



วารสารส่งเสริมการเกษตร
Department of Agricultural Extension Journal

กล้วย หอมทอง

พืชเศรษฐกิจแห่งโอกาส
สร้างรายได้มั่นคงแก่เกษตรกรไทย



บอกกล่าวเล่าสืบ

วารสารส่งเสริมการเกษตร ฉบับที่ ๓๒๒ นี้ ขอพาผู้อ่านเจาะลึกเรื่องราวของ "กล้วยหอมทอง" ไม่ผลที่เราคุ้นเคยกันดีแต่ซ่อนเร้นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจอันมหาศาล เป็นดังชุมทรัพย์แห่งโอกาส ที่จะพลิกโฉมอนาคตการเกษตรไทย ด้วยคุณสมบัติอันหลากหลาย ทั้งคุณค่าทางโภชนาการ และสรรพคุณทางยาที่น่าทึ่ง ทำให้กล้วยหอมทองเป็น "แหล่งพลังงานชีวิต" ที่ตอบโจทย์เทรนด์ สุขภาพและไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ได้อย่างสมบูรณ์แบบ ทั้งยังสามารถนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มได้หลากหลาย ยิ่งไปกว่านั้นการรับรอง "กล้วยหอมทอง GI" (Geographical Indication) คือ ตราประทับแห่งคุณภาพและชื่อเสียงจากแหล่งผลิตเฉพาะ เปรียบดังการสวมมงกุฎให้กล้วยหอมทองไทย เป็นการสร้างแบรนด์ท้องถิ่นอันเปี่ยมพลัง บอกเล่า เรื่องราวและภูมิปัญญา เพิ่มมูลค่าและความโดดเด่นในตลาดโลก

นอกจากนี้ การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดกล้วยหอมทั้งภายในประเทศและต่างประเทศยังชี้ให้เห็นถึง "โอกาสทอง" อันยิ่งใหญ่ที่แม้ประเทศไทยจะยังใช้ศักยภาพโดยเฉพาะในด้านการส่งออก ได้ไม่เต็มที่ ทว่าการยกระดับคุณภาพให้ตรงมาตรฐานสากลกลับเป็น "ความท้าทายที่มาพร้อมโอกาส" ซึ่งจะนำรายได้ที่คุ้มค่าสู่เกษตรกรอย่างแน่นอน และหัวใจสำคัญสู่ผลผลิตที่ยั่งยืนและ ก้าวไกลที่เพิ่มขึ้น คือ การลดการสูญเสียในห่วงโซ่อุปทานตลอดทุกขั้นตอน และกรมส่งเสริม การเกษตรได้เล็งเห็นถึงศักยภาพนี้จึงได้ขับเคลื่อน "โครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดี" เพื่อปรับเปลี่ยนพื้นที่เพาะปลูกพืชผลทดแทนตามกล้วยหอมทองมูลค่าสูง พร้อมสนับสนุน องค์ความรู้ ต้นพันธุ์ และการเชื่อมโยงตลาดอย่างครบวงจร รวมถึงแนวคิดแปลงใหญ่ที่เป็น กลไกสำคัญในการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญ ในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้แก่ภาคการเกษตรไทย

ติดตามอ่านเรื่องราวที่น่าสนใจของ "กล้วยหอมทอง" ได้ภายในเล่มเพื่อทำความเข้าใจถึง ศักยภาพและโอกาสที่มีอยู่ รวมถึงแนวทางการพัฒนาที่จะทำใหกล้วยหอมทองเป็นผลไม้ที่สามารถ สร้างอาชีพให้เกษตรกรได้อย่างมั่นคง ยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน และเป็นพลังขับเคลื่อน เศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว เปรียบดังกล้วยหอมทองที่รอการเก็บเกี่ยว เพื่อนำพาความมั่งคั่งมาสู่แผ่นดิน และเป็นมรดกทางเศรษฐกิจอันล้ำค่าที่จะส่งต่อให้ลูกหลานอย่างภาคภูมิใจ

กองบรรณาธิการ
มิถุนายน 2568

ที่ปรึกษา :

นายพีรพันธุ์ คอทอง

อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร

นายพีทัศน์ อุ่นจิตตพันธ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร

นายครองศักดิ์ สงรักษา

รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร

นายวีรศักดิ์ บุญเชิญ

รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร

นายสุริยะ คำปวง

รองอธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร

นางอมรทิพย์ ภิรมย์บุรณ์

ผู้อำนวยการกองการเจ้าหน้าที่

รักษาการแทนผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี

นายวุฒิชัย ชินวงศ์

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร

นางสาวสุรางค์ศรี วาเพชร

ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

อำนวยการ :

นางสาวพนิดา ธรรมสุรักษ์

ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาสื่อส่งเสริมการเกษตร

บรรณาธิการ :

นางสาวอำไพพงษ์ เกาะเทียน

ผู้ช่วยบรรณาธิการ :

นางสาวสมิทธิณี ขาวศรี

กองบรรณาธิการ :

นายสุรนนท์ หล้าริ้ว

นายณัฐพิสิษฐ์ จารุงค์

นายวรธนวิทย์ เฉลยผล

นางสาวสรุยา เทียงสุข

นายพศุทธิ์พงศ์ ชัยวงศ์

นางสาวชนกชนม์ ชิมงาม

วัตถุประสงค์ :

เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่นโยบาย ภารกิจ กิจกรรมส่งเสริมการเกษตร และองค์ความรู้ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับสินค้าเกษตรมูลค่าสูงและสินค้า เกษตรแปลงใหญ่ เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ สร้างการมีส่วนร่วม กับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเผยแพร่ผลการดำเนินงานเพื่อเกษตรกร ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในทุกระดับ

จัดทำ :

กลุ่มพัฒนาสื่อส่งเสริมการเกษตร

สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมส่งเสริมการเกษตร

☎ 0 2579 9546

✉ agrimedia1@gmail.com

กลุ่มส่งเสริมไม้ผล

สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร

☎ 0 2579 3816

✉ fruitboard@gmail.com

สารบัญ CONTENTS



04

Knowledge

1 Key Message

2 Did You Know?

"กล้วยหอมทอง" โอกาสทองในตลาดโลก

4 Cover Story

"กล้วยหอมทอง" พืชเศรษฐกิจแห่งโอกาส สร้างรายได้มั่นคงแก่เกษตรกรไทย

12 Digital DOAE

DOAE Marketplace แพลตฟอร์มออนไลน์ เชื่อมโยงพันธุ์พืชคุณภาพดีสู่มือเกษตรกร

14 Agri - Around

แปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี
บูรณาการสร้างมูลค่ากล้วยหอมทองส่งออกสู่ตลาดโลก



12



14

Inspiration

17 Agri - Heroes

นายณรงค์ศักดิ์ สนัย ประธานแปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอดงหลวง จังหวัดอุบลราชธานี
ผู้พากล้วยหอมทองไทยเติบโตสู่ตลาดญี่ปุ่น

20 Key Success

แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลพรัตน์ อำเภอนงนุช จังหวัดปทุมธานี
จากส่งออกสู่ตลาดในประเทศ
เส้นทางใหม่ พลิกวิกฤตเป็นโอกาสสร้างรายได้ที่ยั่งยืน

23 Trends

"กล้วยหอมทองลูกเดี่ยว" โมเดลแบ่งขาย
ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่

25 Craft & Create

เคล็ดลับเก็บกล้วยให้ได้นาน
ถึงคราวปอกใช้งานก็ไม่ดำ



17

20

23

25

ออกแบบและผลิต :

บริษัท คลิกเน็กซ์ อินโนเวชั่น จำกัด 128/323-333
ชั้น 30 อาคารพญาไทพลาซ่า ถนนพญาไท
แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

☎ 0 2217 7900

✉ info@clicknext.com



“ประเทศไทยมีความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย – ญี่ปุ่น (Japan – Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) โดยญี่ปุ่นให้สิทธิพิเศษการยกเว้นภาษีนำเข้ากล้วยหอมทองจากประเทศไทย จำนวน 8,000 ตันที่ผ่านมาไทยสามารถส่งออกกล้วยเข้าสู่ตลาดญี่ปุ่นได้สูงสุดในปี 2564 ประมาณ 2,900 ตัน เท่านั้น ถือเป็นโอกาสที่ดีของเกษตรกรไทยที่จะสามารถพัฒนาการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น และขยายตลาดกล้วยหอมทองของไทยเพื่อส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น

...กรมส่งเสริมการเกษตรได้เล็งเห็นถึงโอกาสทางการตลาดของการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออกตามนโยบายของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตลาดนำ นวัตกรรมเสริม เพิ่มรายได้...”

กรมส่งเสริมการเกษตร

17 มิถุนายน 2568

“กล้วยหอมทอง”

โอกาสทองในตลาดโลก

รู้?

หรือไม่?

กล้วยหอมทองที่ดูเป็นผลไม้ธรรมดา หาง่าย รับประทานง่าย แต่เบื้องหลังความธรรมดาที่กลับซ่อนศักยภาพที่ไม่ธรรมดาเอาไว้ ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางโภชนาการที่ครบครัน มูลค่าทางเศรษฐกิจที่สร้างกำไรมั่นคงให้เกษตรกร และความเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มเติบโตในตลาดอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศ และต่างประเทศ



คุณค่าทางโภชนาการ

เบื้องหลังรสชาติหวานหอมและความอร่อยของกล้วยหอมทองเต็มไปด้วยสารอาหารสำคัญที่ร่างกายต้องการ ไม่ว่าจะเป็นพลังงาน คาร์โบไฮเดรต หรือแร่ธาตุที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพในหลายด้าน

กล้วยหอมทองสุก 100 กรัม

- พลังงาน 88 กิโลแคลอรี
- โปรตีน 1.20 กรัม
- คาร์โบไฮเดรต 23.00 กรัม
- น้ำตาล 20.40%
- ไขมัน 0.20 กรัม
- โยอาหาร 0.40 กรัม
- แร่ธาตุ แคลเซียม, ฟอสฟอรัส, โพแทสเซียม, แมกนีเซียม
- วิตามิน A, B1, B2, B3, B6 และ C

ประโยชน์ต่อร่างกาย

ด้วยพลังงานที่พอเหมาะและแร่ธาตุหลากหลาย กล้วยหอมทองจึงกลายเป็นหนึ่งในผลไม้ที่คนรักสุขภาพนิยมรับประทาน อีกทั้งยังเหมาะสำหรับทุกวัย ตั้งแต่เด็กจนถึงผู้สูงอายุ



1 เพิ่มพลังงาน



2 ลดอาการท้องผูก



3 บำรุงระบบประสาทและสมอง



4 ลดความเครียด



5 ป้องกันตะคริว



6 เสริมกระดูกและฟัน



7 ควบคุมความดันโลหิต



8 เสริมภูมิคุ้มกัน

สถานการณ์การผลิต

ปี	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลตอบแทนสุทธิ (บาท/ตัน)
2565	42,117	147,494	7,615
2566	42,605	148,308	9,553
2567	42,881	148,497	10,953

(ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)

ต้นทุนการผลิต : 5,540 บาทต่อตัน

แนวโน้มผลตอบแทนสุทธิเพิ่มขึ้น : ร้อยละ 20.05 ต่อปี

แหล่งผลิตที่สำคัญ : เพชรบุรี, ปทุมธานี
สระบุรี, ชุมพร
สุราษฎร์ธานี

ปัจจุบันมีเกษตรกรปลูกกล้วยหอมทอง 15,730 ครัวเรือน ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practice) จำนวน 1,767 ราย ครอบคลุม 1,888 แปลง รวมพื้นที่ 16,078.66 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ของพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทั่วประเทศ

คู่ค้าที่สำคัญ

1		ญี่ปุ่น	84%
2		จีน	8%
3		อื่นๆ	8%

สถานการณ์การตลาด

ปี	บริโภคในประเทศ (ตัน)	ส่งออก	
		ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
2565	144,844	2,650	90
2566	146,787	1,521	53
2567	146,766	1,731	56

(ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร)

ปี 2567 ปริมาณการบริโภคกล้วยหอมทองในประเทศคิดเป็นร้อยละ 99 ของผลผลิตทั้งหมด โดยมีแนวโน้มบริโภคเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.53 ต่อปี สะท้อนถึงความนิยมในฐานะผลไม้เพื่อสุขภาพที่เข้าถึงง่าย

ด้านการส่งออก แม้ไทยจะได้รับโควตาปลอดภาษีกล้วยหอมทองไปญี่ปุ่นสูงถึง 8,000 ตันต่อปี แต่สามารถส่งออกได้จริงเพียงบางส่วนเท่านั้น เนื่องจากความต้องการบริโภคภายในประเทศสูง ผสมกับข้อจำกัดด้านมาตรฐานและกระบวนการส่งออก

อย่างไรก็ตาม

ประเทศไทยอยู่ระหว่างเร่งพัฒนาในหลายด้าน ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพผลผลิต

รวมถึงระบบโลจิสติกส์ พร้อมตั้งเป้าหมายโควตาส่งออกต่อปีเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

DOE



“กล้วยหอมทอง”

พืชเศรษฐกิจแห่งโอกาส
สร้างรายได้มั่นคงแก่เกษตรกรไทย

กล้วยหอมทอง หนึ่งในพืชเศรษฐกิจสำคัญที่สร้างมูลค่าสูงของไทย ไม่เพียงเป็นไม้ผลที่เราคุ้นเคยด้วยรสชาติอันหอม หวาน เนื้อสัมผัสที่นุ่มนวล แต่ยังเป็นไม้ผลหลากหลายประโยชน์มากคุณค่า นี่คือพืชที่เปี่ยมด้วยศักยภาพพร้อมเปิดประตูสู่โอกาสการเติบโตทั้งในประเทศและต่างประเทศ กล้วยหอมทองจึงเป็นยิ่งกว่าไม้ผล แต่คือแรงบันดาลใจแห่งโอกาสทางเศรษฐกิจที่จะสร้างรายได้ให้เกษตรกรอย่างคุ้มค่า นำพาพวกเขาก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงและภาคภูมิใจ

เปิดโลกกล้วยหอมทอง

พลไม้สีทองแห่งพลังงานชีวิตและโอกาสทางเศรษฐกิจ

กล้วยหอม มีถิ่นกำเนิดในเขตร้อนของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีสองกลุ่มย่อยหลัก คือ **คาเวนดิช (Cavendish)** และ **กรอสไมเชล (Gros Michel)** ซึ่งประกอบด้วยหลายสายพันธุ์ แต่ที่เกษตรกรไทยนิยมปลูกเป็นการค้า ได้แก่ กล้วยหอมทอง และกล้วยหอมเขียว แม้จะมีลักษณะผลและขนาดใกล้เคียงกัน แต่จะแตกต่างกันที่ช่วงเวลาการสุก กล้วยหอมเขียวไทยสามารถบริโภคได้ในขณะที่ผลยังคงมีสีเขียว ส่วนกล้วยหอมทองจะเริ่มสุกและเมื่อสุกพร้อมบริโภคเมื่อผลเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทองอร่าม กล้วยหอมยังมีสรรพคุณทางยา ช่วยบรรเทาอาการท้องผูก ลดความเสี่ยงของโรคลำไส้อักเสบ โรคซึมเศร้า ภาวะโลหิตจาง ฯลฯ

ยิ่งไปกว่านั้น ศักยภาพของกล้วยหอมยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ เป็นอาหารเสริมสำหรับเด็กและผู้สูงอายุ หรือนำไปแปรรูปเป็น Plant Based Food (อาหารจากพืช) เพื่อทดแทนโปรตีนจากเนื้อสัตว์ ซึ่งตอบรับเทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพที่กำลังมาแรงทั่วโลก

รวมถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น กล้วยกวน กล้วยหอมฟรืซดราย หรือสมูทตี้ กระทั่งนำไปเป็นส่วนประกอบของเครื่องสำอาง นอกจากนี้ ยังสามารถนำส่วนต่าง ๆ ของกล้วยมาใช้ประโยชน์ เช่น บรรจุภัณฑ์จากใบและกาบกล้วย โยกล้วยสำหรับงานหัตถกรรม หรือหยวกกล้วยสำหรับประกอบอาหาร ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดการสูญเสีย และเพิ่มมูลค่าในทุกส่วนของกล้วย ด้วยคุณสมบัติรอบด้านเช่นนี้ กล้วยหอมจึงเป็นไม้ผลหลากหลายประโยชน์มากคุณค่าและเป็นแหล่งพลังงานชีวิตที่ช่วยดูแลสุขภาพ



การใช้ประโยชน์จากกล้วยหอมทองอย่างเต็มศักยภาพและสร้างสรรค์เหล่านี้ นอกจากจะเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตแล้วยังเป็นการเปิดประตูสู่โอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ และสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรไทยอีกด้วย



ข้อมูล ชวนรู้

"กล้วยหอมทอง GI" อัตลักษณ์ท้องถิ่น สร้างมูลค่าเศรษฐกิจไทย

เคยสงสัยไหมว่าทำไมกล้วยหอมทองบางชนิดถึงพิเศษ ? คำตอบคือ "กล้วยหอมทอง GI" หรือ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication) นี่คือการรับรองคุณภาพและชื่อเสียงจากแหล่งผลิตเฉพาะเจาะจง เหมือนสวมมงกุฎให้กับกล้วยหอมทองไทย สร้างแบรนด์ท้องถิ่นให้แข็งแกร่ง เปี่ยมพลัง เพิ่มมูลค่าและสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ

กล้วยหอมทอง GI

แต่ละแห่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

- กล้วยหอมทองปทุม : ผลใหญ่ยาว เปลือกบาง เนื้อเหนียวแน่น หวานหอม บ่งบอกความสมบูรณ์ของดินน้ำในปทุมธานี
- กล้วยหอมทองละแม (ชุมพร) : ผลกลางใหญ่ เปลือกหนา เนื้อแน่น หวานอมเปรี้ยวเล็กน้อย เส้นหยาบเฉพาะตัวจากแดนใต้
- กล้วยหอมทองเพชรบุรี : ผลยาว เปลือกบาง เนื้อเนียนนุ่มฟู หอมหวาน ความละมุนจากเมืองเพชร
- กล้วยหอมทองพพระ (ตาก) : ผลโค้งคล้ายตัว L เนื้อแน่นเหนียวหนึบ หอมหวาน เอกลักษณ์จากพื้นที่สูง
- กล้วยหอมทองหนองบัวแดง (ชัยภูมิ) : เนื้อนุ่มละเอียด เปลือกหนา ทนทานต่อการค้า คุณสมบัติเด่นทำให้ขนส่งง่าย แม้ส่งออกไกลทั่วโลก

สถานการณ์กล้วยหอม

โอกาสและศักยภาพเกษตรกรไทย

สถานการณ์กล้วยหอมโลกโอกาสที่รอการคว้า

ในปี 2565 ตลาดกล้วยทั่วโลกมีมูลค่าส่งออกรวม 13.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีประเทศเอกวาดอร์ กัวเตมาลา โคลัมเบีย ฟิลิปปินส์และคอซตาริกา เป็นผู้ส่งออก รายใหญ่ ขณะที่สหรัฐอเมริกา จีน รัสเซีย เยอรมนี และ ญี่ปุ่นเป็นผู้นำเข้ารายสำคัญมีมูลค่านำเข้ารวม 15.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเฉพาะกล้วยหอมเขียวคาเวنديช มีการปลูกเพื่อส่งออกมากที่สุด ครองส่วนแบ่งตลาดถึง ร้อยละ 95 ของปริมาณกล้วยหอมในตลาดโลก แสดงให้เห็นว่ากล้วยหอมเป็นสินค้าที่ตลาดโลกต้องการมาก และเป็นโอกาสสำคัญสำหรับเกษตรกรไทยที่จะก้าวเข้าสู่ตลาดนี้

สถานการณ์กล้วยหอมไทยศักยภาพที่ซ่อนเร้น

จากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ปี 2567 พบว่าสถานการณ์ผลิตกล้วยหอมในประเทศไทยมีพื้นที่ให้ผลแล้ว 42,881 ไร่ ผลผลิต 148,497 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 3,463 กิโลกรัมต่อไร่ โดยมีจังหวัดเพชรบุรี ปทุมธานี ชุมพร และสุราษฎร์ธานี เป็นแหล่งผลิตสำคัญ ด้านการรับรองคุณภาพจาก GAP DOA Online (สืบค้น ณ วันที่ 5 เมษายน 2568) มีเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมได้รับการรับรอง GAP 1,767 ราย จำนวน 1,888 แปลง รวมทั้งสิ้น 16,078.66 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 37.50 ของพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทั้งประเทศ นอกจากนี้ มีการกำหนดมาตรฐานสินค้าเกษตรกล้วย มกอช. 0006 - 2548 เป็นมาตรฐานสมัครใจ โดยสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรแห่งชาติ (มกอช.)

สถานการณ์ด้านการตลาด มีการบริโภคกล้วยหอมภายในประเทศ จำนวน 146,766 ตัน หรือร้อยละ 99 ของผลผลิต จำหน่ายผ่านตลาดกลาง และห้างสรรพสินค้า และผลผลิตบางส่วนเข้าสู่กระบวนการแปรรูป แสดงให้เห็นว่าตลาดในประเทศมีความต้องการบริโภคสูงและต่อเนื่อง ทำให้เกษตรกรมีช่องทางจำหน่ายที่แน่นอนและมั่นใจได้ ในขณะที่การส่งออกจะอยู่ในรูปแบบผลสดเพียง 1,731 ตัน หรือร้อยละ 1 โดยตลาดที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน และกัมพูชา ส่วนใหญ่เป็นการทำสัญญาข้อตกลงล่วงหน้ากับผลผลิต ต้องมีคุณภาพและเป็นไปตามมาตรฐานเงื่อนไขของคู่ค้านี้จึงเป็น "โอกาสทอง" ที่ประเทศไทยยังไม่ได้ใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ หากสามารถพัฒนาคุณภาพผลผลิตและผ่านมาตรฐานตลาดต่างประเทศ เกษตรกรไทยก็จะสามารถเพิ่มรายได้จากการส่งออกได้มากขึ้น

โอกาสทองของเกษตรกรไทย

สร้างรายได้ด้วยกล้วยหอมทอง

สำหรับประเทศไทย กล้วยหอมทอง ถือเป็นสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมในการผลิตเพื่อส่งออกมาที่สุด จากรายงานของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร และกลุ่มส่งเสริมไม้ผล กรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2567 พบว่า กล้วยหอมทองมีแนวโน้มการเติบโตทางการตลาดเชิงบวก นี่จึงเป็นโอกาสทองในการสร้างรายได้หลักล้านให้แก่เกษตรกรไทย

และด้วยเหตุผลเหล่านี้ กล้วยหอมทอง จึงเป็นคำตอบการสร้างความมั่นคงให้เกษตรกร

ตลาดภายในประเทศแข็งแกร่ง

รสชาติเป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภคภายในประเทศ มีความต้องการบริโภคภายในประเทศที่สูงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกษตรกรมีช่องทางจำหน่ายที่มั่นคง ผลผลิตในปัจจุบันยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและการส่งออก ซึ่งเป็นสัญญาณดีสำหรับการขยายตัว

ผลตอบแทนสูง คำนวณการลงทุน

ปี 2567 เกษตรกรสามารถขายกล้วยหอมทองขนาดใหญ่ได้ในราคาเฉลี่ย 16,493 บาทต่อตัน ขณะที่ต้นทุนการผลิตเพียง 5,540 บาทต่อตัน คิดเป็นผลตอบแทนสุทธิสูงถึง 10,953 บาทต่อตัน ตัวเลขนี้ชี้ชัดว่าการปลูกกล้วยหอมทองสร้างกำไรอย่างงดงาม

โอกาสในการส่งออกมหาศาล

แม้ไทยจะได้รับโควตาส่งออกกล้วยหอมทองไปยังญี่ปุ่นโดยไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า ถึง 8,000 ตันต่อปี ภายใต้กรอบความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย-ญี่ปุ่น (Japan – Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA) แต่ในปี 2567 ประเทศไทยกลับส่งออกได้เพียง 1,731 ตัน ซึ่งกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กระทรวงพาณิชย์ (2566) รายงานว่า คุณภาพกล้วยหอมไทยยังไม่ตรงตามมาตรฐานที่ตลาดญี่ปุ่นต้องการแต่สิ่งนี้กลับเป็น "ความท้าทายที่มาพร้อมโอกาส" หากเราสามารถยกระดับคุณภาพ ให้ตรงตามความต้องการของตลาดต่างประเทศได้ การส่งออกจะพุ่งทะยาน ทำให้เกษตรกรเข้าถึงตลาดที่ใหญ่ขึ้นและสร้างรายได้มหาศาลสู่เกษตรกร

ข้อมูล ชวนรู้

ประเทศญี่ปุ่นมีการตรวจสอบสารไซเพอร์เมทรินซึ่งเป็นสารที่ใช้ในการกำจัดแมลง ในกล้วยหอมทุกล็อตที่นำเข้าจากประเทศไทย แต่ปัจจุบันกรมวิชาการเกษตรมีโครงการ “การจัดการสารเคมีในผักผลไม้เพื่อส่งออกไปญี่ปุ่น” ซึ่งผู้ส่งออกที่เข้าร่วมโครงการนี้ จะได้รับสิทธิ ไม่ถูกกักตรวจสินค้าเมื่อถึงด่านที่ประเทศญี่ปุ่น และจะมีเพียงการสุ่มตรวจร้อยละ 5 ส่วนผู้ส่งออกที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ เมื่อสินค้าถึงญี่ปุ่นจะถูกกัก สุ่มตรวจ และรอผลก่อนปล่อยสินค้าทุกล็อต

โอกาสพัฒนาสายพันธุ์ ให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด

แม้ตลาดส่งออกยังไม่มีข้อกำหนดเรื่องสายพันธุ์ แต่การพัฒนาสายพันธุ์ใหม่เป็นหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษาเป็นหลัก ซึ่งต้องใช้เวลานานในการคัดเลือกสายพันธุ์และทำการตลาด อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมกล้วยหอม GI (Geographical Indication) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น

ผนึกกำลัง "แปลงใหญ่" และ "ศพก." เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตยกระดับเกษตรกรไทย

การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกล้วยหอมในปัจจุบันนับเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากผลผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและการส่งออก เพื่อแก้ไขปัญหาการรวมกลุ่มเกษตรกรในรูปแบบ "แปลงใหญ่" ช่วยให้เกษตรกรสามารถร่วมกันวางแผนการผลิตและบริหารจัดการผลผลิตอย่างเป็นระบบด้วยเป้าหมายในการลดต้นทุนเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และขยายโอกาสการแข่งขันในตลาดควบคู่กับการใช้กลไกของ "ศูนย์เรียนรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (ศพก.)" ซึ่งเปิดโอกาสให้เกษตรกรได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้วิชาการ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เสริมสร้างทักษะและความรู้เพื่อยกระดับคุณภาพผลผลิตและการบริหารจัดการในภาพรวม ตลอดจนการวางแผนการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ยังช่วยอำนวยความสะดวกและส่งเสริมการทำงานร่วมกัน ทำให้เกษตรกรไทยมีศักยภาพเพิ่มขึ้นในการผลิตกล้วยหอมทองที่มีคุณภาพสูง พร้อมสร้างรายได้และความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

ยกระดับคุณภาพกล้วยหอมทองไทย

ปัจจุบันพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองที่ได้รับการรับรอง GAP เพื่อการบริโภคภายในประเทศยังมีไม่ถึงครึ่งหนึ่งของพื้นที่ปลูกทั้งหมด แต่การมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตถือเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มให้กับกล้วยหอมทองไทยของเรา การได้รับการรับรอง GAP เป็นเครื่องยืนยันถึงกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ตั้งแต่การเตรียมดิน การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว ไปจนถึงการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อให้ได้กล้วยหอมทองที่ปลอดภัย ปลอดภัยพิษ และมีคุณภาพสม่ำเสมอ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณภาพของอาหารเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้น การยกระดับมาตรฐานการผลิตกล้วยหอมทองจึงไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค แต่ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์และเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้แก่เกษตรกรไทย

โอกาสสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ แปรรูปเพิ่มมูลค่า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยหอมทองเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อการส่งออก แม้จะยังไม่ประสบผลสำเร็จมากนัก แต่การนำกล้วยหอมมาแปรรูปสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายจะช่วยเพิ่มมูลค่าและลดผลกระทบจากความผันผวนของราคาผลสดได้

ความท้าทายสำคัญที่ต้องก้าวผ่าน

แม้โอกาสจะสดใส แต่ก็มีมีความท้าทายรออยู่ เช่น ความผันผวนของราคา โดยเฉพาะจากราคาที่รับซื้อเพื่อส่งออกมักต่ำกว่าราคาจำหน่ายในประเทศ รวมถึงต้นทุนการส่งออกที่สูง และมีข้อกำหนดพิธีการที่ซับซ้อน รวมถึงต้องทำจำนวนให้เพียงพอต่อการส่งออกแต่ละครั้ง แม้ราคาจะต่ำกว่าการรับซื้อเพื่อจำหน่ายภายในประเทศ แต่ราคาไม่ผันผวนตามกลไกตลาดและมีผู้รับซื้อแน่นอน แต่เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงเลือกจำหน่ายภายในประเทศมากกว่า

หากเราสามารถก้าวข้ามความท้าทายด้านคุณภาพ มาตรฐาน และการตลาด พร้อมส่งเสริมการรวมกลุ่มและพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเข้มแข็ง กล้วยหอมทองจะเป็น "สัญลักษณ์แห่งความสำเร็จ" ที่สร้างรายได้และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทยได้อย่างมั่นคง การเดินทางครั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งเกษตรกร ภาครัฐ และผู้บริโภค เพื่อให้กล้วยหอมทองไทยเติบโตก้าวสู่ตลาดโลกได้อย่างมั่นใจและแข็งแกร่ง

ลดการสูญเสียในห่วงโซ่อุปทานกล้วยหอม

สร้างรายได้ที่ยั่งยืนด้วยกล้วยหอมทอง

การสร้างรายได้อย่างคุ้มค่าจากกล้วยหอมทอง ต้องมาพร้อมกับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การลดการสูญเสียผลผลิต (Food Loss) และอาหารเหลือทิ้ง (Food Waste) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อผลกำไรของเกษตรกรทุกขั้นตอนตั้งแต่การเก็บเกี่ยวไปจนถึงมือผู้บริโภคซึ่งล้วนมีความสำคัญ หากสามารถจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยลดการสูญเสียเหล่านี้ได้อย่างมีนัยสำคัญ ผลผลิตก็จะถึงมือผู้บริโภค ด้วยคุณภาพที่ดีที่สุดและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรมากยิ่งขึ้น

4 กิจกรรมหลักที่ก่อให้เกิดการสูญเสีย ในกล้วยหอมและแนวทางลดการสูญเสีย ดังนี้

1. กระบวนการเก็บเกี่ยว : ก้าวแรกสู่ความสมบูรณ์แบบ

กระบวนการเก็บเกี่ยวเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดในการควบคุมคุณภาพและปริมาณผลผลิต หากการเก็บเกี่ยวไม่เหมาะสมอาจทำให้เกิดการสูญเสียได้ถึงร้อยละ 5 - 25

แนวทางลดการสูญเสีย

- **เลือกเวลาที่ใช่** สิ่งสำคัญคือต้องเก็บเกี่ยวตามระยะสุกแก่ที่เหมาะสม สำหรับกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก ควรตัดเมื่อมีอายุ 50-55 วันหลังตัดปลี หรือมีความแก่ประมาณร้อยละ 70 และควรเก็บเกี่ยวในช่วงเช้าของวันที่จะนำส่งโรงงานบรรจุ เพื่อหลีกเลี่ยงความร้อนที่อาจส่งผลให้กล้วยช้ำเสียหาย
- **ลดความร้อน** ลดการสูญเสีย เมื่อเก็บเกี่ยวแล้วการพักผลผลิตที่จุดรวบรวมอาจทำให้เกิดการสูญเสียร้อยละ 10 จากอัตราการหายใจและการคายความร้อน การลดอุณหภูมิเบื้องต้น (Pre-cooling) ด้วยพัดลม จะช่วยรักษาสภาพความสดใหม่ของกล้วย
- **การวางแผนจุดรวบรวม** การเคลื่อนย้ายกล้วยที่เก็บเกี่ยวแล้วไปยังจุดรวบรวมภายในสวน หากไม่ระมัดระวังอาจสูญเสียได้ถึงร้อยละ 5 ควรจัดตั้งจุดรวบรวมให้ใกล้สวนมากที่สุด และมีอากาศถ่ายเทสะดวก เพื่อลดความเสียหายจากการเคลื่อนย้ายที่ยาวนานหรือไม่เหมาะสม

2. การเคลื่อนย้ายหลังการเก็บเกี่ยว : ขนส่งอย่างมืออาชีพรักษาคุณภาพจากไร่สู่ตลาด

หลังการเก็บเกี่ยว การเคลื่อนย้ายผลผลิตไปยังจุดรับซื้อหรือตลาดมีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดการสูญเสียร้อยละ 25-35 หากไม่มีการจัดเรียงหรือป้องกันการกระแทกที่เหมาะสม

แนวทางลดการสูญเสีย

- **ห่อหุ้มอย่างดีป้องกันการช้ำ** การใช้โฟมห่อเครื่องกล้วยเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการป้องกันการช้ำและการกระแทก ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้กล้วยเสียหาย นอกจากนี้ การป้องกันแสงแดดโดยตรง ตลอดเส้นทางการขนส่งก็สำคัญไม่แพ้กัน เพราะความร้อนสูงสามารถเร่งกระบวนการสุกกล้วยได้เร็วขึ้น
- **ระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพ** การเลือกใช้ระบบการขนส่งที่เหมาะสมกับระยะทางและแต่ละตลาดปลายทาง คือ สิ่งที่ไม่ควรมองข้าม ระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพจะช่วยรักษาคุณภาพและลักษณะของกล้วยให้คงความสดใหม่จนถึงมือผู้บริโภคปลายทาง

3. จุดรับซื้อ จุดรวบรวม และ โรงงานแปรรูป : สร้างมาตรฐาน ลดความเสียหาย

ในขั้นตอนเหล่านี้ การจัดการที่ผิดพลาดอาจทำให้เกิดการสูญเสียสูงถึงร้อยละ 30-40 แต่ด้วยการใช้เทคโนโลยีและทักษะที่แม่นยำ สามารถพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสได้

แนวทางลดการสูญเสีย

- **คัดแยกด้วยความแม่นยำ** การคัดแยกเกรด คุณภาพ และขนาดของผลผลิตให้ตรงตามความต้องการของตลาดเป็นสิ่งสำคัญแม้จะมีการสูญเสียร้อยละ 15 ในขั้นตอนนี้ แต่การใช้เทคโนโลยีและอุปกรณ์การคัดเกรดคุณภาพและขนาดจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดความผิดพลาด

- **จัดการความสุกและการตัดแต่งอย่างถูกวิธี** กระบวนการคัดความสุกแก่การตัดแต่ง และกรรมวิธีในการทำความสะอาด การควบคุมโรคแมลงตามเงื่อนไขที่ตลาดกำหนด เป็นขั้นตอนที่มีความเสี่ยงสูง มีการสูญเสียร้อยละ 30-40 แต่หากดำเนินการอย่างถูกต้อง จะลดการสูญเสียได้อย่างมหาศาล ควรมีการตรวจสอบสีเนื้อกล้วย ให้ไม่เกินเกณฑ์ที่กำหนด สำหรับกล้วยสดส่งออก ความแก่ร้อยละ 70 และตัดแต่งบนแผ่นฟองน้ำ เพื่อป้องกันการช้ำ รวมถึงล้างกล้วยด้วยน้ำสะอาด เพื่อสุขอนามัยและควบคุมโรคแมลง

- **การบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ** กระบวนการบรรจุหีบห่อ และการตรวจสอบคุณภาพผลผลิตอาจมีการสูญเสียร้อยละ 5 การพัฒนาทักษะแรงงาน ในการเป่าแห้งกล้วยที่อบบรรจุ โดยไม่มีน้ำหรือยางกล้วยติดอยู่บนผิว การตรวจสอบแมลงตามช่องว่าง ในแต่ละลูก การติดสติกเกอร์ผลิต และการบรรจุอย่างระมัดระวังโดยวางเรียงในในถุงพลาสติกที่อยู่ในกล่องกระดาษหนา 3 ชั้น ที่ทนแรงกดทับได้ พร้อมคั่นด้วยโฟม และดูดลมออกจากถุงให้อากาศเหลือน้อยที่สุด จะช่วยปกป้องกล้วยจากการเสียหายระหว่างขนส่ง

- **ขนส่งสู่ตลาดอย่างปลอดภัย** การขนส่งสินค้าไปยังตลาดปลายทางมีความเสี่ยงสูง โดยเฉพาะตลาดส่งออกมีการสูญเสียร้อยละ 30 ตลาดภายในประเทศ มีการสูญเสียร้อยละ 15 และโรงงานแปรรูป มีการสูญเสียร้อยละ 5 การเลือกใช้ระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับแต่ละตลาดปลายทาง เป็นกุญแจสำคัญในการรักษาคุณภาพของผลผลิต

4. จุดรวบรวมของโรงงานแปรรูป ไปยังผู้บริโภค : สร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อผลิตคุณภาพ

ในขั้นตอนสุดท้ายนี้ มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียต่ำเพียงร้อยละ 5 แต่ก็ยังเป็นโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกล้วยหอมทอง

แนวทางลดการสูญเสีย

- **พัฒนาทักษะและกระบวนการแปรรูป** การพัฒนาทักษะแรงงาน และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในกรรมวิธีและขั้นตอนในการแปรรูปผลผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค จะช่วยลดการสูญเสียในขั้นตอนสุดท้ายนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเปลี่ยนกล้วยหอมสดที่อาจเสียหายให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีมูลค่าสูง เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตที่อาจไม่สามารถจำหน่ายในรูปผลสดได้



การใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอน การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ และการพัฒนาทักษะของแรงงานอย่างต่อเนื่องไม่เพียงช่วยลดการสูญเสียผลผลิตเท่านั้น แต่ยังเป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับกล้วยหอมทองของไทยก้าวสู่ตลาดโลกได้อย่างภาคภูมิใจ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ เพราะทุกผลผลิตที่เดินทางถึงปลายทางอย่างสมบูรณ์ คือ การสะท้อนถึงมาตรฐานการทำงานของเกษตรกรไทยและเป็นรากฐานอันแข็งแกร่งในการสร้างรายได้ที่มั่นคง และยั่งยืนให้กับเกษตรกร

การขับเคลื่อนการผลิตกล้วยหอมทอง

สู่ความยั่งยืนด้วยวิสัยทัศน์และการปฏิบัติจริง

กรมส่งเสริมการเกษตรตระหนักถึงศักยภาพของกล้วยหอมทองในการเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าสูง จึงได้ริเริ่มโครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดีเพื่อการส่งออก มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตและยกระดับคุณภาพผลผลิตกล้วยหอม โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ที่มีความเหมาะสม ทั้งสภาพดิน และมีแหล่งน้ำที่เพียงพอ เพื่อปรับเปลี่ยนพื้นที่ปลูกพืชที่ให้ผลตอบแทนต่ำ เช่น มันสำปะหลังและยางพารา เป็นต้น

โครงการปี 2567 (โครงการย่อยที่ 1 : เตรียมความพร้อมการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดีด้วยเทคโนโลยีการผลิตที่แม่นยำ)

ในระยะเริ่มต้นนี้ มุ่งเน้นการเสริมสร้างขีดความสามารถของเกษตรกร ผ่านการจัดเวทีสร้างความเข้าใจ และการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ “**หลักสูตรการผลิตกล้วยหอมทองเพื่อการส่งออก**” ให้แก่เกษตรกรเป้าหมาย 60 ราย บนพื้นที่ 60 ไร่ในจังหวัดอุบลราชธานี พร้อมสนับสนุนต้นพันธุ์กล้วยหอมทองจากการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อจำนวน 31,800 ต้น เพื่อส่งเสริมเทคนิคการปลูกระยะชิด ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่อย่างสูงสุด



โครงการปี 2568 (โครงการย่อยที่ 2 : ส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดีในพื้นที่และการตลาดที่แม่นยำเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม)

เพื่อขยายผลสำเร็จโครงการ ได้ดำเนินการในพื้นที่รวม 415 ไร่ ครอบคลุมเกษตรกร 415 ราย โดยยังคงดำเนินการในจังหวัดอุบลราชธานี และขยายผลไปยังจังหวัดที่มีศักยภาพการผลิตเพื่อการส่งออก ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ บึงกาฬ และชุมพร มีการวิเคราะห์และประเมินความเหมาะสมทางกายภาพและชีวภาพของพื้นที่อย่างละเอียด จะเป็นรากฐานสำคัญในการวางแผนการผลิตที่แม่นยำ พร้อมกับการผลิตและขยายต้นพันธุ์กล้วยหอมทองจากการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ เพื่อให้เพียงพอต่อการขยายพื้นที่เพาะปลูก นอกจากนี้ ยังมีการเชื่อมโยงตลาดส่งออกสู่แปลงเกษตรกรโดยตรง เพื่อสร้างความมั่นคงด้านการตลาด

ด้วยเทคนิคการปลูกระยะชิดและการบริหารจัดการที่เหมาะสม คาดการณ์ว่าเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดีได้อย่างก้าวกระโดด โดยจะมีปริมาณผลผลิตไม่น้อยกว่า 5,000 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศที่ 3,463 กิโลกรัมต่อไร่ นี่คือการยกระดับมาตรฐานการผลิตที่สำคัญ อีกทั้งการสร้างเครือข่ายเกษตรกร กลุ่มเกษตรกรผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาคีในจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการ จะช่วยให้การบริหารจัดการผลผลิตมีคุณภาพสามารถแข่งขันในตลาดได้จริง รวมทั้งแปลงผลิตกล้วยหอมทองเหล่านี้จะกลายเป็นต้นแบบและแปลงเรียนรู้สำหรับเกษตรกรทั่วประเทศ นำไปสู่การเพิ่มผลผลิตกล้วยหอมทองในตลาดรวมไม่น้อยกว่า 2,600 ตัน

แปลงใหญ่กล้วยหอม กลไกสำคัญสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน

หนึ่งในกลไกสำคัญที่กรมส่งเสริมการเกษตรใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนากล้วยหอมทอง คือ การดำเนินงานแปลงใหญ่กล้วยหอม ซึ่งเริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2560 ปัจจุบันมีกลุ่มแปลงใหญ่กล้วยหอมทั่วประเทศ 34 แปลง ครอบคลุมพื้นที่ 16,403 ไร่ มีเกษตรกรสมาชิก 1,117 ราย และมีประสิทธิภาพการผลิตเฉลี่ยของแปลงใหญ่สูงถึง 4,547.34 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งสูงกว่าศักยภาพการผลิตกล้วยหอมเฉลี่ยของประเทศ 3,463 กิโลกรัมต่อไร่ ถึงร้อยละ 31.31 (ข้อมูล : กลุ่มส่งเสริมไม้ผล กรมส่งเสริมการเกษตร ณ เดือนเมษายน 2568) นี่คือนวัตกรรมที่พิสูจน์ถึงพลังของการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ



การตลาดของแปลงใหญ่กล้วยหอมมีความหลากหลายและยืดหยุ่น แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1 การจำหน่ายเพื่อการบริโภค ภายในประเทศ

จำหน่ายตรงถึงผู้บริโภค ผ่านตลาดท้องถิ่น ตลาดเกษตรกร ตลาดออนไลน์ ห้างสรรพสินค้า และจำหน่ายผ่านคู่ค้า เช่น โรงรวบรวมและคัดบรรจุ สหกรณ์การเกษตร บริษัท/ห้างร้าน ตลาดค้าส่ง วิสาหกิจชุมชน ตลาดกลาง พ่อค้าคนกลาง เป็นต้น ซึ่งสร้างความมั่นคงให้กับรายได้ของเกษตรกร

2 การจำหน่ายเพื่อการส่งออก

เป็นการผลิตเพื่อการส่งออก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการทำสัญญาข้อตกลงล่วงหน้าเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงตลาดต่างประเทศขนาดใหญ่

โครงการส่งเสริม

และพัฒนากล้วยหอมทองของกรมส่งเสริมการเกษตร คือ การลงทุนในอนาคตที่สดใสของเกษตรกรนับเป็นก้าวสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ และสร้างความแข็งแกร่งให้กับภาคการเกษตรอย่างยั่งยืน ในฐานะผู้บริโภคพวกเราทุกคนล้วนมีบทบาทสำคัญในการร่วมขับเคลื่อนความสำเร็จนี้ การเลือกซื้อและสนับสนุนผลผลิตกล้วยหอมทองจากเกษตรกรไทย คือ พลังอันยิ่งใหญ่ที่จะแปรเปลี่ยนกล้วยหอมทอง ให้เป็นต้นแบบแห่งความสำเร็จและสร้าง "รายได้" ที่มั่นคงและยั่งยืนให้กับเกษตรกร **DOX**



ตลาดพืชพันธุ์ (DOAE Marketplace)

แพลตฟอร์มออนไลน์เชื่อมโยงพันธุ์พืช
คุณภาพดีสู่มือเกษตรกร

การใช้พืชพันธุ์

ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพและผลผลิตทางการเกษตรอย่างยั่งยืน ด้วยคุณสมบัติที่ตรงตามมาตรฐานทางพันธุกรรม ทำให้ต้นพืชมีความแข็งแรง สามารถตั้งตัวได้เร็วและเจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอทั่วทั้งแปลงปลูก ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อปริมาณและคุณภาพของผลผลิตในระยะยาว เพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงพันธุ์พืชที่ดีอย่างทั่วถึงและมีมาตรฐาน กรมส่งเสริมการเกษตรโดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ร่วมกับกองขยายพันธุ์พืช จึงได้พัฒนาระบบ e-Marketplace หรือที่รู้จักกันในชื่อ ตลาดพืชพันธุ์ (DOAE Marketplace) ขึ้นเพื่อเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์กลางสำหรับการจัดจำหน่ายพืชพันธุ์โดยเฉพาะ

DOAE Marketplace

หรือ ตลาดพืชพันธุ์ ช่องทางดิจิทัลเพื่อเกษตรกร

การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และเทคโนโลยีดิจิทัลอย่าง ตลาดพืชพันธุ์ (DOAE Marketplace) ช่วยเพิ่มความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้เกษตรกรในหลายมิติ

1. ค้นหาแหล่งผลิตพันธุ์พืชคุณภาพ ได้ง่ายและรวดเร็ว

ระบบค้นหาที่ใช้งานง่ายบนแพลตฟอร์มนี้ ช่วยลดข้อจำกัดด้านการเดินทางและเวลาที่เคยใช้ในการเสาะหาพันธุ์พืช อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงจากการใช้พันธุ์พืชที่ไม่มีคุณภาพ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผลผลิตและรายได้ในภายหลัง

3. จองและสั่งซื้อพันธุ์พืชออนไลน์ เพื่อการวางแผนที่แม่นยำ

ช่วยให้เกษตรกรสามารถวางแผนการเพาะปลูกได้อย่างแม่นยำและทันเวลาตามฤดูกาล ทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

2. ตรวจสอบราคาและข้อมูลสินค้าแบบเรียลไทม์

ทำให้เกิดความโปร่งใสในการซื้อขาย และเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้เกษตรกรสามารถตัดสินใจเลือกซื้อพันธุ์พืชที่เหมาะสมและคุ้มค่าสำหรับการเพาะปลูก

4. เข้าถึงองค์ความรู้และข้อมูล วิชาการด้านการเกษตร

ตลาดพืชพันธุ์ (DOAE Marketplace) ยังเป็นช่องทางสำคัญในการส่งเสริมการเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการเกษตรผ่านระบบออนไลน์ ข้อมูลวิชาการและคำแนะนำต่าง ๆ จะช่วยให้เกษตรกรสามารถเพาะปลูกและดูแลพืชพันธุ์ได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

ศูนย์ขยายพันธุ์พืช

แหล่งผลิตและขยายพืชพันธุ์คุณภาพดี

กรมส่งเสริมการเกษตร ดำเนินการผลิตและขยายพืชพันธุ์ดีเพื่อส่งต่อพืชพันธุ์ดีที่ได้รับจากหน่วยงานวิจัยกระจายไปสู่เกษตรกร ดำเนินการภายใต้ศูนย์ขยายพันธุ์พืชที่ 1 – 10 ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดชลบุรี ตรัง นครราชสีมา นครศรีธรรมราช บุรีรัมย์ พิจิตร โลก มหาสารคาม ลำพูน สุพรรณบุรี และอุดรธานี โดยมีพันธุ์พืชดีให้บริการครบทุกรูปแบบ ทั้งเมล็ดพันธุ์ ต้นพันธุ์ ท่อนพันธุ์ และการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ นอกจากนี้ ยังมีการเชื่อมโยงเข้ากับแพลตฟอร์มออนไลน์ ตลาดพืชพันธุ์ดี (DOAE Marketplace) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรสามารถเข้าถึงพืชพันธุ์คุณภาพดีได้อย่างรวดเร็วและง่ายตายยิ่งขึ้น ลดขั้นตอนและความยุ่งยาก ในการติดต่อสื่อสารแบบเดิม ๆ ทำให้เกษตรกรหลุดพ้นจากปัญหาการไม่สามารถเข้าถึงพืชพันธุ์ดี และปัญหาพืชพันธุ์ดีที่มีราคาแพงได้

ผลกระทบจากการเลือกใช้

พันธุ์พืชและคุณภาพที่แตกต่างกัน

การเลือกใช้พันธุ์พืช ถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการเกษตรในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อเกษตรกร ต้องเผชิญกับความท้าทายจากทั้งสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปและความผันผวนของตลาด การลงทุนในพันธุ์พืชคุณภาพดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่คุ้มค่าและสร้างผลตอบแทนที่ดีในระยะยาว เพราะหากเกษตรกรเลือกใช้พันธุ์พืชที่มีคุณภาพ จะได้รับประโยชน์ที่เห็นได้ชัดเจน ต่างจากการใช้พันธุ์พืชที่ไม่มีคุณภาพ นี่คือการฐานสำคัญสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืนในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม

ประเด็น

ผลดีจากการใช้พันธุ์พืชที่มีคุณภาพ

ผลเสียจากการใช้พันธุ์พืชไม่มีคุณภาพ

1. ความบริสุทธิ์ทางพันธุกรรมและความตรงตามสายพันธุ์

ได้ต้นพันธุ์ที่บริสุทธิ์ทางพันธุกรรมและถูกต้องตรงตามสายพันธุ์ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการของการเพาะปลูกที่ได้ผลผลิตดีและสม่ำเสมอ

มีความเสี่ยงสูงที่จะได้ต้นพันธุ์ปนเปื้อนที่ไม่บริสุทธิ์หรือไม่ตรงตามสายพันธุ์อาจกลายเป็นแหล่งสะสม โรคแมลง วัชพืช และศัตรูพืชต่าง ๆ ที่จะทำลายแปลงปลูกตั้งแต่เริ่มต้น

2. ปริมาณการใช้พันธุ์และผลผลิต

ช่วยลดปริมาณพันธุ์ที่ต้องใช้ในการเพาะปลูกลง ได้ผลผลิตสูงขึ้น และมีคุณภาพดี

สูญเสียเงินจากการซื้อพันธุ์ที่ไม่มีคุณภาพ ได้ผลผลิตต่ำและไม่ค่อยมีคุณภาพ

3. ความแข็งแรงและความสม่ำเสมอ

ต้นพืชแข็งแรง ตั้งตัวได้เร็ว มีความสม่ำเสมอทั่วแปลงปลูก ช่วยให้การจัดการดูแลง่ายขึ้น

ต้นพืชอ่อนแอ ขึ้นไม่สม่ำเสมอทั่วทั้งแปลง ต้องเสียเวลาและแรงงานปลูกซ่อมหลายครั้ง

4. ความทนทานและการปรับตัว

ต้นพืชความทนทานและสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ได้ดี ลดความเสี่ยงในการเป็นแหล่งแพร่กระจายของโรค แมลง วัชพืช และศัตรูต่าง ๆ

ต้นพืชอ่อนแอ ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ไม่ดี และมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นแหล่งสะสมของโรค แมลง วัชพืช และศัตรูพืช

5. การเก็บเกี่ยวและการจำหน่าย

เก็บเกี่ยวผลผลิตและจำหน่ายได้ตรงตามเวลาที่กำหนด สามารถวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ราคาที่เหมาะสมคุ้มค่ากับการลงทุน

เก็บเกี่ยวผลผลิตอาจล่าช้ากว่ากำหนด ผลผลิตที่ได้ อาจไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ทำให้ราคาตกต่ำและรายได้ลดลง

ตลาดพืชพันธุ์ดี (DOAE Marketplace) ที่กรมส่งเสริมการเกษตรพัฒนาขึ้นนี้เป็นตัวกลางสำคัญในการเชื่อมโยงเกษตรกรกับแหล่งพันธุ์พืชคุณภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ลดช่องว่างในการเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นและเพิ่มศักยภาพในการผลิตของเกษตรกรไทยอย่างยั่งยืน “พืชพันธุ์ดีต้องที่ศูนย์ขยายพันธุ์พืชกรมส่งเสริมการเกษตร” **DOAE**

แปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง)
หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอเดชอุดม

จังหวัดอุบลราชธานี

บูรณาการสร้างมูลค่ากล้วยหอมทอง

ส่งออกสู่ตลาดโลก



การยกระดับภาคเกษตรกรรม

ของประเทศไทยให้ก้าวสู่การเป็นแหล่งผลิตสินค้ามูลค่าสูงในตลาดโลกเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญภายใต้นโยบายของรัฐบาล ที่มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริมการผลิตพืชเศรษฐกิจที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศ “โครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดีเพื่อการส่งออก” เป็นหนึ่งในโครงการที่สะท้อนถึงความมุ่งมั่นดังกล่าวในพื้นที่อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี เป็นแบบอย่างของการบูรณาการความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรมระหว่างภาครัฐ ภาคเกษตรกรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน เพื่อบรรลุเป้าหมายการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันทางการเกษตรของประเทศ เป็นภาพสะท้อนของการนำนโยบายสู่การปฏิบัติจริง ด้วยการเชื่อมโยงศักยภาพของเกษตรกรไทยกับมาตรฐานสากลอย่างลงตัว นำไปสู่การสร้างรายได้ที่มั่นคง เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดี และส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นและประเทศโดยรวม

จากนโยบายสู่การปฏิบัติการ

ขับเคลื่อน "กล้วยหอมทอง" เพื่อการส่งออก



กล้วยหอมทอง จัดเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญและมีศักยภาพสูงในการส่งออก เนื่องจากความต้องการของตลาดต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลเล็งเห็นถึงศักยภาพนี้ จึงได้ผลักดันนโยบายการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรมูลค่าสูง โดยมีเป้าหมายในการจัดการคุณภาพและเพิ่มปริมาณผลผลิตกล้วยหอมทองให้ได้มาตรฐานการส่งออก สอดคล้องกับการพัฒนา ด้านการเกษตรของจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการผลิต การแปรรูป และการบริหารจัดการสินค้าเกษตร สู่อุตสาหกรรมมูลค่าสูง

การดำเนินงานภายใต้ “โครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดีเพื่อการส่งออก” ในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับจังหวัดได้สูงถึง 42.24 ล้านบาทต่อปี จากการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกร ความสำเร็จนี้เป็นผลมาจากการนำแนวทางและเครื่องมือของกรมส่งเสริมการเกษตรมาประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนงาน

ได้แก่ การจัดตั้งแปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) ในพื้นที่หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การนำแนวคิดธุรกิจเกษตรมาปรับใช้เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการบริหารจัดการของแปลงใหญ่ การสนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน และการส่งเสริมผู้ประกอบการเกษตรกรรุ่นใหม่ หรือ Young Smart Farmer (YSF) เพื่อยกระดับธุรกิจเกษตรท้องถิ่นสู่ตลาดต่างประเทศ

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตสินค้าเกษตร จากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี โดยมีเกษตรกรในบทบาทของผู้ประกอบการเป็นเป้าหมายหลักในการส่งเสริมการเกษตรในพื้นที่ การเข้าถึงข้อมูลด้านการตลาดและมาตรการส่งเสริมต่าง ๆ จากภาครัฐ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันให้แปลงใหญ่และวิสาหกิจชุมชนเติบโตและเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี

ดินแดนแห่งโอกาสกล้วยหอมทอง

อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี ตั้งอยู่ห่างจากตัวจังหวัด 55 กิโลเมตร เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การศึกษา คมนาคม สังคม และวัฒนธรรมทางตอนใต้ของจังหวัดอุบลราชธานี มีความอุดมสมบูรณ์และเป็นแหล่งผลิตพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น ปลูกข้าว 491,044 ไร่ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 29,263 ไร่ ปาล์มน้ำมัน 1,385 ไร่ ไม้ผล 1,358 ไร่ มีพื้นที่การเกษตร จำนวน 616,738 ไร่ โดยมีรายได้เฉลี่ยด้านการเกษตร 81,555 บาท ต่อครัวเรือน ในปี 2566 และมีเป้าหมายยกระดับเป็น 150,000 บาท ต่อครัวเรือนภายในปี 2570 (ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี, 2568)

พื้นที่อำเภอเดชอุดมและพื้นที่ใกล้เคียง มีความได้เปรียบ ในการปลูกกล้วยหอมทอง เนื่องจากยังเป็นพื้นที่ใหม่ยังมีการสะสมของโรคและแมลงน้อย ระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อม ยังคงความสมบูรณ์ ส่งผลให้มีความเสี่ยงต่อการเกิดโรคน้อยกว่า

เมื่อเทียบกับพื้นที่ภาคอื่น ๆ อีกทั้งยังเอื้อต่อการจัดการที่ง่าย และมีต้นทุนค่าปุ๋ยและสารเคมีที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการด้านน้ำยังคงเป็นความท้าทายในพื้นที่ที่ขาดแคลน แหล่งน้ำในช่วงหน้าแล้ง และการลงทุนระบบน้ำที่อาจจะสูงกว่าพื้นที่อื่น แต่ด้วยการวางแผนการผลิตที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ เช่น พื้นที่มีแหล่งน้ำแนะนำให้ปลูกช่วงเดือนเมษายน - มิถุนายน ส่วนพื้นที่ขาดแคลนแหล่งน้ำแนะนำให้ปลูกช่วงเดือน ตุลาคม - มกราคม โดยผลผลิตส่วนใหญ่จะออกมากในช่วงเดือน สิงหาคม - พฤศจิกายน

ดังนั้น แม้พื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ขาดแคลนแหล่งน้ำ แต่ก็สามารถบริหารจัดการได้เป็นอย่างดี โดยสำนักงานเกษตรอำเภอเดชอุดม ดำเนินการสำรวจพื้นที่และมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำแก่เกษตรกรในพื้นที่ก่อนการเพาะปลูกทุกครั้ง ทำให้มีผลผลิตกล้วยหอมทองออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี

กลไกการขับเคลื่อนและผลสำเร็จของ

“โครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดีเพื่อการส่งออก”

ในการขับเคลื่อน “โครงการส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองพันธุ์ดีเพื่อการส่งออก” สำนักงานเกษตรอำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี ได้บูรณาการการทำงานร่วมกับ นายณรงค์ศักดิ์ สนั่น ซึ่งเป็น Young Smart Farmer (YSF) ต้นแบบในพื้นที่ ในการชักชวนเกษตรกรและขยายผลไปยังพื้นที่ใกล้เคียงมาร่วมปลูกกล้วยหอมทองส่งออกต่างประเทศ ส่งผลให้เกษตรกรสมาชิกมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น 100,000 บาทต่อไร่ต่อปี ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพในการสร้างรายได้ที่มั่นคง

การรวมกลุ่มและการจัดตั้งองค์กร

ในปี 2563 สำนักงานเกษตรอำเภอเดชอุดมได้เข้ามาส่งเสริมการรวมกลุ่มและจัดตั้งเป็น “วิสาหกิจชุมชน ฟรุทส์ฟาร์ม” ต่อมาได้ผลักดันให้จัดตั้ง “แปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) ตำบลแก้ง อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี” โดยมีนายณรงค์ศักดิ์ สนั่น เป็นประธาน ทั้ง 2 กลุ่ม เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการผลิตกล้วยหอมทองเป็นไปอย่างครอบคลุม



การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

นายณรงค์ศักดิ์ สนั่น ได้รับการคัดเลือกจากสำนักงานเกษตรอำเภอเดชอุดมและสำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อเข้าร่วมฝึกอบรมและเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น

- ในปี 2564 ได้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็น Young Smart Farmer" ระดับจังหวัด และได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เป็น Young Smart Farmer (YSF) ต้นแบบของอำเภออย่างต่อเนื่อง

- ในปี 2566 ได้รับรางวัลเกษตรกรดีเด่นระดับจังหวัด สาขาอาชีพทำสวน ประจำปี พ.ศ. 2566 (อันดับที่ 3)

- ในปี 2567 ได้รับรางวัลเกษตรกรรุ่นใหม่ดีเด่นระดับเขต ประจำปี พ.ศ. 2567 (Young Smart Farmer) ระดับดีมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเอง

การบูรณาการความร่วมมือ กับภาคีเครือข่าย

- การประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ ดำเนินกิจกรรมผ่านเวทีประชุมเชื่อมโยงดำเนินงานของคณะกรรมการเครือข่ายศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) และแปลงใหญ่ระดับจังหวัด การสร้างสื่อการเรียนรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผ่านเพจสำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานเกษตรอำเภอเดชอุดม สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุบลราชธานีและการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์หรือช่องทางอื่น ๆ

- ความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเชิงสร้างสรรค์ ดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่ายเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อพัฒนาอาชีพอย่างยั่งยืน เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี สำนักงานเกษตรอำเภอเดชอุดม กรมทรัพยากรน้ำบาดาลเขต 11 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พลังงานจังหวัดอุบลราชธานีและสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ตลอดจนภาคีเครือข่ายอื่น ๆ

- การพัฒนาระบบน้ำเพื่อการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ ออกแบบระบบให้น้ำกล้วยที่ช่วยประหยัดแรงงานและเวลา ส่งเสริมการใช้น้ำอย่างรู้คุณค่า พร้อมเชื่อมโยงกลุ่มเกษตรกรให้เข้าถึงการสนับสนุนน้ำจากกรมทรัพยากรน้ำบาดาลเพื่อใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุดและเพิ่มรายได้มากยิ่งขึ้น

การสร้างมาตรฐาน และการเข้าถึงตลาดเพื่อการส่งออก

ผลผลิตและสินค้ากล้วยหอมทองที่ผลิตจาก “แปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอดેชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี” และ “วิสาหกิจชุมชนฟรุ๊ตส์ฟาร์ม” แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ผลกล้วยหอมทองสำหรับจำหน่ายให้กับลูกค้ารายย่อย และ 2) ผลกล้วยหอมทองที่ผ่านการคัดแต่ง คัดแยก และบรรจุภัณฑ์สำหรับการส่งออกต่างประเทศ โดยเน้นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก เนื่องจากตลาดมีความต้องการสูง การสร้างความเข้าใจเรื่อง มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) และการผลิตกล้วยหอมทองปลอดภัยตามข้อกำหนดของบริษัทผู้ส่งออก-นำเข้า เป็นสิ่งสำคัญที่สมาชิกทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งมีการบันทึกการปฏิบัติงานและเข้าตรวจแปลงอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ โรงคัดแยกและบรรจุภัณฑ์ยังมี การจัดทำระบบ GMP (Good Manufacturing Practice) เพื่อยืนยันคุณภาพผลผลิตตลอดห่วงโซ่การผลิต

การเพิ่มมูลค่าและต่อยอดธุรกิจ

มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าและการต่อยอดโอกาสทางธุรกิจ เช่น การจำหน่ายหน่อกล้วยหอมทองเพื่อขยายฐาน การผลิตและเปิดโอกาสให้เกษตรกรรายใหม่ ๆ ได้มีโอกาสเข้ามาเรียนรู้ การทำธุรกิจเกษตร มีการนำกล้วยที่ตกเกรดมาแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ ขนม และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จากกล้วย นอกจากนี้ ยังมีการปรับแนวคิดในการส่งเสริมการศึกษาดูงานและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแปลงกล้วยและโรงงานคัดแยกและบรรจุกล้วยเพื่อการส่งออก เพื่อสร้างกิจกรรมที่หลากหลายและ เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

กล้วยหอมทองแห่งเมืองอุบลฯ

ก้าวสำคัญของเกษตรกรหัวขบวนที่ไม่หยุดพัฒนา

ความสำเร็จของ “แปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอดેชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี” สะท้อนให้เห็นถึงการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและครบวงจร ตั้งแต่การวางแผนการผลิตเพื่อให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดได้ตลอดทั้งปี ไปจนถึงการบูรณาการความร่วมมือที่แข็งแกร่งระหว่างภาครัฐ ภาคเกษตรกร และภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วน ส่งผลให้สามารถลดต้นทุนและยกระดับคุณภาพของผลผลิต และต่อยอดทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน จากความสำเร็จในระดับท้องถิ่นสู่การยกระดับธุรกิจให้มีความเป็นมืออาชีพด้วยการจดทะเบียนเป็น “ห้างหุ้นส่วนจำกัด อุบล บานาน่า (UBON BANANA LIMITED PARTNERSHIP)” นอกจากนี้ แปลงใหญ่แห่งนี้ ยังเปิดเป็นสถานที่ศึกษาดูงานสำหรับเกษตรกรและผู้สนใจทั่วไป โดยมี นายณรงค์ศักดิ์ สนิย เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ ตั้งแต่เทคนิคการเพาะปลูก การคัดแยก ไปจนถึงการบรรจุภัณฑ์กล้วยเพื่อการส่งออก และที่สำคัญยังได้รับโอกาสจาก ธ.ก.ส. ให้เป็น “หัวขบวน” ผู้สร้างแรงบันดาลใจและถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อเป็นแนวทางให้กับเกษตรกรรายอื่น ๆ ทั่วประเทศ

“แปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอดેชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี”

ไม่เพียงเป็นต้นแบบการพัฒนาภาคการเกษตรไทยก้าวสู่ระดับสากล แต่ยังสะท้อนพลังของการรวมกลุ่มเกษตรกร การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ และการยกระดับมาตรฐานสู่สากล และเป็นแรงบันดาลใจให้ขับเคลื่อนภาคเกษตรด้วยเทคโนโลยี วิจัย นวัตกรรม และการสร้างเครือข่ายตลาดที่เข้มแข็ง จะเป็นก้าวสำคัญในการผลักดันให้ภาคเกษตรกรรมของไทยเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในเวทีโลกต่อไป **DOE**

นายณรงค์ศักดิ์ สันย

ประธานแปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9
ตำบลแก้ง อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี

ผู้พากกล้วยหอมทองไทยเิดฉายสู่ตลาดญี่ปุ่น

การปลูกกล้วยหอมทอง ไม่ใช่เรื่องใหม่

สำหรับเกษตรกรไทย แต่การปลูกให้ได้คุณภาพระดับ “ส่งออก” โดยเฉพาะสู่ประเทศที่มีมาตรฐานเข้มงวดอย่างญี่ปุ่นนั้นกลับเป็นความท้าทายที่ไม่ใช่ใครก็ทำได้สำเร็จ หนึ่งในไม่กี่คนที่สามารถพากล้วยหอมทองไทยไปสู่ตลาดญี่ปุ่นได้ คือ “นายณรงค์ศักดิ์ สันย” หรือ “คุณหนึ่ง” ประธานแปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี และประธานวิสาหกิจชุมชน ฟรุทส์ ฟาร์ม ผู้สร้างจุดเปลี่ยนสำคัญให้กับชีวิตตนเองและชุมชนบ้านเกิดในจังหวัดอุบลราชธานี



จากรั้วองชาติ

สู่เส้นทางเกษตรกร

คุณหนึ่ง เคยรับราชการเป็นทหาร แต่ด้วยความตั้งใจที่จะกลับมาสืบทอดอาชีพด้านการเกษตรของครอบครัว เขาจึงตัดสินใจลาออกจากราชการและกลับสู่บ้านเกิดที่อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี แม้จะเริ่มต้นด้วยความไม่แน่นอน แต่เขามีทุนด้านประสบการณ์ที่ได้จากการร่วมทำธุรกิจกล้วยหอมทองกับพี่ชายในภาคอีสานตอนบน ประกอบกับการศึกษาตลาดอย่างจริงจัง ทำให้เขามั่นใจว่า “กล้วยหอมทอง” คือ พืชที่มีศักยภาพ ทั้งในด้านการผลิตและตลาดรองรับ โดยเฉพาะช่องทางค้าปลีกอย่าง 7-Eleven และห้างสรรพสินค้าในเครือซีพี ออลล์

เริ่มจากแปลงเล็ก

สู่เครือข่ายที่เติบโต

คุณหนึ่งเริ่มต้นจากการทดลองปลูกกล้วยหอมทองเพียง 3 ไร่ โดยเน้นวางระบบการผลิตอย่างเป็นขั้นเป็นตอน ทั้งการเลือกพันธุ์กล้วย การจัดผังแปลง การดูแลรักษา และการบริหารจัดการคุณภาพผลผลิตอย่างเข้มงวด ผลที่ได้ คือ กล้วยหอมทองคุณภาพดีที่สามารถตอบโจทย์ตลาดในประเทศได้อย่างน่าพึงพอใจ

เมื่อเห็นผลลัพธ์เป็นรูปธรรม เขาจึงค่อย ๆ ขยายพื้นที่ปลูกให้ครอบคลุมพื้นที่รวมทั้งหมด 13 ไร่ ของตนเอง พร้อมถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับเพื่อนบ้านและเกษตรกรในชุมชน จนเกิดเป็นเครือข่ายการผลิตที่เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ผลผลิตช่วงแรกถูกส่งไปยังศูนย์กระจายสินค้าของซีพี ออลล์ ที่จังหวัดขอนแก่น และจำหน่ายในตลาดภายในจังหวัดอุบลราชธานี รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียง

รวมกลุ่มสร้างพลัง

สู่ตลาดส่งออก

จากความสำเร็จในระดับชุมชน คุณหนึ่งเดินทางสู่การรวมกลุ่มเกษตรกรอย่างเป็นทางการ โดยในปี 2563 ได้จดทะเบียนจัดตั้ง “วิสาหกิจชุมชนฟรุ๊ตส์ ฟาร์ม” ขึ้น พร้อมรวบรวมเกษตรกรรายย่อยที่มีแนวคิดเดียวกัน มาร่วมกันพัฒนาการผลิตที่มีมาตรฐาน และเชื่อมโยงตลาดอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น และในปี 2564 สามารถส่งออกล้วยหอมทองไปจำหน่าย ณ ประเทศญี่ปุ่น ปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิกกว่า 250 คน ครอบคลุมพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองรวมกว่า 1,400 ไร่ และยังมีแผนขยายพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

ยกระดับมาตรฐาน

ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

เพื่อให้กล้วยหอมทองมีคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศ กลุ่มของคุณหนึ่งให้ความสำคัญกับการยกระดับมาตรฐานการผลิตทุกขั้นตอน โดยเลือกใช้พันธุ์ “แซนทอง” ซึ่งมีจุดเด่นที่เนื้อแน่น หวานหอม เปลือกหนา และเหมาะกับการขนส่งระยะไกล

แปลงปลูกของสมาชิกใช้ระบบร่องคู่ พร้อมคลุมผ้าป้องกันวัชพืช ปลูกพืชเป็นแนวกั้นชนเพื่อไม่ให้กล้วยได้รับแรงปะทะจากลมโดยตรง ใช้ระบบน้ำหยดควบคู่กับการให้ปุ๋ยแบบแม่นยำ เน้นการใช้ชีวภัณฑ์แทนสารเคมีในการควบคุมโรคและแมลง พร้อมผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP สำหรับแปลงเกษตรกร และ GMP สำหรับโรงคัดบรรจุ เพื่อความพร้อมสำหรับการส่งออก และมีการติดบาร์โค้ดเพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้เมื่อกล้วยมีปัญหา ซึ่งเป็นระบบที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคต่างประเทศ

ผลผลิตจากกลุ่มสามารถส่งออกได้สัปดาห์ละ 54 ตัน หรือราวเดือนละ 200 ตัน แบ่งเป็นพื้นที่กว่า 600 ไร่ สำหรับตลาดญี่ปุ่น โดยเฉพาะ และอีกกว่า 700 ไร่ สำหรับตลาดภายในประเทศ โดยสมาชิกมีรายได้เฉลี่ยต่อไร่ต่อรอบอยู่ที่ 80,000 – 100,000 บาท ที่สำคัญ คือ ทางกลุ่มจะประกันราคารับซื้อให้กับสมาชิกที่ 17 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้เกษตรกรมีหลักประกันด้านรายได้ ส่วนกล้วยที่ตกเกรดหรือกล้วยหวีเล็กที่อยู่บริเวณหัวและท้ายหวีก็จะขายตลาดในประเทศและนำไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า



ผู้นำรุ่นใหม่

ด้านการเกษตร

การเติบโตของกลุ่มได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะสำนักงานเกษตรอำเภอเดชอุดม ซึ่งมีบทบาทสำคัญทั้งในการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่ม จัดตั้งและจดทะเบียน “วิสาหกิจชุมชนฟรุทส์ ฟาร์ม” รวมถึงผลักดันให้เกิดการจัดตั้ง “แปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอดุสิต จังหวัดอุบลราชธานี”

นอกจากนี้ คุณหนึ่งยังได้รับการสนับสนุนให้เข้าร่วมอบรมและพัฒนาทักษะภายใต้หลักสูตร "การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เป็น Young Smart Farmer" ซึ่งต่อมาก็ได้รับการคัดเลือกให้เป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ดีเด่นระดับเขต ประจำปี พ.ศ. 2567 (Young Smart Farmer) ระดับดีมาก และได้รับความไว้วางใจให้ดำรงตำแหน่งประธานแปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) ฯ เพื่อร่วมขับเคลื่อนการผลิตให้มีความมั่นคง ยั่งยืน และสร้างรายได้ที่เป็นธรรมให้กับสมาชิกในพื้นที่

ด้วยมุมมองวิสัยทัศน์ในการทำเกษตรที่แตกต่างจากรุ่นพ่อแม่ คุณหนึ่งได้ชื่อว่าเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มี "จิตอาสา มีคุณธรรม จริยธรรม" และเป็นต้นแบบที่ดีที่ได้รับการยอมรับจากสังคม โดยเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวมอยู่เสมอ

แรงบันดาลใจ

จากคนธรรมดา

เรื่องราวของ “คุณหนึ่ง” ไม่ได้เป็นเพียงภาพสะท้อนของความมุ่งมั่นและความพยายามเท่านั้น แต่ยังเป็นแรงบันดาลใจสำคัญให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ทั่วประเทศ ว่า “การเกษตร” ในวันนี้ไม่ใช่เพียงอาชีพเพื่อยังชีพ แต่คือโอกาสในการสร้างความมั่นคงทั้งในระดับครัวเรือน ชุมชน และก้าวไกลสู่เวทีโลก หากมีเป้าหมายที่ชัดเจน ลงมือทำอย่างเป็นระบบ และไม่หยุดพัฒนา

สนใจผลิตภัณฑ์ติดต่อได้ที่

นายณรงค์ศักดิ์ สนั่น (คุณหนึ่ง)

- ประธานแปลงใหญ่ไม้ผล (กล้วยหอมทอง) หมู่ที่ 9 ตำบลแก้ง อำเภอดุสิต จังหวัดอุบลราชธานี
- ประธานวิสาหกิจชุมชนฟรุทส์ ฟาร์ม
- Young Smart Farmer (YSF)

☎ 06 5809 4996

“Agri Hero”

คนนี้อาจไม่ได้สวมผ้าคลุมเหมือนในหนัง แต่เขาคือฮีโร่ของเกษตรกรที่พัฒนาตนเอง และชุมชนให้เติบโตไปพร้อม ๆ กัน DOX

แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลพรรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี

จากส่งออกสู่ตลาดในประเทศ

เส้นทางใหม่พลิกวิกฤตเป็นโอกาสสร้างรายได้ที่ยั่งยืน



“แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลพรรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี”

ต้องเผชิญกับบททดสอบครั้งสำคัญเมื่อการส่งออกต้องหยุดชะงักจากสถานการณ์โควิด-19 แต่พวกเขากลับใช้วิกฤตนี้ให้เป็นแรงขับเคลื่อนที่แข็งแกร่งกว่าเดิม พลิกฟื้นธุรกิจด้วยการมุ่งเน้นตลาดในประเทศเป็นหลัก และเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตด้วยการแปรรูปตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ การปรับตัวครั้งนี้ไม่เพียงแต่ทำให้ชุมชนอยู่รอด แต่ยังสร้างความยั่งยืน และเป็นแรงบันดาลใจอันทรงพลังให้กับกลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ ในการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งจากภายใน

เคล็ดลับสู่ความสำเร็จ

“รวมพลังชุมชน พัฒนามาตรฐาน สร้างมูลค่าเพิ่ม
ใช้ตลาดนำการผลิต”

ความสำเร็จเกิดขึ้นจากความร่วมมือของสมาชิก ยกระดับคุณภาพสินค้า แปรรูปเพิ่มมูลค่า และวางแผนการผลิตตามความต้องการตลาด



การเผชิญหน้ากับความท้าทาย

เมื่อตลาดส่งออกถึงทางตันจากสถานการณ์โควิด-19

"แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลพรรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี" หรือที่รู้จักกันในชื่อ "วิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองปทุมรัตน์" เดิมเป็นแปลงใหญ่ที่เคยผลิตกล้วยหอมทองส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่น แต่เมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ประสบปัญหาอย่างหนักในการส่งออก ในช่วงนั้นตลาดกล้วยหอมผลสดมีแนวโน้มไม่ดี ราคาไม่จูงใจ อีกทั้งปริมาณกล้วยหอมผลสดที่ผลิตได้สำหรับส่งออกก็ไม่เพียงพอ เนื่องจากกล้วยหอมส่งออกต้องมีคุณภาพมาตรฐานตามที่ประเทศปลายทางกำหนด ปัญหาดังกล่าวทำให้ต้องทบทวนกลยุทธ์ทางการตลาดใหม่ทั้งหมดจากเดิมที่เน้นการส่งออก ได้ปรับเปลี่ยนมาเป็นจำหน่ายเพื่อบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก การตัดสินใจครั้งนี้เป็นการใช้จุดแข็งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 23 ราย พื้นที่ปลูกรวม 800 ไร่ สมาชิกได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต GAP (Good Agricultural Practices) แล้วจำนวน 13 ราย พื้นที่ 542 ไร่ ซึ่งสมาชิกที่เหลืออีก 10 ราย อยู่ในระหว่างขั้นตอนการตรวจรับรองมาตรฐาน มีนายอนุกุล นามปราศรัย เป็นประธานแปลงใหญ่

กลยุทธ์การปรับตัว

ใช้จุดแข็งที่มีสร้างตลาดใหม่ในประเทศ

การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดของ "แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอบางบาล จังหวัดปทุมธานี" อาศัยข้อได้เปรียบหลายประการ ประการแรก คือทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดรับซื้อกล้วยหอมทองขนาดใหญ่ ประการที่สอง คือ การสร้างแบรนด์ "กล้วยหอมทองปทุม" ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) หรือสินค้า GI ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพและแหล่งกำเนิดที่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

สมาชิกแปลงใหญ่มีความเข้มแข็งและมีการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ มีการประชุมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอร่วมกันซื้อปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี ปุ๋ยคอก และสารเคมี เพื่อลดต้นทุน และใช้รูปแบบการปลูกที่มีมาตรฐานเดียวกัน ทำให้ผลผลิตมีคุณภาพใกล้เคียงกัน โดยแบ่งเป็นเกรด A ประมาณร้อยละ 70, เกรด B ร้อยละ 20 และเกรด C ร้อยละ 10 ผลผลิตที่ได้จะมีการจำหน่ายใน 3 ลักษณะหลัก ได้แก่ 1) จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางไปยังร้านสะดวกซื้อ 2) ทำสัญญาซื้อขายแบบเหมาสวน เพื่อส่งไปจำหน่ายที่แผง ตลาดกลางสินค้าเกษตร และห้างโมเดิร์นเทรด และ 3) จำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ การมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายนี้ช่วยให้สามารถกระจายสินค้าและเข้าถึงผู้บริโภคได้ในวงกว้างมากขึ้น

การสร้างมูลค่าเพิ่ม

จากผลผลิตสู่ผลิตภัณฑ์แปรรูป

นอกจากการจำหน่ายกล้วยหอมผลสดแล้ว ทางกลุ่มยังเล็งเห็นถึงโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิต โดยเฉพาะกล้วยหอมเกรด B และ C หรือกล้วยสุกในสวนที่ไม่สามารถจำหน่ายเป็นผลสดได้ ซึ่งแต่เดิมนักจะถูกนำไปเป็นอาหารปลา แต่ปัจจุบันได้ถูกนำมาแปรรูปเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงขึ้นหลายเท่าตัว ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นคือ "กล้วยหอมนอกรอบ" เป็นกล้วยแผ่นทอดกรอบหลากหลายรสชาติ ได้รับความนิยมเนื่องจากมีรสชาติอร่อยและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบมาอย่างดีซึ่งทางกลุ่มได้ทำสินค้าออกมาทดลองตลาดก่อนการจำหน่าย โดยได้รับคำปรึกษาจากสำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอบางบาล และสถาบันการศึกษาในพื้นที่ ในด้านการแปรรูปและบรรจุภัณฑ์ได้รับงบประมาณจากกรมส่งเสริมการเกษตรในการออกแบบและจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ และจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) ในการจัดซื้อเครื่องซีลไนโตรเจน นอกจากนี้ยังมีการแปรรูปกล้วยเป็น "กล้วยป๊อป" เพื่อส่งออกไปยังสาธารณรัฐเกาหลีและจำหน่ายภายในประเทศอีกด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปนี้เป็นการสร้างโอกาสให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและผู้สูงอายุในชุมชนให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและทำให้สินค้าของแปลงใหญ่เป็นที่ยอมรับในตลาด จึงได้ผลักดันให้ทุกแปลงของสมาชิกได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices) ซึ่งเป็นมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและปลอดภัย ส่วนผลิตภัณฑ์แปรรูปได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice) และอย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) ซึ่งเป็นการรับรองคุณภาพและความปลอดภัยในกระบวนการผลิตอาหาร โดยได้รับความช่วยเหลือจากสำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานีและสำนักงานเกษตรอำเภอบางบาล ซึ่งได้ประสานงานกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเพื่อจัดอบรมและเป็นพี่เลี้ยงในการดำเนินการขอเครื่องหมายรับรอง



การจัดการปัญหาและนวัตกรรม

ก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง

ถึงแม้จะประสบความสำเร็จในการปรับตัว แต่ทางกลุ่มยังคงเผชิญกับปัญหาผลผลิตเสียหายจากวตภัยร้าวรอยละ 15-20 และความอุดมสมบูรณ์ของดินลดลงจากการปลูกพืชซ้ำ เพื่อแก้ไขปัญหานี้ ทางกลุ่มได้ร่วมมือกับสถาบันวิจัยในพื้นที่ ใช้อุณหภูมิและความชื้นของดินเพื่อทำให้ต้นกล้วยเตี้ยลงสามารถช่วยลดความเสียหายจากลมพายุได้ และมีการปลูกพืชหมุนเวียนอย่างข้าวโพดหวาน เพื่อฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของดินและสร้างรายได้เสริม นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดที่จะนำส่วนอื่น ๆ ของต้นกล้วยมาใช้ประโยชน์ เช่น การผลิตเป็น "เชือกกล้วย" เพื่อทำเป็นงานฝีมืออย่างถุงหิ้ว หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ตอบโจทย์โมเดลเศรษฐกิจสีเขียว ที่ให้ใช้ทุกส่วนของพืชให้เกิดประโยชน์สูงสุด

กุญแจแห่งความสำเร็จของ “แปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี” เกิดจากการดำเนินงานอย่างจริงจังในหลายมิติ คือ “มิติของคน” ได้แก่ เกษตรกรและเจ้าหน้าที่ที่ทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ มีการพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง และต่อยอดความคิดอย่างไม่หยุดนิ่ง “มิติของพื้นที่” ที่มีการใช้จุดเด่นของพื้นที่และเรื่องราวของพื้นที่มาผูกเข้ากับตัวสินค้า และ “มิติของสินค้า” ที่มีการเพิ่มคุณค่าด้วยมาตรฐานและการผลิตโดยใช้ตลาดนำ แสดงให้เห็นว่าการปรับตัวอย่างชาญฉลาด การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า สามารถสร้างความเข้มแข็งและรายได้ที่ยั่งยืนให้กับชุมชน



สนใจผลิตภัณฑ์ติดต่อได้ที่

นายอนุกุล นามปราศรัย

- ประธานแปลงใหญ่กล้วยหอมทอง ตำบลนพรัตน์ อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี
- ประธานวิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองปทุมรัตน์

☎ 09 0116 1114

เส้นทางที่แปลงใหญ่แห่งนี้

ได้เลือกเดินจึงเป็นพิมพ์เขียวอันทรงคุณค่าที่แปลงใหญ่ และกลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนของตนเองต่อไปได้อย่างยั่งยืน **DOE**

“กล้วยหอมทองลูกเดี่ยว”

โมเดลแบ่งขายตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่

ในยุคที่ผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย ปริมาณที่พอดีกับความต้องการ และความปลอดภัยของอาหาร ทำให้กล้วยหอมทองที่เคยขายเป็นหวีเปลี่ยนมาสู่รูปแบบ "แบ่งขายแบบลูกเดี่ยว" มากขึ้น การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ใช่เพียงแค่เรื่องของตลาดเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกสบายเป็นหลักกลุ่มผู้บริโภคหลักที่ขับเคลื่อนเทรนด์นี้ คือ คนเมือง Gen Y และ Gen Z ซึ่งมีวิถีชีวิตเร่งรีบ ชื่นชอบสินค้าที่บรรจุพอดีมือและพร้อมทาน นอกจากนี้ยังใส่ใจการลดปริมาณขยะอาหารมากขึ้นเพราะการซื้อกล้วยทั้งหวีมักจะนำไปสู่การเน่าเสียและต้องทิ้งหากบริโภคไม่ทัน ในขณะที่การซื้อลูกเดี่ยวช่วยให้บริโภคได้ตามต้องการจริง



กล้วยหอมทองลูกเดี่ยว

ในร้านสะดวกซื้อ

กล้วยหอมทองลูกเดี่ยวจากสหกรณ์การเกษตรท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ที่ร่วมมือกับบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) พัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทองที่ผ่านการคัดคุณภาพอย่างเข้มงวด ปอกง่าย พร้อมทาน และบรรจุในแพ็คเกจแบบลูกเดี่ยว จำหน่ายผ่าน 7-Eleven กว่า 13,000 สาขาทั่วประเทศ

การเริ่มต้นของโครงการนี้มาจากการสังเกตว่าผู้บริโภคจำนวนมากซื้อกล้วยทั้งหวีแต่บริโภคไม่ทัน ทำให้ส่วนที่เหลือมักจะเน่าเสีย สหกรณ์จึงคิดค้นวิธีการแบ่งขายที่ตอบโจทย์ความต้องการนี้ จนกลายเป็นปรากฏการณ์ระดับประเทศ ปัจจุบันกล้วยหอมทองลูกเดี่ยวยอดนิยมขายเฉลี่ยสูงถึงวันละเกือบ 100,000 ลูกกลายเป็นโมเดลการแบ่งขายที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ด้วยรูปแบบ Grab & Go ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนเมืองได้อย่างลงตัว

ปัจจัยที่ขับเคลื่อน

ความสำเร็จ

เบื้องหลังความสำเร็จของกล้วยหอมทองลูกเดี่ยว มาจากการอ่านเทรนด์ผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำ โดยเฉพาะการระบุกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ คนโสดและครอบครัวขนาดเล็กที่ไม่ต้องการซื้อจำนวนมาก ผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและต้องการผลไม้สด ตลอดจนผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและต้องการลดขยะอาหาร

จุดแข็งเชิงกลยุทธ์อีกประการหนึ่งคือการยกระดับกล้วยหอมทองธรรมดาสู่ผลไม้พรีเมียม กระบวนการเริ่มตั้งแต่การเลือกพันธุ์กล้วยหอมทองคุณภาพดีที่มีรสชาติหวาน เนื้อแน่น ไม่เละ การจัดการหลังเก็บเกี่ยวที่มีมาตรฐานสูง รวมถึงการควบคุมอุณหภูมิและความชื้น เพื่อให้กล้วยมีคุณภาพสม่ำเสมอ การตัดแต่งและคัดเกรดกล้วยแต่ละลูกอย่างพิถีพิถันก็เป็นอีกหนึ่งจุดสำคัญ โดยเลือกเฉพาะกล้วยที่มีขนาดพอดีมือ ผิวสวย ไม่มีรอยตำหนิ ก่อนจะนำมาบรรจุในแพ็คเกจที่ออกแบบมาเป็นพิเศษ ทั้งสะอาด สวยงาม ปลอดภัย และสามารถป้องกันการเน่าเสียได้ดี

การเลือกช่องทางจำหน่ายผ่าน 7-Eleven สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกย่านในเมือง ตั้งแต่ย่านธุรกิจ ที่อยู่อาศัย ไปจนถึงย่านการศึกษา ทำให้ผู้บริโภคสามารถซื้อได้ตามความสะดวก

Insud Single-Serve

ที่กำลังขยายตัว

แนวคิดการแบ่งขายไม่ได้มีเพียงในกล้วยหอมทองเท่านั้น แต่รวมไปถึงผลไม้และผลิตภัณฑ์เกษตรอีกหลายชนิด เช่น มะม่วง น้ำดอกไม้ที่บรรจุในกล่องพร้อมส้อมพลาสติก ทุเรียนแบ่งพู มะพร้าว น้ำหอมที่มาพร้อมหลอดดูด เป็นต้น นอกจากผลไม้แล้วยังมีผัก และสมุนไพรที่ได้รับการพัฒนาในรูปแบบนี้ เช่น ผักสลัดพร้อมทาน ที่แบ่งบรรจุในถาด พร้อมน้ำสลัดแยกช่อง ทำให้ผู้บริโภคได้ผักสด สะอาด โดยไม่ต้องเสียเวลาเตรียมเอง สมุนไพรสดอย่างใบโหระพา ผักชี และต้นหอม ก็ถูกพัฒนาเป็นแพ็คเกจเล็กพอติดการใช้งาน หนึ่งครั้ง ตอบโจทย์ครอบครัวขนาดเล็ก หรือผู้ที่อาศัยในคอนโด หรือพื้นที่จำกัด



ตลาดใหม่ที่กว้างกว่า

คุ้มค่ากว่า ยิ่งยืนกว่า

การขายแบบลูกเดียวไม่ใช่แค่เทรนด์ชั่วคราว แต่เป็นการปรับตัวของภาคเกษตรและอาหารไทยให้ทันกับโลกยุคใหม่ ทั้งในด้านสุขภาพ สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ การเข้าใจผู้บริโภคให้ลึกซึ้ง เลือกพันธุ์ที่ดี คัดสินค้าให้มีคุณภาพ และลงทุนด้านบรรจุภัณฑ์ที่ดี ปลอดภัย เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตยุคใหม่ควรให้ความสำคัญ

การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ จะช่วยให้ภาคเกษตรไทย สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีการเก็บรักษา ความสด เทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์ หรือระบบการจัดจำหน่าย ที่ทันสมัย



เมื่อเกษตรกรไทย

ปรับตัวให้ทันเทรนด์ "ลูกเดียว" และพัฒนาต่อยอดอย่างต่อเนื่อง เทรนด์นี้จะกลายเป็น ประตูลู่ตลาดใหม่ที่กว้างขึ้น คุ้มค่ากว่า และยั่งยืนกว่าเดิม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สร้างรายได้ที่ดีให้กับเกษตรกรและขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทยให้เติบโตยิ่งขึ้นในอนาคต

เคล็ดลับเก็บกล้วยให้ได้นาน

ถึงคราวปอกใช้งานก็ไม่ดำ

“กล้วย” ผลไม้สารพัดประโยชน์ที่อยู่คู่ครัวไทยแทบทุกบ้าน ชื่อที่หนึ่งก็มาเป็นหวี แต่บางครั้งยังไม่ทันได้รับประทาน จนหมดก็เริ่มมีจุดดำ สุกจนเกินไป บางครั้งปอกออกมาเตรียมไว้ทำขนม กลับกลายเป็นสีดำคล้ำไปเสียก่อน

Craft & Create ฉบับนี้ จึงขอพาทุกคนไปรู้จักกับเคล็ดลับง่าย ๆ ที่จะทำให้อายุของกล้วยของคุณอยู่ได้นานขึ้น และนำรับประทานในทุกเมนู

วิธีเก็บกล้วยให้อยู่ได้นาน

เก็บแบบไม่ใส่ตู้เย็น

1. เก็บกล้วยให้พื้นแสงแดด

เพราะแสงแดดจะกระตุ้นกระบวนการหายใจและการเปลี่ยนแปลงเป็นน้ำตาลในผลไม้ ทำให้กล้วยสุกเร็วขึ้น และอาจเกิดจุดดำเร็วกว่าปกติ

3. ปาดขี้กล้วยบาง ๆ ทุกวัน

ช่วยลดการสะสมของก๊าซเอทิลีนที่ปลายขั้ว และป้องกันการสะสมความชื้นหรือเชื้อรา

เก็บแบบใส่ตู้เย็น

1. กล้วยแก่จัดแต่เปลือกสีเขียว

ตัดกล้วยออกเป็นชุด ชุดละ 3-4 ลูก โดยให้ติดขั้ว ห่อด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์ให้มิด ใส่ในถุงพลาสติกอีกชั้น และปิดปากถุงให้สนิท เก็บไว้ในช่องผักของตู้เย็น

เมื่อต้องการทาน ให้นำออกมาวางไว้ที่อุณหภูมิห้อง 2-3 วัน กล้วยจะกลับเข้าสู่กระบวนการสุกตามธรรมชาติ และให้เนื้อสัมผัสที่ดี ไม่แข็ง ไม่กระด้าง

2. ตัดกล้วยออกจากหวีโดยให้ขั้วยังติดอยู่ ใช้พลาสติกแรปห่อเฉพาะบริเวณขั้วให้มิดชิด

เพื่อจำกัดการปล่อยและแพร่กระจายของก๊าซเอทิลีน ทำให้กล้วยแต่ละลูกสุกช้าลง

4. แช่น้ำอุ่น 50°C นาน 10 นาที แล้วแขวนให้แห้ง

ช่วยฆ่าเชื้อราเบื้องต้น และลดอัตราการหายใจของผลกล้วย

2. กล้วยสุก

ตัดกล้วยออกจากหวีแยกทีละลูกโดยไม่ให้ติดขั้ว จากนั้นเลือกวัสดุสำหรับห่อกล้วยตามความสะดวก เช่น ห่อด้วยพลาสติกแรป หรือห่อด้วยกระดาษหนังสือพิมพ์หนึ่งชั้น แล้วใส่ลงในถุงพลาสติก ปิดปากถุงให้สนิท ก่อนนำไปแช่ไว้ในช่องผักของตู้เย็น

วิธีปกกล้วยให้ไม่ดำ

1. แช่น้ำเกลือ

ผสมเกลือป่น 1 ช้อนชา น้ำมะนาว 1 ช้อน และน้ำเปล่า 500 มล. คนให้เข้ากัน จากนั้นปกและหั่นกล้วย แช่ในน้ำเกลือประมาณ 5 นาที จากนั้นซับให้แห้งก่อนใช้งาน เกลือและกรดจากมะนาวช่วยชะลอการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน ทำให้กล้วยไม่ดำเร็ว

2. ทาน้ำมะนาว

หั่นกล้วยใส่จาน แล้วใช้แปรงหรือช้อนทาน้ำมะนาวให้ทั่วชิ้น กรดอ่อน ๆ จากน้ำมะนาวช่วยชะลอการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน ที่ทำให้กล้วยเปลี่ยนสี

3. ต้มกล้วยให้สุก

นำกล้วยที่ยังไม่ปกเปลือกไปล้างให้สะอาด แล้วต้มในน้ำเดือดที่ใส่เกลือประมาณ 1 ช้อนโต๊ะ เป็นเวลา 15-20 นาที จากนั้นปกเปลือก หั่น และนำไปใช้งาน ความร้อนจากการต้ม จะช่วยยับยั้งการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันที่ทำให้กล้วยเปลี่ยนสี

4. แช่น้ำโซดา

หั่นกล้วยแล้วแช่ในน้ำโซดา 1-2 นาที แล้วนำขึ้นพักให้สะเด็ดน้ำ คาร์บอนไดออกไซด์ในโซดาช่วยไล่ออกซิเจนออกจากพื้นผิวของกล้วย ลดโอกาสเกิดออกซิเดชัน และไม่เปลี่ยนรสชาติ

5. ป้องกันไม่ให้โดนอากาศ

หลังหั่นแล้วควรใช้พลาสติกแรปกกล้วยให้มิดชิด เมื่อเนื้อกล้วยสัมผัสอากาศ จะทำให้เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน ทำให้กล้วยเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาล

เพียงใส่ใจในทุกขั้นตอน ตั้งแต่เก็บรักษาไปจนถึงการเตรียมเสิร์ฟ กล้วยก็ไม่ใช่ผลไม้ที่รีบกินก่อนเสียอีกต่อไป ไม่ว่าจะเก็บไว้นานแค่ไหน หรือปกเมื่อใด ก็ยังคงความน่ารับประทานไว้ได้เสมอ ลองปรับใช้เคล็ดลับง่าย ๆ เหล่านี้แล้วจะพบว่า “กล้วย” สามารถอยู่กับเราได้ยาวนานขึ้นอย่างไม่น่าเชื่อ **DOE**

กรมส่งเสริมการเกษตร

กรมส่งเสริมการเกษตร 2143/1 ถนนพหลโยธิน แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900



www.doe.go.th

