

สรุปผลชุดองค์ความรู้ที่ได้รับจากการจัดงาน วันถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเริ่มต้นฤดูกาลผลิตใหม่

(Field day)

ประจำปี พ.ศ. 2568

สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 4 จังหวัดขอนแก่น

เนื้อหาในสรุปผลชุดองค์ความรู้จากเทคโนโลยี และนวัตกรรมจากงานวันถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อเริ่มต้น ฤดูกาลผลิตใหม่ ผู้การใช้ประโยชน์ในพื้นที่ ประกอบด้วย

1. ชื่อชุดองค์ความรู้ : การผลิตกล้วยหอมทองตามมาตรฐานเพื่อการส่งออก
2. หน่วยงานเจ้าของเทคโนโลยี/นวัตกรรม : วิสาหกิจชุมชนฟรุ๊ตส์ฟาร์ม
3. สินค้าหลัก : กล้วยหอมทอง
4. เกษตรกรเป้าหมาย : จำนวน 400 ราย

5. หลักการ แนวคิด และความสำคัญ (ให้อธิบายปัญหา ความจำเป็นที่ทำให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมนี้ และเหตุผลที่ควรนำไปใช้กับเกษตรกรในพื้นที่)

กล้วยหอมทอง เป็นกล้วยที่มีศักยภาพในการส่งออกมากที่สุดเมื่อเทียบกับกล้วยส่งออกอื่น ๆ ด้วยคุณลักษณะที่มีรสชาติดี มีกลิ่นหอมน่ารับประทาน เปลือกบาง ไม่เหนียว สีผิวของกล้วยเมื่อสุกจะเปลี่ยนเป็นสีเหลืองทอง แต่ละลูกเรียงกันอยู่ในหวีอย่างสวยงาม ทำให้กล้วยหอมทองได้รับความนิยมเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทั้งตลาดภายในและต่างประเทศ และมีแนวโน้มความต้องการของตลาดเพิ่มมากขึ้น ประเทศไทยมีพื้นที่ปลูกกล้วยหอมทองทั้งหมด 80,716.38 ไร่ พื้นที่ให้ผลผลิตแล้ว จำนวน 47,842.61 ไร่ เกษตรกรจำนวน 17,207 ครัวเรือน มีผลผลิตทั้งสิ้น 154,011.06 ตัน ผลผลิตเฉลี่ย 3,219.12 กิโลกรัม/ไร่ ต้นทุนการผลิต 5,687 บาท/ตัน ประเทศคู่ค้าที่สำคัญคือ ญี่ปุ่น จีน ลาว โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นมีความต้องการสูง โดยมีข้อตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA; Japan Thailand Economic Partnership Agreement) โดยญี่ปุ่นให้โควตากล้วยหอมทองจากประเทศไทยปีละ 8,000 ตัน แต่ประเทศไทย สามารถส่งออกได้เพียงปีละ 4,000 ตันเท่านั้น (เกษตรกรก้าวไกล, 2560) เนื่องจากกล้วยหอมทองที่ผลิตได้มีปัญหาในด้านการส่งออกเพราะคุณภาพผลผลิตไม่ตรงตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด นอกจากนี้ปัญหาที่พบคือ พื้นที่ที่ปลูกกล้วยให้ผลผลิตต่อพื้นที่ต่ำ เกษตรกรส่วนใหญ่จะปลูกกล้วยหอมทองเป็นพืชแซม เมื่อพืชหลักเติบโตอย่างเต็มที่จึงต้องเลิกปลูกกล้วยหอมทอง จึงทำให้ปริมาณการผลิตยังไม่คงที่ส่งผลต่อคุณภาพและปริมาณของผลผลิตไม่ตรงกับความต้องการของตลาด จึงทำให้ผลผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563) ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้เกษตรกรปลูกกล้วยเพื่อการส่งออกมากขึ้น และเพื่อให้การผลิตกล้วยหอมทองเพียงพอต่อผู้บริโภคในประเทศและมีคุณภาพตามเกณฑ์การส่งออกได้

6. เนื้อหาของเทคโนโลยี/นวัตกรรม (ให้อธิบายขั้นตอนการดำเนินงาน หรือวิธีการใช้งาน วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในเทคโนโลยี/นวัตกรรม)

ข้อมูลด้านการตลาด “กล้วยหอมทอง” อุบลราชธานี

ตลาด “ต่างประเทศ”

วิสาหกิจชุมชนฟรุ้งฟรุ้งฟาร์ม

วิสาหกิจชุมชนฟรุ้งฟรุ้งฟาร์ม อำเภอเดชอุดม รับซื้อกล้วยหอมทองในราคา 17 บาท/กิโลกรัม เพื่อส่งออกประเทศ **ญี่ปุ่น** ผ่านบริษัท เจ เพรซ เซกะ จำกัด โดยมีเงื่อนไขการรับซื้อกล้วยของวิสาหกิจชุมชน คือ

- ผิวเปลือกเนียน เนื้อกล้วยมีความแก่ 75 - 80%
- น้ำหนักต่อลูก 100 กรัมขึ้นไป

ความต้องการกล้วยหอมทองของตลาดญี่ปุ่นมากกว่า 1.2 ล้านตัน/ปี โดยญี่ปุ่นยกเว้นภาษีนำเข้า กล้วยจากประเทศไทยเป็นจำนวน 8,000 ตัน/ปี ตามความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) แต่ประเทศไทยสามารถส่งออกได้เพียง 2,000 ตัน/ปี



ปัญหาของเกษตรกร ในการผลิตกล้วยเพื่อส่งออก

1. ผลผลิตไม่สามารถจำหน่ายได้ทั้งหมด เนื่องจากคุณภาพของผลผลิตไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการรับซื้อ
2. ได้รับเงินจากการจำหน่ายผลผลิตต่ำ

วิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองบ้านนาคำ

วิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองบ้านนาคำ อำเภอตระการพืชผล มีการพูดคุยถึงเงื่อนไขการรับซื้อเบื้องต้นกับ บริษัท ไอเทคนิโต เพื่อส่งออกกล้วยหอมทองไปยังประเทศ **ญี่ปุ่น** เมื่อวันที่ **30 พฤศจิกายน 2567**

ที่มาของข้อมูล

1. วิสาหกิจชุมชนกล้วยหอมทองบ้านนาคำ อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี
2. วิสาหกิจชุมชนฟรุ้งฟรุ้งฟาร์ม และเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทอง อำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี
3. ร้านจำหน่ายกล้วย ตลาดเสรีบุรี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี
4. ฝ่ายจัดซื้อ Makro อุบลราชธานี
5. ฝ่ายสหกรณ์ สอ.อเนก



ตลาด “ในประเทศ”

ตลาดเจริญศรี อุบลราชธานี

- ตลาดกลางและศูนย์กระจายสินค้าเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี
- ร้าน **พีเอก (099-1106455)** ปริมาณรับซื้อกล้วยหอมทอง **1 ตัน/สัปดาห์ ราคาที่โลกรับ: 8 - 25 บาท** เงื่อนไขที่รับซื้อคือ รับเป็นหวี ไม่ต้องมีมาตรฐาน (ส่งกล้วยมาจาก จังหวัดนครราชสีมา ในราคา กิโลกรัมละ 20 บาท ค่าขนส่ง สอ.ละ 3,000 บาท ไม่เกิน 2 ตัน/รอบ)
 - ร้าน **ณี อุน (094-2527566)** ปริมาณรับซื้อกล้วยหอมทอง **3 สัปดาห์ ราคาที่โลกรับ: 20 - 30 บาท** เงื่อนไขที่รับซื้อคือ รับเป็นหวี ไม่ต้องมีมาตรฐาน (ส่วนใหญ่รับซื้อกล้วยหอมทอง จากอำเภอเสิงสาง จังหวัดนครราชสีมา)
 - ร้าน **พรพินา (061-7494998)** ปริมาณรับซื้อกล้วยหอมทอง **7-9 ตัน/สัปดาห์ ราคาที่โลกรับ: 10 - 30 บาท** เงื่อนไขที่รับซื้อคือ รับเป็นหวี ไม่ต้องมีมาตรฐาน (รับมีการจ้างเกษตรกรปลูกกล้วยหอมทอง ในพื้นที่อำเภอเดชอุดม ตระการพืชผล โดยต้องปลูก ใต้ร่ม และดูแลรักษา ตามเงื่อนไขของรับ)

Makro อุบลราชธานี

รับซื้อสินค้าเกษตรกรณีท้องถื่น โดยมีเงื่อนไข ดังนี้

- แผลงกล้วยหอมทอง ต้องได้รับมาตรฐาน GAP หากไม่มีมาตรฐาน ต้องมีผลตรวจสารตกค้าง full test หรือชุดทดสอบ test kit
- โรงคัดแยกและบรรจุต้องได้มาตรฐาน GMP มีการออกตรวจประเมินตามข้อกำหนด

Makro สาขาอุบลราชธานี และสาขาวารินชำราบ มีปริมาณความต้องการรับซื้อกล้วยหอมทอง **500 หวี/สัปดาห์** มีการแบ่งเกรดกล้วยหอมทอง เป็นเกรด **C** คือ ต่ำกว่า 1.5 กก. เกรด **B** คือ 1.5 - 2.1 กก. เกรด **A** คือ 2.2 - 2.4 กก. และเกรด **Jumbo** คือ 2.5 กก.ขึ้นไป

- ราคารับซื้อ ที่เกรด A ราคาต่ำสุด 40-45 บาท/หวี ราคาสูงสุด 120 บาท/หวี

ตลาดอื่นๆ

- ร้านสวนอินทรีย์ เกษกล้วยหอม จังหวัดอุบลราชธานี ปริมาณรับซื้อกล้วยหอมทอง 2.5 ตัน/เดือน
- ตลาดท้องถิ่น จังหวัดอุบลราชธานี (เจ้าวิทย) ปริมาณรับซื้อกล้วยหอมทอง 2 ตัน/สัปดาห์

การนำเข้ากล้วย ผ่านด่านช่องเม็ก
 นำเข้ากล้วยดิบ 35,000 ตัน/ปี มูลค่า 330 ล้านบาท
 โดยเป็นกล้วยหอมเขียว (คาเวนดิช) ประมาณ 25% (8,700 ตัน/ปี) มูลค่า 82 ล้านบาท

กล้วยหอมทอง อุบลราชธานี

ตลาดส่งออกต่างประเทศ (ญี่ปุ่น)

ปัญหาของเกษตรกร ในการผลิตกล้วยเพื่อส่งออก

1. ผลผลิตไม่สามารถจำหน่ายได้ทั้งหมด เนื่องจากคุณภาพของผลผลิตไม่เป็นไปตามเงื่อนไขการรับซื้อ
2. ได้รับเงินจากการจำหน่ายผลผลิตต่ำ



วิสาหกิจชุมชนฟรุ้งฟรุ้งฟาร์ม รับซื้อกล้วยหอมทอง 17 บาท/กิโลกรัม

02

ล้าง ตัดแต่ง แบ่งช่อ คัดลูกเสีย คัดขนาดของกล้วย (เงื่อนไข คือ น้ำหนักต่อลูก อย่างน้อย 100 กรัมขึ้นไป)



04

นำกล่องที่บรรจุกล้วยเก็บรักษาไว้ในห้องเย็น เมื่อครบตามสัญญาซื้อขายแต่ละงวด จะนำกล่องขึ้นคอนเทนเนอร์เพื่อขนส่งหีบห่อที่บรรจุกล้วยหอมทองไปยังท่าเรือ

06

เมื่อถึงประเทศญี่ปุ่น บริษัท Pacific Trade Japan (PTJ) จะนำผลผลิตกล้วยหอมทองส่งมอบให้ชุมชนสหกรณ์ผู้บริโภค (Pal System) กระจายสู่สหกรณ์ผู้บริโภครายต่างๆ ในญี่ปุ่น

01

นำเครื่องกล้วยแขวนราว เพื่อตรวจสอบความสุก/แก่ จากสีเนื้อ (เงื่อนไข คือ เนื้อมีความแก่ 75 - 80% สีเนื้อเป็นสีนีนๆ)

03

นำกล้วยเข้าสายพานเข้าลม ตัดสติกเกอร์ (รหัส สำหรับตรวจสอบย้อนกลับ) ทำการบรรจุหีบห่อและชั่งน้ำหนักพร้อมทั้งบันทึกน้ำหนักที่ชั่งได้

05

ส่งออกผ่านบริษัทบริษัท เจ เพรซ เซกะ จำกัด โดยรวบรวมกล้วยหอมทองจากหลายๆสหกรณ์, วิสาหกิจชุมชน ในประเทศไทย



- ความต้องการของตลาด ญี่ปุ่นมากกว่า 1.2 ล้านตัน/ปี
- วิสาหกิจชุมชนฟรุ้งฟรุ้งฟาร์ม ส่งออกได้ 2,000 ตัน/ปี
- ญี่ปุ่นยกเว้นภาษีนำเข้า กล้วยจากประเทศไทยเป็นจำนวน 8,000 ตัน/ปี ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) แต่สามารถส่งออกได้เพียง 2,000 ตัน/ปี

— — — Banana

**กล้วยหอมทอง
จังหวัดอุบลราชธานี**




**ผลิตกล้วยหอมทอง
ส่งออกต่างประเทศ**

สถานการณ์การผลิต

- พื้นที่ปลูก 830 ไร่
- เกษตรกร 134 ราย
- ผลผลิตรวม 2,939 ตัน
- ผลผลิตเฉลี่ย 3,500-4,000 กก. / ไร่
- มูลค่าผลผลิต 44 ล้านบาท

ดินทุนการผลิต

ดินทุนการผลิตเฉลี่ย 22,000 - 38,000 บาท / ไร่

แหล่งจำหน่ายในประเทศ

- ตลาดท้องถิ่น
- ตลาดสดระดับอำเภอ/จังหวัด
- บริษัท CP All
- ร้านเบเกอรี่
- ลูกค้าย่อย

Best Practice

วิสาหกิจชุมชน ฟรุสส์ ฟาร์ม เดชอุดม

- สมาชิก 205 ราย พื้นที่ 700 ไร่
- มาตรฐาน GAP
- เทคโนโลยีลดต้นทุนการผลิตด้วยปุ๋ยสังเคราะห์
- ใช้ชีวภัณฑ์ในการป้องกันกำจัดโรคและแมลง
- ใช้ระบบน้ำหยด
- ไรศัดแยกและบรรจุภัณฑ์ มาตรฐาน GMP / HACCP
- ส่งออกญี่ปุ่น 2,000 ตัน / ปี

มาตรฐานการผลิต



Good Agricultural Practices

แหล่งจำหน่ายต่างประเทศ

- ประเทศญี่ปุ่น 17 บาท / กก.
- บริษัท เจ เพรช เซกะ จำกัด
- บริษัท PACIFIC TRADE JAPAN
- กล้วยสดส่งออกผลแก่ 70-80 %

รายได้เฉลี่ย

60,000 - 80,000 บาท / ไร่

- จำหน่ายผลสดส่งออกญี่ปุ่น 17 บาท/กก.
- จำหน่าย CP All 17 บาท / กก.
- จำหน่ายร้านเบเกอรี่ 5 - 8 บาท / กก.
- จำหน่ายหน่อกล้วย 20 บาท / หน่อ

กำไรสุทธิ

23,000 - 43,000 บาท / ไร่

 **สำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี**
กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

www.ubonratchathani.doae.go.th
0 4531 1052

ระบบการจัดการสวนกล้วยหอมทองมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practice) ที่ยกระดับเพื่อตลาดญี่ปุ่นโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นนวัตกรรมเชิงกระบวนการ (Process Innovation) ที่ต้องใส่ใจในทุกรายละเอียด

6.1 วัสดุและอุปกรณ์สำคัญ

1) นอกจกัวยจากการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ (Tissue Culture) เพื่อให้ได้ต้นที่แข็งแรง ปลอดโรค และเติบโตสม่ำเสมอทั้งแปลง

2) ปุ๋ยสูตรต่างๆ สำหรับใช้ในแต่ละระยะการเจริญเติบโต

3) ระบบน้ำแบบสปริงเกอร์ หรือระบบน้ำหยด

4) ถังห่อเครื่องกลัวยสีฟ้า: นวัตกรรมสำคัญที่ช่วยป้องกันแมลง, ลดการเสียดสี, ป้องกันยางกลัวยหดเป็นอณู และควบคุมอุณหภูมิให้สีผิวสม่ำเสมอ

5) ทรายบับนสีต่างๆ: สำหรับทำเครื่องหมายระบุหรือสัปดาห์ที่กลัวยเริ่มออกปสี เพื่อการเก็บเกี่ยวที่แม่นยำ

6) เชือกฟางและไม้ค้ำยัน

7) อุปกรณ์และโรงเรือนสำหรับคัดบรรจุ (Packing House)

6.2 ขั้นตอนการดำเนินงาน (Standard Operating Procedure - SOP):

ระยะที่ 1: การเตรียมการและการปลูก

1) การเลือกหน่อพันธุ์: ใช้หน่อเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อที่อนุบาลจนแข็งแรง มีใบ 4-5 ใบ ขึ้นไป

2) การเตรียมดิน: ไถพรวนดิน ตากดิน และวิเคราะห์ค่าดินเพื่อปรับปรุงสภาพดินให้เหมาะสม มีการระบายน้ำดี

3) การปลูก: ขุดหลุมปลูกขนาด 50x50x50 ซม. วางหน่อพันธุ์ให้ระดับเดิมของดินในถุง กลบดินและรดน้ำให้ชุ่ม

ระยะที่ 2: การดูแลรักษา (หัวใจของนวัตกรรม)

1) การจัดการหน่อ: เมื่อต้นกลัวยอายุ 4-5 เดือน ให้เลือกเก็บหน่อที่สมบูรณ์ที่สุดไว้เพียง 1-2 หน่อต่อกอ เพื่อไม่ให้แย่งอาหารกัน

2) การจัดการใบ: ตัดแต่งใบแห้งหรือใบที่เป็นโรคออกเสมอ เพื่อลดการสะสมของเชื้อโรคและเพิ่มการระบายอากาศ

3) การให้ปุ๋ยและน้ำ: ให้ปุ๋ยตามระยะการเจริญเติบโตอย่างแม่นยำ และให้น้ำอย่างสม่ำเสมอ

4) นวัตกรรมการจัดการเครือ (Bunch Management):

การตัดปลี: เมื่อกลัวยออกหวีสุดท้าย (หวีตีนเต่า) จนสุดแล้ว ให้ตัดปลีทิ้งเพื่อส่งอาหารไปเลี้ยงผลกลัวยให้โตเต็มที่

การผูกธงสี: วันที่เริ่มตัดปลี ให้ใช้ริบบิ้นสีที่กำหนดไว้สำหรับสัปดาห์นั้นๆ ผูกไว้ที่ก้านเครือ เพื่อบันทึกอายุของเครือ

การห่อเครือ: หลังจากตัดปลี 7-10 วัน ให้ใช้ถุงสีฟ้าที่เตรียมไว้ สวมคลุมเครือกลัวยทั้งเครือและมัดปากถุงให้เรียบร้อย (ไม่ต้องแน่นเกินไป)

ระยะที่ 3: การเก็บเกี่ยวและจัดการหลังการเก็บเกี่ยว

1) การเก็บเกี่ยวตามอายุ: ห้ามเก็บเกี่ยวตามขนาด แต่ให้เก็บเกี่ยวตาม "สีของธง" ที่ผูกไว้ ซึ่งจะบอกอายุที่แน่นอน (ประมาณ 70-80 วันหลังออกปลี) เพื่อให้กล้วยมีความแก่ที่เหมาะสมพอดีกับการขนส่งและไปสุกที่ปลายทาง

2) การขนย้าย: ใช้ความระมัดระวังสูงสุดในการตัดและขนย้ายเครือกล้วยจากสวนมายังโรงคัดบรรจุ ต้องมีเบาะหรือโฟมรองเพื่อป้องกันการซ้ำ

3) กระบวนการในโรงคัดบรรจุ:

- แขนวเครือกล้วยกับราว

- ตัดกล้วยออกจากเครือเป็นหวี (เรียกว่า De-handing) ในอ่างน้ำสะอาด

เพื่อล้างยางและฝุ่นละออง

- คัดแยกหวีที่ไม่ได้คุณภาพหรือมีตำหนิออก

- ชั่งน้ำหนัก บรรจุลงในถุงพลาสติกและกล่องกระดาษมาตรฐานส่งออก

- ติดสติ๊กเกอร์หรือรหัสเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability)



7. วิธีการถ่ายทอดเทคโนโลยี/นวัตกรรมสู่การใช้ประโยชน์ในพื้นที่ (ให้อธิบายรูปแบบการนำเสนอ เช่น ฝึกอบรม สาธิต ให้แก่เกษตรกร)

จัดกิจกรรมในรูปแบบ "สถานีเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ" (Workshop-based Learning Stations) ในงาน Field Day เพื่อให้เกษตรกรได้เห็นภาพและลงมือทำจริง

ขั้นตอนที่ 1 : นำเสนอข้อมูลตลาดกล้วยหอมในญี่ปุ่น, VTR สัมภาษณ์ผู้ส่งออก, ตัวอย่างสินค้า และราคาขายในซูเปอร์มาร์เก็ตญี่ปุ่น เพื่อสร้างแรงจูงใจและเป้าหมายที่ชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 : จัดแปลงสาธิตที่มีต้นกล้วยที่อยู่ในระยะต่างๆ ให้เกษตรกรฝึกปฏิบัติจริง: การเลือกหน่อ, การตัดปลี, การผูกธงสีตามสัปดาห์, และ การห่อเครื่องด้วยถุงสีฟ้า ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญที่สุด

ขั้นตอนที่ 3 : จำลองโรงคัดบรรจุอย่างง่าย ให้เกษตรกรฝึกขั้นตอนการล้าง, การคัดเกรด (มีตัวอย่างหวีสวยและหวีมีตำหนิให้เปรียบเทียบ), และการแพ็กกิ้งที่ถูกต้อง

8. ผลลัพธ์จากการนำเทคโนโลยี/นวัตกรรมไปใช้ (ให้อธิบายผลการทดสอบเปรียบเทียบก่อนและหลังการใช้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เช่น ลดต้นทุน ปริมาณ/คุณภาพผลผลิต ประสิทธิภาพ ในการผลิต และรายได้ที่เกษตรกรได้รับ)

| รายการเปรียบเทียบ | การผลิตแบบดั้งเดิม | การผลิตระบบใหม่ (เพื่อส่งออก) | การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น |
|-------------------------|-----------------------------|--|--|
| ปริมาณผลผลิตเกรด A | 30-40% ของผลผลิตทั้งหมด | 85-95% ของผลผลิตทั้งหมด | เพิ่มสัดส่วนผลผลิตคุณภาพสูง ลดการสูญเสีย |
| คุณภาพผลผลิต | ผิวมีรอยขีดข่วน ไม่สม่ำเสมอ | ผิวสวยงาม สีเหลืองนวลสม่ำเสมอ ไร้อาหาร | สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดพรีเมียม |
| ราคาขาย (ต่อ กก.) | 5 - 10 บาท (ผันผวน) | 15 - 20 บาท (ราคาประกันตามสัญญา) | สร้างเสถียรภาพและเพิ่มระดับราคาขาย |
| รายได้สุทธิ (ต่อไร่/ปี) | ประมาณ 15,000 - 25,000 บาท | ประมาณ 40,000 - 60,000 บาท | เพิ่มรายได้สุทธิให้เกษตรกรมากกว่า 100% |

9. รูปภาพประกอบ เช่น ภาพกิจกรรมภายในงาน Field day/Infographic/โปสเตอร์หรือ QR Code คลิปวีดีโอ เป็นต้น





10. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

10.1 การผลิตที่ขับเคลื่อนด้วยตลาด (Market-Driven Production): เข้าใจความต้องการของลูกค้า (ญี่ปุ่น) อย่างถ่องแท้ และปรับกระบวนการผลิตทั้งหมดเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น

10.2 ความมีวินัยและความใส่ใจในรายละเอียด: เกษตรกรต้องปฏิบัติตามคู่มือ (SOP) อย่างเคร่งครัดในทุกขั้นตอน เพราะความผิดพลาดเล็กน้อยเพียงจุดเดียวอาจทำให้ผลผลิตทั้งเครือถูกปฏิเสธ

10.3 การรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง: การบริหารจัดการในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน ช่วยรวบรวมผลผลิตให้มีปริมาณมากพอต่อการส่งออก, รักษามาตรฐานกลาง, และมีอำนาจต่อรองกับผู้ส่งออก

10.4 ระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability): การใช้ธงสีและรหัสการผลิต สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบที่มาของสินค้าได้

11. ข้อจำกัด ปัญหา อุปสรรค ของการนำเทคโนโลยี/นวัตกรรมไปใช้

11.1 การลงทุนเริ่มต้น: เกษตรกรต้องลงทุนในหน่อพันธุ์เฉพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อและถุงห่อเครื่องซึ่งมีต้นทุนสูงกว่าแบบเดิม

11.2 ต้องการแรงงานที่ละเอียดอ่อน: กระบวนการต่างๆ โดยเฉพาะการดูแลเครือและการตัดบรรจุ ต้องการความประณีตและเวลามากกว่าเดิม

11.3 ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและโรค: พายุลมแรงอาจทำให้ต้นกล้วยหักโค่น และโรคตายพราย (Panama Disease) ยังคงเป็นความเสี่ยงสำคัญที่ต้องมีการจัดการป้องกันที่ดี

11.4 การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ: อุปสรรคที่สำคัญที่สุดคือการเปลี่ยนทัศนคติของเกษตรกรจาก "การทำแบบที่เคยทำ" มาสู่ "การทำตามมาตรฐานที่ตลาดต้องการ"

12. ข้อเสนอแนะ

12.1 ส่งเสริมการทำเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming): วิสาหกิจชุมชนควรทำสัญญารับซื้อผลผลิตล่วงหน้ากับบริษัทผู้ส่งออก เพื่อสร้างหลักประกันด้านราคาและการตลาดที่แน่นอนให้กับเกษตรกรสมาชิก

12.2 การสนับสนุนจากภาครัฐ: ภาครัฐควรสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการป้องกันโรคตายพราย และพิจารณาให้เงินทุนดอกเบี้ยต่ำสำหรับการปรับเปลี่ยนระบบการผลิต

12.3 สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิตตกเกรด: นำกล้วยที่ไม่ผ่านเกณฑ์ส่งออก (แต่ยังมีคุณภาพดี) มาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น เช่น กล้วยตาก, กล้วยฉาบ, แป้งกล้วย ตามแนวทางของฟรุทส์ฟาร์ม เพื่อสร้างระบบการผลิตแบบ "ขยะเป็นศูนย์" (Zero Waste) และสร้างรายได้เสริมอีกทางหนึ่ง