เสาวรสของต่างประเทศจากการสำรวจพบว่าพ่อค้าแม่ค้าที่รับซื้อเสาวรสของต่างประเทศจากตลาดค้าส่ง จะนำเสาวรสดังกล่าวไปขายต่อและบางส่วนจะนำไปแปรรูปเป็นน้ำผลไม้ปั่นและน้ำเสาวรสบรรจุขวดซึ่งมีสัดส่วนไม่มากนัก

ด้านการขนส่งเสาวรส พบว่า มูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. มีต้นทุนการขนส่งสูงกว่าเสาวรสในพื้นที่อื่นๆ ในประเทศเนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกอยู่ไกลและเดินทางลำบาก แต่เมื่อขนส่งมาถึงจุดรวบรวมแล้วการขนส่งก็ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมที่สนับสนุน

รายการ	มูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส.	แหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ	ต่างประเทศ
การแปรรูป	5	3	1
การขนส่ง	3	4	2
รวม	4	3.5	1.5

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563

(4) ปัจจัยด้านอุปสงค์

ในด้านของปัจจัยด้านอุปสงค์ปัจจัย ปัจจัยที่ใช้ประกอบการพิจารณาได้แก่ ทักษะและรสนิยมของผู้บริโภค จากการทดสอบทักษะและรสนิยมของผู้บริโภคเสาวรสเปรียบเทียบระหว่างมูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. และแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ พบผู้บริโภคมีทักษะที่ดีกับเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ เสาวรสของ สวพส. และแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศตามลำดับ และจากการสัมภาษณ์ผู้ค้าส่งที่ขายเสาวรสพบว่าผู้บริโภคชื่นชอบเสาวรสที่มาจากโครงการหลวงเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือเสาวรสจากต่างประเทศและเสาวรสจากแหล่งอื่นๆ ในประเทศตามลำดับ โดยจากผลจากการวิเคราะห์พบว่าเสาวรสจากมูลนิธิโครงการหลวงและ สวพส. มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 5 และเสาวรสจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3 และเสาวรสจากต่างประเทศมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอุปสงค์

รายการ	มูลนิธินิโครการหลวงและ สวพส.	แหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ	ต่างประเทศ
ทัศนคติและรสนิยมของผู้บริโภค	5	3	4
รวม	5	3	4

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563

(5) ปัจจัยด้านโอกาสและรัฐบาล

ในด้านปัจจัยโอกาสและรัฐบาล โดยผลจากการวิเคราะห์พบว่าเสาวรจากมูลนิธินิโครการหลวงและ สวพส. มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4 รองลงมาคือเสาวรจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.5 และเสาวรจากต่างประเทศมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3 ซึ่งพิจารณาในปัจจัยด้านโอกาสพบว่าเสาวรจากทั้ง 3 แหล่งมีคะแนนเท่ากัน เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจในการรับประทานเสาวรมากขึ้นดังนั้นมีโอกาสค่อนข้างสูงที่ตลาดจะขยายตัวเพิ่มขึ้นในส่วนของปัจจัยด้านรัฐบาลเนื่องจากมูลนิธินิโครการหลวงและ สวพส. มีเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการเพาะปลูกเสาวรดังนั้นมีขีดความสามารถในเรื่องของบุคลากรในขณะที่เสาวรจากแหล่งอื่น ๆ ในประเทศส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรเพาะปลูกกันเองไม่มีหน่วยงานที่เข้าไปสนับสนุนหรือให้การช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ

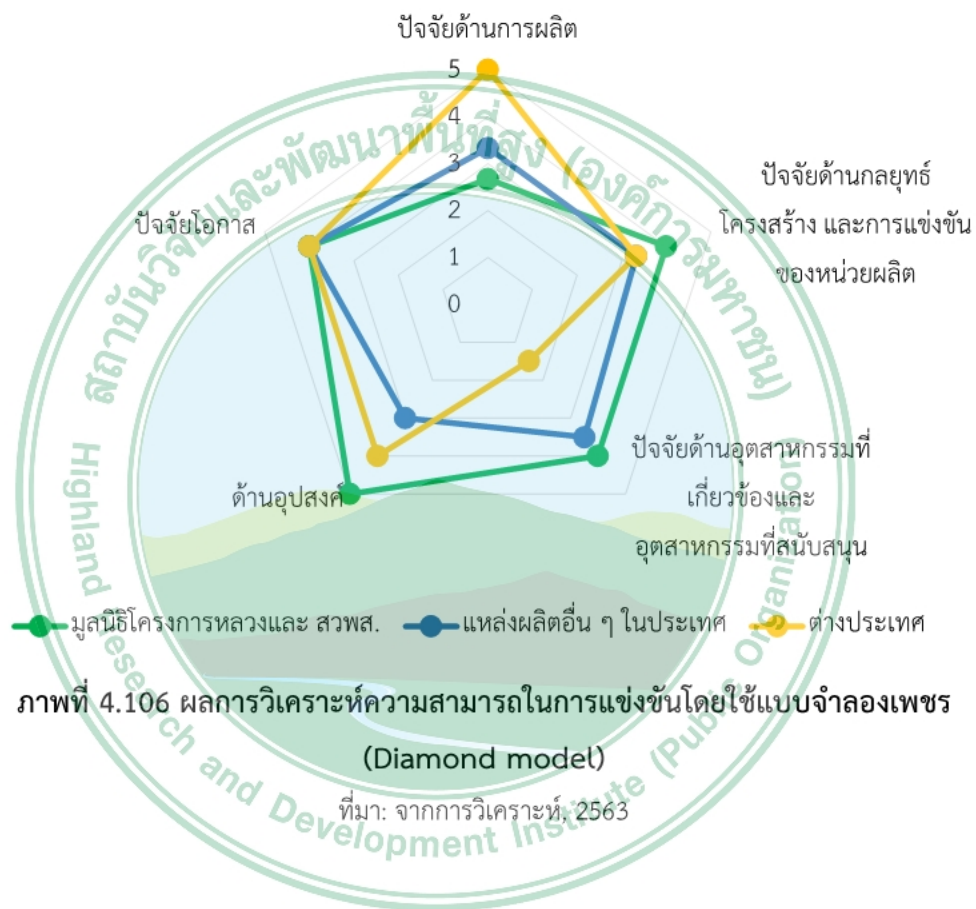
ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านโอกาสและรัฐบาล

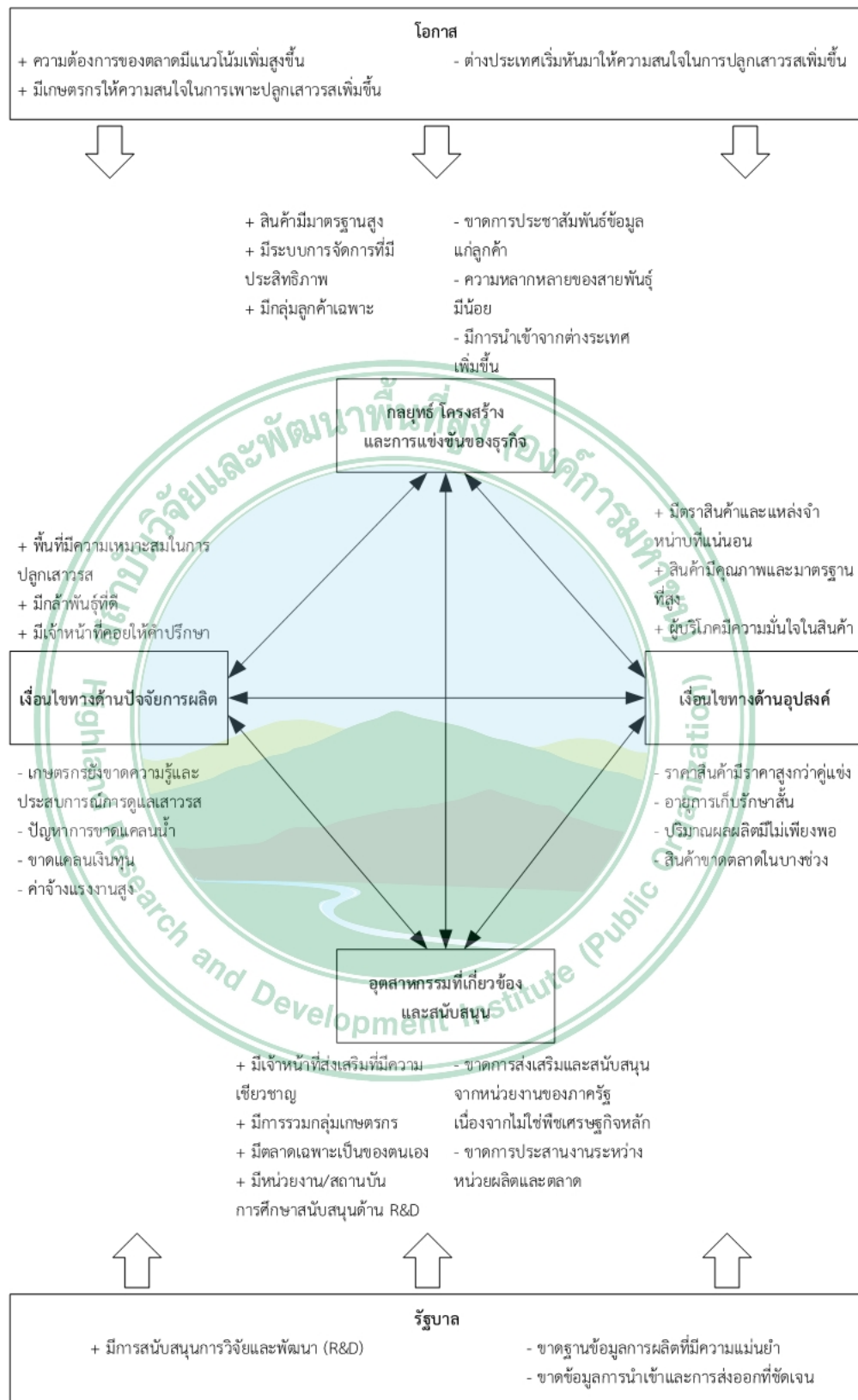
	มูลนิธินิโครการหลวงและ สวพส.	แหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ	ต่างประเทศ
โอกาส	4	4	4
รัฐบาล	4	3	1
รวม	4	3.5	2.5

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563

จากผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แบบจำลองเพชร (Diamond model) พบว่าเสาวรที่มีความสามารถทางการแข่งขันมากที่สุดคือเสาวรจากมูลนิธินิโครการหลวงและ สวพส. โดยมีคะแนนเท่ากับ 3.95 ซึ่งจุดแข็งของเสาวรจากมูลนิธินิโครการหลวงและ สวพส. คือคุณภาพของผลผลิต และมีตลาดเฉพาะของตนเอง ในส่วนของจุดอ่อนคือ ราคาของเสาวรค่อนข้างสูง และปริมาณผลผลิตค่อนข้างน้อย รองลงมาคือ เสาวรจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศโดยมีคะแนนเท่ากับ 3.36 โดยที่จุดแข็งของเสาวร แหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศคือ ราคาถูก และมีปริมาณผลผลิตมาก แต่จะมีจุดอ่อนในเรื่องของคุณภาพผลผลิตที่ยังต่ำกว่าเสาวรของมูลนิธินิโครการหลวง

และ สวพส. และเสาวรสจากต่างประเทศ และสุดท้ายคือเสาวรสจากต่างประเทศมีคะแนนเท่ากับ 3.14 โดยที่จุดแข็งของเสาวรสจากต่างประเทศคือ ปริมาณการผลิตที่มีจำนวนมากกว่าประเทศไทย คุณภาพของเสาวรสค่อนข้างดีและมีราคาถูก แต่อย่างไรก็ตามจุดอ่อนของเสาวรสจากต่างประเทศคือ อุตสาหกรรมสนับสนุน เช่น การแปรรูปเสาวรส ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลในเบื้องต้นพบว่า เสาวรสที่นำเข้าจากสปป.ลาว และเวียดนามเกือบทั้งหมดจะถูกนำเข้ามายังตลาดค้าส่งในประเทศในรูปแบบของเสาวรสด





ภาพที่ 4.107 การวิเคราะห์ Diamond Model เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงและสวพส.

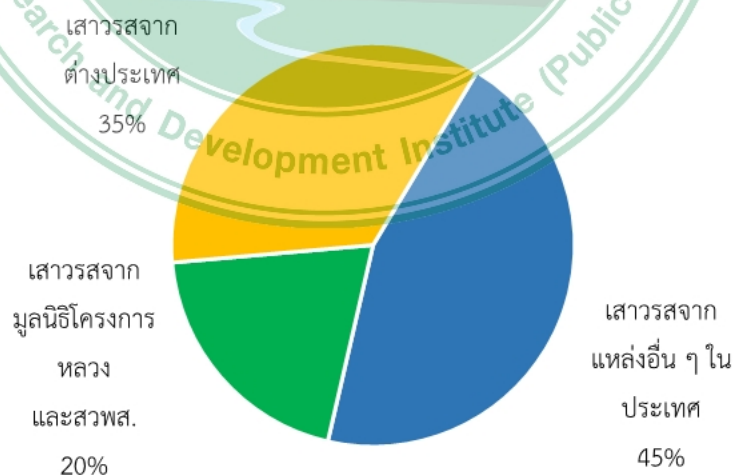
ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563

4.5.3 การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดเสาวรสวน (Market Structure Analysis)

ในการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดเสาวรสวนจะใช้แนวคิดการวิเคราะห์การกระจุกตัวของตลาด โดยใช้วิธีการคำนวณหาอัตราการกระจุกตัวบางส่วน (Concentration Ratio) และการวัดการกระจุกโดยรวม HHI (Herfindahl Hirschman Index) ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลในการครอบครองตลาด และสามารถจำแนกประเภทของตลาดเสาวรสวนในประเทศไทยได้

(1) การวิเคราะห์อัตราการกระจุกตัวบางส่วน (Concentration Ratio)

ปัจจุบันตลาดเสาวรสวนในประเทศไทยจะมาจาก 3 แหล่งผลิตหลัก ๆ ได้แก่ มูลนิธิโครงการหลวง และสวพส. แหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศไทย และนำเข้าจากต่างประเทศซึ่งประเทศที่เป็นผู้ผลิตเสาวรสวนคือ สเปน, ลาว และประเทศเวียดนาม โดยจากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องพบว่า เสาวรสวนจากต่างประเทศเริ่มมีการนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยอย่างชัดเจนช่วงปลายปี 2557 ซึ่งเป็นการนำเข้ามาจาก สเปน, ลาว โดยผู้ประกอบการค้าส่งที่ตลาดไทและตลาดสี่มุมเมือง เนื่องจากผลผลิตเสาวรสวนของไทยขาดตลาด หลังจากนั้นก็เริ่มมีการนำเข้าเสาวรสวนจาก สเปน, ลาว เข้ามาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากคุณภาพมีความใกล้เคียงหรือดีกว่าเสาวรสวนของไทย และมีราคาโดยเฉลี่ยที่ถูกกว่าเสาวรสวนไทย จึงทำให้ผู้ประกอบการค้าส่งของไทยมีการนำเข้าเสาวรสวนจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีส่วนต่างของราคาขายที่มากกว่า โดยในตลาดเสาวรสวนในประเทศไทยสามารถจำแนกผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า และผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไป ซึ่งทั้ง 2 ประเภทจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของคุณภาพและราคาจำหน่าย



ภาพที่ 4.108 ส่วนแบ่งการตลาดเสาวรสวนในประเทศไทย

ที่มา: จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาด สวพส. และผู้ประกอบการค้าส่งเสาวรสวนในประเทศไทย, 2563.

หมายเหตุ: ส่วนแบ่งการตลาดเป็นตัวเลขที่ได้จากการประมาณการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดเสาวรสวนของประเทศไทย ได้แก่ ผู้ประกอบการค้าส่ง/ปลีก ผู้รวบรวม เจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาด

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาดของ สวพส. และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางด้าน การตลาดของเสาวรสหวานในประเทศไทยพบว่า ส่วนแบ่งการตลาดของเสาวรสหวานในประเทศไทย สามารถแบ่งได้ดังนี้ เสาวรสจากแหล่งผลิตอื่น ๆ ในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 45 เสาวรสจาก ต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 30 และเสาวรสจากมูลนิธิโครงการหลวง และสวพส. คิดเป็นร้อยละ 25

ในการคำนวณหาอัตราการกระจุกตัวบางส่วน (Concentration Ratio) จะเป็นการพิจารณาถึงผู้ผลิตบางส่วนในตลาด โดยจะใช้ผู้รายใหญ่เพียงไม่กี่ราย โดยในการคำนวณครั้งนี้จะ ใช้ผู้ผลิตจำนวน 2 รายคือ เสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ของประเทศ และเสาวรสจากต่างประเทศ ด้วยวิธี นี้จะเป็นการหาส่วนแบ่งตลาดของผู้ผลิตจำนวน n ราย ว่าเป็นสัดส่วนเท่าไรของตลาดทั้งหมดโดยค่า ของอัตราส่วนมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (Uttol, 1970: 71)

ตารางที่ 4.21 เกณฑ์ในการวัดระดับดัชนี CR

CR อยู่ระหว่าง 0 – 0.30	การกระจุกตัวต่ำ
CR อยู่ระหว่าง 0.31 – 0.70	การกระจุกตัวปานกลาง
CR อยู่ระหว่าง 0.71 – 1.00	การกระจุกตัวสูง

ที่มา: วิไลวรรณ วรรณนิธิกุล, 2530

สำหรับผลการวิเคราะห์อัตราการกระจุกของผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 ราย (CR 2) ในเบื้องต้น เนื่องจากข้อมูลของกรมส่งเสริมการเกษตรไม่สามารถระบุสายพันธุ์ของเสาวรสว่า เป็นพันธุ์หวานและพันธุ์เปรี้ยวได้ ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาด เสาวรสหวานของประเทศไทย ทั้งในส่วนของการเกษตร ผู้รวบรวมผลผลิต ผู้ประกอบการค้าส่ง/ปลีก เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตร และเจ้าหน้าที่ฝ่ายตลาด เพื่อใช้ในการประมาณส่วนแบ่งการตลาดของผู้ประกอบการแต่ละราย โดยเมื่อนำมาคำนวณอัตราการกระจุกตัวพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.80 หมายถึง ตลาดมีการกระจุกตัวที่สูง

(2) การวัดการกระจุกโดยรวม HHI (Herfindahl Hirschman Index)

ในการวิเคราะห์โครงสร้างตลาดเสาวรสหวานโดยใช้ดัชนี HHI จะเป็นการคำนึงถึง ผู้ผลิตทุกรายที่อยู่ในตลาด โดยข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณดัชนี HHI ได้มาจากการสัมภาษณ์ เกษตรกร ผู้รวบรวมผลผลิต ผู้ประกอบการค้าส่ง/ปลีก เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตร และเจ้าหน้าที่ฝ่าย ตลาด โดยมีเกณฑ์ในการวัดดังนี้

ตารางที่ 4.22 เกณฑ์การวัดดัชนี HHI

ดัชนี HHI	ความหมาย
HHI < 0.01	แสดงว่ามีผู้ผลิตขนาดเล็กจำนวนมากในอุตสาหกรรมเป็นตลาดแข่งขันสมบูรณ์
0.02 < HHI < 0.10	แสดงว่าตลาดมีการกระจุกตัวต่ำ
0.11 < HHI < 0.18	แสดงว่าตลาดมีการกระจุกตัวปานกลาง

$0.19 < HHI < 0.99$	แสดงว่าตลาดมีการกระจุกตัวสูง
$HHI > 1.00$	แสดงว่าตลาดมีผู้ผลิตรายเดียว เป็นตลาดผูกขาด

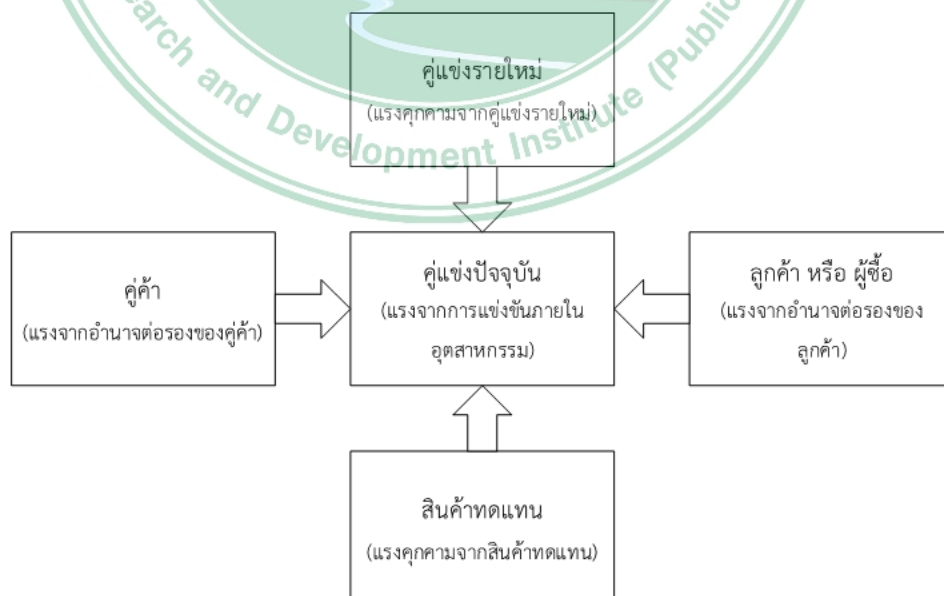
ที่มา: วิไลวรรณ วรรณนิกุล, 2538

สำหรับผลการวิเคราะห์ดัชนี HHI ในตลาดเสาวรสบพบว่า มีค่าเท่ากับ 0.64 แสดงให้เห็นว่าตลาดเสาวรสบในประเทศไทยมีการกระจุกตัวสูง ทั้งนี้สาเหตุอาจจะมาจากการที่ผู้ผลิตจำนวนน้อยรายจึงทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของแต่ละรายมีปริมาณมาก

4.5.4 การวิเคราะห์แบบจำลองแรงผลักดันในการแข่งขัน 5 ประการ (Five Competitive Forces Model Analysis)

Five Forces Model คือ เครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์สภาวะการแข่งขันทางการตลาดของ Michael Potter ซึ่งเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยเครื่องมือนี้ถูกนำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาดที่เรากำลังดำเนินธุรกิจอยู่ หรือกำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพตลาดที่เป็นอยู่ โดยแบ่งปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์เป็น 5 ปัจจัยที่มีแรงกระทำกับธุรกิจโดยตรง ดังนี้คือ

1. ภัยคุกคามจากผู้ประกอบการหน้าใหม่ (Threat of Entry) โดยจะพิจารณาว่าในอุตสาหกรรม มีข้อได้เปรียบหรือความได้เปรียบในการตอบสนองปริมาณการซื้อลูกค้า มีต้นทุนเทคโนโลยีการผลิตต่ำ มีช่องทางการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมมาก สามารถทำให้เกิดภัยคุกคามจากผู้ประกอบการหรือนักลงทุนหน้าใหม่หรือไม่



ภาพที่ 4.109 แบบจำลองการวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (5 Forces Model)

ที่มา: พัฒนาจาก NIDAGURU, 255

2. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (The Power of Buyer) โดยพิจารณาว่า ผู้ซื้อนั้นเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ที่ควบคุมตลาด ผู้ซื้อที่มีผู้ขายรายอื่น ๆ สนับสนุน ผู้ซื้อที่มีทางเลือกในการตัดสินใจมาก การปรับเปลี่ยนผู้ขายทำให้เกิดผลกระทบต่อต้นทุนผู้ซื้อ ทำให้เกิดอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อหรือไม่อย่างไร

3. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (The Power of Supplier) โดยพิจารณาว่าการปรับเปลี่ยนผู้ขายทำให้เกิดผลกระทบต่อต้นทุนผู้ซื้อ ผู้ขายมีตราสินค้าที่มีความแข็งแกร่ง การร่วมมือของผู้ขายทำให้เกิดอำนาจการต่อรองต่อผู้ซื้ออย่างไร

4. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes) โดยพิจารณาว่า มีสินค้าที่สามารถทดแทนได้หรือไม่ สินค้าทดแทนมีลักษณะและคุณสมบัติที่ดีกว่า ความจำเป็นต่อผู้ใช้สินค้า สามารถทำให้เกิดภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนได้มากน้อยแค่ไหน

5. ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry) โดยพิจารณาว่า คู่แข่งขันมีความสามารถในการควบคุมตลาดทั้งผู้ซื้อสินค้าและผู้ขายปัจจัยการผลิตทำให้ผู้แข่งขันมีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมมากน้อยเพียงใด

ความเข้มแข็งของปัจจัยทั้ง 5 (5 Forces Model) บ่งบอกถึงโอกาส และเป็นข้อจำกัดของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจต้องหาตำแหน่งในอุตสาหกรรมที่สามารถอิทธิพลเหนือปัจจัยทั้ง 5 เพื่อหาความได้เปรียบในการแข่งขันและการลดความเสี่ยงของตนเองได้ และเพื่อประเมินว่าบริษัทนั้นมีความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวหรือไม่

1. ภัยคุกคามจากผู้ประกอบการหน้าใหม่ (Threat of Entry)

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเสาวรส หมายถึง เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส ส่วนสินค้าคือ เสาวรส การเพิ่มขึ้นของจำนวนเกษตรกรจะส่งผลให้ปริมาณผลผลิตเสาวรสในตลาดเพิ่มขึ้น ราคาผลผลิตโดยเฉลี่ยลดลง จากการสำรวจและการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในด้านการผลิตและการตลาดพบว่า แนวโน้มตลาดเสาวรสในอนาคตมีการเติบโตขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภค โดยในปัจจุบันเสาวรสมีวางจำหน่ายในตลาดตลอดทั้งปี จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าส่งที่ตลาดไทและตลาดศรีเมือง พบว่า เสาวรสที่นำมาวางจำหน่ายมาจาก 2 แหล่งคือ ทางภาคเหนือของไทยและนำเข้าจาก สปป.ลาว ซึ่งผู้ประกอบการกล่าวว่า จะเลือกรับเสาวรสจากของในประเทศก่อน หากสินค้าภายในประเทศหมดจึงจะสั่งจาก สปป.ลาว เข้ามา เนื่องจากความต้องการเสาวรสมีตลอดทั้งปี ในส่วนของอำนาจในการผูกขาดตลาดเนื่องจากเป็นสินค้าเกษตรทำให้การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่เป็นไปได้ง่าย

2. อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ (The Power of Buyer)

ในส่วนของอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อในตลาดเสาวรส ผู้ซื้อถือเป็นผู้ที่มีอำนาจค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นตลาดผู้ขายมากมายและสินค้ามีความคล้ายคลึงกัน ดังนั้นผู้ซื้อจึงมีอำนาจใน

การต่อรองการซื้อขายกับผู้ขายได้มาก จากการสัมภาษณ์และสำรวจตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดศรีเมือง พบว่า ราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าค่อนข้างสูง แต่สำหรับร้านค้าโครงการหลวง พบว่า ผู้ซื้อส่วนไม่ได้ตัดสินใจซื้อสินค้าจากราคาขาย แต่จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก

3. อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต (The Power of Supplier)

ปัจจัยการผลิต หมายถึง กล้าพันธุ์ ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืช โดยจากการสัมภาษณ์และการสำรวจพบว่า เกษตรกรในแต่ละพื้นที่จะมีแหล่งในการซื้อปัจจัยการผลิตที่แตกต่างกัน

เกษตรกรของโครงการหลวง/สวพส.: ในส่วนของกล้าพันธุ์เสาวรสจะซื้อจากโครงการหลวงเท่านั้น เนื่องจากเป็นพันธุ์ที่ได้มาตรฐานและปราศจากโรค นอกจากนี้ทางโครงการหลวงจะรับซื้อผลผลิตเฉพาะกับเกษตรกรที่อยู่ในเครือข่ายเท่านั้น โดยเกษตรกรและโครงการหลวงมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ในส่วนของปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืช จากการสัมภาษณ์พบว่า เกษตรกรใช้ ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืช จากร้านค้าขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทั่วไปซึ่งมีลักษณะเป็นตลาดผู้ขายมากมาย ดังนั้นเกษตรกรจึงมีทางเลือกในการซื้อปัจจัยการค่อนข้างสูง

เกษตรกรพื้นราบ: จากการสัมภาษณ์เกษตรกรที่เพาะปลูกเสาวรสในพื้นที่พบพบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรบริเวณภาคเหนือจะซื้อกล้าพันธุ์จากผู้ประกอบการที่ผลิตกล้าพันธุ์ขายและทำหน้าที่เป็นผู้รวบรวมผลผลิตด้วย ส่วนของเกษตรกรในภูมิภาคอื่น ๆ พบว่า เกษตรกรจะใช้วิธีการเพาะเมล็ดพันธุ์เอง โดยเกษตรกรจะเก็บผลผลิตส่วนหนึ่งไว้สำหรับทำพันธุ์ในปีถัดไป สำหรับปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืช จากการสัมภาษณ์พบว่า เกษตรกรใช้ ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืช จากร้านค้าขายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทั่วไป ดังนั้นเกษตรกรจึงมีทางเลือกในการซื้อปัจจัยการค่อนข้างสูง

4. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)

สินค้าทดแทน ในที่นี้หมายถึงเสาวรสที่ถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศ ได้แก่ สปป.ลาว เวียดนาม ซึ่งเสาวรสเหล่านี้จะถูกนำเข้ามาจำหน่ายในไทยโดยผู้ประกอบการค้าส่งที่ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง และตลาดศรีเมือง ในช่วงที่เสาวรสจากแหล่งผลิตภายในประเทศขาดตลาด

เสาวรสโครงการหลวง และ สวพส. : ผลผลิตพันธุ์เสาวรสของโครงการหลวงจะเป็นผลผลิตที่มีคุณภาพที่ค่อนข้างสูงทั้งในเรื่องของความหวาน ขนาดผล และสีผิว ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของโครงการหลวงที่ทำให้ผลผลิตเสาวรสจากแหล่งอื่นเข้ามาทดแทนในตลาดค่อนข้างยาก เนื่องจากเสาวรสที่มาจากต่างประเทศจะมีคุณภาพที่ต่ำกว่าของโครงการหลวง

เสาวรสพื้นราบ: โดยทั่วไปเสาวรสที่วางจำหน่ายในประเทศทั่วไปจะมีคุณภาพที่ใกล้เคียงกับเสาวรสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ หรือในบางครั้งเสาวรสที่นำเข้ามาก็จะมีคุณภาพที่ดีกว่าเสาวรสที่วางจำหน่ายในไทยทั่วไป โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการค้าส่ง พบว่า พ่อค้า/แม่ค้าขายส่งของไทยส่วนใหญ่จะมองว่าเสาวรสที่นำเข้ามาจากต่างประเทศจะมีคุณภาพที่ดีกว่า

เสาวรสของไทยทั้งในเรื่องของขนาด ความหวาน สีผิว และที่สำคัญคือราคาเท่ากับเสาวรสของไทยหรือต่ำกว่าในบางช่วง

5. ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม (Competitive Rivalry)

ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือระดับการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความรุนแรงในการแข่งขัน คือ จำนวนเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรส

เสาวรสโครงการหลวง และสวพส.: เนื่องจากการรับซื้อผลผลิตของโครงการหลวงฯ จะรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่การส่งเสริม หรือเกษตรกรที่อยู่ในเครือข่ายของโครงการหลวงฯ เท่านั้น และในส่วนของกรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากการสำรวจร้านค้าโครงการหลวง และร้านค้าหรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ พบว่า ผลิตภัณฑ์เสาวรสจะมีคุณภาพที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์เสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ทั้งในแง่ของรสชาติ สีผิว และขนาด จึงทำให้ผลิตภัณฑ์เสาวรสสามารถขายได้ในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด

เสาวรสที่ราบ: ในปัจจุบันจากการทบทวนข้อมูลของกรมส่งเสริมการเกษตร และการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตรในพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกเสาวรส ได้แก่ อำเภอลำปางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ อำเภอด่านซ้าย อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย พบว่าจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสมีน้อย ส่งผลทำให้ผลผลิตเสาวรสมีน้อยตามลำดับ โดยปัญหาที่สำคัญคือพ่อค้าคนกลางในหลายระดับ จึงส่งผลให้เกษตรกรมักโดนกดราคารับซื้อผลผลิต ประกอบเสาวรสของในแต่ละพื้นที่จะออกสู่ท้องตลาดในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกันส่งผลให้ผลผลิตเกิดการล้นตลาดและราคารับซื้อถูกลง

ปัจจัย	โครงการหลวง-และสวพส.	เสาวรสในพื้นที่ราบ
1. สภาวะการแข่งขัน	+ มีจำนวนเกษตรกรและผลผลิตไม่มาก ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดต่ำ	+ มีจำนวนเกษตรกรและผลผลิตไม่มาก ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดต่ำ
2. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ	+ อำนาจการต่อรองของผู้บริโภคค่อนข้างต่ำ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ชัดเจนในแง่ของคุณภาพ	- ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองสูง เนื่องจากปริมาณผลผลิตมีมาก และมีคุณภาพที่ใกล้เคียงกัน
3. ด้านอำนาจการต่อรองของผู้ขายการผลิต	- เกษตรกรต้องใช้กลาพันธุ์จากโครงการหลวงเท่านั้น + ในตลาดปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชมีการแข่งขันสูง ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกค่อนข้างมาก	+ เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้วิธีการเพาะเมล็ดเอง + ในตลาดปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชมีการแข่งขันสูง ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกค่อนข้างมาก

4. ด้านสินค้าทดแทน	+ สินค้าอื่นเข้ามาทดแทนได้ยาก เนื่องจากผลผลิตมีคุณภาพสูง - ราคาของผลผลิตค่อนข้างสูง - ปริมาณของสินค้าน้อยไม่เพียงพอ กับความต้องการของตลาด	- มีผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศเข้ามา ทดแทนได้ง่าย เนื่องจากมีคุณภาพที่ ดีกว่า และมีราคาใกล้เคียงกัน
5. ด้านคู่แข่งรายใหม่	+ การเข้ามาแข่งขันเป็นเรื่องยาก เนื่องจากผลผลิตมีมาตรฐานที่สูง + ภาพลักษณ์ของผลผลิตในสายตา ผู้บริโภคค่อนข้างดี + โครงสร้างของเครือข่ายมีความ เข้มแข็ง	- เทคโนโลยีการผลิตต่ำ สามารถเข้าสู่ ตลาดได้ง่าย - เกษตรกรรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาด ได้ง่าย เนื่องจากมีพ่อค้าคนกลางมาก และหลากหลายระดับ

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563



ภาพที่ 4.110 การวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (5 Forces Model)

ผลิตภัณฑ์เสาวรสมูลนิธิโครงการหลวง และสวส.

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563



ภาพที่ 4.111 การวิเคราะห์การแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (5 Forces Model)

ผลิตภัณฑ์เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง และสวพส.

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563

4.5.5 การวิเคราะห์ SWOT

ในการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันของเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ได้มีการกำหนดมุมมองการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต และด้านการตลาด โดยผลจากการวิเคราะห์แสดงดังนี้

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ SWOT เสาวรสหวานของมูลนิธิโครงการหลวง และสวพส.

มุมมอง	ผลการวิเคราะห์ SWOT	
	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ด้านการผลิต	+ พื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสม + มีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมคอยให้คำปรึกษาในการผลิต + มีกล้าพันธุ์ที่ได้มาตรฐาน	- เกษตรกรยังขาดประสบการณ์การปลูกเสาวรส - เกษตรกรยังมีความรู้ในด้านการดูแลเสาวรสค่อนข้างน้อย - เกษตรกรขาดในเรื่องของเงินทุน

	โอกาส	อุปสรรค
	+ มีเกษตรกรให้ความสนใจในการปลูกเสาวรสเพิ่มขึ้น	- ต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่สูง - ปัญหาเรื่องการขาดแคลนน้ำ
ด้านการตลาด	จุดแข็ง	จุดอ่อน
	+ มีตราสินค้า + สินค้ามีคุณภาพและมาตรฐานที่สูง + มีช่องทางการจำหน่ายเป็นของตนเองอย่างชัดเจน	- ปริมาณผลผลิตมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค - สินค้าขาดตลาดในบางช่วง ทำให้เป็นโอกาสของสินค้าจากแหล่งอื่น - ราคาของสินค้าค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
	โอกาส	อุปสรรค
	+ ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคเสาวรสหวานเพิ่มขึ้น + ผู้บริโภคเชื่อมั่นและให้การยอมรับในตัวตราสินค้า	- มีเสาวรสหวานจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

ที่มา: จากการวิเคราะห์, 2563



บทที่ 5

วิจารณ์ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยในบทที่ 4 สามารถวิจารณ์ผลการวิจัยเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพการผลิตและการตลาดเสาวรสมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยแบ่งเป็น 4 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย 1) ด้านการผลิต 2) ด้านการตลาด 3) ความแตกต่างของผลผลิตเสาวรสมูลนิธิจากแหล่งต่าง ๆ และ 4) ความสามารถทางการแข่งขัน

5.1 ด้านการผลิต

ในประเด็นด้านการผลิตจะแบ่งแหล่งผลิตเสาวรสมูลนิธิออกเป็น 3 แหล่งผลิต ประกอบด้วย (1) มูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (2) แหล่งผลิตบริเวณภาคเหนือ และ (3) แหล่งผลิตบริเวณภาคอีสาน ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจและสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเกษตร และเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสมูลนิธิพบว่ามีความแตกต่างกันในหลายประเด็น

5.1.1 การเพาะพันธุ์เสาวรสมูลนิธิ

เกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะใช้กล้าพันธุ์เสาวรสมูลนิธิที่ซื้อจากมูลนิธิโครงการหลวงในการเพาะปลูก โดยสายพันธุ์ที่ใช้จะประกอบไปด้วย ไทนง หรือ RPF No.1 หรือ RPF No.2 (สายพันธุ์ที่นิยมคือ พันธุ์ไทนง และ RPF No.1) หากเป็นเกษตรกรบริเวณภาคเหนือจะซื้อกล้าพันธุ์ผ่านผู้รวบรวมผลผลิต หรือผู้ประกอบการที่มีการเพาะกล้าพันธุ์เสาวรสมูลนิธิขาย ส่วนใหญ่สายพันธุ์ที่เกษตรกรเลือกปลูกคือ พันธุ์ไทนง ในขณะที่เกษตรกรบริเวณภาคอีสานจะใช้วิธีการเพาะเมล็ดในการขยายพันธุ์เสาวรสมูลนิธิ โดยเกษตรกรจะซื้อผลผลิตเสาวรสมูลนิธิที่ตนเองสนใจจะนำไปปลูก (ส่วนใหญ่จะเลือกปลูกพันธุ์ไทนง) และนำไปขยายพันธุ์ด้วยวิธีการเพาะเมล็ด จากนั้นก็จะเก็บผลผลิตส่วนหนึ่งไว้สำหรับทำพันธุ์ในปีต่อไป ซึ่งจากการสำรวจพบว่า เสาวรสมูลนิธิส่วนใหญ่เกิดการกลายพันธุ์ โดยผลของเสาวรสมูลนิธิที่ออกมาจะมีทั้งสีเหลือง และสีม่วง และจำนวนของผลผลิตสีม่วงจะลดลงทุกปี

5.1.2 ลักษณะการเพาะปลูก

จากการสำรวจพื้นที่ปลูกเสาวรสมูลนิธิ และการสัมภาษณ์เกษตรกรพบข้อแตกต่างระหว่างเกษตรกรในเครือข่ายมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเกษตรกรในบริเวณอื่น ๆ คือ ระยะห่างและจำนวนต้นในการปลูกของเกษตรกร โดยปกติพื้นที่ขนาด 1 ไร่ เกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเกษตรกรในภาคเหนือจะปลูกเสาวรสมูลนิธิจำนวน 100 ต้น ในขณะที่เกษตรกรในภาคอีสานจะปลูกเสาวรสมูลนิธิมากกว่า 100 ต้นต่อไร่ ในประเด็นเรื่องการย้ายพื้นที่เพาะปลูกจากการสัมภาษณ์ พบว่า เกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวงและ

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะเปลี่ยนพื้นที่เพาะปลูกเสาวรสทุกปี เพื่อป้องกันปัญหาในเรื่องของเชื้อไวรัสและโรคพืช ในขณะที่เกษตรกรในบริเวณอื่น ๆ จะไม่มีการย้ายหรือเปลี่ยนพื้นที่เพาะปลูก โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า เกษตรกรบางรายจะใช้วิธีการในการดูแลทำความสะอาดบริเวณแปลงปลูกอย่างสม่ำเสมอ และใช้วิธีการบำรุงดิน และเกษตรกรบางรายจะใช้วิธีการเผาต้นเสาวรสก่อนจะเริ่มปลูกในรอบใหม่

5.2 ด้านการตลาด

การตลาดเกษตรกรในแต่ละแหล่งผลิตจะมีความแตกต่างกันค่อนข้างชัดเจน โดยช่องทางการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง เกษตรกรจะคัดผลผลิตของตนเองออกเป็นเกรดตามมาตรฐานของมูลนิธิโครงการหลวง และเลือกจำหน่ายผลผลิตให้กับโครงการหลวงเป็นอันดับแรกเนื่องจากมีราคาที่สูงกว่าท้องตลาดทั่วไป ส่วนผลผลิตในส่วนที่ตกเกรดเกษตรกรจะให้พ่อค้าคนกลางที่ขึ้นมารับซื้อหรือพ่อค้าคนกลางในหมู่บ้าน ในขณะที่เกษตรกรในภาคอื่น ๆ จะขายผลผลิตแบบคละเกรด หรือในบางกรณีจะมีการแยกเกรดสำหรับทานสด และเกรดสำหรับนำไปทำน้ำเสาวรส

ประเด็นเรื่องการเก็บเกี่ยวเกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะเริ่มเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อผลผลิตสุกประมาณ 70 - 75% ในขณะที่เกษตรกรในบริเวณอื่น ๆ จะเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อผลผลิตสุกประมาณ 60% (ขณะที่ยังมีสีเขียวอยู่) เนื่องจากต้องเผื่อระยะเวลาในการขนส่งผลผลิตเพื่อให้ผลผลิตไปสู่เมื่อถึงเวลาจำหน่ายพอดี

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะมีช่องทางการจำหน่ายผลผลิตเป็นของตนเองอย่างชัดเจน คือ ร้านค้าโครงการหลวง และห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ส่วนเสาวรสจากบริเวณภาคเหนือจะวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและตลาดขายผลไม้ทั่วไป หากเป็นเสาวรสจากบริเวณภาคอีสานส่วนใหญ่จะวางจำหน่ายในตลาดขายผลไม้ทั่วไปเป็นหลัก

5.3 ความแตกต่างของผลผลิตเสาวรสจากแหล่งต่าง ๆ

การเปรียบเทียบคุณภาพของเสาวรสระหว่างเสาวรสจากมูลนิธิโครงการหลวง เสาวรสจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง เสาวรสจากแหล่งเพาะปลูกอื่น ๆ และเสาวรสที่นำเข้าจากสปป.ลาว ซึ่งผลจากการเปรียบเทียบ พบว่า ขนาดของผลและค่าความหวานของเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงจะมีคุณภาพดีที่สุดใน โดยมีขนาดผลเท่ากับ 60 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 15 – 18 Brix รองลงมาคือ

เสาวรสจากสปป.ลาว โดยมีขนาดผลเท่ากับ 60 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 14 – 16 Brix สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยมีขนาดผลเท่ากับ 50 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 13 – 17 Brix และเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ของไทย โดยมีขนาดผลเท่ากับ 50 – 60 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 13 – 16 Brix ตามลำดับ ในส่วนของผิวและผล พบว่า เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะมีสีม่วงเข้ม โดยที่ความสม่ำเสมอของสีผิวจะขึ้นอยู่กับเกรดของเสาวรส แต่เสาวรสที่นำเข้าจากสปป.ลาวจะสีม่วงแดง และในส่วนของเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ของไทยจะมีสีม่วงปานกลางถึงม่วงเข้ม นอกจากนี้ส่วนที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ การเก็บเกี่ยว โดยผลผลิตเสาวรสจากมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะเก็บเกี่ยวเมื่อเสาวรสมีสีม่วงประมาณ 70% แต่เสาวรสของสปป.ลาว และเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ของไทยจะเก็บเกี่ยวขณะที่เสาวรสยังมีสีเขียวซี โดยจากการสัมภาษณ์พบว่าหากเก็บขณะที่เสาวรสสุกเสาวรสจะเสียหายขณะที่ขนส่ง นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์พ่อค้า/แม่ค้าที่ตลาดไทพบว่า เสาวรสที่มีสีเขียวจะมีราคาสูงกว่าเสาวรสที่มีสีม่วง

5.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

จากผลการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่คือกลุ่มคนในช่วงอายุ 31 – 60 หรือเป็นคนในวัยทำงาน ดังนั้นในการทำการตลาดของเสาวรสควรที่จะกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มคนในช่วงวัยทำงาน ในส่วนของพฤติกรรมการซื้อเสาวรสของผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการซื้อเสาวรสเท่ากับ 1 – 2 ครั้ง/เดือน และจะซื้อเสาวรสครั้งละ 1 – 2 กิโลกรัม/ครั้ง ดังนั้นในการกำหนดขนาดในการขายเสาวรสควรที่จะกำหนดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับประทานเสาวรสของผู้บริโภค เช่น วางจำหน่ายขนาดถุงละ 1 – 2 กิโลกรัม ทางด้านสถานที่วางจำหน่ายพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อเสาวรสจากตลาดขายผลไม้ทั่วไป และร้านค้าโครงการหลวงเป็นหลัก ในส่วนของการรับรู้ของผู้บริโภคจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรับรู้หรือรู้จักเสาวรสหวานผ่านการบอกต่อหรือการแนะนำของคนรู้จัก ดังนั้นในการทำการตลาดของเสาวรสควรจะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบในวงกว้างเช่น อินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดียเพื่อให้เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและแพร่หลาย

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสาวรสหวานของผู้บริโภคจากการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความหวานของเสาวรสมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือปัจจัยทางด้านราคาจำหน่าย สีผิว กลิ่น และขนาดตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือปัจจัยใน

เรื่องของแบรนด์ และแหล่งจำหน่าย ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของเสาวรสเป็นหลัก ดังนั้นควรมีการส่งเสริมในเรื่องการทำคุณภาพของเสาวรสทั้งในแง่ของความหวาน สีผิว และกลิ่น

ทางด้านความชื่นชอบและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานในแต่ละแหล่งผลิตพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเสาวรจากแหล่งผลิตอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเป็นรายปัจจัยพบว่า ผู้บริโภคชื่นชอบเสาวรจากแหล่งอื่น ๆ มากกว่าเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเมื่อพิจารณาพิจารณาพร้อมกับเพศในภาพรวมทั้งเพศชายและหญิง ชื่นชอบเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาแยกรายปัจจัยพบว่าในด้านของขนาดและสีผิวเพศชายจะชื่นชอบเสาวรจากแหล่งอื่น ๆ มากที่สุด ส่วนเพศหญิงจะชื่นชอบเสาวรจากแหล่งอื่น ๆ เฉพาะปัจจัยด้านขนาด เมื่อพิจารณาร่วมกับช่วงอายุพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ในภาพรวมจะชื่นชอบเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุดมากที่สุด และเมื่อพิจารณาแยกรายปัจจัยพบว่าปัจจัยด้านขนาดและสีผิวผู้บริโภคจะชื่นชอบเสาวรของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงมากที่สุด ในส่วนของผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 31 ปีขึ้นไปพบว่า ในภาพรวมจะชื่นชอบเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด แต่เมื่อพิจารณาแยกรายปัจจัยพบว่าปัจจัยด้านขนาดและสีผิวผู้บริโภคจะชื่นชอบเสาวรจากแหล่งอื่น ๆ มากที่สุด จากผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าขนาดของผลและสีผิวเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงยังไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ทางด้านความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคพบว่า ราคาเฉลี่ยที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายในการซื้อเสาวรสเท่ากับ 42.5 บาท/กิโลกรัม และเมื่อพิจารณาเป็นช่วงราคาจะพบว่าช่วงราคาที่คุณบริโภคเต็มใจจ่ายคือ 31 – 50 บาท/กิโลกรัม ซึ่งเมื่อพิจารณาเทียบกับราคาเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงที่วางจำหน่ายในตลาดจะพบว่าราคาเสาวรของมูลนิธิโครงการหลวงสูงกว่าราคาที่คุณบริโภคเต็มใจจ่าย

5.5 การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขัน

ในด้านการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันจากบทที่ 4 ความสามารถทางการแข่งขันแบ่งออกเป็น 4 เครื่องมือ ได้แก่การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของเสาวร (4 P) การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร (Diamond Model Analysis) การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดเสาวรหวาน (Market Structure Analysis) การวิเคราะห์แบบจำลองแรงผลักดันในการแข่งขัน 5 ประการ (Five Competitive

Forces Model Analysis) และการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันพบว่า โครงสร้างตลาดเสาวรสวนของไทยมีลักษณะเป็นแบบผู้ขายน้อยราย โดยมีกลุ่มผู้ประกอบการในตลาด 3 รายคือ เสาวรสวนของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง เสาวรสวนของเกษตรกรทั่วไป และเสาวรสวนจากต่างประเทศ ซึ่งเสาวรสวนของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 25 เนื่องจากปริมาณผลผลิตยังมีน้อย นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันยังพบว่า จุดแข็งของเสาวรสวนของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงคือ พื้นที่เพาะปลูกที่มีความเหมาะสมในเรื่องของสภาพอากาศ ปัจจัยการผลิตที่ได้มาตรฐานโดยมีแหล่งผลิตกล้าพันธุ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีสายพันธุ์ให้เลือกตามความต้องการของเกษตรกร และมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำกับเกษตรกร ในด้านการตลาดคือ มีช่องทางการจำหน่ายเป็นของตนเอง มีมาตรฐานในการคัดคุณภาพที่สูง ได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นจากผู้บริโภค ในด้านของจุดอ่อน คือ เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการเพาะปลูกเสาวรสวน ทำให้จำนวนผลผลิตที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานของโครงการมีปริมาณน้อย ส่งผลทำให้ปริมาณผลผลิตของโครงการหลวงที่วางจำหน่ายมีปริมาณน้อยไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค และขาดตลาดในบางช่วงซึ่งเป็นโอกาสให้กับเสาวรสวนจากแหล่งอื่น ๆ เข้ามาทำตลาดได้ นอกจากนี้ และเสาวรสวนของโครงการหลวงมีราคาที่สูงกว่าเสาวรสวนจากแหล่งอื่น ๆ

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น หากพิจารณาทางด้านการผลิตจะพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันยังคงมีอยู่ เพียงแต่ต้องมีการสนับสนุนการให้ความรู้แก่เกษตรกรในการดูแล การให้ปุ๋ย รวมไปถึงเทคโนโลยีการผลิตต่าง ๆ ให้กับเกษตรกรเพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ในส่วนของความได้เปรียบทางด้านการตลาดนั้น พบว่า ถึงแม้ว่าเสาวรสวนของโครงการหลวงจะมีราคาสูงกว่าคู่แข่งโดยเปรียบเทียบ แต่อำนาจการต่อรองยังคงเป็นของโครงการหลวงในระดับที่สูง เนื่องจากเสาวรสวนของโครงการหลวงมีคุณภาพทั้งในเรื่องของความหวาน ขนาด และสีผิวที่แตกต่างจากเสาวรสวนของคู่แข่งอย่างชัดเจน ประกอบกับความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า แต่อย่างไรก็ตามยังมีเสาวรสวนที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ถึงแม้จะมีคุณภาพที่ดีกว่าของโครงการหลวง แต่ราคาจำหน่ายถือว่าต่ำกว่าโครงการหลวงค่อนข้างมาก ซึ่งผู้บริโภคบางส่วนอาจจะเลือกซื้อเสาวรสวนที่มาจากต่างประเทศ

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษา

6.1 สรุปผลการศึกษา

จากผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลการผลิต การตลาด และความสามารถทางการแข่งขันของเสาวรสมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง สามารถสรุปผลการวิจัยที่สำคัญได้ดังนี้

6.1.1 ด้านสถานการณ์การผลิต

ด้านการผลิตแหล่งเพาะปลูกเสาวรสมูลนิธิไทยจะกระจายตัวอยู่ในบริเวณของภาคเหนือ และภาคอีสานเป็นส่วนใหญ่ โดยพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกเสาวรสมากที่สุดคือ ภาคเหนือบริเวณจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน โดยแหล่งเพาะปลูกต่างสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเกษตรกรโดยทั่วไป ซึ่งเกษตรกรทั้ง 2 กลุ่มจะมีความแตกต่างกันในด้านการของการผลิต ได้แก่ การเลือกใช้สายพันธุ์เกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะเลือกใช้เสาวรสมสายพันธุ์ไทนุ และ RPF No.1 ตามความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ แต่หากเป็นเกษตรกรโดยทั่วไปจะเลือกใช้เสาวรสมสายพันธุ์ไทนุเกือบทั้งหมด เนื่องจากพันธุ์ไทนุให้ปริมาณผลผลิตที่มากและมีความทนทานต่อโรคมากกว่า ในด้านการเพาะพันธุ์เกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะซื้อกล้าพันธุ์จากโครงการหลวงเป็นหลัก ในขณะที่เกษตรกรในภาคเหนือจะซื้อกล้าพันธุ์จากผู้ประกอบการหรือเกษตรกรที่เพาะพันธุ์เสาวรสมขาย ซึ่งในแง่ของคุณภาพและมาตรฐานอาจจะต่ำกว่าโครงการหลวง แต่เกษตรกรในพื้นที่ภาคอีสานส่วนใหญ่จะใช้วิธีการเพาะเมล็ดเองเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต แต่มักจะมีปัญหาในเรื่องการกลายพันธุ์โดยผลผลิตที่ออกมาจะมีทั้งสีเหลืองและสีม่วงปนกัน

ทางด้านวิธีการเพาะปลูกการดูแลจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันแต่จะแตกต่างกันที่เรื่องการย้ายพื้นที่เพาะปลูกโดยเกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะมีการย้ายพื้นที่เพาะปลูกทุกปีเพื่อป้องกันปัญหาเชื้อไวรัส แต่หากเป็นเกษตรกรในพื้นที่อื่น ๆ จะไม่ย้ายพื้นที่เพาะปลูกแต่จะใช้วิธีการในการบำรุงดิน และดูแลรักษาความสะอาดบริเวณแปลงปลูกอย่างสม่ำเสมอ หรือเกษตรกรบางรายจะใช้วิธีการเผาก่อนที่จะเริ่มปลูกเสาวรสมในรอบใหม่

6.1.2 ด้านการตลาด

ด้านการตลาดและช่องทางการจำหน่ายผลผลิตเกษตรกรทั้ง 2 กลุ่มจะมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนทั้งในเรื่องการช่องทางการจำหน่ายผลผลิต และวิธีการจำหน่าย โดยเกษตรกรในเครือข่ายของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง จะเริ่มเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อผลผลิตสุกประมาณ 70% และจะมีการคัดเกรดผลผลิตออกเป็น 6 เกรดได้แก่ Extra เกรด 1 เกรด 2 เกรด 3 และเกรด 4 และเกรดคละ โดยทางโครงการหลวงจะรับซื้อผลผลิตเฉพาะในส่วนที่ผ่านมาตรฐาน คือ Extra เกรด 1 เกรด 2 เกรด 3 และเกรด 4 ส่วนเกรดคละเกษตรกรจะขายให้กับพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อในพื้นที่หรือผู้รวบรวมในพื้นที่ โดยหลังจากที่โครงการหลวงรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรแล้วผลผลิตก็จะถูกนำไปวางจำหน่ายในร้านค้าโครงการหลวง หรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในกรณีของเกษตรกรในพื้นที่อื่น ๆ จะเก็บเกี่ยวผลผลิตเมื่อผลผลิตสุกประมาณ 60% และจะจำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าคนกลางหรือผู้รวบรวมในพื้นที่โดยลักษณะจะเป็นแบบคละเกรดทั้งหมด หลังจากนั้นพ่อค้าคนกลางหรือผู้รวบรวมจะนำไปคัดเกรดโดยจะแบ่งออกเป็น 3 เกรดคือ เกรด 1 สำหรับวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า หรือส่งออกเกรด 2 สำหรับวางจำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไป ซึ่งเกรดนี้ส่วนใหญ่จะถูกส่งไปยังผู้ประกอบการค้าส่งในตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง หรือตลาดศรีเมือง และเกรด 3 สำหรับทำน้ำเสาวรส หรือเสาวรสแช่แข็ง

อย่างไรก็ตามนอกจากผลผลิตเสาวรสในประเทศแล้วยังมีเสาวรสส่วนหนึ่งที่ถูกนำเข้ามาจากต่างประเทศ (ลาวและเวียดนาม) โดยผ่านผู้ประกอบการค้าส่งในตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง เนื่องจากผลผลิตเสาวรสไม่ได้มีออกสู่ท้องตลาดตลอดทั้งปี ดังนั้นในช่วงที่ผลผลิตของเกษตรกรขาดผู้ประกอบการค้าส่งก็จะนำเข้าผลผลิตเสาวรสจากต่างประเทศเข้ามาวางจำหน่ายแทน หรือในบางครั้งผลผลิตเสาวรสจากต่างประเทศมีราคาถูกกว่าไทยผู้ประกอบการค้าส่งก็จะเลือกนำเข้าเสาวรสจากต่างประเทศมาวางจำหน่ายแทนเสาวรสของไทย

6.1.3 การเปรียบเทียบคุณลักษณะของเสาวรส

ในด้านของการเปรียบเทียบคุณภาพของเสาวรสจากแหล่งต่าง ๆ พบว่า เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงจะมีคุณภาพดีที่สุดใน โดยมีขนาดผลเท่ากับ 60 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 15 – 18 Brix รองลงมาคือเสาวรสจากสปป.ลาว โดยมีขนาดผลเท่ากับ 60 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 14 – 16 Brix สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง โดยมีขนาดผลเท่ากับ 50 – 100 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 13 – 17 Brix เสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคเหนือ โดยมีขนาดผลเท่ากับ 50 – 60 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 13 – 16 Brix และ เสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคอีสาน มีผลขนาด 100 – 150 กรัม/ผล และมีค่าความหวานอยู่ที่ 13 – 16 Brix ตามลำดับ หากพิจารณาในด้านของลักษณะ

ผิวและผล พบว่า เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะมีสีม่วงเข้ม โดยที่ความสม่ำเสมอของสีผิวจะขึ้นอยู่กับเกรดของเสาวรส แต่เสาวรสที่นำเข้าจากสปป.ลาวจะมีสีม่วงแดง และในส่วนของเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ของไทยจะมีสีม่วงปานกลางถึงม่วงเข้ม นอกจากนี้ส่วนที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน คือ การเก็บเกี่ยวผลผลิตโดยมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะเก็บเกี่ยวเมื่อเสาวรสมีสีม่วงประมาณ 70% แต่เสาวรสของสปป.ลาว เสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคเหนือจะเก็บเกี่ยวขณะที่เสาวรสยังมีสีเขียว โดยจากการสัมภาษณ์ พบว่า หากเก็บขณะที่เสาวรสสุก เสาวรสจะเสียหายขณะที่ขนส่ง นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์พ่อค้า/แม่ค้าที่ตลาดไท พบว่า เสาวรสที่มีสีเขียวจะมีราคาสูงกว่าเสาวรสที่มีสีม่วง เนื่องจากสามารถเก็บรักษาได้ยาวนานมากกว่า ส่วนเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะเก็บเกี่ยวผลผลิตเสาวรสที่มีแก่และมีสีม่วงเข้มทั้งลูก เนื่องจากสายพันธุ์ของเสาวรสมีสีม่วงตั้งแต่ผลอ่อน ในด้านการเปรียบเทียบในส่วนของลักษณะภายนอก เช่น สีผิว และลักษณะของผล พบว่า สีผิวเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงจะมีสีม่วงเข้มสม่ำเสมอทั้งลูก ลักษณะของผลจะไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่าหรือแตก ส่วนเสาวรสจากสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงจะมีสีม่วงแดง – ม่วงเข้ม ลักษณะของผลจะไม่บิดเบี้ยว ไม่เน่าหรือแตก เสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคเหนือมีสีผิวม่วงแดง ลักษณะของผลจะไม่เน่าหรือแตก เสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในภาคอีสานมีสีผิวม่วงเข้มมีจุดแต้มสีขาว ลักษณะของผลจะไม่เน่าหรือแตก ส่วนเสาวรสจากสปป.ลาวจะมีสีม่วงแดง สม่ำเสมอตลอดผล ลักษณะของผลจะไม่บิดเบี้ยว ไม่เหี่ยว ไม่เน่าหรือแตก

6.1.4 การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคเสาวรสหวนจะทำการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ตามทฤษฎี 6W1H ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดมาปรับเป็นแบบสอบถามสำหรับผู้บริโภคเสาวรสหวนซึ่งเนื้อหาในแบบสอบถามจะครอบคลุมถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการบริโภคเสาวรสหวน การรู้จักเสาวรสหวน และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อเสาวรสหวน นอกจากนี้จะมีการทำการทดสอบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวนจะแหล่งเพาะปลูกต่าง ๆ ทั้งในแง่ของขนาด สี กลิ่น และรสชาติ รวมไปถึงความเต็มใจจ่ายในการซื้อเสาวรสหวนของผู้บริโภค

ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย คือ กลุ่มคนที่มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 60 ปี หรือเป็นกลุ่มคนในวัยทำงาน ระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป ซึ่งวัตถุประสงค์ในการซื้อเสาวรสหวนของผู้บริโภคกลุ่มนี้คือซื้อไปเพื่อรับประทาน ในส่วนของพฤติกรรมการซื้อเสาวรสหวนพบว่า ความถี่ในการซื้อเสาวรสหวนของผู้บริโภคคือ 1 – 2 ครั้ง/เดือน และจะซื้อครั้งละ 1 – 2 กิโลกรัม

ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสมสำหรับรับประทานหนึ่งคน ทางด้านช่องทางการซื้อของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่จะซื้อจากตลาดขายผลไม้ทั่วไป และร้านค้าโครงการหลวง ในส่วนช่องทางการรับรู้พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะรับรู้ผ่านทาง การบอกต่อหรือการแนะนำของคนรู้จัก เช่น เพื่อน ญาติ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสาวรสหวานของผู้บริโภคจากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความหวานของเสาวรสเป็นอันดับแรก รองลงมาคือปัจจัยทางด้านราคา สีผิว กลิ่น และขนาดตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือ เครื่องหมายการค้าหรือแบรนด์ของผู้ผลิต และแหล่งจำหน่าย ทางด้านความชื่นชอบและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเสาวรสหวานในแต่ละแหล่งผลิต พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด รองลงมาคือเสาวรสของสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และเสาวรสจากแหล่งผลิตอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเป็นรายปัจจัย (.....) พบว่า ผู้บริโภคชื่นชอบเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ มากกว่าเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงและสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง

ความเต็มใจจ่ายในการซื้อเสาวรสหวานของผู้บริโภค พบว่า ราคาเฉลี่ยที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายในการซื้อเสาวรสเท่ากับ 42.5 บาท/กิโลกรัม และเมื่อพิจารณาเป็นช่วงราคาจะพบว่าช่วงราคา que ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายคือ 31 – 50 บาท/กิโลกรัม ซึ่งเมื่อพิจารณาเทียบกับราคาเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงที่วางจำหน่ายในตลาดจะพบว่าราคาเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวงสูงกว่าราคา que ผู้บริโภคเต็มใจจ่าย

6.1.5 การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขัน

ในด้าน การวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่งขันจากบทที่ 4 ความสามารถทางการแข่งขันแบ่งออกเป็น 4 เครื่องมือ ได้แก่ การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของเสาวรส (4P Marketing) การวิเคราะห์แบบจำลองเพชร (Diamond Model Analysis) การวิเคราะห์โครงสร้างตลาดเสาวรสหวาน (Market Structure Analysis) การวิเคราะห์แบบจำลองแรงผลักดันในการแข่งขัน 5 ประการ (Five Competitive Forces Model Analysis) และการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ความสามารถทางการแข่ง พบว่า โครงสร้างตลาดเสาวรสหวานของไทยมีลักษณะเป็นแบบผู้ขายน้อยราย โดยมีผู้ประกอบการในตลาด 4 รายคือ เสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง เสาวรสของเกษตรกรทั่วไป และเสาวรสจากต่างประเทศ ซึ่งเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 25 เนื่องจากปริมาณผลผลิตยังมีน้อย นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันยัง พบว่า จุดแข็งของเสาวรสของมูลนิธิโครงการหลวง และสถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงคือ พื้นที่เพาะปลูกที่มีความเหมาะสมในเรื่องของสภาพอากาศ ปัจจัยการผลิตที่ได้มาตรฐานโดยมีแหล่งผลิดกล้าพันธุ์ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน มีสายพันธุ์ให้เลือกตาม

ความต้องการของเกษตรกร และมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำกับเกษตรกร ในด้านการตลาด คือ มีช่องทางการจำหน่ายเป็นของตนเอง มีมาตรฐานในการคัดคุณภาพที่สูงได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นจากผู้บริโภค ในด้านของจุดอ่อนคือ เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และประสบการณ์การในการเพาะปลูกเสาวรส ทำให้จำนวนผลผลิตที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานของโครงการมีปริมาณน้อย ส่งผลทำให้ปริมาณผลผลิตของโครงการหลวงที่วางจำหน่ายมีปริมาณน้อยไม่เพียงพอความต้องการของผู้บริโภค และขาดตลาดในบางช่วง ซึ่งเป็นโอกาสให้กับเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ เข้ามาทำตลาดได้ นอกจากนี้ และเสาวรสของโครงการหลวงมีราคาที่สูงกว่าเสาวรสจากแหล่งอื่น ๆ ในส่วนของโอกาส พบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มความต้องการบริโภคเสาวรสหวานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือเป็นโอกาสในการขยายฐานการตลาดของเสาวรสโครงการหลวงเพิ่มขึ้น โดยเน้นการเพิ่มปริมาณผลผลิตรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์เสาวรสให้มากขึ้นเพื่อดึงส่วนแบ่งทางการทางการตลาด แต่อย่างไรก็ตามควรให้ความสำคัญกับเสาวรสจากต่างประเทศเช่นกัน เนื่องจากการเสาวรสจากต่างประเทศบางถึงแม้จะมีคุณภาพที่ดีกว่าเสาวรสของโครงการหลวง แต่ก็ยังมีคุณภาพที่ดีกว่าเสาวรสที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือตลาดขายผลไม้ทั่วไปของไทย และมีราคาถูกกว่าเสาวรสของโครงการหลวงค่อนข้างมาก ดังนั้นเสาวรสจากต่างประเทศอาจจะดึงส่วนแบ่งทางการตลาดจากกลุ่มลูกค้ารายใหม่ที่กำลังจะเริ่มบริโภคเสาวรสได้

6.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการผลิตและการตลาดของเสาวรสหวานในพื้นที่สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง และมูลนิธิโครงการหลวง

1. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเสาวรสหวานและควบคุมคุณภาพผลผลิตที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและสามารถแข่งขันได้ โดยมีแนวทางการปฏิบัติดังนี้

1.1 วิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงพันธุ์หรือทดลองพันธุ์เสาวรสหวานที่มีความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่ และสามารถให้คุณภาพที่จะตอบสนองความต้องการของตลาดและสามารถแข่งขันกับเสาวรสหวานนำเข้าจากต่างประเทศได้

1.2 สร้างระบบการผลิตที่มีมาตรฐานคุณภาพ ความปลอดภัย และรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่ผลผลิตเสาวรสหวาน

1.3 ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนากระบวนการผลิตและลดต้นทุนการผลิตและลดการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต โดยสนับสนุนการบูรณาการองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

1.4 สร้างความร่วมมือกับสถาบันการเงินเพื่อจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำสำหรับเกษตรกร เพื่อลดต้นทุนการผลิตและจูงใจให้เกษตรกรหันมาเพาะปลูกเสาวรสหวานมากขึ้น สำหรับป้อนสู่ตลาดที่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

1.5 ส่งเสริมและถ่ายทอดความรู้แก่เกษตรกรในด้านเทคโนโลยีการผลิตเสาวรสหวานให้ได้มาตรฐานและสามารถเพิ่มปริมาณผลผลิตมากขึ้น

1.6 จัดฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานในท้องถิ่น ให้มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการดูแลเสาวรสหวาน

2. การพัฒนาระบบการตลาดที่มีประสิทธิภาพและการขยายช่องทางการตลาด โดยมีแนวทางการปฏิบัติดังนี้

2.1 มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการประเมินสภาพแวดล้อมทางการตลาด เพื่อกำหนดแนวทางการตลาดและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

2.2 กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น โดยนำส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มาใช้เป็นเครื่องมือสร้างแนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยกระแสมนิยมบริโภคในปัจจุบัน ผู้บริโภคชื่นชอบเสาวรสที่มีขนาดใหญ่ และมีสีม่วงอมแดง รวมถึงมีตรารับรองมาตรฐานความปลอดภัย และสามารถยืดระยะเวลาเก็บรักษาได้นาน

(2) ด้านราคา (Price) เนื่องจากสินค้าโครงการหลวงเป็นสินค้าที่จำหน่ายในตลาดระดับกลางและระดับบน ดังนั้น ราคาเสาวรสหวานที่สูงเกินไปทำให้กลุ่มผู้บริโภคถูกจำกัดเฉพาะผู้ที่มีอำนาจซื้อเท่านั้น หากต้องการขยายฐานลูกค้าให้มากขึ้น ควรจะสร้างความแตกต่างทางด้านของราคา โดยการแบ่งราคาตามเกรด หรือการบรรจุภัณฑ์ที่มีปริมาณที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคที่มีอำนาจซื้อน้อยสามารถเข้าถึงสินค้าได้

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ควรขยายช่องทางการตลาดให้มี ความหลากหลาย โดยในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่มักซื้อเสาวรสหวานจากตลาดผลไม้ทั่วไป และร้านค้าโครงการ ดังนั้น หากต้องการขยายฐานกลุ่มผู้บริโภคควรมีการเพิ่มช่องทางการตลาดในส่วนของตลาดผลไม้ทั่วไป

(4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เสาวรสหวานให้มากขึ้นทั้งแหล่งผลิต คุณภาพ ความปลอดภัย และคุณประโยชน์ผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิ แผ่นพับ ป้ายโฆษณา สื่อโซเชียลมีเดีย รวมถึงการจัดแสดงสินค้าในงานต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้และจูงใจให้เกิดการบริโภคเสาวรสหวานมากขึ้น

2.3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสาวรสหวานและให้มีผลิตภัณฑ์แปรรูปที่หลากหลาย เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลผลิต แก้ปัญหาในช่วงที่ผลผลิตเสาวรสหวานไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์

3. การส่งเสริมให้เกษตรกรเกิดการเรียนรู้และพึ่งพาตนเอง โดยมีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

3.1 ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มโดยการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างสมาชิกทั้งทางด้านการผลิต การตลาด และการเงิน สร้างความเข้มแข็งใน การประกอบอาชีพ สร้างอำนาจการต่อรองในการซื้อปัจจัยการผลิตและการจำหน่ายผลผลิต และให้มีกระบวนการบริหารจัดการกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ

3.2 ส่งเสริมให้มีการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ทางด้านการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสหวาน รวมถึงการถอดบทเรียน เพื่อให้เกษตรกรเกิดการเรียนรู้ สร้างการมีส่วนร่วมเพื่อการพึ่งพาตนเอง และพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาดภายใต้ ภูมิปัญญา การเรียนรู้ และประสบการณ์ของเกษตรกรเอง

3.3 สร้างเครือข่ายเกษตรกรและความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในลักษณะของคลัสเตอร์ในแนวนอนระหว่างเกษตรกรด้วยกันเองและหน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ ที่สนับสนุน และคลัสเตอร์ในแนวตั้งระหว่างเกษตรกรและผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน เช่น ผู้จัดหาปัจจัยการผลิต ผู้รวบรวมปัจจัยการผลิต คนกลางทางการตลาด และผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร อันนำไปสู่ การยกระดับความสามารถในการแข่งขัน