



✿ ระบบบริหารงานวิจัยและนวัตกรรม (KMUTT Integrated System for Research and Innovation Management; KIRIM)

✿ เรื่องเล่า.....สัมบางมด ตอนที่ 3 จุดเริ่มต้นของมหาวิทยาลัยกับงานวิจัยและพัฒนาสัมบางมด

✿ “ล้งมะพร้าวผู้ร้ายหรือพระเอก....โปรดอย่าเหมาแข่ง”

✿ ห่วงโซ่มูลค่ามะพร้าวน้ำหอม ในพื้นที่กลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี

✿ สาวก “ซานมไข่มุก” ต้องรู้

บทบรรณาธิการ (Editorial)

ISTRS Journal ฉบับที่ 1 ปี 2561 กองบรรณาธิการต้องขอกล่าวสวัสดิ์กับท่านผู้อ่านที่ยังคงติดตามบทความนำจากพวกเราอยู่ ในฉบับนี้จะเป็นการแนะนำระบบบริหารงานวิจัยและนวัตกรรม หรือที่เราขามจร. เรียกว่าระบบ KISIM (KMUTT Integrated System for Research and Innovation Management) แล้วเราจะได้ว่าว่าพระเอก KIRIM คนนี้จะเข้ามาช่วยจัดการผลงานวิจัยและบริการวิชาการของ มจร. อย่างไร ต้องไปติดตามอ่านกันภายในเล่ม สำหรับบทความด้านการเกษตรท่านจะได้พบภาคต่อของ เรื่องเล่า... สัมบางมด ที่เป็นบทพิสูจน์ความสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกับชุมชนในพื้นที่ดอยรอบอีกครั้ง รวมถึงการนำเสนอความในคอลัมน์ Industrial Trend ที่นำเสนอสิ่งมะพร้าว ๆ จากผู้เขียนที่ใช้นามแฝงว่า นายอิฐกับป่ากระทิกัน และไปกัยให้สุดในเรื่องของมะพร้าวกับคอลัมน์ Research Supplement เรื่องห่วงโซ่มูลค่ามะพร้าว น้ำหอม ในพื้นที่กลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี กองบรรณาธิการหวังว่า ISTRS Journal นี้ จะเป็นแหล่งรวมองค์ความรู้ดี ๆ ของพวกเรา มจร. นะครับ

กองบรรณาธิการ

สารบัญ

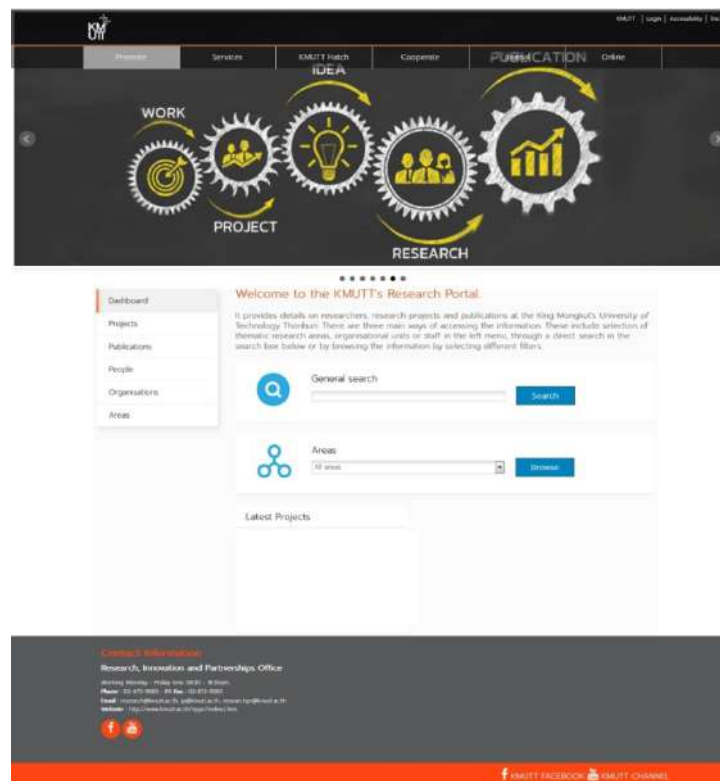
No.	เรื่อง	หน้า
1.	Senior Vision	
	● ระบบบริหารงานวิจัยและนวัตกรรม	1
2.	Experience Show Case	
	● เรื่องเล่า.....ส้มบางมด	6
	ตอนที่ 3 จุดเริ่มต้นของมหาวิทยาลัยกับงานวิจัยและพัฒนาส้มบางมด	
3.	Industrial Trend	
	● “ลั้งมะพร้าวผู้ร้ายหรือพระเอก....โปรดอย่าเหมาแข่ง”	11
4.	Research Supplement	
	● ห่วงโซ่มูลค่ามะพร้าวน้ำหอม ในพื้นที่กลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 และ จังหวัดราชบุรี	15
5.	Variety	
	● สลาก “ซานมไ่มุก” ต้องรู้	22



ระบบบริหารงานวิจัยและนวัตกรรม

(KMUTT Integrated System for Research and Innovation Management; KIRIM)

งานวิจัยและพัฒนาถือเป็นภารกิจหลักประการหนึ่งของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) เพื่อสร้างความเป็นเลิศทางวิชาการ และนำมหาวิทยาลัยมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางด้านเทคโนโลยีและการวิจัย โดยมีเป้าหมายในการสร้างผลิตผลงานวิจัย (Research productivity) ที่มุ่งเน้นการรักษาความสมดุลทั้งด้านการวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการ (Research excellence) และการผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพ สามารถเชื่อมโยงและเกิดผลกระทบโดยรวม (Collective impact) ต่อความต้องการของระบบเศรษฐกิจและสังคม (Research relevance) ในระดับประเทศ ภูมิภาค และนานาชาติ ซึ่งในการมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางงานวิจัยจำเป็นต้องมีระบบการบริหารจัดการงานวิจัยที่มีความคล่องตัว มีกลไกติดตามความก้าวหน้าและการประเมินงานวิจัย มีความโปร่งใสในการดำเนินงานและสามารถตรวจสอบผลการดำเนินงานได้ (Research governance)





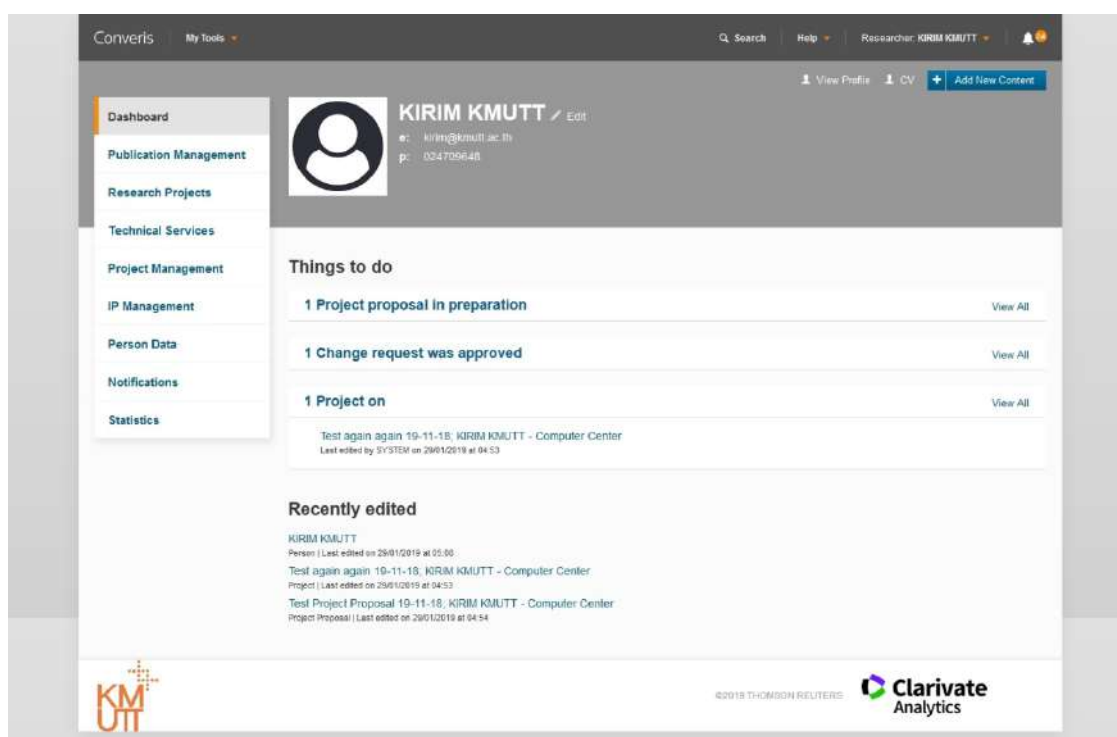
ระบบบริหารงานวิจัยและนวัตกรรม หรือ KIRIM เป็นระบบบริหารจัดการกระบวนการงาน (Workflow Management) ของงานวิจัยและงานบริการวิชาการของมจร. ที่ถูกพัฒนาปรับแต่งมาจากซอฟต์แวร์ Converis ที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย บริษัท Clarivate Analytics ประเทศสหรัฐอเมริกา (เดิมคือ บริษัท Thomson Reuter) เพื่อใช้สนับสนุนการทำงานและอำนวยความสะดวกต่อบุคลากรในหลายระดับ เช่น ผู้บริหาร อาจารย์/นักวิจัย และเป็นระบบที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่บริหารงานวิจัยและงานบริการวิชาการเป็นหลัก โดยระบบฯ ถูกออกแบบให้รองรับการดำเนินงานด้านเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การใส่ข้อมูลในระบบ การบันทึก การตรวจสอบ และการอนุมัติเอกสารโดยผู้บริหารแต่ละระดับ จึงช่วยให้อาจารย์/นักวิจัยสามารถติดตามตรวจสอบ (Monitoring) สถานะของโครงการได้แบบ Real time



KIRIM ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการโครงการวิจัยและงานบริการวิชาการ ตั้งแต่การเสนอข้อเสนอโครงการ จนถึงสิ้นสุดการดำเนินโครงการ ทำให้การบริหารจัดการโครงการเกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ KIRIM ยังเป็นระบบที่ช่วยเก็บรวบรวมและจัดการข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและงานบริการวิชาการตลอดวงจรของการทำงานวิจัยและงานบริการวิชาการ ทำให้ผู้ใช้งานทุกระดับสามารถเห็นข้อมูลขององค์กรอยู่บนภาพเดียวกัน



ช่วยลดภาระในการรวบรวมและจัดการข้อมูลตลอดทั้งการดำเนินโครงการ ช่วยให้การจัดทำรายงานภายในองค์กรและการประเมินผลเป็นไปอย่างถูกต้องตามข้อมูลที่จัดเก็บไว้ในระบบและสามารถอ้างอิงหรือตรวจสอบย้อนกลับได้ ทั้งยังสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการวิจัยได้ในหลายมิติ เพื่อนำไปสู่การตรวจติดตามและการวางแผนในอนาคต ตลอดจนช่วยให้อาจารย์/นักวิจัย สามารถสร้าง profile หรือ CV ที่มีข้อมูลผลงานและประสบการณ์ด้านงานวิจัยและงานบริการวิชาการได้โดยอัตโนมัติ ด้วยข้อมูลมีความถูกต้องและทันสมัย



ข้อมูลที่ถูกจัดเก็บภายใน KIRIM ประกอบไปด้วย ข้อมูลโครงการในแต่ละช่วงของการดำเนินงาน ได้แก่ ช่วงก่อนเริ่มต้นโครงการ อาจารย์/นักวิจัย สามารถสร้างและบันทึกแนวคิด หรือ project idea และ ร่างข้อเสนอโครงการไว้ในระบบได้ อาจารย์/นักวิจัยสามารถสื่อสารกับผู้ร่วมโครงการเพื่อพัฒนาแนวคิดและข้อเสนอโครงการร่วมกันได้ เมื่ออาจารย์/นักวิจัยพร้อมยื่นข้อเสนอโครงการ (proposal) จะเข้าสู่การทำงานในส่วนของกระบวนการพิจารณาข้อเสนอโครงการ (Pre-Award Management) ก่อนส่งไปยังแหล่งทุน โดยอาจารย์/นักวิจัยต้องยื่น



(submit) ข้อเสนอโครงการผ่านระบบ โดยการอัปโหลด (upload) ไฟล์ข้อเสนอโครงการเข้าสู่ระบบ จากนั้นเจ้าหน้าที่บริหารงานวิจัย/งานบริการวิชาการ สามารถตรวจสอบความครบถ้วนของเอกสารก่อนส่งข้อเสนอโครงการต่อผู้บริหารเพื่อพิจารณา ก่อนส่งออกไปยังแหล่งทุนต่อไป โดยในระหว่างกระบวนการดำเนินงานดำเนินไป อาจารย์/นักวิจัย และเจ้าหน้าที่ฯ สามารถติดตามสถานะของโครงการได้ตลอดเวลา และหากข้อเสนอโครงการจำเป็นต้องมีการปรับปรุงแก้ไข เจ้าหน้าที่ฯ หรือผู้บริหารสามารถส่งความคิดเห็น/คำชี้แจง/คำแนะนำ ผ่านระบบไปยังอาจารย์/นักวิจัยได้ และเมื่ออาจารย์/นักวิจัย แก้ไขข้อเสนอโครงการแล้วเสร็จก็สามารถ upload ข้อเสนอโครงการฉบับปรับปรุงเข้ามาอีกครั้ง เพื่อดำเนินการตามกระบวนการและจัดเก็บไว้ในระบบต่อไป

เมื่อข้อเสนอโครงการผ่านการอนุมัติจากแหล่งทุนหรือผู้ว่าจ้าง จะเข้าสู่กระบวนการบริหารโครงการ (Post-Award Management) การดำเนินการต่างๆ ได้แก่ การตรวจสอบสัญญา การเสนอใบประกาศโครงการวิจัย การทำใบอนุมัติหลักการค่าใช้จ่ายของงานบริการวิชาการ การเปลี่ยนแปลงสัญญาในรูปแบบต่างๆ ระหว่างดำเนินโครงการ จนถึงการขอปิดโครงการทั้งกับแหล่งทุนและการปิดในระบบบัญชีของมหาวิทยาลัย จะถูกดำเนินการผ่านระบบ KIRIM ซึ่งระบบจะสนับสนุนการจัดเก็บเอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ได้แก่ เอกสารสัญญา ข้อมูลการเงินของโครงการ เอกสารรายงานความก้าวหน้าโครงการ ข้อมูลผลงานทางวิชาการที่เกิดขึ้นจากโครงการ (research output) และในอนาคต จะมีพัฒนาโมดูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญาและการดำเนินการด้านจริยธรรมการวิจัย รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลการประเมินผลกระทบที่เกิดจากโครงการ (impact assessment) เป็นต้น

นอกจากนี้ ในกระบวนการ Post-Award Management นี้ KIRIM ได้ถูกออกแบบให้มีการรับ/ส่งข้อมูลอัตโนมัติกับระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบบัญชี 3 มิติ (Axapta) และระบบประเมินผลการงานอาจารย์และพนักงานมหาวิทยาลัยสายวิชาการ (My Evaluation) โดย KIRIM จะดึงข้อมูลการเงินของโครงการจากระบบ Axapta มาแสดงในระบบ เพื่อให้ อาจารย์/นักวิจัย สามารถติดตามสถานะทางการเงินของโครงการได้ และเมื่ออาจารย์/นักวิจัยกรอกข้อมูล research output ในระบบ KIRIM ข้อมูลดังกล่าวจะถูกส่งไปยังระบบ My Evaluation เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการประเมินผลงานของอาจารย์/นักวิจัย



Converis

My tools

Search

Help

Researcher VERADA DAMJUMROON

Dashboard > Add new Research Output

Dashboard

Publication Management

Research Output

Art and Design

Journals

Conferences

Research Projects

Technical Services

Project Management

IP Management

Person Data

Notifications

Statistics

Add new Research Output

Do you want to import existing data?

Create Manually

Import from

external sources

Select author's affiliation

VERADA DAMJUMROON - Computer Center (Active)

Click 'Save' to save your current search settings, which will then be available in the drop down below. Your Saved Searches also run on a daily schedule, checking for new matching publications. The system will send an email to the person associated with this search, who was selected on the previous screen.

Select saved search (optional)

Select Saved Search

Save

General search

ORCID search

Search publications for

Please search using your alias(es), e.g. Smith J, Smith JD, and/or affiliation.

☒ Web of Science™ ☒ Scopus ☒ PubMed

in field

authors

Search

in field

affiliation

Clear

* From year 2019 * to 2019

Scopus (41)

PubMed (10)

Publication data

Action

Contribution of *Bacillus cereus* ERBP in ozone detoxification by *Zamioculcas zamiifolia* plants: Effect of ascorbate peroxidase, catalase and total flavonoid contents for ozone detoxification

Phomphan P., Treeraboum C., Jitkareat P., Thirapetayon P.

Ecotoxicology and Environmental Safety. 805-812, 2019-04-30. ID: 85060050305

Affiliation: King Mongkut's University of Technology Thonburi; King Mongkut's University of Technology Thonburi

Link to Scopus

Import and relate to you

Self-crosslinkable hydroxylated natural rubber-carboxymethyl starch blend and its properties

Choochayon P., Boochathum P.

Journal of Applied Polymer Science. 2019-04-05. ID: 85057020435

Affiliation: King Mongkut's University of Technology Thonburi

Link to Scopus

Import and relate to you

Microstructural and mechanical properties of a titanium sintered material via thermal decomposition of additive chromium oxide particles

Katsuyoshi K., Ryoko I., Junko U., Shota K., Khantachawan A.

Materials Science and Engineering A. 491-498, 2019-01-02. ID: 85055186109

Affiliation: Osaka University; King Mongkut's University of Technology Thonburi

Link to Scopus

Import and relate to you

Kinetics of Maillard reaction in a chicken meat model system using a multi-responses modeling approach

Chansataporn W., Prathum P., Noparatana M., Sinvattanasorn S., Tangduangdee C.

International Journal of Chemical Kinetics. 14-27, 2019-01-01. ID: 85056423744

Affiliation: King Mongkut's University of Technology Thonburi

Link to Scopus

Import and relate to you

Cancel

Validate

©2019 THOMSON REUTERS



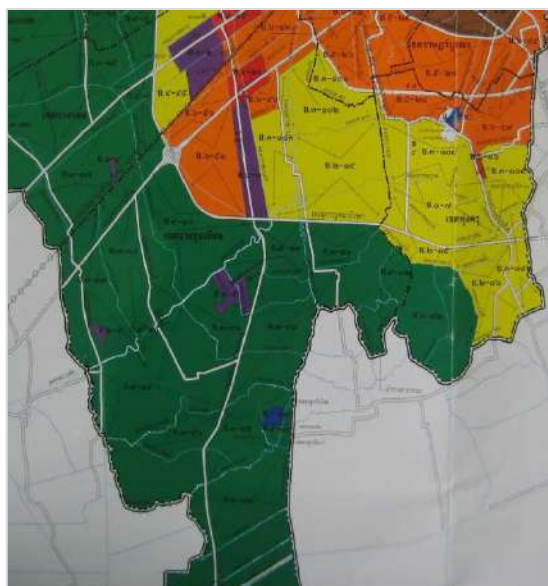
เรื่องเล่า.....สัมบางมด

ตอนที่ 3 จุดเริ่มต้นของมหาวิทยาลัยกับงานวิจัยและพัฒนาสัมบางมด

วาสนา มานิช¹

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) เป็นสถาบันการศึกษาที่มีพันธกิจหลักในการผลิตบัณฑิตสู่สังคม ตอบสนองตลาดแรงงานที่หลากหลาย เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อีกทั้งมีความโดดเด่นด้านงานวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จากผลการจัดอันดับมหาวิทยาลัยไทย ประจำปี 2019 โดยองค์กร QS (Quacquarelli Symond) มจธ. ติดลำดับ 1 ใน 5 ของประเทศ นอกจากการผลิตบัณฑิตแล้ว มจธ. ยังมีพันธกิจในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นมาโดยตลอด โดยนำศักยภาพด้านวิชาการและงานวิจัยที่เป็นผลผลิตของมหาวิทยาลัย ไปพัฒนาและแก้ไขปัญหาที่เป็นความต้องการของชุมชน ที่เรียกว่า “โครงการมหาวิทยาลัยกับชุมชนและสังคม” ด้วยผู้บริหารมหาวิทยาลัยตระหนักเสมอว่า มจธ.เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนบริเวณรอบมหาวิทยาลัย การดำเนินงานจึงเน้นให้อาจารย์ นักวิจัย เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ “ชุมชน” ที่เปรียบเสมือนเป็นห้องเรียนภาคปฏิบัติ หรือ “Social lab” เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกัน (Team working) ที่เป็นคุณสมบัติอันพึงประสงค์ของบัณฑิตอย่างหนึ่ง ที่ผู้ประกอบการต้องการ ทั้งนี้ยังได้สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงานราชการ และองค์กรท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง นำมาซึ่งกระบวนการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และบุคลากร มจธ. ไปพร้อมกัน

สำหรับพื้นที่บางมด-บางขุนเทียน ลักษณะเป็นส่วนขยายและส่วนต่อของเมืองหลวงกับชุมชนชานเมือง กึ่งชนบทของเขตทุ่งครุ (ฝั่งเมืองสีเหลือง คือ ประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นน้อย) ประกอบด้วยหมู่บ้านจัดสรร บ้านพักอาศัย และโรงงานขนาดเล็ก กระจายตัวท่ามกลางพื้นที่เกษตร ดินชายทะเลในเขตบางขุนเทียนซึ่งเป็นพื้นที่สีเขียว (ชนบทและเกษตรกรรม) ตามผังเมืองกรุงเทพมหานคร (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ผังเมืองพื้นที่บางมด-

บางขุนเทียน

¹ ผู้ช่วยนักวิจัย ศูนย์วิจัยและบริการเพื่อชุมชนและสังคม

ในอดีตเมื่อชาวบ้านพูดถึง มจร. จะใช้ชื่อเรียกว่า “เทคโนบางมด” เป็นการนำชื่อสถาบัน คือ “วิทยาลัยเทคนิคธนบุรี” ซึ่งก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2503 ผสมกับชื่อ “ตำบลบางมด หรือย่านบางมด” ตามชื่อผลไม้ที่สร้างชื่อเสียงของชุมชน คือ ส้มบางมด ตามตำนานเล่าว่า ย่านบางมดปลูกผลไม้อะไรก็มีรสหวาน ช่วงผลไม้เริ่มสุกจึงมีคนมาขายผลไม้มากินผลไม้ ภาพของสวนส้มบางมดเมื่อครั้งอดีตมีพื้นที่กว่า 30,000 ไร่ สร้างความรุ่งเรืองกับชุมชนเป็นอย่างมาก แม้กระนั้นก็ตาม ภัยธรรมชาติต่างๆ น้ำท่วม น้ำเค็ม น้ำเสีย ได้สร้างความเสียหายให้กับสวนส้มบางมด หลายต่อหลายครั้ง (รายละเอียดในตอนที่ 1) ชาวสวนต้องอพยพไปหาที่ทำกินแหล่งอื่น สวนส้มบางมดส่วนใหญ่เปลี่ยนเจ้าของ โดยถูกขายและเปลี่ยนสภาพพื้นที่เป็นหมู่บ้านจัดสรร ที่อยู่อาศัย และโรงงาน เพื่อรองรับการขยายตัวของเมืองหลวง มีเสียงตัดพ้อของชาวสวนว่า “ย่านบางมด เป็น ย่านบาง (ท) มด” ไปเสียแล้ว



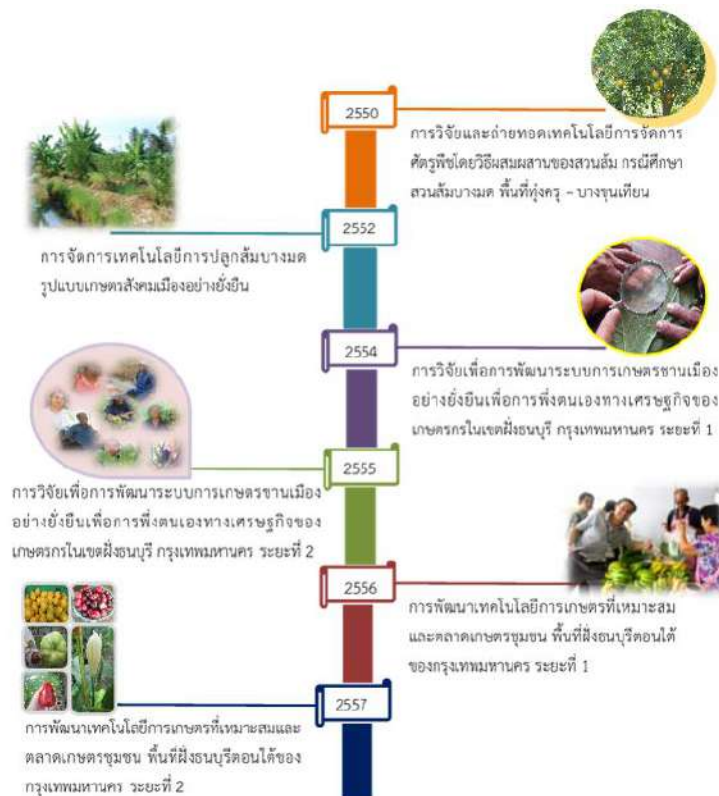
ภาพที่ 2 อาการใบส้มขาดธาตุสังกะสี (ซ้าย) ต้นส้มที่เป็นโรคใบจะมีขนาดใบเรียวยาวเล็กและ



ภาพที่ 3 อาการเริ่มแรกโรคกรีนนิ่ง (ซ้าย) ต้นส้มอายุ 3 ปี ที่เป็นโรคยืนต้นตาย

(ขวา)

ในช่วงปลายปี 2547 ศูนย์วิจัยและบริการเพื่อชุมชนและสังคม ได้สำรวจสถานการณ์สวนส้มบางมด รอบวิทยาเขตบางมด-บางขุนเทียน พบว่าชาวสวนบางรายได้ปรับสวนส้มบางมดเป็น “สวนเกษตรผสมผสาน” ปลูกทุกอย่างที่กิน กินทุกอย่างที่ปลูก และเลี้ยงปลาในร่องสวน ดำเนินชีวิตด้วยวิถีพอเพียงบนฐานภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ แต่ต้นส้มที่ปลูกในสวนค่อนข้างโทรม ให้ผลผลิตน้อย ทำให้รายได้ไม่เพียงพอเลี้ยงดูครอบครัว เมื่อถามถึงสาเหตุ ชาวสวนตอบว่าดินเสื่อมโทรม และขาดธาตุสังกะสี ชาวสวนเรียกอาการนี้ว่า “ใบเหลืองลาย” (ภาพที่ 2 ซ้าย) และอายุต้นส้มที่ปลูกสมัยนี้ ก็ไม่ดีเหมือนแต่ก่อนนะ อย่างมากไม่เกิน 3 ปี 4 ปี ยิ่งต้นไหนออกลูกดกๆ จะยืนต้นตายไปเอง ต้องเผาทิ้งยกสวนไปก็มี แต่ไม่นานก็ไปเช่าที่สวนอื่นทำสวนปลูกส้มบางมดอีก (บทสัมภาษณ์ชาวสวน) จากการพูดคุยกับชาวสวนหลายคน คำถาม 3 ข้อ ผุดขึ้นในใจหลายข้อ 1) ทำไม ?? ชาวสวนและคนในชุมชนถึงรู้สึกผูกพันกับส้มบางมดมากถึงเพียงนี้ 2) เมื่อการทำเกษตรไปไม่รอด ปัญหามากมาย แล้วชาวสวนจะดำรงชีวิตอย่างไร ?? และ 3) ต้นส้มมิได้ขาดธาตุอาหาร แต่อาการคล้ายกัน สิ่งที่เห็น คือ “ต้นส้มเป็นโรครินนิ่ง” (ภาพที่ 3) เข้าขั้นที่เรียกว่ารุนแรงมาก โรคนี้รักษาหายยากมากถึงมากที่สุด “ชาวสวนเข้าใจผิดแล้ว แล้วเราจะทำอย่างไรดี ??”



ภาพที่ 4 Timeline มหาวิทยาลัยกับงานวิจัยและพัฒนาส้มบางมด ช่วงปี 2552-2557



การลงพื้นที่สำรวจสวนส้มบางมดเมื่อครั้งนั้น เป็นจุดเริ่มต้นของการตั้งเป้าหมาย ในกรอบความคิด “การอนุรักษ์และฟื้นฟูสวนส้มบางมดและสวนผสมผสาน” เบื้องต้นได้พัฒนาข้อเสนอโครงการขอทุนวิจัย ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุน ว 1 ด ปีงบประมาณ 2550 จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ภายใต้ “โครงการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสานของสวนส้ม ภูมิศึกษา สวนส้มบางมด พื้นที่ทุ่งครุ – บางขุนเทียน” ณ เวลานั้น ส้มบางมดเป็นพืชนำร่องในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (อพสธ.) ที่ มจร. ร่วมสนองพระราชดำริ นับเป็น**จุดเริ่มต้นของมหาวิทยาลัยกับงานวิจัยและพัฒนาส้มบางมด** และการสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่อง ช่วงปี 2552-2557 (ภาพที่ 4)

จากสภาพปัญหาที่เกษตรกรส่วนใหญ่มีความยากจน รายได้ไม่เพียงพอ ผลผลิตการเกษตรต่ำ ใช้สารเคมีเกษตรมาก ขาดความร่วมมือ ด้วยเงื่อนไขของชาวสวนแต่ละรายที่ต่างกัน เช่น แรงงาน การเช่าที่ทำกิน เงินลงทุน ภูมิปัญญาหรือวิธีการ สภาพแวดล้อม เป็นต้น ทีมวิจัยจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาโดยกระบวนการมีส่วนร่วม (PTD: Participatory Technological Development) ของเกษตรกร และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สำนักงานเขตพื้นที่ สำนักงานเกษตร ด้วยเพราะหลายกิจกรรมมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักอยู่แล้ว แต่อาจเป็นเพราะสาเหตุอะไรก็ตาม ทำให้ความต้องการของเกษตรกรยังไม่ได้รับการตอบสนอง ทีมวิจัยจึงเปลี่ยนบทบาทไปเป็นผู้ประสานงาน เพื่อให้งานและความต้องการนั้นบรรลุผล

การทำงานวิจัยและพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน เกิดกิจกรรมและผลงานหลายอย่าง อาทิ ด้านเศรษฐกิจ จากการปรับการปลูกพืชเชิงเดี่ยวเป็นสวนเกษตรผสมผสาน ที่สร้างรายได้ตลอดทั้งปี นำมาซึ่งความสามารถในการพึ่งตนเองจากรายได้ (Sustainable economic) ภาคเกษตรที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แม้ว่าปริมาณผลผลิตส้มบางมดจะไม่มากเท่าอดีต ด้านสังคม (Social impact) ผลของการสนับสนุนและส่งเสริมเกษตรกรให้สามารถตัดสินใจและปฏิบัติด้วยตนเอง เกิดเกษตรกรแกนนำ (Change agent) และศูนย์เรียนรู้ เป็นต้นแบบในการขยายพื้นที่สวน และการส่งเสริมเกษตร ด้านสิ่งแวดล้อม เน้นเกษตรชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental friendly) บนฐานทรัพยากรและความรู้ใหม่ อันเกิดจากการพัฒนางานวิชาการ (Academic development) การประยุกต์ใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีให้เหมาะสม สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนั้นยังเกิดเครือข่าย (Networking) กลุ่มพัฒนาสวนส้มบางมด ที่ตระหนักต่อการเป็นแหล่งผลิตส้มบางมดปลอดภัยและยั่งยืน



บทส่งท้ายผู้เขียน

“งานวิจัยและพัฒนาสวนส้มบางมด” เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สร้างสายสัมพันธ์ระหว่าง มจร. กับชุมชน โดยรอบ ด้วยมุ่งหวังให้มหาวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนอย่างแท้จริง ไม่ว่าด้วยบทบาทใดก็ตาม ผลลัพธ์สำคัญประการหนึ่ง คือ “กระบวนการเรียนรู้” (Learning process) ต่อการสร้าง “มืออาชีพ” (Professional) ทั้ง

เกษตรกร และนักวิชาการเพื่อสังคม (Socially academic) เป็นตัวอย่างและบทเรียน ที่มีคุณค่าต่อการส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น ในการสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมโครงการมหาวิทยาลัยกับชุมชนและสังคมได้อีกหนึ่งแรงบันดาลใจ บทความฉบับหน้าจะขอมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ถึง “การเรียนรู้” และ “การเปลี่ยนแปลง” ที่เกิดขึ้นพร้อมบทบาทใหม่ “นักวิชาการเพื่อสังคม”

“ล้งมะพร้าวผู้รายหรือพระเอก....โปรดยาหมาแข่ง”

นายอิฐกับป้ากะทิ (นามแฝง)

ในสภาพการณ์ตลาดโลกที่เปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารที่ทำได้ง่าย รวดเร็ว และ Real-Time ผู้รวบรวมผลผลิต หรือ “ล้ง” ยังคงเป็นกลไกที่สำคัญต่อตลาดมะพร้าวน้ำหอมไทยอยู่หรือไม่ บทบาทของเขา คือ เป็นผู้สนับสนุน หรือเป็นผู้เหนี่ยวรั้ง อุตสาหกรรมมะพร้าวไทยให้เดินต่อไปข้างหน้า

“ล้ง” หรือผู้รวบรวมรับซื้อผลไม้ มีการขยายตัวเป็นอย่างมากแทบทุกภาคของไทย ในพื้นที่แหล่งผลิต ผลผลิตเกษตรในพื้นที่ต่างๆ เป็นหนึ่งในห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain) ที่สำคัญในการนำสินค้าเกษตรเข้าสู่ตลาด หรือโรงงานแปรรูป เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าเกษตรกรไทยส่วนใหญ่ ขาดความถนัดในการจำหน่ายและการดูแล ผลผลิตเกษตรในเชิงการค้า ล้งจึงมีบทบาทในฐานะของพระเอกในการรับซื้อผลผลิตของเกษตรกร เพื่อให้มั่นใจได้ว่ามีตลาดจำหน่ายผลผลิตแน่นอน

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันต่อผู้ราคารับซื้อผลผลิตระหว่างล้งด้วยกันเอง โดยเฉพาะล้งเชื้อสายจีน ซึ่งให้ราคารับซื้อที่สูงขึ้นมาก ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกก็ได้รับประโยชน์จากราคาที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว แต่ก็เป็นไปได้ในระยะสั้น ซึ่งในระยะยาวแล้ว อาจส่งผลกระทบเชิงลบต่อการแข่งขันในตลาดโลก เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบมะพร้าวไทยมีราคาสูง จากบทสัมภาษณ์ คุณหนู ณรงค์ศักดิ์ ชื่นสุขน แห่งบริษัท เอ็นซีโคโคนัท อ.ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี หนึ่งในผู้ประกอบการรายแรกๆ ของประเทศไทย ที่เปิดตลาดส่งออกมะพร้าวน้ำหอมไปยังประเทศไต้หวัน และพลิกบทบาทจากการเป็นเกษตรกร สู่การเป็นล้ง รวมทั้งเป็นผู้ผลิตและส่งออกมะพร้าวน้ำหอมลำดับต้นๆ ของเมืองไทยอาจมีคำตอบสำหรับหลายคนที่ยังคงสงสัยอยู่.....

ในอดีต ตั้งแต่ปี 2539 มะพร้าวอ่อนหรือมะพร้าวน้ำหอม เป็นพืชที่เกษตรกรไม่ค่อยให้ความสนใจ เนื่องจากราคาเฉลี่ยเพียง 1-2 บาทต่อผล แต่เกษตรกรก็ไม่ค่อยเดือดร้อน เนื่องจากมะพร้าวเป็นไม้ผลที่ไม่ใช้สารเคมีมากและต้นทุนไม่สูง โดยจะมีพ่อค้าหรือผู้รวบรวมเข้ามารับซื้อถึงหน้าสวน ในราคาที่ค่อนข้างต่ำ เกษตรกรรายใหญ่ รวมทั้งคุณหนู จึงนำผลผลิตของตนเองไปจำหน่ายที่ตลาดไทยเอง พร้อมทั้งรวบรวมผลผลิตมะพร้าวจากเกษตรกรในพื้นที่ไปจำหน่ายด้วย และกลายเป็นผู้รวบรวมหรือ ที่เรียกว่า “ล้งมะพร้าว” ในที่สุด ซึ่งช่วงเวลานั้น ล้งมะพร้าว ยังมีจำนวนไม่มาก แต่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากประมาณ 10 – 20 ราย เป็น มากกว่า 100 รายในปัจจุบัน ทั้งนี้วัตถุดิบที่ใช้ในส่วนของ บริษัท เอ็นซีโคโคนัท จะรับผ่านล้งประมาณ 20-30% และจากเกษตรกรโดยตรง 70-80%



การรวบรวมผลผลิตมะพร้าวจากเกษตรกร จะไม่มีการจัดสรรพื้นที่ แต่อาศัยความเชื่อมั่นและความซื่อสัตย์เป็นหลัก ช่วงแรก ล้งต้องไปติดต่อแนะนำตัวหรือหาผู้แนะนำให้เกษตรกรทราบก่อน หลักที่สำคัญ คือ ต้องรับซื้อผลผลิตตลอดทั้งปี และต้องไม่มีปัญหาเรื่องการชำระเงิน ในขณะที่หากบริษัทรับซื้อมะพร้าวผ่านล้ง บางครั้งมีปัญหาจากความไม่ซื่อสัตย์ของล้งบางราย เช่น นำผลผลิตแล้วไปขายให้ที่อื่น ที่ได้ราคาสูงกว่าเล็กน้อย ดังนั้นปัจจุบันบริษัทฯ หรือ โรงงานจึงมีการสร้างระบบรับซื้อกับเกษตรกรหรือผู้ผลิตโดยตรง โดยให้การสนับสนุนด้านความรู้ด้านการผลิตให้ได้คุณภาพ ให้ราคาที่แข่งขันกับตลาดได้ การเก็บเกี่ยวหรือนับผลผลิตตรงไปตรงมา นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนให้มีแหล่งผลิตใหม่ๆ โดยการชักชวนนักลงทุน มาลงทุนปลูกมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่ โดยรับรองรายได้ขั้นต่ำ ประมาณ 50,000 บาทต่อไร่ต่อปี ซึ่งค่าใช้จ่ายในการลงทุนประมาณ 5 แสนกว่าบาทต่อไร่ ภายหลังจากปลูกมะพร้าวจะสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้เมื่อ อายุ 3 – 4 ปี ปกติเกษตรกรจะปลูกมะพร้าวเฉลี่ย 3-5 ไร่ต่อราย สามารถรายได้ประมาณปีละ 5 ล้าน จึงเป็นพืชที่สร้างรายได้ดีแก่เกษตรกรและจัดเป็นไม้ผลเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของประเทศไทย

อีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการเป็นล้ง คือ ต้องมีตลาดรองรับ เนื่องจากมะพร้าวเป็นพืชที่ออกผลผลิตสม่ำเสมอ ทุกๆ 20 วัน ตัดได้ 1 ทะลาย โดยในแต่ละทะลายมีจำนวนผลเฉลี่ย 7 – 10 ผล ถ้าตัดไม่ตามกำหนดจะมีผลต่อคุณภาพและปริมาณของผลผลิต ทางบริษัทฯ ต้องมีแผนการนำเข้าผลผลิตที่แน่นอน มีประสบการณ์ในการคัดเลือกคุณภาพและเก็บเกี่ยวผลมะพร้าว การเก็บเกี่ยวอย่างสม่ำเสมอจะทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีและมีลูกดก มีคุณภาพที่ดีในการส่งออก โดยมีลักษณะเนื้อ 2 ชั้น ซึ่งจะได้รสชาติน้ำหวานหอม กะลาแข็งแรงเหมาะกับการขนส่ง รวมทั้งเนื้อมะพร้าวเสียช้า มีอายุการเก็บนานกว่า ดังนั้น ผู้เก็บเกี่ยวต้องมีประสบการณ์ เนื่องจากการเก็บเกี่ยวมะพร้าวไม่ได้ขึ้นอยู่กับอายุเพียงอย่างเดียว สภาพอากาศร้อน – หนาว ทำให้แก่เร็วช้าต่างกัน การเป็นผู้รวบรวมหรือล้ง นอกจากจะต้องมีเงินลงทุนหรือมีการจ่ายเงินสม่ำเสมอแล้ว จะต้องมีความสามารถในการเก็บเกี่ยวที่มีประสบการณ์ สามารถเก็บเกี่ยวหรือดูคุณภาพวัตถุดิบได้เอง ซึ่งปกติใช้ 4 – 5 คนต่อรถกะบะ 1 คัน โดยบรรจุได้ประมาณ 1,000 ลูกขึ้นไป หากใช้รถหกล้อ จะต้องใช้แรงงานราว 5 – 10 คน

แม้ว่าในปัจจุบัน แนวโน้มการซื้อขายมะพร้าวน้ำหอมจะเปลี่ยนแปลงเป็นเป็นลักษณะตลาดครบวงจรมากขึ้น แต่เราก็ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงเป็นเกษตรกรรายย่อย ซึ่งมีผลผลิตปริมาณไม่มากพอหรือไม่คุ้มค่าต่อการเข้าไปรับซื้อโดยบริษัทผู้ส่งออกเอง ดังนั้นล้งมะพร้าวหรือผู้รวบรวมมะพร้าว จึงยังคงมีความสำคัญอยู่ในฐานะที่เป็นกลไกในการช่วยรับซื้อและรวบรวมผลผลิตสู่ตลาดส่งออก อย่างไรก็ตาม ณ ปัจจุบันเริ่มมีพ่อค้าชาวจีนเข้ามาตั้งโรงคัดบรรจุผลไม้หรือที่เรียกกันว่า “ล้ง” หรือ “ล้งจีน” ซึ่งมีจำนวนมากขึ้น เข้ามารับซื้อผลไม้ไทย (ไม่เฉพาะมะพร้าวน้ำหอม) ถึงในสวนหรือเหมาซื้อยกสวนและส่งออกไปสาธารณรัฐประชาชนจีน อีกทั้งยังมีการนำไปแปรรูป ทำให้ราคาน้ำสวน ขยับขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ยังมีการขยายฐานไปยึดครองการค้าผลไม้ไทยในอีกหลายจังหวัดในภูมิภาคต่างๆ



สำหรับกรณีของมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ราคามะพร้าวน้ำหอมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรจะขึ้นชอบที่สามารถขายผลผลิตได้ราคาที่ดี จึงมีการเพิ่มการเพาะปลูกมากขึ้น ทั้งในส่วน of เกษตรกรเดิมที่เพิ่มพื้นที่การผลิต และเกษตรกรรายใหม่ที่มีความประสงค์จะเข้ามาในตลาดอันหอมหวานนี้ อย่างไรก็ตาม พ่อค้าแม่ค้าที่ซื้อไปขายปลีกจึงต้องลดปริมาณการซื้อลงเนื่องจากต้นทุนที่สูงขึ้น ส่งผลทำให้คนไทย และนักท่องเที่ยวในประเทศต้องบริโภคมะพร้าวแพงตามไปด้วย จึงทำให้มองได้ว่า บทบาทของล้งจีนในวันนี้ ถูกชี้้นำไปทางว่าเป็นผู้ร้ายเสียมากกว่า นอกจากนี้ บทเรียนในอดีตของพืชผลหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นทุเรียน มังคุด กล้วยหอม ลำไย ที่เคยมีการค้าขายกับจีน ล้งจีนมักจะให้ราคาสูงกว่า คู่แข่งทุกๆ คน ในลักษณะทุ่มตลาด เรียกว่า เหมากันหมดเลยทีเดียว แต่เมื่อประเทศจีนสามารถผลิตผลไม้ที่นำเข้าได้เองภายในประเทศแล้ว ก็จะลดการนำเข้า ทำให้ประเทศส่งออกที่ขยายพื้นที่การผลิตและผลผลิตออกมาจำนวนมาก เกิดภาวะล้นตลาด กลายเป็นวงจรในลักษณะ มือบลำไย มือบมะพร้าว โคนลำไย โคนมะพร้าว บทบาทล้งจีน จึงค่อนข้างชัดเจนในลักษณะของการ เหนียวรังอุตสาหกรรมมะพร้าวของไทย รัฐบาลจึงไม่ควรนิ่งเฉยต่อสถานการณ์ดังกล่าว การกำหนดนโยบาย เครือข่ายพ่อค้าจีนกับไทย การสนับสนุนการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบเพื่อการส่งออก อาจเป็นแนวทางออก ทางหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การบังคับกฎหมาย ความเข้มงวดต่อกฎหมายที่ภาครัฐกำหนดขึ้น รวมทั้งหน่วยงานที่เข้า มารับผิดชอบโดยเฉพาะ มีผลต่ออนาคตของเกษตรกรและผู้ประกอบการ รวมทั้งอนาคตของมะพร้าวน้ำหอมไทย ว่าจะรุ่งหรือร่วง และจะเดินสู่การเป็นศูนย์กลาง (Hub) มะพร้าวน้ำหอมตามที่ภาครัฐประกาศนโยบายได้อย่างไร ยังคงเป็นคำถามที่รอคำตอบจากวงการมะพร้าวน้ำหอมไทย

เอกสารประกอบ :

1. คมชัดลึก, ณรงค์ศักดิ์ จากเด็กส่งมะพร้าวสู่เจ้าแก๊วร้อยล้าน, [http://www.komchadluek.net /news/kom-kid/202880](http://www.komchadluek.net/news/kom-kid/202880)
2. บทสัมภาษณ์ส่วนตัว ผู้จัดการบริษัท เอ็นซีโคโคเนท์ จำกัด ในฐานะผู้รวบรวมมะพร้าวน้ำหอมเก่า วันอังคารที่ 11 สิงหาคม 2559
3. สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม,ล้งจีน : การครอบงำการค้าผลไม้ไทย, http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/thai_fruit.pdf
4. เกษตรก้าวหน้าไกล, มะพร้าวน้ำหอมจากประเทศไทย จะครองเบอร์ 1 โลก ได้นานแค่ไหน?, <https://www.kasetkaoklai.com/home/2016/05/มะพร้าวน้ำหอมจากไทย>
5. มะพร้าวน้ำหอม ราคาพุ่งสูง หลังมีการกว้านซื้อส่งออกจีน, <https://workpointnews.com/2018/05/18/มะพร้าว น้ำหอม-ราคาพ/>
6. ระวังล้งจีน กำลังเข้ายึดประเทศ, <https://taokaamai.com/ระวังล้งจีน-กำลังเข้ายึด/>
7. แก๊ปม “ล้งจีน” กว้านซื้อผลไม้สดหมดสวน! จับคู่พันธมิตร 2 ประเทศอุมโรงงานแปรรูป, <https://www.thairath.co.th/content/1094355>



สัมภาษณ์ ผู้จัดการบริษัท เอ็นซีโคโคนัท จำกัด ในฐานะอดีตผู้รวบรวมมะพร้าวน้ำหอม



การขนส่งมะพร้าว และราคามะพร้าว น้ำหอมที่ ร้านขายส่งมะพร้าว น้ำหอม ย่านตลาดเมืองใหม่ อำเภอเมือง เชียงใหม่ วันที่ 18 พ.ค. 61

ที่มา: <https://www.thairath.co.th/content/1164675> สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2562



ห่วงโซ่มูลค่ามะพร้าวน้ำหอม ในพื้นที่กลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี

The value chain of aromatic coconut in the Regional Operation Central 2 and Ratchaburi Province

จิตติมา วงษ์ชีรี¹, จิระพันธ์ เนื่องจากนิล², วิไลวรรณ ทวิชศรี³ และ อนุสรณ์ รัตนธนโอภาส²

Thitima Wongsheree¹, Chirapan Nuengchaknin², Wilaiwan Twishsri³ and Anusorn Rattanathanaopat²

บทคัดย่อ

มะพร้าวน้ำหอมจัดเป็นผลผลิตที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี โดยปี 2558 มีแหล่งผลิตมะพร้าวน้ำหอมสำคัญที่สุด อยู่ในจังหวัดราชบุรีและสมุทรสาคร เป็นพื้นที่ปลูกร้อยละ 40 ของพื้นที่ปลูกทั่วประเทศ วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษามูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอม และได้เก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในกลุ่มตัวอย่าง ผู้ผลิตและผู้ส่งออกขนาดใหญ่ รวมทั้งนักวิชาการเกษตรในพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 11 คน ผลการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของสินค้าเมื่อเทียบกับราคาวัตถุดิบเมื่อเดือน พ.ย. 2559 ที่ผลละ 7 บาท พบว่า มะพร้าวน้ำหอมผลสดที่มีการตัดแต่งบางส่วน มีมูลค่าเพิ่มสูงสุด รองลงมาคือน้ำมะพร้าวบรรจุขวดหรือกล่อง มะพร้าวเผา และน้ำมันมะพร้าว โดยมีมูลค่าเพิ่มที่ 13.3, 2.6, 1.8 และ 1.4 เท่า ตามลำดับ ส่วนผลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการส่งออก เสนอให้หน่วยงานภาครัฐผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและแปรรูปมะพร้าวน้ำหอมโลก เนื่องจากพื้นที่ศึกษานี้ผลิตมะพร้าวน้ำหอมมีความหอมและรสชาติดี ส่วนจุดอ่อนหรือปัญหาสำคัญที่พบในห่วงโซ่อุปทานคือ คุณภาพและมาตรฐานวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ โดยเสนอว่าภาครัฐควรป้องกันการลักลอบส่งออกต้นพันธุ์มะพร้าว แรงการแข่งขันทะเบียนพันธุ์มะพร้าว น้ำหอมไทย รวมทั้งผลักดันพระราชบัญญัติการถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินและการให้เช่าที่ดิน

คำสำคัญ: มะพร้าวน้ำหอม, ห่วงโซ่มูลค่า, กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2

Abstract

¹ ศูนย์วิจัยและบริการเพื่อชุมชนและสังคม สำนักวิจัยและบริการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140
UCOM, Institute of Scientific and Technological Research and Services, King Mongkut's University of Technology, Bangkok, 10140

² สถาบันพัฒนาและฝึกอบรมโรงงานต้นแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เขตทุ่งครุ กรุงเทพฯ 10140

³ Pilot Plant Development and Training Institute, King Mongkut's University of Technology, Bangkok, 10140

⁴ สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร จตุจักร กรุงเทพฯ 10900

⁵ Horticulture Research Institute Chatuchak, Bangkok, 10900



The aromatic coconut is one of economic crops and exporting produce of Thailand. Approximately 40% of total Aromatic planting area situated in Ratchaburi and Samut Sakhon. To study of value chain of aromatic coconut and to analyze strengths, weaknesses, opportunities and threats in supply chain, the study focus in the main Aromatic coconut growing area of the Regional operation central 2 (ROC) and Ratchaburi provinces. The individual structured interview was done with studying samples such as big coconut farm owner, enterprise, exporters and the agricultural officers. The value added analysis was computed from the ratio of raw-material's price at 7 baht (November 2016) and produce's price. The result showed that minimal processing coconut was the highest the value added produce, followed by bottled coconut water, cooked aromatic nut and coco-jelly nut with the value added of 13.3, 2.6, 1.8 and 1.4, respectively. Whilst the key interviewers advise that Government should push Thailand to be Aromatic coconut processing/production hub of the world since studied area produces the special taste and flavor of coconut water. The weakness of coconut supply chain was quality and standard of the nut as raw material and products. To protect Thai Aromatic business, they also suggested to push the government attend closely on plant protection law for exporting coconut seedling, land lease and rent as well as fasten registration process of aromatic coconut varietal protection.

Keywords: Aromatic Coconut, Value Chain, Regional Operation Central (ROC)

คำนำ

มะพร้าวน้ำหอมจัดเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ จากข้อมูลการส่งออกมะพร้าวผลในปี พ.ศ. 2558 (กะทิรวมน้ำหอม) ประเทศไทยสามารถส่งออกมะพร้าวติดหนึ่งในสิบอันดับแรกของโลก โดยมีประเทศอินโดนีเซีย ส่งออกสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนประเทศไทย ส่งออกมากเป็นอันดับที่ห้าของโลก มีพื้นที่เพาะปลูกประมาณ 1.2 แสนไร่ (กฤษฎา, 2557) พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม) และจังหวัดราชบุรี ทั้งนี้ทางกลุ่มจังหวัดดังกล่าวภายใต้การทำงานศูนย์ปฏิบัติการร่วม กลุ่มจังหวัด (Regional Operation Center) ร่วมกับสถาบันการศึกษาภาครัฐในพื้นที่ (ROC และมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 2557) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ “เกษตรได้มาตรฐาน-อาหารปลอดภัย” สนับสนุน การเป็นแหล่งผลิตอาหารที่สำคัญของประเทศ โดยให้เกิดการสร้างโอกาสในการแข่งขันของสินค้าและผลิตภัณฑ์ใน โลกปัจจุบัน ทั้งนี้ต้องตอบสนองในด้านคุณภาพประโยชน์ให้กับผู้บริโภคหรือผู้ซื้อที่ให้ความสำคัญต่อคุณค่า (Value) และคุณภาพ (Quality) ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีการศึกษาและประยุกต์ใช้เครื่องมือห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain)



(Porter, 1998) ในการกำหนดแนวทางการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพในพืชเศรษฐกิจ เช่น ปาล์มน้ำมัน (ธกส., 2556) ยางพารา (ภูวนัย, 2556) สำหรับผลิตภัณฑ์มะพร้าว น้ำหอมของประเทศไทยโดยเฉพาะจากกลุ่มน้ำท่าจีนและแม่กลอง มีความได้เปรียบด้านความหอมหวานและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลก แต่ยังมีประสบปัญหาหลายด้านตลอดห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าจึงทำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนปัญหาอุปสรรค ในกระบวนการตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ เพื่อศึกษามูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทาน ของมะพร้าวน้ำหอมในพื้นที่กลุ่มภาคกลางตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี ให้มีการพัฒนาอย่างเป็นระบบเพื่อการแข่งขันได้ในอนาคตของพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย

วิธีการศึกษา

การศึกษาก่อทำโดยการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องแบบมีโครงสร้างในห่วงโซ่อุปทาน ทั้งนี้มีรายการคำถามประกอบการสัมภาษณ์ ประมาณ 8-10 ข้อ ที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ ตั้งแต่ วิธีการปลูกและดูแลรักษาผลผลิต ปัญหาการผลิตและจำหน่าย ตลาดและแนวโน้มการเติบโต รวมทั้งความต้องการการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เหตุผลในการเลือกผลิตหรือดำเนินธุรกิจฯ ราคาของวัตถุดิบ มูลค่าของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะเด่นของผลผลิต/ผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้คือ กลุ่มที่ 1 ผู้ผลิตพันธุ์มะพร้าวรายใหญ่ที่ได้รับการยอมรับในจังหวัดราชบุรีและสมุทรสาคร โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ถูกสัมภาษณ์ คือ เป็นผู้ผลิตมะพร้าวน้ำหอมรายใหญ่ในพื้นที่เป้าหมาย มีพื้นที่ 50-100 ไร่ มีประสบการณ์การปลูกไม่ต่ำกว่า 10 ปี ผู้ประกอบการแปรรูปมะพร้าวน้ำหอมที่มีชื่อเสียงในพื้นที่เป้าหมาย สำหรับการส่งออก มีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ผลิตรายใหญ่หรือบริษัทส่งออกลำดับหนึ่งในห้าของประเทศ สำหรับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ คัดเลือกนักวิชาการที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการส่งเสริมมะพร้าวน้ำหอมและประสบการณ์เกี่ยวข้องกับมะพร้าวไม่ต่ำกว่า 5-10 ปี จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์รวม 11 คน ขณะเดียวกันภายหลังจากการสัมภาษณ์ มีการจัดประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทาน จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 50 คน เพื่อวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนปัญหาอุปสรรค และกำหนดแนวทางการยกระดับการแข่งขันของผู้ประกอบการ รวมทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง



ผลและวิจารณ์ผล

จากข้อมูลการสำรวจและสัมภาษณ์ จึงทำให้ทราบห่วงโซ่อุปทานมะพร้าว น้ำหอม และได้นำห่วงโซ่อุปทานของมะพร้าว น้ำหอมวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนปัญหาและอุปสรรค (SWOT Analysis) ร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการ ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการผลิตมะพร้าว น้ำหอมและนักวิชาการ พบว่าคุณค่าของผลิตภัณฑ์มีความเชื่อมโยงกับกิจกรรมตั้งแต่ระดับต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยเฉพาะกลุ่มกิจกรรมต้นน้ำ อาทิเช่น การจัดการเกษตร การผลิตวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมาตรฐาน โดยการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agriculture Practices: GAP) การสร้างระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) การจัดหาต้นพันธุ์น้ำหอมที่มีคุณภาพ การปรับปรุงพันธุ์ การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตมะพร้าวให้มีผลผลิตสม่ำเสมอ กลุ่มกิจกรรมกลางน้ำ ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรมและผลิตภัณฑ์สุขภาพ การส่งเสริม/สนับสนุนมาตรฐานการผลิต และกลุ่มกิจกรรมปลายน้ำ ได้แก่ การเชื่อมโยงตลาดและกำหนดราคากลางของวัตถุดิบ รวมทั้งการหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ (ดังภาพที่ 1) จะเห็นได้ว่า คุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ เป็นคุณสมบัติที่บ่งบอกถึง คุณค่าของสินค้า มะพร้าว น้ำหอมที่ได้คุณภาพการส่งออก มีดูแลรักษาและการเก็บเกี่ยวในช่วงเวลาที่เหมาะสม มีคุณภาพตามมาตรฐานที่ลูกค้าต้องการ ภายหลังจากตัดแต่งผล บรรจุกล่องและขนส่ง ไปยังตลาดต่างประเทศ ได้รับมูลค่าเพิ่มขึ้นสูงสุด 13.3 เท่า รองลงมาคือน้ำมะพร้าวบรรจุขวดหรือกล่อง มะพร้าวเผา และวุ้นมะพร้าว โดยมีมูลค่าเพิ่มที่ 2.6, 1.8 และ 1.4 เท่า ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราส่วนระหว่างมูลค่าสินค้าที่เพิ่มขึ้นกับมูลค่าวัตถุดิบ (ตารางที่ 1) ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวไม่ได้หักค่าใช้จ่ายต้นทุนของผู้ประกอบการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 16-31 บาทต่อผล (ขึ้นอยู่กับขนาดผล) และยังมีค่าใช้จ่ายในการออกรับรองผลผลิตอินทรีย์ ประมาณ 1.5 แสนบาทต่อปี (ข้อมูลสัมภาษณ์ส่วนตัว: วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผลไม้ปลอดภัยสารพิษ

เ พื อ ส ง อ อ ก จ . ร า ข บุ รี มิ ฤ น า ย น 2560)

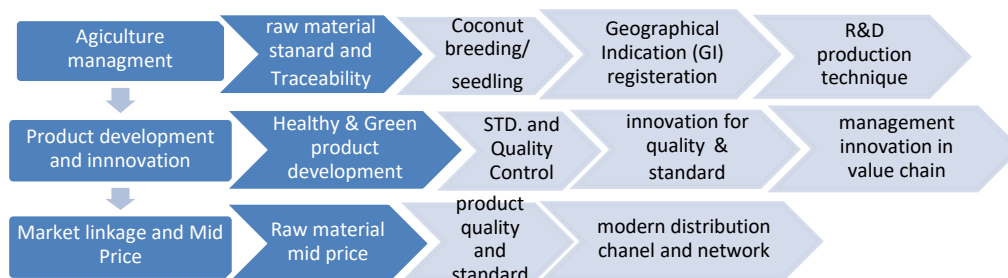


Figure 1 Value chain of tender aromatic coconut

Table 1 Surplus Value of tender aromatic coconut and their products

Raw Material	Products		Price (THB /unit)	Value Added ^{/1}
Young Coconut  Price: 7 THB/unit	Diamon-cut Polish		100	13.3
	Coconut Jelly		30	1.4
	Roasted Coconut		20	1.8
	Coconut Drinks		70	2.6

Remark : /1 Production value per Material cost

/1 The Value Added is Calculated by Ratio between Product Value and Raw Material cost.

จากแนวคิดของห่วงโซ่คุณค่า จะเห็นได้ว่ามะพร้าว น้ำหอมจากแหล่งผลิต พื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี มีปัจจัยนำเข้าที่ได้เปรียบกว่าประเทศคู่แข่ง คือ มีมะพร้าวพันธุ์กันจิบ ซึ่งให้น้ำที่มีกลิ่นหอมเฉพาะ พื้นที่เพาะปลูกมีแร่ธาตุในดินและคุณภาพน้ำที่เหมาะสมกับการปลูก รวมทั้งเกษตรกรมี



ประสบการณ์ปลูกและดูแลรักษา จึงทำให้ผลผลิตมะพร้าวน้ำหอมจากพื้นที่นี้ได้รับการยอมรับจากลูกค้าว่ามีคุณภาพสูง จึงทำให้ผู้ประกอบการส่งออกขนาดใหญ่หนึ่งในห้าของประเทศ เสนอให้หน่วยงานภาครัฐออกนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตและแปรรูปมะพร้าวน้ำหอมโลก

ดังนั้นกิจกรรมต้นน้ำที่มีคุณค่าและส่งผลต่อกิจกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ คือ **การรักษาคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ ภายใต้หลักการ GAP** คือคุณค่าที่ดึงดูดใจผู้ซื้อ (Attractive Quality) ซึ่งคุณค่านี้โดยปกติจะไม่มีอยู่ในตัวสินค้าทั่วไป แต่หากถ้าทำให้มีได้ จะเกิดความแตกต่างและสามารถดึงดูดใจลูกค้าให้เกิดความสนใจที่จะซื้อสินค้า ดังนั้นการสร้างความรู้ในตัวสินค้าที่ดีต่อผู้บริโภค ผ่านการประชาสัมพันธ์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้ห่วงโซ่อุปทานมีความสมบูรณ์ และหากมีกระบวนการทำให้การไหลของข้อมูลสารสนเทศย้อนกลับ (ความต้องการของผู้บริโภคสุดท้ายมายังผู้ขายหรือผู้ผลิตปัจจัยการผลิต) ผลิตภัณฑ์มะพร้าวน้ำหอมจะได้รับการยอมรับในแง่คุณค่า/คุณประโยชน์ ที่ทำให้ลูกค้าพร้อมจะจ่ายเพื่อซื้อสินค้า ในคุณภาพและราคาที่ยอมรับได้ (ยรรยง, 2553) อย่างไรก็ตาม คุณภาพและมาตรฐานวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกโดยรวม จัดเป็นจุดอ่อนหรือปัญหาสำคัญที่พบในห่วงโซ่อุปทานมะพร้าวน้ำหอม นอกจากนี้ มะพร้าวน้ำหอมไทยยังมีจุดเสียเปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตและราคาวัตถุดิบที่สูงกว่าประเทศคู่แข่งในเขตอาเซียน ทั้งนี้แนวทางการพัฒนาจุดแข็งของกิจกรรมตลอดห่วงโซ่ ผู้ส่งออกมะพร้าวน้ำหอมจะต้องมีความร่วมมือกับผู้ผลิตสายพันธุ์ ผู้ปลูกมะพร้าว และผู้รวบรวมผลผลิต ทำการกำหนดมาตรฐานสินค้าที่ดี ได้แก่ ขนาดผล ความหวานและกลิ่นหอมของน้ำมะพร้าวที่ตรงตามสายพันธุ์ และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ กิจกรรมสนับสนุนที่ผู้ประกอบการมะพร้าวน้ำหอมต้องการจากภาครัฐคือ มาตรการในการป้องกันการลักลอบส่งออกต้นพันธุ์มะพร้าว การขึ้นทะเบียนพันธุ์มะพร้าวน้ำหอมของไทย และการผลักดัน พรบ.การถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินและการเช่าที่ดินของต่างชาติในพื้นที่เกษตรที่จะรื้อพื้นที่เพาะปลูกในอนาคต

สรุป

มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์มะพร้าวน้ำหอมในห่วงโซ่อุปทาน พื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี มีผลมาจากกิจกรรมต้นน้ำเป็นสำคัญ โดยเฉพาะ คุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ ภายใต้หลักการ GAP วัตถุดิบมะพร้าวน้ำหอมที่ได้คุณภาพและมีการรับรองมาตรฐานการผลิต สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้สูงสุด การส่งออกผลมะพร้าวสด ด้วยการตัดแต่งผลบางส่วน ในรูปมะพร้าวควั่นหรือมะพร้าวเจียนมีส่วนต่างมูลค่าสูงสุด ประมาณ 13.3 เท่า และถ้าหากต้องการปรับปรุงเพื่อการแข่งขันในธุรกิจมะพร้าวน้ำหอม



ของประเทศไทย จะต้องดำเนินการในเรื่อง การพัฒนาสายพันธุ์ และการกำหนดเอกลักษณ์ที่ดีของสินค้า และรักษาซึ่งมาตรฐานสินค้าให้กับลูกค้า

คำขอบคุณ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของมะพร้าว น้ำหอม และผลิตภัณฑ์ตาลโตนด กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี” ภายใต้ศูนย์ปฏิบัติการร่วมกลุ่มจังหวัด (Regional Operation Center: ROC) กระทรวงมหาดไทย ประจำปีงบประมาณ 2559

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา กฤษณพุกต์. 2557. มะพร้าว น้ำหอม ทางเลือกใหม่ที่น่าจับตามอง. เอกสารเผยแพร่ชุดความรู้ *สถานการณ์และความเสี่ยงของสินค้าเกษตรไทย (Agriculture@risk)* เล่มที่ 10, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 32 หน้า.

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.). 2556. การศึกษา ห่วงโซ่การผลิต (Value Chain) ของปาล์มน้ำมัน. กลุ่มงานนโยบาย กลยุทธ์และแผนงาน ฝ่ายสินเชื่อบุคคล. 29 หน้า.

ภูวนัย บุญสถิตย์. 2556. รายงานการศึกษาห่วงโซ่มูลค่ายางพารา. ฝ่ายสินเชื่อบุคคลธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 33 หน้า.

ยรรยง ศรีสม. 2553. ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในงานโลจิสติกส์ Technology Promotion Magazine 37 (211): 039-044. สืบค้นใน http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN210B_p30-33.pdf วันที่ 26 มิถุนายน 2560.

ศูนย์ปฏิบัติการร่วมกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 และจังหวัดราชบุรี และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. 2557. การศึกษารูปแบบการค้าและการท่องเที่ยวชายแดนระหว่างไทยกับสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์. 239 หน้า.

Porter, M. E. 1998. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. [2nd ed.] New York.

สาวก “ชานมไข่มุก” ต้องรู้

ที่ต้องพาดหัวว่า สาวก “ชานมไข่มุก” ต้องรู้ เพราะว่าปัจจุบันกระแสการดื่มชานมไข่มุกได้กลับมาฮิตในหมู่วัยรุ่นและคนหนุ่มสาวอีกครั้ง จะเห็นได้บ่อยครั้ง ภาพการเข้าคิวเพื่อซื้อเครื่องดื่มชนิดนี้ในย่านศูนย์การค้าหรือแหล่งนัดพบของวัยรุ่นและคนหนุ่มสาวสมัยนี้ โดยราคาต่อแก้วของเครื่องดื่มชนิดนี้ก็ไม่ใช่อีกๆ ราคาต่อแก้วน้อยกว่าบาท บางยี่ห้อถ้าใส่แบบ Full Option ราคา ก็จะขึ้นไปเกือบสองร้อยบาทได้ โดยผู้ชายจะมีการสร้างสรรค์ให้ชานมไข่มุกของตนเองแปลกแตกต่างไปจากยี่ห้ออื่น ๆ ด้วยวิธีการต่าง ๆ นานา และใช้กลยุทธ์การตลาดเข้ามาช่วยโปรโมทสินค้าจนเป็นกระแส และเกิดสาวก “ชานมไข่มุก” ขึ้นอีกครั้ง

ผู้เขียนเองไม่ใช่ สาวกชานมไข่มุก ที่จะไปบังอาจแนะนำว่า ชานมไข่มุกแบรนด์ไหนดี หรืออร่อยถูกใจวัยรุ่น แต่เป็นเพียงคนรุ่นเก่าที่เคยได้ดื่มชานมไข่มุกตั้งแต่สมัยที่เข้ามาตีตลาดเมืองไทยเมื่อสิบกว่าปีก่อน โดยครั้งแรกที่รู้จักจะเป็นเพียงชัมเครื่องดื่มที่มีเครื่องชิลแก้วเครื่องดื่ม บางร้านก็มีเครื่องเขย่าแก้วด้วย ซึ่งดูแปลกใหม่และค่อนข้างถูกใจวัยรุ่นสมัยนั้น ร้านแบบนี้พบเห็นได้ตามแหล่งที่มีนักเรียน นักศึกษาเดินผ่าน เช่น ทางเดินไปสถานีรถไฟฟ้า หรือโรงเรียนกวดวิชาใหญ่ ๆ เป็นต้น ทำให้ผู้ใหญ่แบบเดียวกับผู้เขียนก็เลยได้รู้จักและลองลิ้มเครื่องดื่มประเภทนี้ไปด้วย แต่แล้วชานมไข่มุกก็เกือบเป็นสินค้ากระแสแพชชั่น คือ มาเร็วไปเร็ว ความนิยมได้ลดลงไปเรื่อยๆ จนแทบไม่พบร้านเครื่องดื่มประเภทนี้ในแหล่งเดิม พบเห็นเพียงชัมเล็ก ๆ ในซอยหรือข้างถนน สนนราคาตกแก้วละ 20-25 บาท ซึ่งทุกวันนี้ก็ยังมีร้านเล็กแบบนี้อยู่บ้าง



รูปแบบสินค้า “ชานมไข่มุก” รุ่นแรกๆ ที่เข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย



เม็ดไข่มุก ที่ทำจากแป้งมันสำปะหลังผสมน้ำตาลทรายแดง/น้ำเชื่อม



ร้านชานมไข่มุกแรกที่เข้ามาเมืองไทย



จนถึงปัจจุบัน ชานมไข่มุกรุ่นใหม่ ได้กลับมาบูมอีกครั้ง และเริ่มเห็นกันชัดขึ้น เมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา มีการดื่มชานมไข่มุกในหมู่นักศึกษาและคนหนุ่มสาวในย่านสยามสแควร์และศูนย์การค้า มีการเกาะกลุ่มกันของผู้ชื่นชอบการดื่มชานมไข่มุก มีการส่งข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแจ้งข้อมูลร้านชานมไข่มุกร้านดังและการจัดลำดับจนแพร่หลาย ทำให้เกิดการแห่กันไปซื้อจนต้องต่อคิว จะมีการทำแผนการตลาดที่เจาะคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ จ้างพนักงานขายที่เป็นหนุ่มสาวหน้าตาดี มีการนำเทคโนโลยีหรือรูปแบบการขายที่แปลกใหม่เข้ามาใช้ในการทำการตลาด ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความกระฉับกระเฉงของการดื่มเครื่องดื่มประเภทนี้



สาวก “ชานมไข่มุก” กับการจัดลำดับใน Social Media และการตามหาร้านชานมไข่มุกยอดฮิตในปัจจุบัน



แต่พวกเราจะรู้จักหรือไม่ว่า ที่มาของชานมไข่มุกในเมืองไทยเป็นอย่างไร ไปดูข้อมูลกัน



“ชาวมโซ่มุก” หรือ Pearl Milk Tea หรือ Bubble Milk Tea มีการเรียกจนพวนมาเป็น Boba Milk Tea เป็นเครื่องดื่มที่มีต้นกำเนิดมาจากประเทศไต้หวัน สูตรดั้งเดิมทำมาจากชาดำไต้หวัน จุดเด่นของเครื่องดื่มชนิดนี้คือ แป้งลูกกลม ๆ ที่ทำมาจากแป้งมันสำปะหลังต้มสุกผสมน้ำตาลทรายแดงหรือน้ำเชื่อม ที่ทำให้เครื่องดื่มมีความแปลกใหม่จากการดื่มและเคี้ยวมโซ่มุกหนึบ ๆ

ชาวมโซ่มุก ถือกำเนิดขึ้นเมื่อราวปี ค.ศ.1980 (พ.ศ.2523) ที่เมือง Taichung ประเทศไต้หวัน โดยมีการระบุว่า คุณ Lin Hsiu Hui (หลินฮิวฮุย) แห่งร้าน Chun Shui Tang Teahouse (ชุน ชุยถัง) เป็นผู้คิดผลิตภัณฑ์ขึ้นในระหว่างการประชุมของร้านชาชุน ชุยถัง คุณหลินฮิวฮุย ได้นึกสนุกผสมขนม Fen Yuan (เหมือนขนมโมจิของญี่ปุ่นในปัจจุบัน) ลงในชาอัสสัมเย็น และแบ่งให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ลองชิม และพบว่ารสชาติอร่อยและน่าสนใจมาก จึงได้นำไปขายที่ร้าน “ชุนชุยถัง” นับแต่นั้นมา ชาวมโซ่มุกก็กลายเป็นเมนูยอดฮิตของร้าน ส่วนที่มาของชื่อ Bubble Milk Tea เกิดจากตัวมโซ่มุกที่เมื่อใส่ลงไปในงานแล้วดูเหมือนฟองอากาศ (Bubble) นอนกันอยู่ได้แก้ว

ชาวมโซ่มุก เริ่มเป็นที่รู้จักครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อประมาณ พ.ศ. 2544 ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่วัยรุ่น เกิดเป็นกระแสเครื่องดื่มแฟชั่น แต่ด้วยข้อจำกัดทางรสชาติที่ยังไม่หลากหลายมากนักในช่วงนั้นทำให้ไม่นานกระแสเริ่มเบาบาง จนเมื่อประมาณ พ.ศ. 2554 ธุรกิจชาวมโซ่มุกเริ่มกลับมาค่อย ๆ เติบโตอีกครั้ง เนื่องจากเริ่มมีเมนูที่หลากหลายมากขึ้น เม็ดมโซ่มุกสามารถใส่เครื่องดื่มได้หลากหลายมากขึ้น ไม่จำกัดแค่ชาวมและชาผลไม้เท่านั้น แต่เริ่มมีชาไทย ชาเขียว กาแฟ และโกโก้ ร่วมกับบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมากขึ้น ทำให้ชาวมโซ่มุกกลับมาฟื้นคืนชีพอีกครั้ง

แม้ว่าชาวมโซ่มุกจะอร่อยมากแค่ไหน แต่ดื่มมากไปก็เสี่ยงเป็นโรคอ้วนและเบาหวานได้ บทความเรื่อง “เจาะลึกเบื้องหลัง ชาวมโซ่มุก...คุณหรือโทษ ?” จากเว็บไซต์กระปุก ระบุว่า

“การศึกษามากมายที่ระบุถึงประโยชน์ของการดื่มน้ำชาเพื่อสุขภาพ เช่น สามารถช่วยลดความดันโลหิต ลดไขมันในหลอดเลือด และการมีคุณสมบัติเป็นสารต้านอนุมูลอิสระที่ช่วยยับยั้งการเกิดโรคหลอดเลือดหัวใจและโรคมะเร็ง ซึ่งประโยชน์ต่าง ๆ เหล่านี้ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับชนิดของชาและความเข้มข้นในการบริโภค แต่การบริโภคชาเปรียบเสมือนเหรียญสองด้าน คือ การดื่มน้ำชาในปริมาณที่มากเกินไปอาจเกิดผลเสียต่อสุขภาพได้ เช่น ท้องผูก นอนไม่หลับ เป็นต้น

แต่ชานมไข่มุก 1 แก้ว มีได้มีเพียงแต่น้ำชาเท่านั้น แต่ยังมีน้ำเชื่อม ครีมเทียม และไข่มุกเพิ่มขึ้นมา ข้อมูลทางโภชนาการระบุว่า ชานมไข่มุก 1 แก้ว ให้พลังงาน 240-360 กิโลแคลอรี (คาร์โบไฮเดรต 45-62 กรัม ไขมัน 0-14 กรัม โปรตีน 0.4-2 กรัม) ความแตกต่างของพลังงานและสารอาหารขึ้นอยู่กับปริมาณน้ำเชื่อมและครีมเทียมที่ใส่ลงไป

โดยไข่มุกที่อยู่ในชานมไข่มุกนั้น ผลิตมาจากแป้งมันสำปะหลัง ซึ่งจัดอยู่ในอาหารหมวดเดียวกับแป้งและน้ำตาล โดยไข่มุก 30 กรัม ให้พลังงาน 100 กิโลแคลอรี ซึ่งพลังงานที่ได้จากการดื่มชานมไข่มุกใกล้เคียงกับการรับประทานกล้วยเดี่ยวเย็นตาโฟ 1 ชาม ที่ให้พลังงาน 326 กิโลแคลอรี (คาร์โบไฮเดรต 41 กรัม ไขมัน 8 กรัม โปรตีน 21 กรัม) หรือเปรียบเทียบปริมาณน้ำตาลที่ได้รับจากชานมไข่มุกจะเท่ากับข้าว 3-4 ทัพพี

มีการศึกษาวิจัยพบว่า การดื่มชาคู่กับนมหรือน้ำตาลจะลดคุณสมบัติของชาในการต้านอนุมูลอิสระ ยิ่งไปกว่านั้น น้ำตาลที่ใสในน้ำชายังถือเป็นสิ่งที่ให้พลังงานสูงเปล่า หมายถึงสิ่งที่ให้พลังงานที่มาจากคาร์โบไฮเดรตเชิงเดี่ยวโดยไม่มีสารอาหารอย่างอื่นที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งการศึกษาระบุว่า การดื่มน้ำตาลในปริมาณมาก ๆ อย่างต่อเนื่อง เพิ่มความเสี่ยงต่อการเป็นโรคอ้วน โรคเบาหวาน และโรคหัวใจและหลอดเลือดเหมือนกับการดื่มน้ำอัดลม หรือเครื่องดื่มประเภทชาเขียวพร้อมดื่มที่มีวางจำหน่ายทั่วไป

นอกจากนี้ครีมเทียมที่ใส่ลงในชานม ไขมันส่วนใหญ่จะผลิตจากไขมันปาล์มซึ่งมีกรดไขมันอิ่มตัวสูง โดยเป็นที่ทราบโดยทั่วไปว่า การบริโภคกรดไขมันอิ่มตัวเป็นสาเหตุของการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด

ดังนั้นการบริโภคชานมไข่มุกเป็นประจำอาจนำไปสู่การเป็นโรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด ซึ่งการดื่มชานมไข่มุกที่เหมาะสมคือ การดื่มโดยคำนึงถึงพลังงานที่ควรได้รับในแต่ละวัน โดยการทดแทนการดื่มชานมไข่มุกกับการลดการบริโภคอาหารในกลุ่มข้าว แป้ง หรือการลดปริมาณน้ำตาลที่ใสในชานมไข่มุกที่คุณสั่ง และหลีกเลี่ยงการใส่ครีมเทียมลงในชานมไข่มุกที่คุณสั่ง เพียงเท่านั้นคุณก็จะสามารถลดอันตรายที่มาจากชานมไข่มุกได้ ”

(ที่มา : <http://www.mangozero.com/bubble-tea-inventor/>,
<http://narubolmook.blogspot.com/2013/09/blog-post.html>,
<https://www.thailandpostmart.com/news/>)

ภาพประกอบร้านขนมไข่มุกยอดฮิตในปัจจุบัน



ภาพจาก Facebook : ATM Tea Bar

https://www.facebook.com/search/str/atm+tea+bar/keywords_search



ภาพจาก Facebook : KOI The' Thailand

https://www.facebook.com/search/str/koi+th%C3%A9+thailand/keywords_search



ภาพจาก Facebook : Fuku Matcha Thailand

https://www.facebook.com/search/str/fuku+matcha+thailand/keywords_search



ภาพจาก Facebook : COCO Fresh Tea & Juice Thailand

[https://www.facebook.com/search/str/coco+fresh+tea+%26+juice+\(thailand\)/keywords_search](https://www.facebook.com/search/str/coco+fresh+tea+%26+juice+(thailand)/keywords_search)



ภาพจาก Facebook : KAMU Tea Thailand

[https://www.facebook.com/search/str/kamu+tea+thailand/
keywords_search](https://www.facebook.com/search/str/kamu+tea+thailand/keywords_search)



ภาพจาก Facebook : NOMI MONO

[https://www.facebook.com/search/str/nomi+mono+thailan
d/keywords_search](https://www.facebook.com/search/str/nomi+mono+thailand/keywords_search)