

ปัจจัยความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน**The Success Factors in Exporting the Millionire Bananas**

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ จอมภัก คดิ่งระหัด (Chombhak Klangrahad)

ชื่อผู้วิจัย เนรัญชลา สุทธิอาคาร (Neranchala Suttiakan)

อภิชญา บุญเรือง (Apisada Boonruang)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยความสำเร็จการส่งออกกล้วยหอมของ สหกรณ์การเกษตรท่ายาง อ.ท่ายาง จ. เพชรบุรี งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มีผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่ายาง ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์เน้นการวางแผนการผลิตอย่างละเอียดทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มี คุณภาพ และมี แนวคิดการส่งออกคือ ผลิตเพื่อสมาชิกของสหกรณ์ ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ และ ผลิตเพื่อจำหน่ายนอก ประเทศ เพื่อสร้างงานและรายได้แก่สมาชิกของสหกรณ์ ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออก คือเมื่อเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ จะส่งผลให้กล้วย ได้รับความเสียหาย ทำให้การขนส่งเกิดความล่าช้า และในฤดูหนาวผลผลิตจะเน่าเสียเร็วกว่าปกติ ดังนั้นใน การส่งออก ต่างประเทศจึงต้องมีการวางแผนมากกว่าในฤดูกาลอื่น

คำสำคัญ: กล้วยหอม, สหกรณ์การเกษตรท่ายาง, ปัจจัยความสำเร็จ

Abstract

This research aims to study the success factors in exporting the millionire bananas of Tayang Agricultural Cooperative which located in Tayang, district Petchaburi. by doing qualitative research method through observing and interviewing is Cooperatives focus on the production planning thoroughly every step. to get the standard output. and export concept is production for members of the cooperative, produced for domestic distribution and manufactured for offshore distribution to create jobs and income, members of the cooperative. The problems and obstacles of export are when a natural disaster occurs Will result in a banana has been damaged. Delayed transportation and in winter bananas will rot out faster than usual, so in the export overseas, there must be more planning than in other seasons.

Key Word: Banana, Tayang Agricultural Cooperative, Success factor

บทบาทและความสำคัญของปัญหา

Smart Farmer หรือที่เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า เกษตรกรปราดเปรื่อง ที่กำลังเป็นชื่อที่คุ้นหูกันอยู่ในตอนนี้ กลุ่มเกษตรกรที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการเกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมอย่างถ่องแท้ สามารถก้าวทันปัจจัยต่างๆ ทั้งภายในภายนอก มีความรู้ด้านการตลาด ทำให้เป้าหมายในการวางแผนการดำเนินอาชีพของตนเองได้ และสามารถทำการผลิต ส่งออกและจัดจำหน่ายให้สอดคล้องยุคสมัย โลกาภิวัตน์

โดยคุณสมบัติของ Smart Farmer ถูกกำหนดคุณสมบัติพื้นฐานของ Smart Farmer ไว้ 6 ประการ ดังนี้

1. เป็นผู้มีความรู้ในเรื่องที่ทำอยู่ หมายถึง สามารถเป็นวิทยากรถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตร หรือให้คำแนะนำปรึกษาให้กับผู้อื่นที่สนใจในเรื่องที่ทำอยู่ได้
 2. มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจ หมายถึง สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลทั้งจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ และผ่านทางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอื่นๆ เช่น Internet Mobile Smart Phone เป็นต้น มีการบันทึกข้อมูลและใช้ข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์วางแผนก่อนเริ่มดำเนินการและบริหารจัดการผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีการนำข้อมูลมาใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาอาชีพของตนเองได้
 3. มีการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาด มีความสามารถในการบริหารจัดการปัจจัยการผลิต แรงงาน และทุน ฯลฯ สามารถเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดเพื่อให้ขายผลผลิตได้ ตลอดจนสามารถจัดการของเหลือจากการผลิตที่มีประสิทธิภาพ (Zero waste management)
 4. เป็นผู้มีความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค มีความรู้หรือได้รับการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐาน GAP/GMP เกษตรอินทรีย์ หรือมาตรฐานอื่นๆ มีกระบวนการผลิตที่สอดคล้องมาตรฐาน GAP/GMP เกษตรอินทรีย์ หรือมาตรฐานอื่นๆ
 5. มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม/สังคม มีกระบวนการผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม (Green Economy) มีกิจกรรมช่วยเหลือชุมชนและสังคมอย่างต่อเนื่อง
 6. มีความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร มีความมุ่งมั่นในการประกอบอาชีพการเกษตร รักและหวงแหนพื้นที่และอาชีพเกษตรกรไว้ให้คนรุ่นต่อไป มีความสุขและพึงพอใจในการประกอบอาชีพการเกษตร
- (www.prd.go.th/ewt_news)

เนื่องมาจากระบบเศรษฐกิจ สังคม และอื่นๆ หรือปัจจัยแวดล้อมอื่นๆที่กำลังขับเคลื่อนไปข้างหน้าอย่างก้าวกระโดดตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ทำให้อาชีพเกษตรกรที่กำลังซบเซาต้องหันมาเปลี่ยนแปลงและพัฒนา เพื่อเป็นการส่งเสริมการประกอบอาชีพและการพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว นำพาตนเองไปสู่ความสำเร็จ จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในด้านของการบริหารจัดการการผลิตและการตลาด โดยต้องคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า ผลผลิตของตน ความปลอดภัย ความสะดวกสบายของผู้บริโภคเช่นกัน เพื่อเป็นการส่งเสริมให้สินค้า หรือธุรกิจได้ดำเนินอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้อีกด้วย

แต่กระนั้น หากมองในด้านของปัญหาที่เกษตรกรไทยต้องพบเจอนั้น ยังมีอยู่มาก มีปัญหาอยู่หลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรายได้ ค่าครองชีพต่างๆ บางคนอาจมีหนี้สิน ความมั่นคงต่างๆ ในชีวิต ขาดความรู้ในเรื่องของการตลาดเชิงลึก รวมไปถึงการผลิต การตอบสนองต่อผู้บริโภคนั้นยังทำให้ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น เพราะผลผลิตของเกษตรกรในยุคก่อนนั้นขาดคุณภาพ ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริงและตรงจุด จากปัญหาต่าง ๆ นั้นสะท้อนให้เห็นว่า อาชีพเกษตรกรในยุคก่อนนั้นยังขาดการพัฒนาและยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างแท้จริง

แต่ในปัจจุบัน ในยุคที่เรียกว่าเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีความสำคัญเป็นอย่างมากและยังส่งผลต่อทุก ๆ ด้านของชีวิต หรือเรียกว่า “ไทยยุค 4.0” เป็นยุคที่ทำให้ความคิดของเกษตรกรหลายคนเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง และยังทำให้ภาพลักษณ์ที่ผู้บริโภคมองไปยังเกษตรกรดีขึ้นด้วย เป็นการเปลี่ยนแปลงที่นำเอาเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้กับทุก ๆ กระบวนการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ จึงทำให้คุณภาพของชีวิตเกษตรกรนั้นดีขึ้น สามารถพึ่งพาตนเองได้ และพึ่งพาได้แบบยั่งยืน เป็นเกษตรกรแห่งยุคสมัยที่ไม่ล้าหลัง มีความเท่าเทียมกันในสังคม วิธีการดำรงชีวิตของเกษตรกรนั้นก็ดีขึ้นตามความสำเร็จของแต่ละคน

จากปัญหาที่นำมาศึกษานั้น ในบทวิจัยนี้จะมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความสะดวกสบาย ของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดและไม่มีใครทำมาก่อน โดยตัวของเกษตรกรเองได้ใช้นวัตกรรมใหม่ที่น่าสนใจ โดยจะมองไปยังเรื่องของการส่งออกผลผลิตของตนเองสู่ตลาด ให้ได้กว้างและเข้าถึงตัวตลาดและเข้าถึงมือผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดและรวดเร็วมากที่สุด ซึ่งเมื่อก่อนนั้นปัญหาที่พบมักจะเกิดจากการที่ผลผลิตไม่ได้ส่งออกไปสู่ตลาดอย่างทั่วถึง มีแต่ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มเท่านั้นที่รู้จักและต้องการ ซึ่งยังไม่ได้รับความสนใจมากพอ จึงเล็งเห็นว่าการที่มีการใส่ใจเรื่องการส่งออกนั้นถือเป็นเรื่องที่ดีและเหมาะสมแก่การ ทำอาชีพเกษตรกรในยุคไทย 4.0 เป็นอย่างมาก

กลุ่มเกษตรกรที่อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ที่ปลูกกล้วยและส่งออกให้กับร้านสะดวกซื้ออย่าง “7-ELEVEN หรือ เซเว่นอีเลฟเว่น” ซึ่งถือว่าเป็นแนวคิดที่แปลกใหม่และท้าทายมากสำหรับกลุ่มเกษตรกรเพราะยังไม่เคยมีใครที่สามารถนำผลผลิตของตนเองส่งออกเข้าสู่ตลาดที่ใหญ่และกว้างอย่าง เซเว่นอีเลฟเว่น ได้ ถือเป็นนวัตกรรมของกลุ่มเกษตรกรที่นำมาประยุกต์ใช้ให้น่าสนใจและเข้ากับยุคไทย 4.0 อีกด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึง เรื่องของการส่งออก ชื่อเสียง ว่าเพราะเหตุใด การส่งออกที่ต่างกัน หรือ ต่างจากเดิมอย่างไร จึงทำให้ผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรนี้ มียอดขายที่สูงขึ้น จนได้ชื่อว่า กล้วยเงินล้าน จึงต้องการที่จะศึกษาหาวิธีต่าง ๆ แนวคิด หลักการทำธุรกิจ ที่นำมาใช้กับผลผลิตของเขาอย่าง กล้วย เป็นต้น ซึ่งกล้วยที่เป็นผลผลิตนั้นคือกล้วยหอมธรรมชาติที่มีขายกันตามท้องตลาด แต่สิ่งที่พิเศษและน่าสนใจกว่า คงจะเป็นเรื่องของ บรรจุภัณฑ์ที่ขายในร้านสะดวกซื้อ ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อ ได้อย่างง่ายดาย และสะดวกสบาย ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษากระบวนการส่งออกที่ประสบความสำเร็จของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาเนื้อหา รูปแบบ และกลยุทธ์ของการส่งออกกล้วยหอม ของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรอำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี โดยศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงเว็บไซต์ต่าง ๆ ประกอบกับการสัมภาษณ์ กลุ่มสมาชิกในสหกรณ์การเกษตร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

2. ขอบเขตด้านประชากร

โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สมาชิกที่ สหกรณ์การเกษตรท่ายาง จำกัด อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในเขตพื้นที่ของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร ที่อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเริ่มศึกษาข้อมูลเบื้องต้นตั้งแต่ เดือน มกราคม 2560 ไปจนถึง เดือน มิถุนายน 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบกระบวนการการส่งออกที่ประสบความสำเร็จของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร อำเภอท่ายาง จังหวัด เพชรบุรี
2. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถที่จะเป็นแนวทางการดำเนินการส่งออกผลิตภัณฑ์ทางเกษตรกรของเกษตรกร กลุ่มอื่น ๆ ได้

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน” ผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด และ ทฤษฎี ตลอดจน ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดความสำเร็จของการปลูกกล้วยแบบวิถีใหม่
2. แนวคิดการส่งออกที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก
3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดความสำเร็จของการปลูกกล้วยแบบวิถีใหม่

ปัจจุบันการปลูกกล้วยของเกษตรกรในประเทศไทยนั้นมีกระจายตัวกันอยู่อย่างแพร่หลาย เพราะกล้วยเป็นพืชที่ทุกส่วนของต้นมีความสำคัญและนำมาใช้ประโยชน์ได้แทบจะทุกส่วน จึงทำให้กล้วยเป็นพืชที่มคนนิยมปลูกกันมาก แต่การปลูกกล้วยแบบธรรมดาและปกติอาจจะไม่ใช่ทางออกที่ดีหากต้องการกล้วยที่มีผลผลิตที่มีคุณภาพและเติบโตให้ทันตามความต้องการของตลาด จึงได้มีการศึกษาการปลูกกล้วยแบบวิถีใหม่ ซึ่งใช้หลักวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยในการปลูก นั่นก็คือ การเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ (สุรศักดิ์ ชวายนันท์, 2550)

แปลงกล้วยหอมของเกษตรกร อำเภอบ้านลาด ได้ใช้การปลูกกล้วยด้วยวิธีใหม่คือ การปลูกกล้วยพันธุ์ที่ได้จากงานวิจัยการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ โดยไม่ใช่สารเคมีในกระบวนการการพอกฆ่าเชื้อหน่อพันธุ์ และไม่ใช่สารควบคุมการเจริญเติบโต ซึ่งทำให้กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนมีความปลอดภัยทั้งผู้บริโภค สภาพแวดล้อม และได้คุณภาพตามมาตรฐานการส่งออกไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ โดยเจ้าของสวนอ้างว่า วิธีนี้ได้ผลดีกว่าการปลูกแบบแยกหน่อ เพราะขนาดและอายุของต้นพันธุ์มีความสม่ำเสมอ ทำให้ออกผลผลิตพร้อมกันตามเป้าหมาย และขายให้กับสหกรณ์ในราคาประกันสูงกว่าท้องตลาดอีกด้วย

2. แนวคิดการส่งออกที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก

กลุ่มเกษตรกรที่ปลูกกล้วยนั้นต้องมีจุดประสงค์และเป้าหมายในการปลูกกล้วยที่แตกต่างกันไป โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ 1.) ปลูกไว้เพื่อบริโภคเอง 2.) ปลูกไว้เพื่อการจำหน่ายในประเทศ 3.) ปลูกไว้เพื่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ โดยเกษตรกรบางรายที่เริ่มปลูก ในครั้งแรกอาจจะยังปลูกไว้เพื่อบริโภคเองก่อน แต่หากลองปลูกแล้วได้ผลผลิตที่ดีมากขึ้นเรื่อย ๆ ก็อาจจะปลูกเพื่อจำหน่ายส่งออกไปยังตลาดในประเทศต่อไป โดยการส่งให้ออกให้กับพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อต่อ หรือส่งออกให้กับผู้บริโภคเอง เป็นต้น และถ้าต่อมา การส่งออกในประเทศนั้นดีมากขึ้น ก็จะนำทางไปสู่การขายการลงทุนออกไปเรื่อย ๆ โดยการส่งออกจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งการจะนำพาไปสู่ความสำเร็จ

ของการส่งออกต่าง ๆ ได้นั้น เกษตรกรจะต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญทั้งเรื่องของการเตรียมการปลูกกล้วยพันธุ์ตามที่ต้องการ การดูแลรักษา การเก็บผลผลิต ความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด อีกทั้งความรู้ในเรื่องของเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เหมาะสม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพความสำเร็จของการส่งออก (สุรศักดิ์ ชวยานันท์ , 2550)

หากต้องการส่งจำหน่ายภายในประเทศ ควรหากกล้วยพันธุ์ที่ตลาดในประเทศต้องการมาปลูก หากตลาดจำหน่ายในประเทศที่รองรับกล้วยพันธุ์นั้นมากที่สุด หรือทำงานร่วมกันในการปลูกกับผู้รับซื้อ ซึ่งนั่นก็คือการจับทางการตลาดเอาไว้ก่อนเพื่อให้ง่ายต่อการตกลงราคาขาย อีกทั้งต้องควบคุมคุณภาพของผลผลิต ตลอดจนถึงเรื่องของการจัดจำหน่าย มีการจัดการส่งเสริมการขายโดยการทำต้นทุนให้ต่ำกว่าคู่แข่ง และการบริหารจัดการที่ดีที่สุด

3.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย” ผลการวิจัยพบว่า จากผลการวิเคราะห์ปรากฏว่า ปริมาณการนำเข้ากล้วยหอมของประเทศไทย โดยรวมในแต่ละปีเพิ่มขึ้นทุกปี ในจำนวนนี้ปรากฏว่า ประเทศไทยนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศฟิลิปปินส์ เพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่การนำเข้ากล้วยหอมจากประเทศอื่นมีแนวโน้มลดลงทุกปีเช่นกัน ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบกันแล้ว ราคากล้วยหอมนำเข้าจากประเทศฟิลิปปินส์จะราคาถูกกว่า กล้วยหอมนำเข้าจากประเทศไทย

1) ปัจจัยการผลิตหรือกล้วยหอมทองปลอดสารพิษที่จะส่งเสริมคุณภาพของสินค้า สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด มีการผลิตที่มีคุณภาพเพราะมีการคัดเลือกสมาชิกสหกรณ์ที่มีความพร้อม พื้นที่ที่ตรงกับเงื่อนไขการปลูกแบบอินทรีย์ และปริมาณคุณภาพและผลผลิตที่ควบคุมได้

2) ปัจจัยด้านอุปสงค์ พบว่า กล้วยหอมทองปลอดสารพิษมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและนอกประเทศ ทั้งรูปผลิตภัณฑ์ (ขนาดของผลิตภัณฑ์) และการรับรองคุณภาพจากสถาบันที่น่าเชื่อถือ (GAP) อีกทั้งมีความแตกต่างจากสินค้าเดียวกันของกลุ่มแข่ง มีตำแหน่งผลิตภัณฑ์ระดับส่งออก อีกทั้งราคากล้วยหอมทองปลอดสารพิษมีราคาและมีมูลค่าสูงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันในตลาด เนื่องจากคุณภาพ ผู้บริโภคให้การยอมรับที่พร้อมจ่ายแพงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันจากแหล่งอื่น แต่จากตัวเลขการส่งออก ในปี 2554 – 2556 พบว่า ปริมาณการส่งออกลดลง ในขณะที่ปริมาณจำหน่ายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

3) ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน พบว่า สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด ในการส่งออก ไม่ได้ประสบปัญหาการขนส่ง เนื่องจากเป็นภาระของบริษัทส่งออก รวมถึงการขนส่งให้โรงแรมและห้างสรรพสินค้า การขนส่งเป็นภาระของโรงแรมและห้างสรรพสินค้าที่ว่าจ้างบริษัทตัวแทนในการขนส่ง และการจัดจำหน่าย สหกรณ์การเกษตรทำยาง จำกัด มีหลายช่องทางจำหน่ายกล้วยหอมทอง ตลาดส่งออก ตลาดในประเทศโดยจำหน่ายทางตรง และจำหน่ายทางอ้อม (นายวิเชียร แทนธรรมโรจน์ , 2557)

อภิชาติ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “การบริโภคภายในประเทศและการส่งออกสินค้าผลไม้ของไทย” ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แบบแผนการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผลไม้ของครัวเรือนไทยเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกลำไย ลิ้นจี่ และผลิตภัณฑ์ของไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ส่งออกลำไย ลิ้นจี่ และผลิตภัณฑ์ของไทยในประเทศคู่แข่งที่สำคัญ และเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันการส่งออกลำไย ลิ้นจี่ และผลิตภัณฑ์ของไทย ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์ในการบริโภคผลไม้ไม่ต้องอาศัยได้ในทุกภูมิภาคของประเทศเป็นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย แสดงว่าผลไม้เป็นสินค้าจำเป็นสำหรับผู้บริโภคชาวไทยศักยภาพในการส่งออกลำไยและลิ้นจี่อยู่ในระดับที่ดี อุปสงค์การนำเข้าลำไยสดในประเทศจีนขึ้นอยู่กับปัจจัยรายได้ของผู้บริโภคแต่ไม่ขึ้นกับราคา ส่วนอุปสงค์การ

นำเข้าลำไยอบแห้งในประเทศจีนนั้นขึ้นอยู่กับทั้งราคาและรายได้ สำหรับอุปสงค์การนำเข้าลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลิ้นจี่สด และลิ้นจี่กระป๋องในประเทศฮ่องกงนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยราคาและรายได้เช่นกัน โดยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและต่อรายได้ทุกค่าเป็นแบบยืดหยุ่นมาก แสดงว่าลำไย ลิ้นจี่และผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยสำหรับผู้บริโภคทั้งสองประเทศ สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกลำไย ลิ้นจี่และผลิตภัณฑ์ของไทยพบว่า รายได้จากการส่งออกลำไยและลิ้นจี่สดมีความไม่แน่นอนเนื่องจากการใช้ระบบฝากขายและราคารับซื้อผลผลิตเพื่อส่งออกได้รับอิทธิพลจากพ่อค้าในประเทศจีน ผู้ส่งออกได้รับผลกระทบจากกฎระเบียบที่เคร่งครัดของประเทศผู้นำเข้า ผู้ส่งออกบางรายขาดประสบการณ์ในการส่งออกในเรื่องขั้นตอนเอกสารและการเปิดตลาดใหม่ ส่วนปัญหาและอุปสรรคของผู้นำเข้าลำไย ลิ้นจี่ในประเทศจีนและฮ่องกง พบว่าคุณภาพของลำไยช่วงนอกฤดูกาลยังไม่ดีพอ ยังมีการพบสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในลำไยที่นำเข้าในระดับสูง มีการควบคุมและตรวจตราที่ละเอียดและเข้มงวด การนำเข้ามีการกระจุกตัวเฉพาะพื้นที่ทำให้มีการแข่งขันทางด้านราคา ผู้นำเข้าไม่มีแรงจูงใจในการเปิดตลาดใหม่ เนื่องจากต้องใช้ระบบฝากขาย ข้อกำหนดในพิธีสาร ไทย-จีนฉบับใหม่สร้างความวิตกกังวลและความยุ่งยากให้ผู้ส่งออกและนำเข้ามากขึ้น จึงควรมีการเผยแพร่ข่าวสารและอบรมให้ความรู้แก่ผู้ส่งออกเกี่ยวกับข้อกำหนดในพิธีสารดังกล่าวเพื่อลดปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นและอาจสร้างความเสียหายกับผู้นำเข้าและส่งออก

วัลลภ พรหมทอง และคณะ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย มีแรงงานในครอบครัว 2-3 คน มีพื้นที่เฉลี่ยประมาณ 10 ไร่ และพื้นที่ทำการเกษตรส่วนใหญ่เป็นของตนเอง รวมทั้งเป็นสมาชิกสถาบันทางการเกษตร ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกร พบว่า อายุ รายได้จำนวนพื้นที่ถือครองทำการเกษตร ระดับการศึกษา การเป็นสมาชิกสถาบันทางการเกษตร ความเพียงพอของรายได้ต่อการครองชีพ และลักษณะพื้นที่ถือครองทางการเกษตรมีผลต่อการตัดสินใจทำเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรสำหรับการดำเนินกิจกรรมเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรนั้น พบว่า เกษตรกรทั้งหมดมีความรู้และความเข้าใจต่อโครงการ โดยมีกิจกรรมทั้ง การขุดสระน้ำ ปลูกข้าว ปลูกพืช และจัดแบ่งพื้นที่เป็นที่อยู่อาศัยและเลี้ยงสัตว์ รวมทั้ง เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า หลังจากทำเกษตรทฤษฎีใหม่แล้วมีรายได้เพิ่มขึ้น และมีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น กว่าเดิมส่วนด้านปัญหาอุปสรรคนั้นเกษตรกรส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านเงินทุน โรคพืชระบาดและขาดแหล่งน้ำ โดยเสนอแนะให้รัฐบาลช่วยเหลือในด้านจัดหาแหล่งเงินทุน จัดหาแหล่งน้ำ หรือขุดสระเพิ่มเติม รวมทั้งการให้บริการความรู้ของเจ้าหน้าที่ที่มีประสิทธิภาพ

พิทักษ์ ศิริวงศ์ ธัญธร ฉัตรชะลอลักษณ์ และ วิษณุ ลินฐ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง “การดำเนินธุรกิจการผลิตกล้วยหอมทองของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี : จากตลาดท้องถิ่นสู่ตลาดต่างประเทศ” ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการดำเนินธุรกิจ เน้นการควบคุมคุณภาพให้สินค้ามีมาตรฐาน และเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งต่างประเทศ และในประเทศ เพื่อให้รองรับผลผลิตจากสมาชิกสหกรณ์ได้เพียงพอ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจพบว่า การปลูกกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่นมีการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานที่ค่อนข้างเข้มงวด ทำให้มีเพียง 20% จากผลผลิตทั้งหมดของทางสหกรณ์ที่ได้มาตรฐานการส่งออกไปประเทศญี่ปุ่น และผลผลิตอีก 80% นำมาจำหน่ายและแปรรูปในประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) คือ เป็นวิจัยที่นำเอาข้อมูลทางด้านคุณภาพมาวิเคราะห์ ข้อมูลทางด้านคุณภาพเป็นข้อมูลที่ไม่เป็นตัวเลขแต่จะเป็นข้อความบรรยายลักษณะสภาพเหตุการณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และการเสนอผลการวิจัยก็จะออกมาในรูปของข้อความที่ไม่มีตัวเลขทางสถิติสนับสนุนเช่นเดียวกัน การวิจัย

ประเภทนี้จึงมุ่งบรรยายหรืออธิบายเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยอาศัยความคิดวิเคราะห์ เพื่อประเมินผลหรือสรุปผลนั่นเอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการส่งออกกล้วยหอมเงินล้านของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรที่ อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินวิจัย ดังนี้

1. ประชากรในการวิจัย

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มสหกรณ์การเกษตรที่ อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี โดยศึกษาจากเกษตรกรที่มีส่วนร่วมในกระบวนการการผลิตและการส่งออกของกล้วย

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บทสัมภาษณ์ในเรื่องของปัจจัยความสำเร็จ ว่าอะไรที่ส่งผลทำให้การส่งออกกล้วยหอมของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรนั้นเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีวิธีการคือ สืบค้นข้อมูลเบื้องต้นที่ควรทราบมาก่อนแล้ว จากนั้นจึงลงพื้นที่ สถานที่จริง เพื่อ ไปสัมภาษณ์ สอบถาม ถึงกระบวนการดำเนินงาน ปัจจัยต่าง ๆ ข้อคิดที่ได้ และประโยชน์จากการส่งออก เมื่อได้ข้อมูลครบตามที่ต้องการแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์ต่อไปถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จในเรื่องของการส่งออกของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ได้นั้น ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้รับ ข้อเท็จจริงจากผู้ให้ข้อมูลหลักนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะนำมาต่อยอดกับข้อมูลเบื้องต้นที่มีอยู่ ได้เรียนรู้และเข้าใจกระบวนการดำเนินงานจริงของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งสำคัญมาก

สรุปอภิปรายและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน ของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร อำเภอกำแพง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า การดำเนินการวางแผนและการจัดการที่ดีของกลุ่มสหกรณ์เอง ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การส่งออกของกล้วยนั้นประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนแรกสุดคือการวางพื้นที่แปลงเพาะปลูก วิธีการปลูกกล้วยให้ได้ผลผลิตตรงตามความต้องการของตลาด การเก็บเกี่ยวผลผลิตตามแปลงของสมาชิก ทั้งหมดนี้เป็นการทำงานโดยสหกรณ์ทั้งสิ้น กลุ่มสมาชิกมีหน้าที่ปลูกกล้วยให้ตรงตามที่ทางสหกรณ์ระบุจำนวนมา รวมถึงการวางแผนการตลาด การขายให้กับสมาชิก เช่น มีการวางแผนตลาดล่วงหน้าให้กับสมาชิกล่วงหน้า 1 ปี เนื่องจากมีการติดต่อค้าขาย และส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น ทางประเทศญี่ปุ่นนั้นจึงได้กำหนดตลาดมาให้ ว่าในอนาคตจะมีความต้องการจำนวนเท่าไร ทางสหกรณ์จึงได้กลับมาวางแผนและดำเนินการจัดการให้กับทางสมาชิกเพื่อให้ได้ยอดตามจำนวนที่ทางญี่ปุ่นกำหนดมา ทางสหกรณ์ได้มีเงินค้ำประกันราคาขั้นต่ำให้แก่สมาชิกแล้วแต่ช่วงฤดูกาล และยังมีกรเฉลี่ยคืนเงินปันผลให้แก่สมาชิกอีกด้วย จึงทำให้กลุ่มสมาชิกของสหกรณ์เองก็มีอาชีพที่มั่นคง มีความไว้วางใจที่จะปลูกและดูแลกล้วยให้พอส่งออกต่อไป

อุปสรรคของการส่งออกคือ อุบัติเหตุที่คาดไม่ถึง เช่นภัยพิบัติทางธรรมชาติ ทางสหกรณ์เองก็จะดำเนินการหาทางออก และแก้ไขปัญหา ในเรื่องของจำนวนผลผลิตที่จะส่งออก หากมีมากเกินไปก็จะจัดหาตลาดเพื่อกระจายผลผลิตกันไปให้ทั่วถึง ไม่มีกรทิ้งไว้ให้เสียเปล่า หรือหากผลผลิตมีไม่เพียงพอ ก็จะบอกทางผู้รับซื้อว่า เลื่อนระยะเวลาไปอีกได้หรือไม่ หรือบอกก่อนจะถึงช่วงเก็บเกี่ยว ว่าเดือนนี้ผลผลิตของไม่พอ ควรที่จะจัดการต่อในเรื่องนี้ และสิ่งที่เป็นอุปสรรคมากสำหรับการส่งออกคือ ฤดูกาล ซึ่งฤดูที่ทำให้การส่งออกนั้นเกิดความล่าช้าคือ ฤดูหนาว เพราะจะทำให้ผลผลิตมีความ

เสียหายได้ง่ายหากจัดส่งไปยังต่างประเทศ วิธีแก้ของสหกรณ์คือ หันมาส่งออกให้กับตลาดในประเทศมากขึ้น เพื่อให้ง่ายต่อการขนส่งเกิดความเสียหายได้ยาก เพราะขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องผ่านกระบวนการหลากหลาย ทำให้ตลาดการส่งออกกล้วยในประเทศของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรีประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เดิมโตมากกว่าตลาดในต่างประเทศเกือบ 10 เท่าตัว แต่ก็ไม่มีตลาดการส่งออกให้กับตลาดต่างประเทศ ยังคงส่งออกเหมือนเดิม จึงทำให้ประสบความสำเร็จเป็นกล้วยเงินล้านได้ อีกทั้งทางสหกรณ์ยังต้องการพัฒนาการปลูกกล้วยน้ำว้า ให้มีผลผลิตเทียบเท่ากับกล้วยหอม เพราะการปลูกและการดูแลกล้วยหอมมีขั้นตอนที่ยุ่งยากมากกว่า ราคาตลาดภายนอกก็ควบคุมดูแลได้ยากเช่นกัน

การส่งออกกล้วยให้กับ “เซเว่นอีเลเว่น” ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้การส่งออกกล้วยเงินล้านของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เนื่องจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจนั้นเป็นการออกแบบจากเซเว่นอีเลเว่นเอง จึงทำให้มียอดขายที่เพิ่มมากขึ้น ความต้องการของตลาดก็สูงขึ้นมากกว่าเดิมที่ส่งออกเป็นหวีให้กับผู้ซื้อต่าง ๆ ทางสหกรณ์ได้มีกระบวนการการผลิตแบบพร้อมวางจำหน่ายให้กับทางเซเว่นอีเลเว่นแล้ว จึงง่ายต่อการขนส่งและวางจำหน่าย

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน ของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

ปัจจัยความสำเร็จของการส่งออกกล้วยเงินล้าน ของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรศักดิ์ ขวายนันท์ (2550) แนวคิดการส่งออกที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก มีอยู่ 3 ขั้นตอน 1.) ปลูกไว้เพื่อบริโภคเอง 2.) ปลูกไว้เพื่อการจำหน่ายในประเทศ 3.) ปลูกไว้เพื่อการส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ โดยก่อนที่จะปลูกเพื่อจำหน่ายหรือส่งออกนั้น เราต้องปลูกเพื่อบริโภคเองก่อน และการปลูกเพื่อบริโภคเองนั้นต้องเป็นการปลูกที่ได้รับการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี ดำเนินการวางแผนตามขั้นตอนที่ถูกต้องเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ถูกต้อง จากนั้นความต้องการของผู้บริโภคก็มีมากขึ้น ขึ้นต้องหันมาจัดจำหน่ายและส่งออกต่างประเทศตามลำดับ มีการเติบโตของตลาดมากขึ้น

การส่งออกกล้วยเงินล้านถือเป็นการส่งออกที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในครั้งนี้ คือการวางแผนการดำเนินงานที่ดีของสหกรณ์ และการให้ความร่วมมือของกลุ่มสมาชิกเองก็ส่งผลต่อความสำเร็จเช่นกัน ความสามัคคีของชาวบ้าน ความไว้เนื้อเชื่อใจกันในเรื่องของการจัดการให้อยู่ในความดูแลสหกรณ์ ปัจจัยเหล่านี้หากขาดอันใดอันหนึ่งไป การส่งออกอาจจะไม่ประสบความสำเร็จตามยอดที่ตั้งเอาไว้ การมีสัมพันธ์ไมตรีที่ดีกับต่างประเทศก็เปรียบเสมือนใบเบิกทางให้การส่งออกเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ตลาดเติบโตได้อย่างกว้างขวาง ไม่เพียงแค่นั้น แต่ความรู้ในเรื่องของการเกษตรก็ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญ เพราะจำเป็นอย่างมากในการวางแผน เตรียมการสำรองภายในอนาคตหากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันเกิดขึ้นจะได้แก้ปัญหาได้ทันเวลา

การรวมกลุ่มกันของสมาชิกและสหกรณ์การเกษตร ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้การส่งออกเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ช่วยกันดูแล ปลูกแปลงใหญ่ ทำให้เราสามารถลดต้นทุนได้ง่ายต่อการเก็บเกี่ยว และทำให้มีอำนาจต่อรองลูกค้าได้มากขึ้น เมื่อรวมกลุ่มกันแล้วปริมาณสินค้าก็จะเพียงพอต่อลูกค้าที่จะสั่งซื้อ ตัวแทนกลุ่มสหกรณ์การเกษตร อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันการส่งกล้วยออกจำหน่ายสู่ร้านสะดวกซื้อ 7-11 ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก และทำให้สมาชิกในสหกรณ์ได้รับผลตอบแทนจากการส่งออก

ดังนั้นสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จึงควรวางแผนพัฒนาผลไม้ชนิดอื่นเพื่อส่งออกในอนาคต และเพื่อเพิ่มกำไรและผลตอบแทนให้แก่สหกรณ์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยพบว่า การที่สหกรณ์การเกษตรท่ายางประสบความสำเร็จเรื่องการส่งออกนั้นมาจากผลผลิตที่มีมาตรฐานจากการผลิตที่ดีของกลุ่มสมาชิก

ดังนั้น ในการทำวิจัยครั้งต่อไป จึงควรวิจัยเรื่องกระบวนการผลิตของสหกรณ์ ว่ามีกลยุทธ์ที่แตกต่างจากที่อื่นอย่างไรบ้าง ที่ส่งผลให้ได้ผลผลิตเป็นที่ต้องการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางให้แก่เกษตรกรที่ขาดความรู้ที่ถูกต้อง

เอกสารอ้างอิง

- กรนิภา ศักดิ์แสง. (2559). รูปแบบและกลยุทธ์การค้าสินค้าส่งออกผลไม้ของผู้ประกอบการในจังหวัดเพชรบุรี : การประชุมวิชาการเสนอวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม : วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
- จักรินทร์ โพธิ์เพิ่ม. (2555). แหล่งผลิตกล้วยหอมทองส่งญี่ปุ่นแห่งใหม่ พื้นที่ปลูกกว่า 100 ไร่ ในพื้นที่ปลูก 7 จังหวัด สืบค้นเมื่อ 17 สิงหาคม 2560 จาก : <http://www.vigotech.co.th/inde/>.
- พิทักษ์ ศิริวงศ์; ธัญธร จัตระชะลอลักษณ์ และ วิษณิ สินขุ. (2559). การดำเนินธุรกิจผลิตกล้วยหอมทองของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรท่ายาง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี : จากตลาดท้องถิ่นสู่ตลาดต่างประเทศ : โครงการสังคมศาสตร์วิชาการ วิเชียร แทนธรรมโรจน์. (2557). ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) กับการส่งออกกล้วยหอมของสหกรณ์การเกษตรไทย : วิทยานิพนธ์หลักสูตรนักบริหารการทูต : สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
- วัลลภ พรหมทอง. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกร : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ศูนย์ติดตามและพยากรณ์เศรษฐกิจการเกษตร (KU – OAE Foresight Center : KOFC). (2559). Smart Farmer กับการเข้าสู่ “ไทยแลนด์ 4.0...พร้อมกันหรือยัง” สืบค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2560 จาก : <http://www.kasetkaoklai.com/home/2016/>.
- สุรศักดิ์ ชวขานันท์. (2553). กล้วยในวิธีการปลูกและส่งออกของไทยและต่างประเทศ เรียนรู้พร้อมกัน เพื่อเพิ่มศักยภาพ สืบค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2560 จาก : <http://oknation.nationtv.tv/blog/surasak/>.



การประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management)
“การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)
