



การประกอบการเกษตร ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม:

ทบทวนสถานการณ์ และทิศทางการปรับตัวเพื่อความอยู่รอด
ของเกษตรกรไทยท่ามกลางโอกาสและความท้าทาย

เอกสารประกอบการบรรยายหลักสูตร การเพิ่มทักษะและประสิทธิภาพการดำเนินงาน
อาสาสมัครปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (อสปท.)
วันที่ 18 ธันวาคม 2568 ผ่านระบบ Zoom Meeting

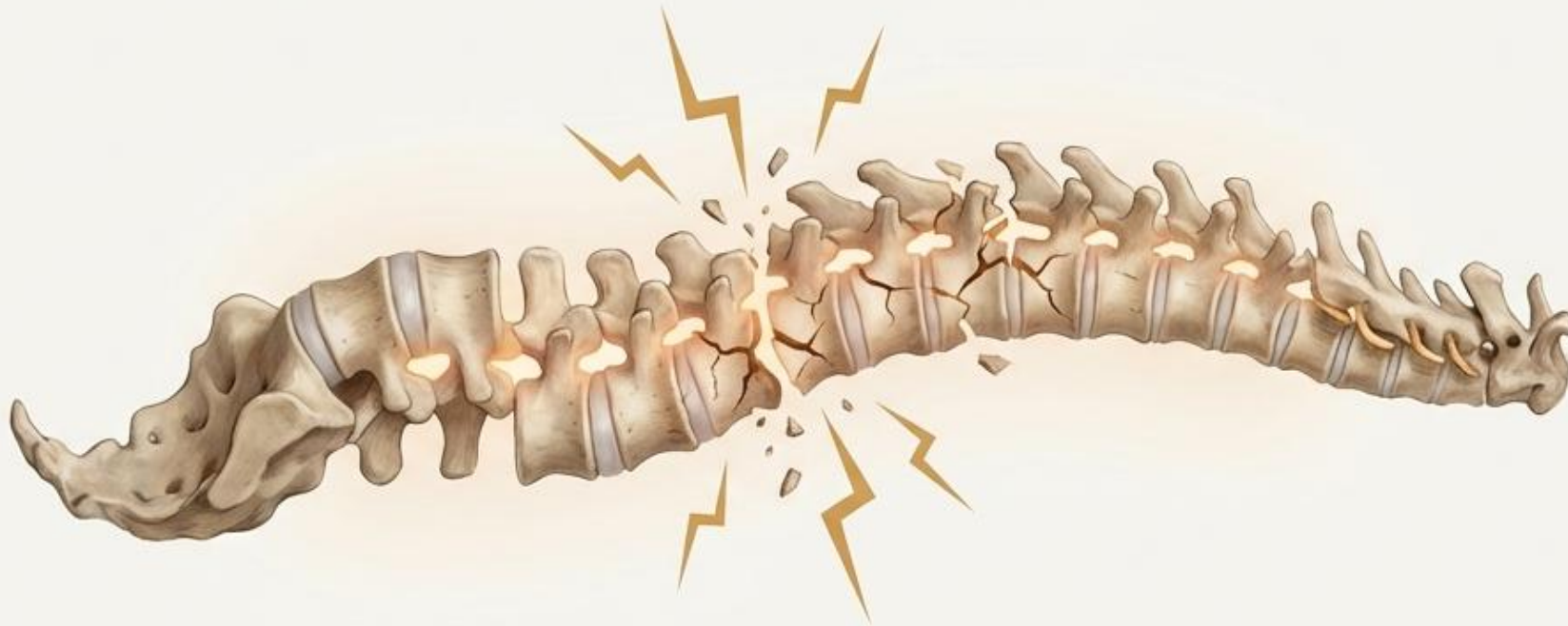
โดย อาทิตยา พองพรหม

ผู้เชี่ยวชาญด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ที่ดินในเขตปฏิรูปที่ดิน
สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม

บทบาทนสถานการณ์ ภาคเกษตรไทย



กระดูกสันหลังของชาติ...ที่กำลังเปราะบาง



2 ทศวรรษ

แห่งความชะงักงันและการ
สูญเสียขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน



8%

สัดส่วนภาคเกษตรต่อ
GDP ที่ลดลงจากในอดีต
ที่เคยสูงถึง 36%

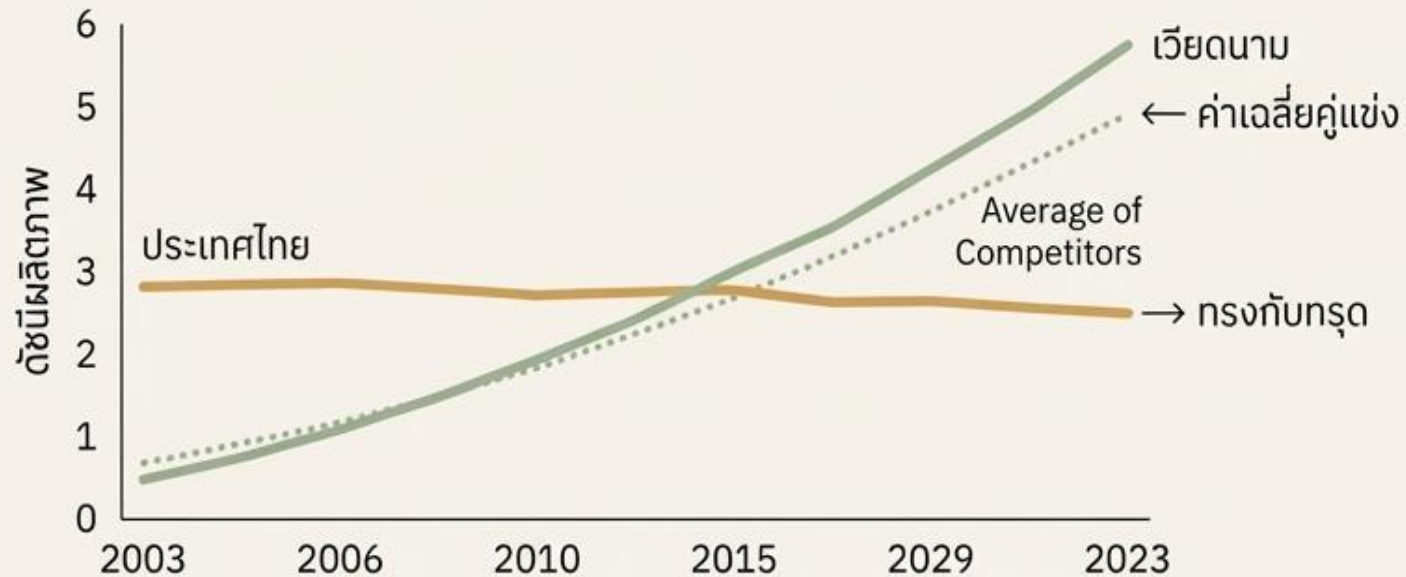


กลุ่มที่จนที่สุด

เกษตรกรคือกลุ่มอาชีพที่
ยากจนที่สุดในประเทศ

2 ทศวรรษแห่งการถดถอย: เมื่อคู่แข่งแซงหน้า และปัญหาก็ซ้ำเติม

การเติบโตของผลิตภาพ (ผลผลิตต่อไร่): 20 ปีที่ผ่านมา



“

“ภาคเกษตรไทยในเชิงของผลิตภาพ...
2 ทศวรรษผ่านไปประเทศไทยนิ่งมาก
...มีแต่ทรงกับทรุด ในขณะที่
ต่างประเทศเพื่อนบ้านเรา...ตอนนี้
ทุกคนแซงเราหมดแล้ว”

– รองศาสตราจารย์ วิษณุ อรรถวานิช,
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่มา: Thai PBS เกษตรไทยย่ำอยู่กับที่ เราจะเดินต่อไปทางไหนดี ? | Cross Talk คิดต่างคุยกัน



วิกฤตนี้ไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่หยั่งรากลึกจาก 3 ปัญหาเชิงโครงสร้าง



1. โครงสร้างการผลิตที่แข่งขันไม่ได้

ต้นทุนสูง ผลผลิตต่ำ
และนวัตกรรมที่ตามหลังคู่แข่ง



2. เกษตรกรที่เปราะบาง

ประชากรสูงวัย
แบกรับหนี้สินท่วมทับ



3. นโยบายรัฐที่ล้มเหลว

การอุดหนุนที่ไม่สร้างการพัฒนา
และการลงทุนที่ผิดพลาด

1. โครงสร้างการผลิตที่แข่งขันไม่ได้

ต้นทุนการผลิตสูงกว่า คู่แข่ง

ต้นทุนผลิตข้าวของเวียดนาม **ต่ำกว่าไทยเกือบเท่าตัว**
ทำให้ข้าวไทยไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้เหมือนเดิม



ไทย

เวียดนาม

ผลผลิตต่อไร่ (Yield) ต่ำ

การใช้ **พันธุ์พืชเดิมๆ** ซ้ำๆ
ขาดการวิจัยและพัฒนา
ทำให้ผลผลิตต่อหน่วยยังคงอยู่ในระดับต่ำ



ไทย

คู่แข่ง

การพัฒนาสายพันธุ์ไม่ทันตลาดโลก

เวียดนามกำลังผลักดัน **‘ข้าวคาร์บอนต่ำ (Low-carbon rice)’**
อย่างหนักเพื่อตอบสนองเทรนด์รักษ์โลก ในขณะที่ไทยยังตามหลังอยู่มาก



จากวิกฤตินีเวศ สู่ความเปราะบางของครัวเรือนเกษตรกร

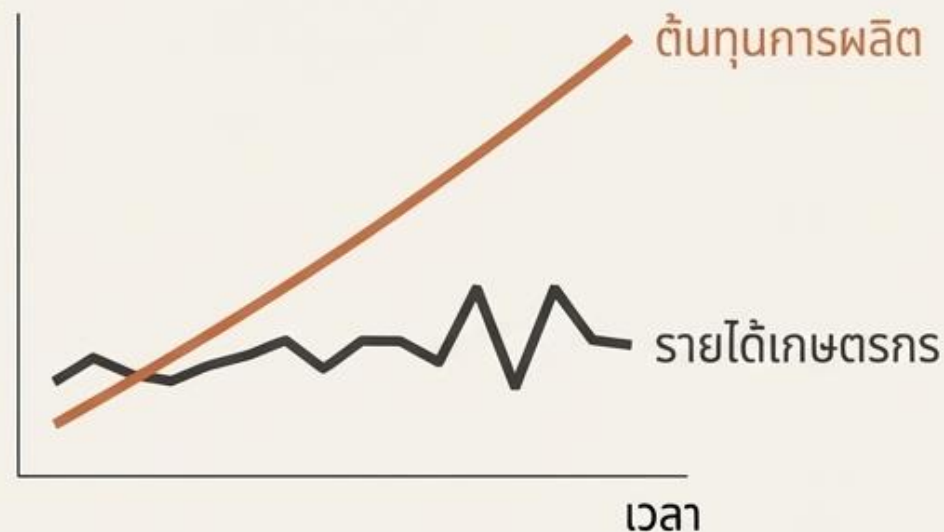
การทำเกษตรเชิงเดี่ยวที่พึ่งพาสารเคมีสูง กำลังกัดกร่อนรากฐานความมั่นคงของเรา



ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

- ดินเสื่อมโทรม ขาดความอุดมสมบูรณ์
- ความหลากหลายทางชีวภาพในแปลงลดลง
- เป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจก (N_2O , CH_4 , CO_2) จากการไถพรวนและการใช้ปุ๋ยเคมีมากเกินไป

รายรับ/รายจ่าย



ผลกระทบต่อเศรษฐกิจครัวเรือน

- ต้นทุนการผลิตสูง (ปุ๋ยเคมี, สารเคมี, แรงงาน)
- พึ่งพิงปัจจัยภายนอกสูง
- เสี่ยงสูงจากราคาตลาดที่ผันผวนและโรคระบาด
- นำไปสู่ปัญหาหนี้สินที่ยากจะหลุดพ้น

2. กระดูกสันหลังของชาติ คือกลุ่มคนจนที่เปราะบาง



ตัวเลขเหล่านี้ชี้ชัดว่า อาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพที่จนที่สุดในประเทศ

3. ผลลัพธ์ของนโยบายที่ล้มเหลวและการลงทุนที่ผิดจุด

150,000 ล้านบาท

คือ งบประมาณเฉลี่ยต่อปีที่ถูกใช้ไปกับการอุดหนุนระยะสั้น (เช่น จำนำข้าว, ช่วยเหลือไร่ละ 1,000 บาท) ที่ไม่ช่วยให้เกษตรกรยืนได้ด้วยตัวเอง



เกษตรกรเพียง 26%
เข้าถึงระบบชลประทาน และ 58%
ต้องพึ่งพาน้ำฝนเพียงอย่างเดียว



พื้นที่เกษตรห่างไกลยังขาดสัญญาณ
โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ทำให้การเข้าถึง
เทคโนโลยีเกษตรแม่นยำเป็นไปได้



แม้จะมีมาตรฐาน GAP มากกว่า 30 ปี
แต่มีเกษตรกร**ไม่ถึง 2%**
ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานนี้

การเปลี่ยนแปลงสำคัญ: ความท้าทายและโอกาสการพัฒนา



สถานการณ์สำคัญที่เกษตรกรไทยต้องเผชิญ

Mega Trends



สังคมผู้สูงอายุ



แรงงานภาคเกษตรลดลงและมีอายุสูงขึ้น
เกิดการแย่งชิงแรงงานคนรุ่นใหม่



ความมั่นคงด้านอาหาร



โลกร้อน ผลผลิตอาหารลดลง การนำพืชไปผลิต
พลังงานทดแทน กระทบความมั่นคงด้านอาหาร



การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

สภาพอากาศแปรปรวน (แล้ง, ท่วม, พายุ) ทำให้
ผลิตตกต่ำ ปริมาณและคุณภาพไม่แน่นอน สังคม
โลกตื่นตัวให้ความสำคัญกับการ ลดโลกร้อน (ลด
ก๊าซเรือนกระจก) และรักษาสิ่งแวดล้อม



พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่

เน้นอาหารคุณภาพ ใส่ใจสุขภาพ
และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



เทคโนโลยีและนวัตกรรม



เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทและส่งผลการ
เปลี่ยนแปลงในทุกสาขาของการเกษตรอย่าง
รวดเร็ว

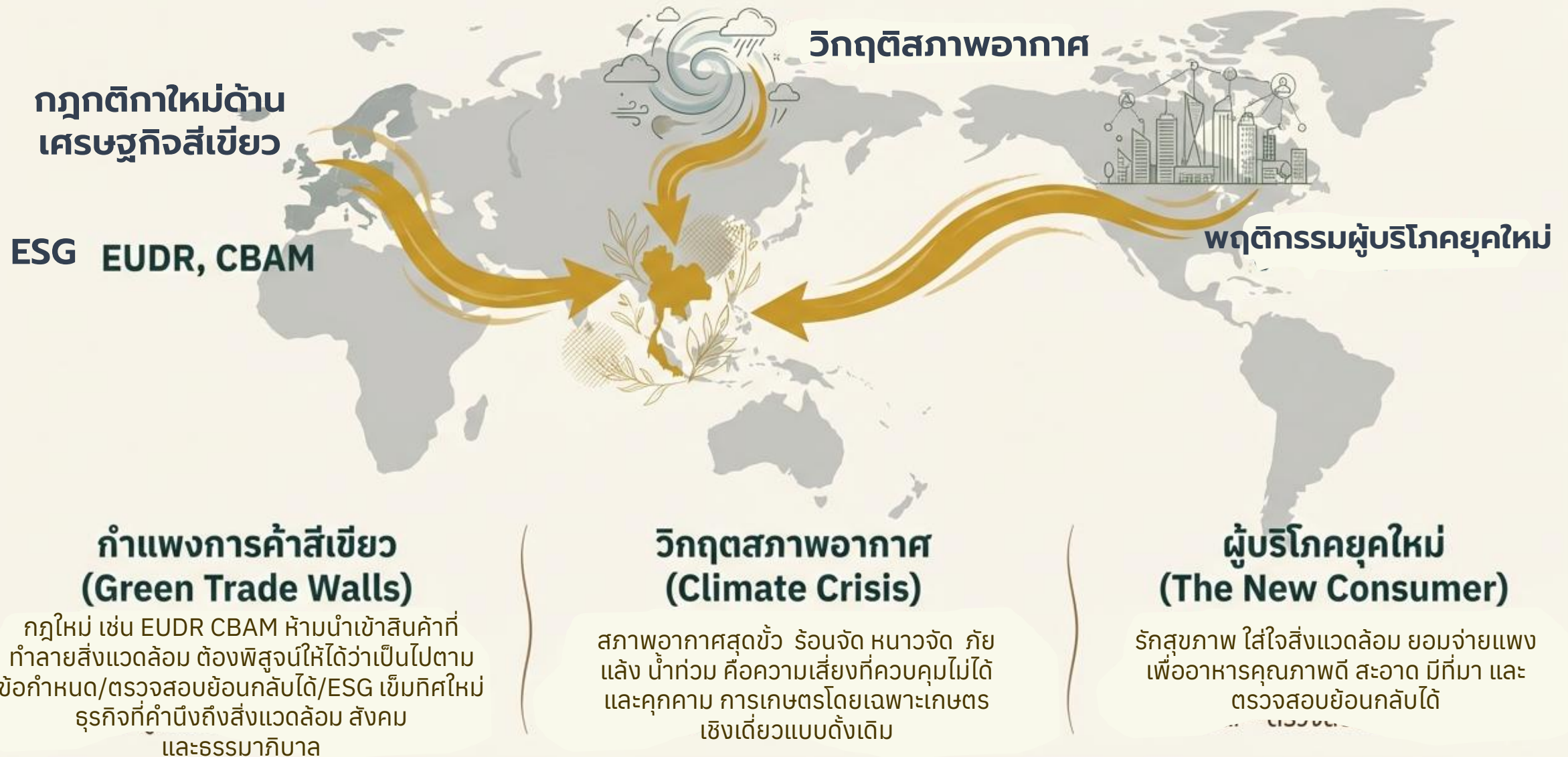


กติกาการค้าโลกใหม่



มาตรการด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (เช่น ESG,
EUDR, CBAM) กลายเป็นเงื่อนไขสำคัญทางการค้า

โลกเปลี่ยน เราต้องปรับ: 3 ความท้าทายใหม่ที่เลี่ยงไม่ได้



ESG: เข็มทิศใหม่ของการเกษตรโลก

หัวใจสำคัญของธุรกิจเกษตรยุคใหม่ที่ต้องการเติบโตอย่างมั่นคงควบคู่ไปกับการดูแลโลกและสังคม



E - Environment

การอนุรักษ์ดินและน้ำ,
ลดคาร์บอน, ส่งเสริมความ
หลากหลายทางชีวภาพ



S - Social

ผลิตอาหารปลอดภัย,
ดูแลแรงงาน,
พัฒนาชุมชน



G - Governance

ความโปร่งใส,
การตรวจสอบย้อนกลับ,
การดำเนินงานตามมาตรฐาน

ESG ย่อมาจาก Environmental, Social, และ Governance ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นความยั่งยืน ไม่ได้มองแค่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่พิจารณาปัจจัย 3 ด้านหลัก เพื่อประเมินความรับผิดชอบต่อผลกระทบขององค์กรต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

EUDR คืออะไร: กฎระเบียบใหม่ของสหภาพยุโรปว่าด้วยสินค้าปลอดการทำลายป่า

EUDR (European Union Deforestation Regulation) คือมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Measures) ภายใต้นโยบาย European Green Deal เพื่อให้แน่ใจว่าสินค้านำเข้า, ใช้, หรือบริโภคใน EU ต้องไม่สนับสนุนการทำลายป่าและความเสื่อมโทรมของป่าทั่วโลก



เพื่อหยุดยั้งการทำลายป่า: ตอบโต้การขยายพื้นที่เกษตร (เช่น ยางพารา, ปาล์มน้ำมัน, กาแฟ) ที่เป็นสาเหตุของการทำลายป่า



เพื่อต่อสู้กับภาวะโลกร้อน: การทำลายป่าเป็นสาเหตุหลักของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (ภาคเกษตรปล่อยราว 23%)



เพื่อแสดงความรับผิดชอบ: ในฐานะผู้บริโภคหลัก EU ตั้งเป้าลดการปล่อยคาร์บอนจากการบริโภคสินค้าเหล่านี้อย่างน้อย 32 ล้านเมตริกตันต่อปี

ขอบเขตและกรอบเวลา: ใครและสินค้าใดที่ต้องปฏิบัติตาม

ขอบเขตสินค้า

ในระยะแรก EUDR บังคับใช้กับสินค้าโภคภัณฑ์ 7 กลุ่ม: **ยางพารา, ปาล์มน้ำมัน, วัว, ไม้, กาแฟ, โกโก้, และถั่วเหลือง** รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูป (เช่น ยางรถยนต์, เฟอ์นิเจอร์, ช็อกโกแลต)



ยางพารา



ปาล์มน้ำมัน



วัว



ไม้



กาแฟ



โกโก้



ถั่วเหลือง

ผู้ที่เกี่ยวข้อง

บังคับใช้กับ **ผู้ผลิต, ผู้นำเข้า, และผู้ส่งออก** (Operators) รวมถึง **ผู้ค้ารายใหญ่** (Non-SME traders) ใน EU ที่นำสินค้าเข้าสู่ตลาด

กรอบเวลาบังคับใช้



เงื่อนไขหลัก 3 ประการ: ภัยสำคัญในการเข้าสู่ตลาด EU



การจะส่งออกสินค้า 7 กลุ่มไปยัง EU ผู้ประกอบการต้องพิสูจน์ได้ว่าสินค้าของตนผ่านมาตรฐานทั้ง 3 ข้อนี้อย่างครบถ้วน

เกษตรกร ส.ป.ก. เกือบ 2 ล้านราย อยู่ในขอบข่ายของ EUDR โดยตรง



4,251

ราย (เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ)
พื้นที่ **15,798** ไร่



241,040

ราย (เกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน)
พื้นที่ **1,701,856** ไร่



965,844

ราย (เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา)
พื้นที่ **8,185,475** ไร่



646,075

ราย (เกษตรกรผู้ปลูกไม้ยืนต้นและป่าไม้)
พื้นที่ **2,817,664** ไร่



1,136

ราย (เกษตรกรผู้ปลูกถั่วเหลือง)
พื้นที่ **4,067** ไร่

ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า EUDR ไม่ใช่เรื่องไกลตัว แต่เป็นประเด็นเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลกระทบโดยตรง
ต่อภารกิจของ ส.ป.ก. และความเป็นอยู่ของเกษตรกรในความดูแลของเรา

ผู้บริโภคเปลี่ยนไป: โอกาสใหม่ของเกษตรกร

มองหา “คุณค่าสีเขียว” ไม่ใช่แค่ราคา



คนรักสุขภาพมากขึ้น

ผู้บริโภคยุคใหม่มองหาอาหารที่ปลอดภัย
มีคุณค่าทางโภชนาการสูง



อยากรู้ที่มาที่ไป

ลูกค้าต้องการสนับสนุนเกษตรกรที่ดูแลสิ่งแวดล้อม
และยอมจ่ายแพงขึ้นเพื่อสินค้าคุณภาพที่มีเรื่องราว



เลือกสินค้าที่รับผิดชอบต่อโลก
(Ethical Sourcing)

อะไรคือแรงขับเคลื่อนเบื้องหลัง? การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคทั่วโลก



การดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน

ผู้บริโภคเปลี่ยนจากการรอให้ป่วยแล้วค่อยรักษา (Reactive) ไปสู่การ 'ป้องกันก่อนเจ็บตัว' (Proactive)



สุขภาพคือการลงทุน

การมองว่าการลงทุนเพื่อป้องกันสุขภาพในวันนี้ คุ่มค่ากว่าค่ารักษาพยาบาลมหาศาลในวันหน้า ทั้งในแง่ของเงิน เวลา และคุณภาพชีวิต



ความตื่นตัวหลังโควิด-19

วิกฤตการณ์โรคระบาดกระตุ้นให้ผู้คนใส่ใจสุขภาพกาย จิตใจ และแนวคิดเรื่องสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Health) มากขึ้นอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน

3 ปัจจัยหลัก ที่ขับเคลื่อนการตัดสินใจซื้อ



ฉลากต้องชัดเจน

- ให้ความสำคัญกับการอ่านฉลากโภชนาการ
- มองหาผลิตภัณฑ์ ที่มีฉลากระบุ ส่วนผสมชัดเจน (Clean Label) และหลีกเลี่ยงสารเคมี โดยเฉพาะ ยาฆ่าแมลง



ยั่งยืนและใส่ใจโลก

- เลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- ต้องการความโปร่งใส ตรวจสอบย้อนกลับถึงแหล่งที่มาของวัตถุดิบ



สะดวกสบายในชีวิตประจำวัน

- นิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ และมองหาผลิตภัณฑ์พร้อมทาน (Ready-to-Eat)
- ต้องการอาหาร/ผลิตภัณฑ์ที่ประหยัด**เวลา**แต่ยังคงคุณค่าทางโภชนาการ

ผู้บริโภคเปลี่ยนไป: โอกาสใหม่ของเกษตรกร

ขอสินค้าที่มาจาก
การผลิตแบบยั่งยืน



เกษตรฟื้นฟู
(ยั่งยืน โลกยั่งยืน)



อาหารอุปโภค
(เปลี่ยนขยะเป็นขุมทรัพย์)



พืชไม่ปรุงแต่ง
(พลั้จากธรรมชาติแท้)

ผู้บริโภคที่ใส่ใจรอบด้าน

ลงทุนเพื่อคุณภาพชีวิต
+ รับผิดชอบต่อสังคม

คุณภาพสู่การยอมรับ



ความโปร่งใส
(ตรวจสอบที่มาที่ไปได้)



บรรจุภัณฑ์ไร้การะ
(ย่อยสลาย/เติมได้)



ฉลากสะอาด
(น้อยอย่าง/เข้าใจง่าย)

กุญแจสู่การยอมง่าย

1. ความโปร่งใสแบบตรวจสอบได้ (Traceable Transparency)

ต้องมีระบบที่บอกเล่าเรื่องราว
ทั้งหมดของผลิตภัณฑ์
ไม่ใช่แค่คำกล่าวอ้างลอยๆ



กลยุทธ์การยอมจำนน

2. บรรจุภัณฑ์ที่ไร้ภาระ (Burden-Free Packaging)

ผู้บริโภคยอมจำนนเพิ่ม เพื่อหลีกเลี่ยงการสร้างขยะพลาสติกและลดภาระให้กับโลก



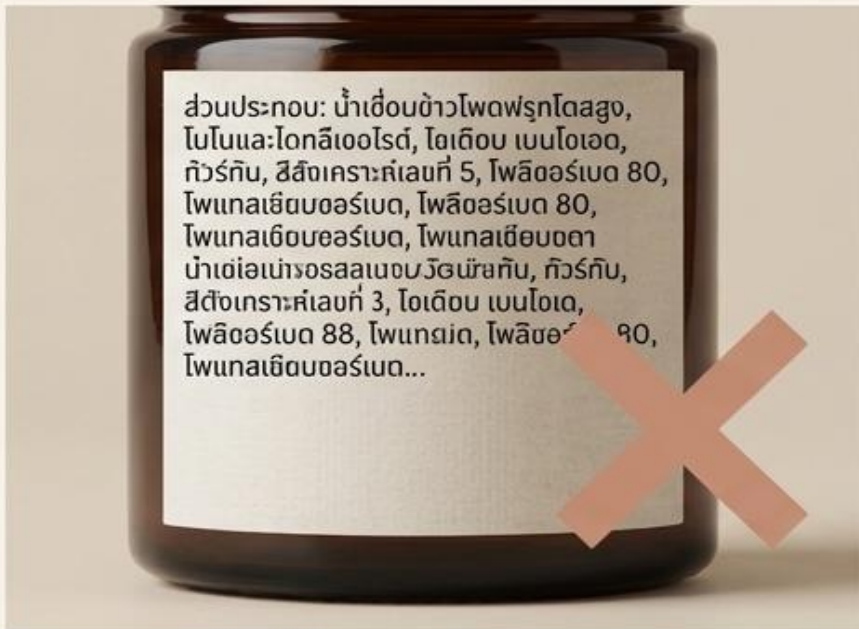
- **ย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ (Naturally Biodegradable):** บรรจุภัณฑ์ที่กลับคืนสู่ธรรมชาติได้

- **ระบบเติม (Refillable Systems):** บรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือนำไปเติมใหม่ได้

กลยุทธ์สู่การยอมจำนน

3. ฉลากที่สะอาดและเข้าใจง่าย (Clean & Simple Labels)

ความไว้วางใจสร้างได้จากความตรงไปตรงมาบนฉลากสินค้า



The Bad Label



The Good Label

ทำความรู้จักผู้บริโภคยุคใหม่: สุขภาพคือการลงทุน ไม่ใช่ทางเลือก

กลุ่มผู้บริโภคหลัก :

- กลุ่มขับเคลื่อนหลัก: Gen Z และ Millennials ในเขตเมือง

ปัจจัยขับเคลื่อน :



สุขภาพเชิงรุก (Proactive Health):
ต้องการป้องกันโรคก่อนการรักษา



ยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อคุณภาพ: 33% ของผู้บริโภคยอมจ่ายเพิ่ม 10-20% สำหรับอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูง

**ร้อยละ 66 ของผู้บริโภคกังวล
เรื่องสารกำจัดศัตรูพืช**

“1 ใน 3 ของผู้บริโภคยอมจ่ายเพิ่มเพื่อสุขภาพที่ดีกว่า”



การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเมื่อ “สุขภาพ” กลายเป็นปัจจัย สำคัญขับเคลื่อนสินค้าเกษตร

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ผู้บริโภคทั่วโลกเปลี่ยนจากการให้ความสำคัญกับ “ความอึดและราคา” ไปสู่การเลือกสรรอาหารที่มี “คุณค่าทางโภชนาการสูง ความปลอดภัย และส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อม”

แนวคิดเรื่อง Wellness หรือการมีสุขภาวะที่ดีอย่างสมดุล ได้กลายเป็นเมกะเทรนด์ที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มทั่วโลก



ผู้บริโภค Wellness มองหาอะไรในอาหาร?

สุขภาพ (Wellness) :

มองคุณภาพชีวิตแบบองค์รวม
สุขภาวะภายใน (กาย ใจ จิต)
ภายนอก เศรษฐกิจ สังคม
สิ่งแวดล้อม



Mood Food & สุขภาพจิต

อาหารลดความเครียด
(เช่น แมกนีเซียม, วิตามินบี)



สุขภาพของลำไส้ (Gut Health)

Probiotics, Prebiotics,
ไฟเบอร์สูง

อาหารที่เป็นคุณ (Wellness Food):

โภชนาการดี มีคุณภาพ สะอาด
ปลอดภัยไร้สารพิษ ไร้เชื้อโรค
รสชาติดี อาหารเป็นยา
ราคาคุ้มค่า เข้าถึงง่าย



อาหารสารอาหารสูง (Nutrient-Dense Food)

เน้นวิตามิน, แร่ธาตุ,
Phytonutrients



ความยั่งยืนและความโปร่งใส (Sustainability & Sourcing)

ที่มาของวัตถุดิบ, สินค้าออร์แกนิก



โปรตีนทางเลือก (Protein Power-Up)

โปรตีนจากพืช (Plant-based),
โปรตีนจากแมลง

“อาหารอนาคต” หรือ “Future food”

อาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัยต่อสุขภาพ และผลิตด้วยกระบวนการที่ยั่งยืน โดยอาศัยเทคโนโลยี และนวัตกรรม

แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. **อาหารเกษตรอินทรีย์** :ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผลิตผลทางการเกษตรที่ปลอดภัยจากสารเคมี
2. **อาหารและเครื่องดื่มนวัตกรรม** : ผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำหน้าที่ให้คุณค่าอาหารที่จำเป็นให้กับร่างกาย เช่น ปรับปรุงระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย ชะลอการเสื่อมโทรมของอวัยวะต่าง ๆ ซึ่งจะไม่อยู่ในรูปแบบแคปซูล เม็ดยา แต่จะมีหน้าตาเหมือนอาหารทั่วไป
3. **อาหารทางการแพทย์**: ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยา หรืออาหารเสริม เป็นอาหารที่ออกแบบมาเพื่อใช้บำบัดรักษาผู้ป่วยเฉพาะโรค หรือผู้ที่ไม่สามารถรับประทานอาหารปกติได้ เช่น โรคเบาหวาน โรคไต เป็นต้น อาจอยู่ในรูปแบบรับประทาน ดื่มน้ำแทนอาหารหลัก เสริมบางมื้อ หรือเป็นอาหารทางสายยาง
4. **อาหารกลุ่มที่ผลิตขึ้นมาใหม่ทางนวัตกรรม**: อาหารรูปแบบใหม่ที่มีความเป็นนวัตกรรมสูงมาก เป็นอาหารที่ใช้ขั้นตอนการผลิตแบบใหม่ ไม่เคยมีการผลิตมาก่อน หรือเป็นอาหารที่ได้จากพืช หรือสัตว์ เช่น การใช้นาโนเทคโนโลยี หรือพวก Nano food รวมถึงแหล่งอาหารใหม่ คือ แมลง สาหร่าย และยีสต์

แนวโน้มตลาดอาหารอนาคต หรืออาหารจากพืชทั่วโลกจะมีอัตราการเติบโต 12.11% ในช่วงปี 2566-2571 (2023-2028)



ในปี 2566 มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมอาหารอนาคตไทยอยู่ที่ **334,700 ล้านบาท** ของตลาด และอาหารอนาคตคิดเป็น 11% ของมูลค่าการส่งออกอาหารทั้งหมด แนวโน้มเติบโตสูง (8.6%) ตรงกับกระแสความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นโดย**กลุ่มอาหารสุขภาพและสารประกอบเชิงฟังก์ชันมีมูลค่าและส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดคิดเป็น 77%**

การส่งออก Future Food ของไทย ปี 2564 มีมูลค่า 115,490 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 7% คิดเป็นสัดส่วน 10% ของการส่งออกอาหารในภาพรวม และเติบโตต่อเนื่องทุกปี

ดาวรุ่งพุ่งแรง: โปรตีนจากพืชและอาหารออร์แกนิก

โปรตีนทางเลือกจากพืช (Plant-Based)



ตลาดที่ผู้บริโภคเปิดรับอย่างล้นหลาม

การวิเคราะห์ของ Good Food Institute ชี้ว่าผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกน้อยกว่าเนื้อหมู 88% และเนื้อไก่ 67% ตามลำดับ และลดการใช้น้ำได้มากกว่า 94%

ปริมาณการขายทั้งหมดของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้เพิ่มขึ้นเกือบ 30% นับตั้งแต่ปี 2021 ถึงปี 2024 คาดว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 43% ในช่วงปี 2025 ถึง 2029

ที่มา: กรุงเทพธุรกิจ <https://www.bangkokbiznews.com/environment/1202155>

อาหารออร์แกนิก (Organic Foods)



เติบโตอย่างยั่งยืนจากความใส่ใจในความปลอดภัย

ปี 2565 มีมูลค่าการส่งออก 2,248.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ที่มีมูลค่า 1,345.57 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 67.12)

สินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยที่ส่งออกสำคัญ ได้แก่ **ข้าว มะพร้าวอ่อน กะทิสำเร็จรูป ทุเรียน มังคุด** มีตลาดส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน อิตาลี และสวีเดน

ที่มา : กองนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

พลิกโฉมเกษตรไทย: จากผู้ผลิตสู่ผู้ประกอบการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

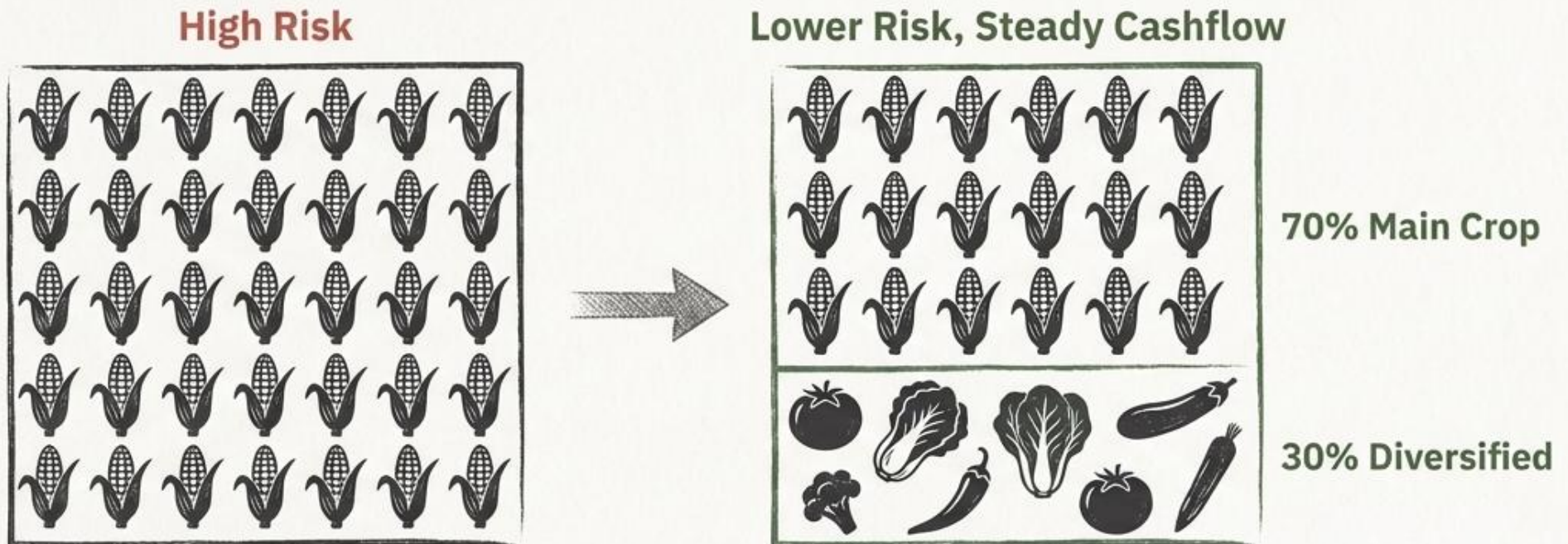


คาถา 1: ลดความเสี่ยงเชิงเดี่ยว

เกษตรผสมผสาน (Integrated Farming)

ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพิงพืชชนิดเดียว ซึ่งอาจเสียหายทั้งหมดจากสภาพอากาศหรือราคาตกต่ำ

แบ่งพื้นที่อย่างน้อย 30% สำหรับปลูกพืชระยะสั้นหรือผักสวนครัว เพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนรายวัน/รายสัปดาห์ ช่วยเสริมสภาพคล่อง



คาถา 2: ทำน้อย ได้มาก

เกษตรแม่นยำ ลดต้นทุน เพิ่มกำไร

- ตรวจสอบค่าดินก่อนใส่ปุ๋ย (ใส่เท่าที่จำเป็น)
- ใช้เทคโนโลยีช่วย เช่น โดรนพ่นยา/ปุ๋ย เพื่อลดการสูญเสียและลดต้นทุนแรงงาน



คาถา 3: รวมกลุ่มเพิ่มพลัง

การรวมกลุ่มขาย (Collective Selling)

เพื่อ : เพิ่มอำนาจต่อรอง ทั้งในการซื้อปัจจัยการผลิตในราคาที่ถูกลง และการขายผลผลิตไม่ให้ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา

..เข้าร่วมหรือจัดตั้งกลุ่มในรูปแบบ แปลงใหญ่ หรือ วิสาหกิจชุมชน..

รายเดี่ยว



รวมกลุ่ม



คาถา 4: จากเกษตรเชิงปริมาณสู่เชิงคุณค่า

เปลี่ยนจากวิถีเดิมด้วยแนวคิด และวิธีการใหม่ เรียนรู้ และใช้
โอกาสทางการตลาดนำการผลิต



เน้นปริมาณ
(Focus on Quantity)



ราคาถูก
(Low Price)



ผู้ตามราคาตลาด
(Price Taker)



เน้นคุณภาพและเรื่องราว
(Focus on Quality & Story)



สินค้ามูลค่าสูง
(High-Value Product)



ผู้กำหนดราคา
(Price Setter)

ทิศทางเกษตรกรรมไทย: พลิกความท้าทายสู่โอกาสแห่งอนาคต

ภาคเกษตรกรรมไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากปัจจัยรอบด้าน ทั้งสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี การปรับตัวโดยมุ่งเน้นความยั่งยืนและนวัตกรรมจึงเป็นหัวใจสำคัญเพื่อสร้างความมั่นคงในอนาคต

ความท้าทายรอบด้านที่ต้องเผชิญ



**สังคมสูงวัยและ
ขาดแคลนแรงงาน**

แรงงานภาคเกษตรลดลงและมีอายุมากขึ้น
ทำให้ต้นทุนค่าจ้างสูงขึ้น

**วิกฤตสภาพภูมิอากาศ
และสิ่งแวดล้อม**



ภัยธรรมชาติรุนแรงขึ้นและความหลากหลาย
ทางชีวภาพลดลง กระทบความมั่นคงทางอาหาร



เศรษฐกิจโลกและกติกการค้าใหม่

ต้นทุนพลังงานผันผวนและมีการใช้มาตรการสิ่งแวดล้อมเป็นกำแพงภาษี



ทิศทางการปรับตัวเพื่อความยั่งยืน

**มุ่งสู่เกษตรยั่งยืน
และแม่นยำ**

เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตที่เป็น
มิตรต่อสิ่งแวดล้อมและฟื้นฟู
ความหลากหลาย



นำเทคโนโลยีเทคโนโลยีเกษตร
แต่เน้นเน้นเติบโตแบบผลผลิต
คุณภาพ และมูลค่าสินค้า

**ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี
และนวัตกรรม**

นำเทคโนโลยี AI, IoT มาใช้เพิ่มผลผลิต
คุณภาพ และมูลค่าสินค้า



ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่

ตลาดต้องการสินค้าคุณภาพ ปลอดภัย ใส่ใจสุขภาพ และรักโลกมากขึ้น



โลกเปลี่ยน เกษตรกรต้องปรับ

ความจำเป็นเชิงโครงสร้างในการเปลี่ยนผ่านจาก ‘ผู้ผลิต’
สู่ ‘ผู้ประกอบการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม’

การเปลี่ยนผ่านที่จำเป็น: จาก 'ผู้ผลิต' สู่ 'ผู้ประกอบการเกษตร'

เกษตรกรแบบเดิม (The Traditional Farmer)



บทบาท: ผู้ผลิตวัตถุดิบ

ความเสี่ยง: รับความเสี่ยง

ตลาด: พึ่งพาตลาด

สินทรัพย์: ใช้ที่ดิน

ผู้ประกอบการเกษตร (The Agricultural Entrepreneur)



บทบาท: ผู้จัดการธุรกิจ

ความเสี่ยง: บริหารความเสี่ยง

ตลาด: สร้างตลาด

สินทรัพย์: สร้างมูลค่าจากที่ดิน

อนาคตที่เลือกได้

เกษตรกรแบบเดิม vs. ผู้ประกอบการเกษตร



เกษตรกรแบบเดิม (Traditional Farmer)



ความเสี่ยงสูง

การทำเกษตรเชิงเดี่ยว ทำให้พึ่งพาพืชชนิดเดียว



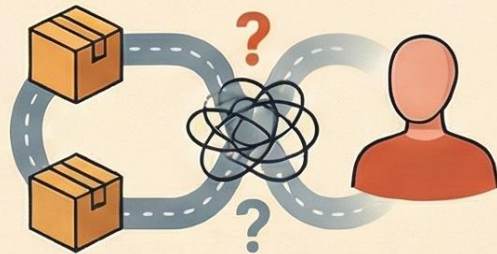
ต้นทุนสูง

ต้องพึ่งพาสารเคมีในการเพาะปลูก



เป็นผู้รับราคา (Price Taker)

ไม่มีอำนาจในการกำหนดราคาสินค้าของตนเอง



ตรวจสอบที่มาไม่ได้

ขาดความน่าเชื่อถือและตรวจสอบย้อนกลับไม่ได้



ผู้ประกอบการเกษตร (Agripreneur)



ยืดหยุ่น

ทำเกษตรผสมผสานหรือวนเกษตร ลดความเสี่ยง



ต้นทุนต่ำ

พึ่งพาตนเองและใช้วิถีทางชีวภาพ



เป็นผู้กำหนดราคา (Price Maker)

มีอำนาจต่อรองและสามารถกำหนดราคาได้



โปร่งใส ตรวจสอบได้ (Traceable)

สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคผ่านการตรวจสอบย้อนกลับ

พลิกโฉมเกษตรกรไทย: จากผู้ผลิตสู่ผู้ประกอบการยุคใหม่

เพื่อนำเสนอแนวทางการปรับตัวสำหรับเกษตรกรในการเปลี่ยนสถานะจากผู้ผลิตสู่การเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตรที่ทันสมัยและยั่งยืน

การเปลี่ยนผ่านจาก “ผู้ผลิต” สู่ “ผู้ประกอบการ” ในภาคเกษตรกรรม คือการยกระดับจากการปลูกพืชผลไปสู่การบริหารธุรกิจอย่างเต็มตัว โดยต้องอาศัยกลยุทธ์สำคัญ 3 ด้าน เพื่อสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขัน

1. สร้างฐานที่มั่นคงด้วย “เกษตรที่ยึดหยุ่น”

บริหารจัดการความเสี่ยง

วางแผนรับมือกับความไม่แน่นอน เช่น สภาพอากาศและตลาด

ใช้เทคโนโลยีสีเขียว

ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืน



2. ขับเคลื่อนธุรกิจด้วย “เกษตรที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี”

พัฒนาสู่เกษตรแม่นยำ

ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการผลิต เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สร้างสินค้ามูลค่าสูง

แปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มกำไรและขยายตลาด



ระบบบริหารจัดการที่ทันสมัย เหมาะสมกับธุรกิจ

การบันทึกข้อมูลและการตรวจสอบย้อนกลับ

3. ตอบโจทย์ตลาดด้วย “เกษตรที่ตอบสนองต่อคุณภาพชีวิต”

เน้นคุณภาพและความปลอดภัย สร้างแบรนด์ที่น่าเชื่อถือ

สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค ด้วยมาตรฐานสากล

ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและจดจำในตลาด

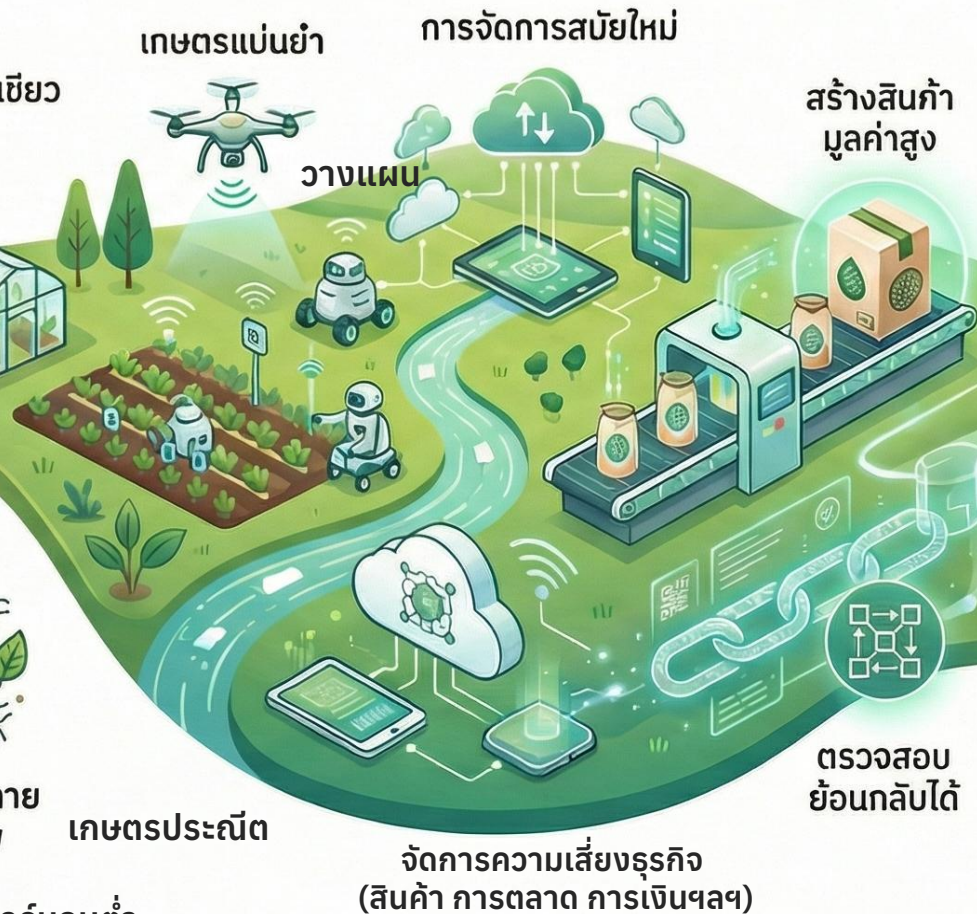


ตัวอย่างกิจกรรมใน 3 แนวทางหลักการปรับตัว

1. เกษตรที่ยืดหยุ่น



2. เกษตรที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี



3. เกษตรที่ตอบสนองต่อคุณภาพชีวิต



นิยามผู้นำแห่งอนาคต: "ผู้ประกอบการเกษตรที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม"

"ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกษตรโดยคำนึงถึงผลกระทบทาง
สิ่งแวดล้อม, ความยั่งยืน, และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ
พร้อมสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมไปพร้อมกัน"



คิดเชิงธุรกิจ +
ความรู้เกษตร



ใช้นวัตกรรมและข้อมูล
(Smart Farming)



มุ่งเน้นประสิทธิภาพ-
ลดต้นทุน-เพิ่มมูลค่า



มองหาโอกาสใหม่ในตลาด



4 กลุ่มประเภทผู้ประกอบการเกษตรในห่วงโซ่อุปทาน

ผู้ประกอบการด้านปัจจัยการผลิต (Input Producers)

- เน้น: การผลิตสินค้าและบริการที่เป็นปัจจัยสำคัญในการทำฟาร์ม
- ตัวอย่าง: ธุรกิจผลิตเมล็ดพันธุ์พืช/สัตว์คุณภาพสูง, ธุรกิจผลิตปุ๋ยชีวภาพ/ปุ๋ยอินทรีย์, ธุรกิจผลิตและจำหน่ายเครื่องมือ/อุปกรณ์การเกษตรที่ใช้เทคโนโลยี (เช่น เซ็นเซอร์ IoT, โดรน)

ผู้ประกอบการผลิตระดับฟาร์ม (Farm-Level Producers)

- เน้น: การผลิตผลผลิตทางการเกษตรโดยตรง (ปลูกพืช/เลี้ยงสัตว์) แต่ใช้หลักการทางธุรกิจ
- ตัวอย่าง: เจ้าของฟาร์มอัจฉริยะ (Smart Farm), เกษตรกรผู้ปลูกพืชเฉพาะทางที่มีมูลค่าสูง (Specialty Crop Farming) เช่น ผักอินทรีย์, ผลไม้หายาก, หรือการทำเกษตรแนวตั้ง (Vertical Farming)

ผู้ประกอบการด้านการแปรรูปและการตลาด (Processing and Marketing)

- เน้น: การนำผลผลิตจากฟาร์มมาเพิ่มมูลค่าและจัดการการจำหน่าย
- ตัวอย่าง: ธุรกิจแปรรูปผลไม้เป็นเครื่องดื่ม, ธุรกิจผลิตอาหารสำเร็จรูปจากวัตถุดิบเกษตร, ธุรกิจร้านอาหารแบบ Farm-to-Table หรือการสร้างแบรนด์สินค้าเกษตรเพื่อส่งออก

ผู้ประกอบการด้านบริการทางการเกษตร (Service Providers)

- เน้น: การให้บริการเพื่อสนับสนุนการทำฟาร์ม
- ตัวอย่าง: บริการรับจ้างไถและหว่านด้วยเครื่องจักรขนาดใหญ่, บริการให้คำปรึกษาด้านการจัดการฟาร์ม/การเงิน, บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri-tourism), Agri-Tech Startups ที่พัฒนาซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเพิ่มผลผลิต





5 รูปแบบธุรกิจการเกษตรในประเทศไทย



1. กิจการเจ้าของคนเดียว

เจ้าของคนเดียวมีกรรมสิทธิ์
และรับผิดชอบหนี้สินทั้งหมด
ต้องจดทะเบียนพาณิชย์
ภายใน 30 วัน



2. วิสาหกิจชุมชน

การรวมตัวของชุมชนเพื่อ
จัดการทุนร่วมกัน
ต้องยื่นจดทะเบียนกับกรม
ส่งเสริมการเกษตร



3. สหกรณ์การเกษตร

กลุ่มเกษตรกรรวมตัวกันเป็นนิติ
บุคคลเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
และแก้ไขปัญหาการประกอบอาชีพ



4. บริษัทจำกัด

การรวมเอดคนแต่ละเท่า
มีผู้ถือหุ้น 3 ถึง 99 คน
รับผิดชอบจำกัดไม่เกินค่าหุ้นที่
ยังชำระไม่ครบ



5. บริษัทมหาชนจำกัด

มีผู้ถือหุ้น 15 คนขึ้นไป
สามารถเสนอขายหุ้นให้กับ
ประชาชนทั่วไปได้

เกษตรสีเขียวด้วยหลัก ESG

แนวทางการประยุกต์ใช้หลัก ESG ในภาคเกษตรกรรม
เพื่อความยั่งยืนและเพิ่มผลกำไร

E - สิ่งแวดล้อม (Environment)

ปรับปรุงดิน ลดมลพิษ

ใช้ปุ๋ยอินทรีย์แทนปุ๋ยเคมี
และทำปุ๋ยหมักแทนการเผา



อนุรักษ์ทรัพยากร

ประหยัดน้ำด้วยระบบน้ำหยด
และหันมาใช้พลังงานสะอาด



S - สังคม (Social)

ดูแลแรงงานอย่างเป็นธรรม

จ่ายค่าแรงที่ยุติธรรม มีสวัสดิการ
และจัดหาอุปกรณ์ป้องกันอันตราย



เกื้อกูลชุมชน

แบ่งปันความรู้ให้คนใน
ชุมชนและเคารพสิทธิ
ท้องถิ่น



G - ธรรมาภิบาล (Governance)

โปร่งใส ตรวจสอบได้

บันทึกข้อมูลการผลิตอย่างครบถ้วน
เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้



ดำเนินงานอย่างซื่อสัตย์

ใช้สารเคมีที่ถูกต้องกฎหมายและยึดหลัก
ความซื่อสัตย์ทางค้า



ผลลัพธ์ที่ยั่งยืน (Sustainable Outcomes)



เพิ่มรายได้ ลดต้นทุน

ขายผลผลิตได้ราคาก็ขึ้น และช่วยลด
ต้นทุนการผลิตในระยะยาว



ผลผลิตมั่นคง ดินสมบูรณ์

คุณภาพดินดีทำให้ได้ผลผลิตที่มี
คุณภาพและยั่งยืน



เข้าถึงแหล่งทุนง่ายขึ้น

เพิ่มโอกาสในการได้รับสินเชื่อ
ดอกเบี้ยพิเศษจากธนาคาร

แนวทางการพัฒนา จากเกษตรกรสู่ “ผู้ประกอบการเกษตร”



ขั้นตอนที่ 1: เปลี่ยนกรอบความคิด - จุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุด

การเดินทางไม่ได้เริ่มต้นในแปลงเกษตร แต่เริ่มต้นในความคิด
จาก 'ผู้ผลิต' สู่ 'เจ้าของธุรกิจ'

ปลูกแล้วขาย



ขายอะไร
ปลูกอย่างนั้น

เริ่มต้นถามคำถามเหล่านี้กับตัวเองเสมอ:

1. ใครคือลูกค้าของเรา?
2. ลูกค้าต้องการอะไร?
3. ทำไมเขาต้องซื้อจากเรา?



เรียนรู้จากคนที่สำเร็จ:

ไปดูงาน พูดคุย แลกเปลี่ยน



เข้าร่วมเครือข่าย: หาเพื่อนร่วมทาง

ขั้นตอนที่ 2-3: สำรวจตัวเองให้รู้จริง และเพิ่มประสิทธิภาพให้แกร่ง

ก่อนจะก้าวไปข้างหน้า เราต้องยืนให้มั่นคงเสียก่อน รู้ว่าเรามีอะไร และทำสิ่งที่มียู่ให้ดีที่สุด

ขั้นตอนที่ 2: สำรวจตัวเอง

ตรวจสอบทรัพยากร 5 ด้าน



ที่ดินและทรัพยากร: ดิน น้ำ เหมาะกับพืชชนิดไหน?



แรงงานและทักษะ: ใครทำอะไรได้บ้าง? มีทักษะพิเศษไหม?



ทุนและสินทรัพย์: มีเงินทุนเท่าไร? มีอุปกรณ์อะไร?



ตลาดและเครือข่าย: ตอนนี้ขายให้ใคร? รู้จักใครบ้าง?



ความรู้และข้อมูล: เข้าถึงข้อมูลตลาดและแหล่งเรียนรู้ได้ไหม?

ขั้นตอนที่ 3: ลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพ

กลยุทธ์สร้างความมั่นคง



ลดต้นทุน: ทำปุ๋ยหมักใช้เอง
เก็บเมล็ดพันธุ์



ลดความเสี่ยง: ไม่ปลูกพืชเดียว
แบ่งพื้นที่ 20-30% ทดลองพืชอื่น



เก็บข้อมูล: บันทึกต้นทุน-ผลผลิต-ราคาขาย
เพื่อการตัดสินใจ

(หมายเหตุ* เป็นตัวอย่างการตรวจสอบเบื้องต้น)

ขั้นตอนที่ 4: ทดลองตลาดใหม่ เริ่มจากก้าวเล็กๆ ที่มั่นคง

อย่าเพิ่งทิ้งตลาดเดิมทั้งหมด! ค่อยๆ ขยายช่องทางใหม่เพื่อเรียนรู้และสร้างความมั่นใจ

ทดลองผลิตในพื้นที่บางส่วน
ทดลองขายในตลาดใกล้บ้าน

เรียนรู้จากการลงมือทำจริงก่อน
ขยายกิจการ



ฟังเสียงลูกค้าเสมอ: เขาชอบอะไร ไม่ชอบอะไร ต้องการอะไรเพิ่ม?

ขั้นตอนที่ 5: หัวใจของการสร้างกำไร - 'การสร้างมูลค่าเพิ่ม'

อย่าขายแค่ 'ผลผลิต' แต่จงขาย 'คุณค่า' นี่คือนิสัยที่ทำให้สินค้าของคุณแตกต่างและได้ราคาดีขึ้น



แปรรูป (Processing)

อบแห้ง (สมุนไพร, ผลไม้),
ทำน้ำผลไม้, ดอง,
บรรจุถุงพร้อมใช้



เพิ่มมาตรฐาน (Standardizing)

ปลูกแบบปลอดสาร/อินทรีย์
ได้มาตรฐาน GAP/PGS
คัดขนาด/คุณภาพ
ทำบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม



สร้างเรื่องราว (Storytelling)

เล่าที่มาของฟาร์ม,
ถ่ายทอดวิถีการปลูกที่ใส่ใจ
เน้นจุดขาย (เช่น รักษาสิ่งแวดล้อม)

ขั้นตอนที่ 6: สร้าง 'แบรนด์' และระบบการขายที่น่าเชื่อถือ

เปลี่ยนจาก 'การขายเป็นครั้งคราว' สู่ 'การมีลูกค้าประจำ'
แบรนด์คือคำสัญญาที่คุณให้กับลูกค้า

1. ตัวตนของแบรนด์ (Brand Identity)

-  ชื่อแบรนด์ที่น่าจดจำ (เช่น ไร่สุขใจ, ฟาร์มป่าแดง)
-  โลโก้เรียบง่าย

2. ช่องทางสื่อสาร (Communication)

-  เพจ Facebook: โพสต์สม่ำเสมอ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์
-  LINE Official Account: ไว้รับออเดอร์โดยตรง

3. ระบบสั่งซื้อ-จัดส่ง (Order System)

-  กำหนดวันรับออเดอร์และวันส่งของที่ชัดเจน
-  หาพาร์ทเนอร์ขนส่งที่ไว้วางใจได้

4. การดูแลลูกค้า (Customer Care)

-  ตอบข้อความรวดเร็ว คุณภาพคงที่
-  ขอบคุณลูกค้า สร้างความสัมพันธ์



ขั้นตอนที่ 7: รวมกลุ่มเพื่อความแข็งแกร่ง

“ไม่เดินคนเดียว หาเพื่อนร่วมทาง สร้างเครือข่าย”

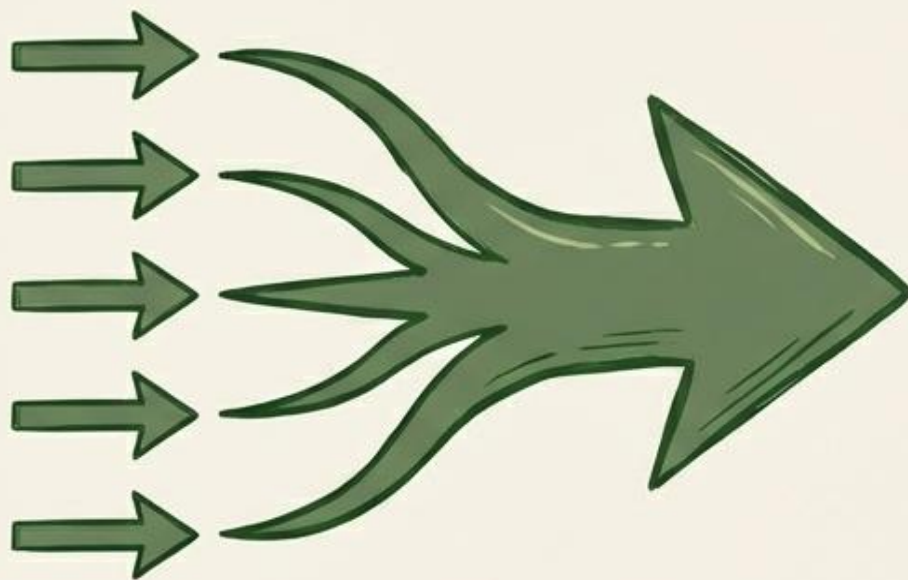
การทำธุรกิจเกษตรไม่ใช่เรื่องง่าย การรวมพลังกับเพื่อนเกษตรกรช่วยลดความเสี่ยงและเปิดประตูสู่โอกาสที่ใหญ่ขึ้น



ลดต้นทุน: ซื้อปัจจัยการผลิต
และใช้เครื่องมือร่วมกัน



แบ่งปันความรู้:
แลกเปลี่ยนเทคนิคและวิธีแก้ปัญหา



เพิ่มอำนาจต่อรอง:
เจรจาราคากับผู้รับซื้อรายใหญ่

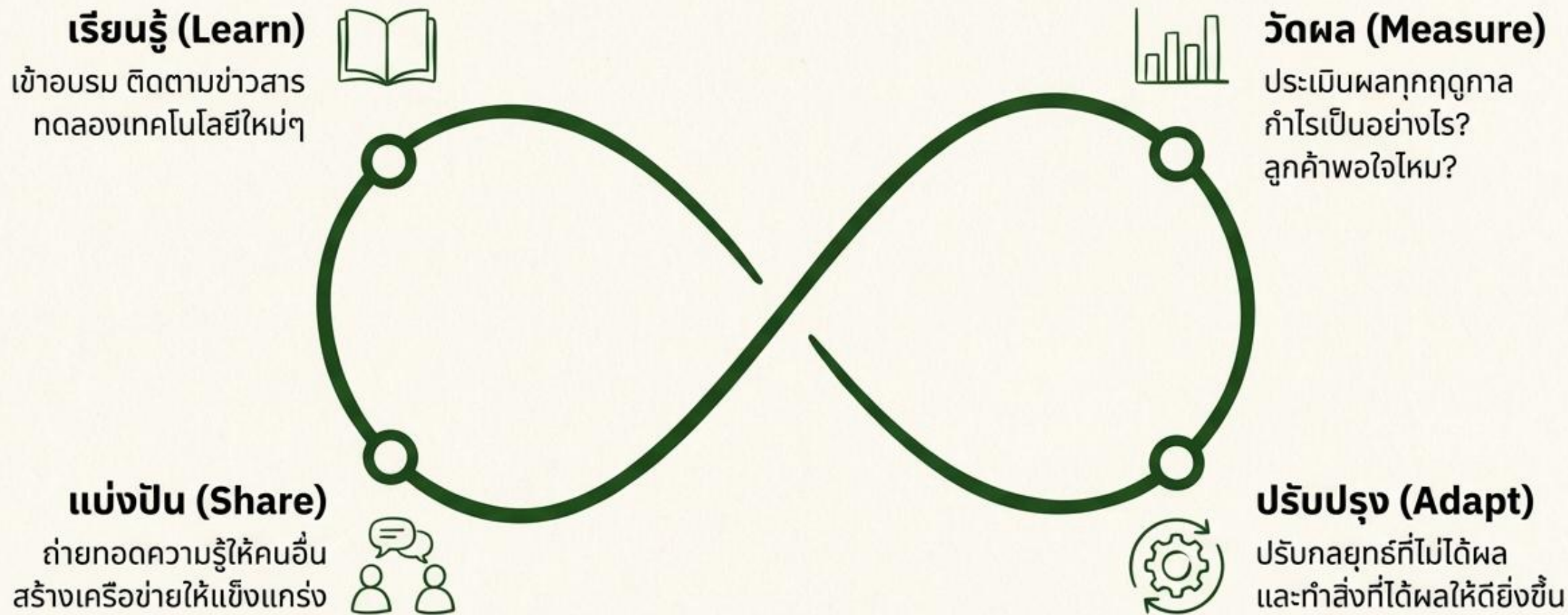


เข้าถึงตลาดใหญ่:
มีปริมาณสินค้ามากพอที่จะ
ส่งห้างหรือโรงแรม

รูปแบบ: เริ่มจากกลุ่มไม่เป็นทางการ 5-10 ราย, พัฒนาสู่ วิสาหกิจชุมชน หรือ สหกรณ์

ขั้นตอนที่ 8: พัฒนาไม่หยุดยั้ง เพื่ออนาคตที่ยั่งยืน

โลกเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จคือผู้ที่เรียนรู้และปรับตัวอยู่เสมอ

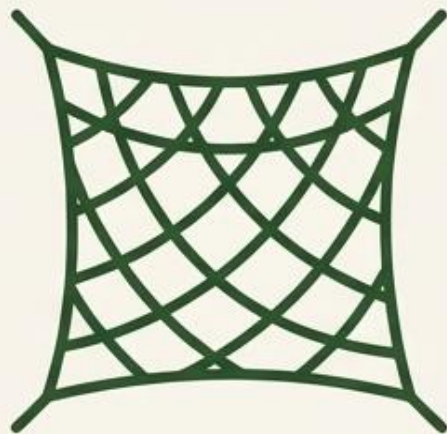


ข้อควรระวัง: เดินทางอย่างชาญฉลาดและปลอดภัย



อย่าเร่งรีบเกินไป

การเปลี่ยนแปลงนี้ใช้เวลา 3-5 ปี ไม่ต้องทำทุกอย่างพร้อมกัน เริ่มจากขั้นตอนที่ 1-3 ให้มันคงก่อน



อย่าเพิ่งทิ้งรายได้เดิม

ในระหว่างที่ทดลองตลาดใหม่ ให้ยังคงขายในช่องทางเดิมควบกันไป ค่อยๆ ลดสัดส่วนลงเมื่อช่องทางใหม่เริ่มมั่นคง



ขอความช่วยเหลือเป็น

คุณไม่ได้อยู่คนเดียว มีหน่วยงานพร้อมช่วยเหลือ เช่น ส่งเสริมการเกษตร, พาณิชย์จังหวัด, มหาวิทยาลัยในพื้นที่

กุญแจ 6 ดอกสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตร



เปลี่ยนความคิด:
จาก 'เกษตรกร' เป็น
'นักธุรกิจเกษตร'



เริ่มเล็กๆ:
ทดลองก่อนเสมอ
ไม่เสี่ยงทั้งหมด



สร้างมูลค่า:
อย่าขายแค่ผลผลิต
แต่ขาย 'คุณค่า'



รวมพลัง:
ทำเป็นกลุ่ม แข็งแกร่ง
กว่าทำคนเดียว



อดทน:
การเปลี่ยนแปลงต้อง
ใช้เวลา 3-5 ปี



เรียนรู้ตลอดชีวิต:
โลกเปลี่ยน
เราต้องปรับตัวตาม

ตลาด Wellness Food คือ ‘โอกาสทอง’ สำหรับผู้ที่พร้อมปรับตัว

“ตลาด **Wellness Food**
คือโอกาสทองสำหรับเกษตรกรผู้ประกอบการ
ที่พร้อมปรับเปลี่ยนสู่การผลิตที่เน้น
คุณภาพ ความปลอดภัย และความยั่งยืน
ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในยุคปัจจุบัน”

ตัวอย่าง กลุ่มสินค้าที่มีแนวโน้มโดดเด่นในตลาด Wellness



โปรตีนทางเลือก (Alternative Protein)

โปรตีนจากพืชหรือแมลง
เนื่องจากใช้ทรัพยากรต่ำ (Low FCR)
ตอบโจทย์ **Food Security**



อาหารฟังก์ชันและ โภชนาการสูง

ผักพื้นบ้านที่มีสาร
Bioactive Compounds สูง
และทนทานต่อสภาพอากาศ



สินค้า Zero-Waste / คาร์บอนต่ำ

การแปรรูปผลผลิตเหลือทิ้งเป็น
Upcycled Food หรือการ
ผลิตจากระบบวนเกษตร

สินค้าศักยภาพจากเกษตรกรรมยั่งยืน

อาหารสุขภาพ (Wellness Food)



ผัก/ผลไม้อินทรีย์, สมุนไพรสด/แห้ง, Superfoods

โปรตีนยั่งยืน (Sustainable Protein)



ไข่/ไก่อินทรีย์เลี้ยงปล่อย, ปลาจากบ่อวนเกษตร, โปรตีนจากพืช

สินค้าพรีเมียม (Premium Products)



กาแฟอินทรีย์จากระบบวนเกษตร, โกโก้ Agroforestry, น้ำผึ้งชันโรง, ข้าว GI

สินค้าเพิ่มมูลค่าจากของเหลือใช้ (Upcycled)



ปุ๋ยหมักคุณภาพสูง, ไบโอดี, ภาชนะจากใบไม้, เชื้อเพลิงชีวมวล

สินค้าศักยภาพจากเกษตรกรรมยั่งยืน

สมุนไพรและเครื่องสำอาง



ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว, สารสกัดธรรมชาติ, น้ำมันหอมระเหย

สินค้าเพื่อสุขภาพดินและระบบนิเวศ



จุลินทรีย์ท้องถิ่น (EM), สารชีวภัณฑ์, เมล็ดพันธุ์พื้นเมือง

สินค้ากลุ่มไม้ (Wood Products)



ไม้เศรษฐกิจโตเร็ว, ไม้ไผ่อัดรีด, เฟอร์นิเจอร์

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรและบริการ



แพ็คเกจเที่ยวฟาร์ม, Workshop ทำปุ๋ยหมัก, Homestay ชุมชน

พยากรณ์ตลาดผักในเอเชีย 2026: 5 เทรนด์หลักที่ต้องรู้



ผักสดพร้อมปรุง/พร้อมทาน:
ตอบโจทย์ความสะดวกสบาย
ของคนเมือง (คาดโต >10%
ต่อปี)



ผักปลอดสารและออร์แกนิก:
70% ของผู้บริโภคในเอเชีย
พร้อมจ่ายแพงขึ้นเพื่อความ
ปลอดภัย



เทรนด์ Plant-Based
ยังคงมาแรง:
คาดเติบโตเฉลี่ยปีละ 12%



ผักนวัตกรรมคุณค่าสูง:
เช่น ไมโครกรีน, ผักเสริม
ภูมิคุ้มกัน



ความยั่งยืนในทุกมิติ:
ตั้งแต่ฟาร์มประหยัดน้ำไปจนถึง
บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลได้

✎ ดาวร่วง (Falling Stars): กลุ่มพีชความเสี่ยงสูงที่ต้องทบทวน

พีชเชิงเดี่ยวที่พึ่งน้ำฝน

ตัวอย่าง:

ข้าวนาปรัง
(นอกเขตชลประทาน)



ความเสี่ยง: ภัยแล้งรุนแรง
อาจขาดทุนยับเยินหากน้ำ
ต้นทุนไม่พอ

พีชที่ตกเกณฑ์สิ่งแวดล้อม

ตัวอย่าง: อ้อย,
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
(ที่ยังใช้วิธีเผา)



ความเสี่ยง: โรงงานกด
ราคาหรือไม่รับซื้อ
เนื่องจากไม่สามารถส่งออกได้

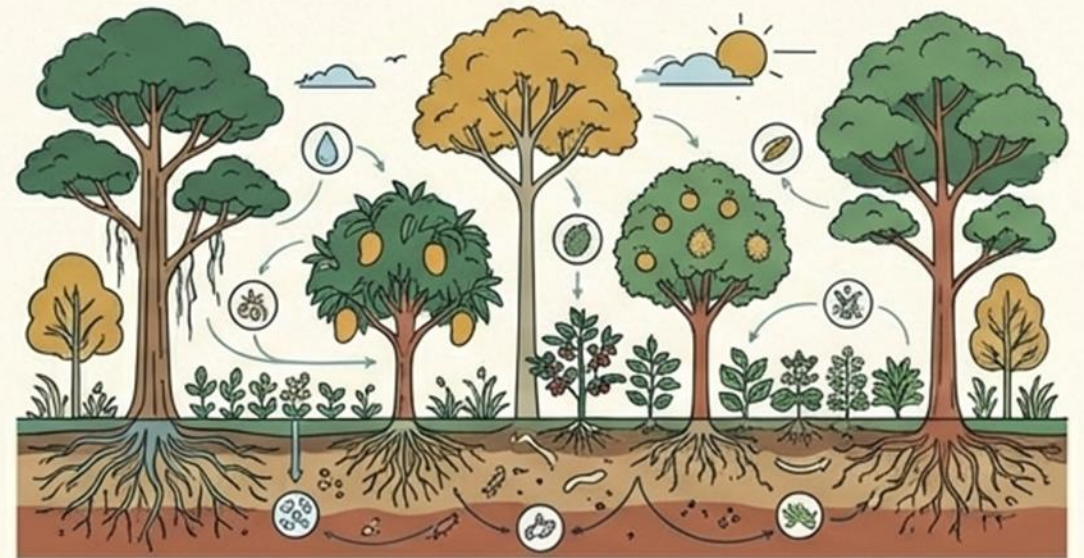
พีชกระแสะระยะสั้น

ตัวอย่าง: ไม้ด่าง,
ไม้ประดับตาม
กระแส



ความเสี่ยง: ฟองสบู่แตกแล้ว
ตลาดเหลือเพียงกลุ่มเฉพาะ

ตัวอย่าง: แนวทางการจัดการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



ตัวอย่างที่ 1:

แนวทางการจัดการข้าวพื้นเมืองมูลค่าสูง

ขั้นตอนที่ 1: การผลิต - ปลูกข้าวอินทรีย์ ไม่พื้งเคมี



บำรุงดิน: ใช้ปุ๋ยพืชสดและปุ๋ยอินทรีย์แทนปุ๋ยเคมีอย่างเคร่งครัด เพื่อคืนความสมบูรณ์ให้ดิน



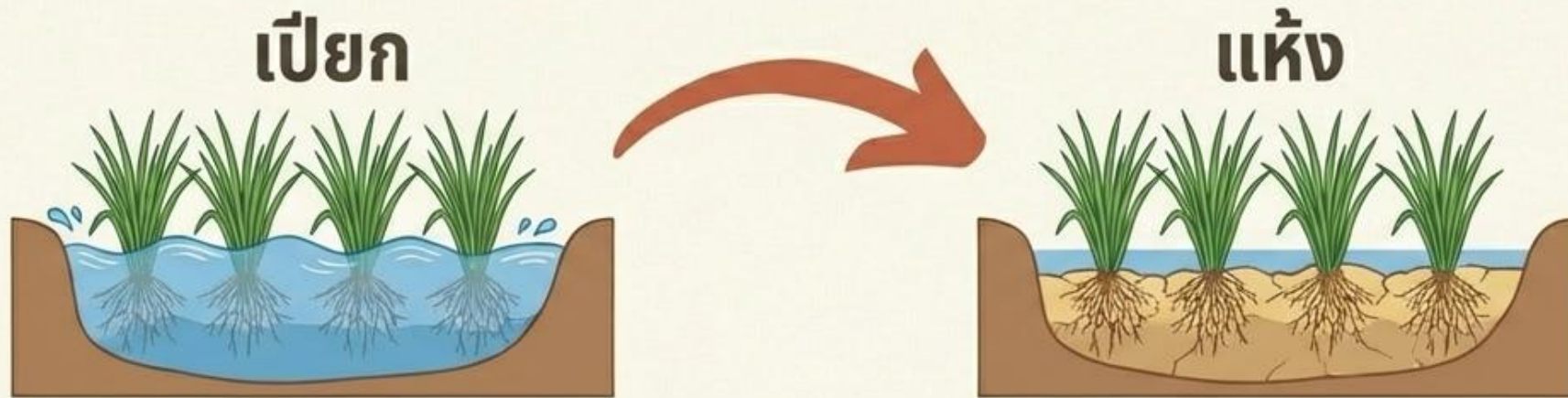
ข้าวแข็งแรง: เมื่อดินดี ข้าวจะแข็งแรง ต้านทานโรคและแมลงได้เอง



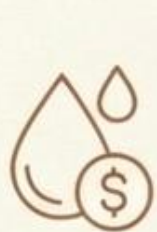
เป้าหมายชัดเจน: การทำเกษตรอินทรีย์นำไปสู่การขอ 'การรับรอง' (Certification) ซึ่งสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 2: การจัดการ - บริหารน้ำอย่างชาญฉลาด

เทคนิค ‘เปียกสลับแห้ง’ (Alternate Wetting and Drying): คือการจัดการน้ำในนาข้าวโดยปล่อยให้ น้ำแห้งเป็นช่วงๆ สลับกับการขังน้ำตามปกติ



ประโยชน์ 3 ต่อ



1. ประหยัดน้ำ:
ลดการใช้น้ำและ
ลดต้นทุนค่าสูบน้ำ



2. ลดโลกร้อน:
ลดการปล่อยก๊าซมีเทน (CH₄)
ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกที่รุนแรง



3. ข้าวแข็งแรงขึ้น:
รากข้าวหยั่งลึก
หาอาหารได้เก่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 3: การแปรรูป - สีข้าวอย่างไรให้ได้ราคาดี



ควบคุมคุณภาพเอง: ใช้เครื่องสีข้าวขนาดเล็กหรือขนาดกลางในชุมชน



สีแบบ ‘ข้าวกึ่งกล็อง’ (Semi-Milled): เป็นการสีที่ยังคงคุณค่าสารอาหารและใยอาหารไว้ให้มากที่สุด



ตอบโจทย์คนรักสุขภาพ (Wellness): ข้าวประเภทนี้มีคุณค่าทางโภชนาการสูง เช่น ใยอาหารและสารต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาด



ตัวอย่างพันธุ์ข้าว: ข้าวหอมมะลิแดง, ข้าวไรซ์เบอร์รี่, ข้าวสินเหล็ก, ข้าวสังข์หยด



ข้าวกึ่งกล็อง

ขั้นตอนที่ 4: การตลาด - ขาย 'เรื่องราว' ไม่ใช่แค่ขายข้าว



สร้างแบรนด์ของตัวเอง: ตั้งชื่อที่น่าจดจำ
บอกเล่าเรื่องราวการปลูกที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม



ใช้เทคโนโลยีสร้างความเชื่อมั่น:

ติด 'QR Code' บนบรรจุภัณฑ์
ให้ลูกค้าสแกนเพื่อตรวจสอบย้อนกลับไป
ถึงแหล่งที่มาของการผลิตได้



เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Marketing): ขายตรงให้ผู้บริโภค, ร้านอาหารสุขภาพ
หรือโรงพยาบาลที่ต้องการวัตถุดิบคุณภาพสูง



ตัวอย่างที่ 2:

แนวทางการจัดการผักพื้นบ้านอายุยืน

ขั้นตอนที่ 1 : การผลิต – ปลูกผสมผสาน วนเกษตร ให้ธรรมชาติดูแล



ระบบ 'วนเกษตร' (Agroforestry):

ปลูกผักยืนต้น (เช่น ชะอม, สะตอ, เหลียง, ผักหวานบ้าน)

ร่วมกับไม้ผลหรือพืชสมุนไพร



สร้างระบบนิเวศที่สมดุล:

พืชต่างชนิดเกื้อกูลกัน ลดความ

จำเป็นในการใช้ยาฆ่าแมลง

และเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ

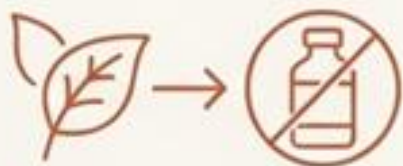


เก็บขายได้ตลอดปี: มีผลผลิต

หลากหลายชนิดให้เก็บเกี่ยวหมุนเวียน

สร้างรายได้ต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 2: การจัดการ - ปราบศัตรูพืชด้วยวิธีธรรมชาติ



ใช้ ‘การควบคุมทางชีวภาพ’:
แทนการใช้สารเคมี



ใช้สมุนไพรไล่แมลง:
ทำสารสกัดสมุนไพร (เช่น สะเดา,
ตะไคร้หอม) เพื่อใช้ป้องกันและขับไล่แมลง



ส่งเสริมศัตรูธรรมชาติ:
สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อแมลงดี
เช่น การปล่อยแมลงห้ำ/แมลงเบียน
เพื่อควบคุมหนอนและเพลี้ย



ผลลัพธ์: ผลผลิตปลอดภัย
คนปลูกก็ปลอดภัย คนกินก็มั่นใจ

ขั้นตอนที่ 3: การแปรรูป - เปลี่ยนผักพื้นบ้านเป็นผลิตภัณฑ์สุขภาพ



วัตถุดิบสด (Fresh Ingredient)



ผลิตภัณฑ์แปรรูป
(Processed Product)



เพิ่มมูลค่า (Value-Added)



- ผักพื้นบ้านหลายชนิดมีสรรพคุณทางยา ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญ
- การแปรรูปช่วยเพิ่มมูลค่าและยืดอายุการเก็บรักษา
- **ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ Wellness**: จาก “ใบเหียง” สู่ “ชาสมุนไพร” หรือ “ผักอบแห้ง”, ทำ “ผงผัก” สำหรับชงดื่มหรือเป็นส่วนผสมอาหาร, สกัดเป็น “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร”

ขั้นตอนที่ 4: การตลาด - ขายประสบการณ์ตรงจากสวน



- **ตลาด Food Wellness:** ขายความสดใหม่จากสวนที่ยังยืนให้ลูกค้าโดยตรง



- **ท่องเที่ยวเชิงเกษตร:** เปิดฟาร์มให้เป็นแหล่งเรียนรู้ จัดกิจกรรมเก็บผักทำอาหาร



- **ร้านอาหารในสวน (Farm-to-Table):** นำเสนอเมนูสุขภาพที่ทำจากวัตถุดิบปลอดสารพิษที่ปลูกเองในสวน สร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ





ตัวอย่าง เกษตรกรผู้ประกอบการเกษตร

1. ไร่สุขพ่วง #เกษตรอารมณ์ดี

https://youtu.be/HXrog0k15Lk?si=_HQR2hr1EEHqxWAY

2. ปลุกกำลังแปรรูป ให้โลกตะลึง! ที่ไร่สุขพ่วง

<https://youtu.be/KkRbUwTuKiY?si=hWDxnOkuAaijYn6V>

3. ปรับแนวคิดมาทำเกษตรอินทรีย์ ปีเดียวปลดหนี้ 7 แสน #เกษตรอารมณ์ดี

<https://youtu.be/LA7VbeYjCWA?si=DxuYs-VCpAu0bvbM>

จากผืนดินที่ขาดแคลน สู่ต้นแบบความยั่งยืน: ถอดรหัสความสำเร็จ ‘ไร่สุขพ่วง’

กรณีศึกษาการสร้างคุณค่าจากฐานทรัพยากรท้องถิ่น
สู่ธุรกิจเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

วิเคราะห์เกษตรกรกร ตัวอย่างที่ 1

ขอบคุณแหล่งข้อมูล

ไร่สุขพ่วง #เกษตรอารมณีดี

https://youtu.be/HXrog0k15Lk?si=_HQR2hr1EEHqxWAY

ปลูกทำสิ่งแปรรูป ให้โลกตะลึง! ที่ไร่สุขพ่วง

<https://youtu.be/KkRbUwTuKiY?si=hWDxnOkuAaijYn6V>

ถอดโมเดล "ไร้สุขพ่วง": เกษตรสร้างสรรค์ ปั่นชุมชนยั่งยืน

จัดการน้ำคือหัวใจหลัก

สระพื้นที่ 1 ใน 4 ทำแหล่งเก็บน้ำ
เพื่อให้มีน้ำใช้เพาะปลูกตลอดทั้งปี



พึ่งพาพลังงานสะอาด

ใช้โซลาร์เซลล์และเตาประหยัดพลังงาน
เพื่อลดต้นทุนและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



สร้างมูลค่าจากของดีท้องถิ่นสู่ชุมชน

แปรรูปตำสิ่งผง และเปิดศูนย์แปรรูป
ให้คนในชุมชนเข้ามาใช้ทรัพยากรร่วมกัน



4 ขั้นตอนสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรสีเขียว

ระบบเกษตรกรรมยั่งยืน (เกษตรฟื้นฟูเน้นสร้างระบบนิเวศที่ยั่งยืน)



1. เริ่มจาก “พอเพียง” สู่ “พาณิชย์”

สร้างแหล่งอาหารให้ครอบครัวมั่นคงก่อน
แล้วจึงขยายผลผลิตส่วนเกินสู่ธุรกิจ



2. ให้ความสำคัญกับ “แหล่งน้ำ”

หากพื้นที่แห้งแล้ง ต้องกล้าแบ่งพื้นที่มา
ทำแหล่งกักเก็บน้ำเป็นอันดับแรก



3. ค้นหา “ภูมิทรัพย์” ในท้องถิ่น

นำพืชพรรณที่ขึ้นง่ายในพื้นที่มาแปรรูปเพิ่มมูลค่า
แทนการขายสดเพียงอย่างเดียว



4. เลือกใช้ “เทคโนโลยีที่เหมาะสม”

ใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนและประหยัดพลังงาน
เช่น เครื่องอบลมร้อน หรือโซลาร์เซลล์

นวัตกรรมตำลึงผง ไร้สุขพ่วง: จากผักริมรั้วสู่ Superfood

ไร้สุขพ่วงได้ยกระดับ “ตำลึง” ผักพื้นบ้าน ด้วย 4 นวัตกรรมหลัก ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบที่ใส่ใจผู้สูงอายุ การอบที่คงคุณค่าทางอาหาร การบดละเอียดเพื่อสัมผัสที่ดีเยี่ยม ไปจนถึงการสร้างสรรคเป็นเครื่องดื่มสุขภาพทางเลือกใหม่



**คัดเลือกใบหนุ่มสาวเพื่อ
“ลดกรดยูริก”**

ทำให้ผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุ
และผู้ป่วยโรคเกาต์ได้ดีขึ้น



**อบอุณหภูมิต่ำ (55°C)
เพื่อ “คงคุณค่าสารอาหาร”**

รักษาสารต้านอนุมูลอิสระ
และเบต้าแคโรทีนไว้ได้สูงสุด



**บดละเอียดระดับไมครอนเพื่อ
“สัมผัสดูมัทะ”**

ละลายง่าย ไม่ساบคอ
เหมาะสำหรับทำเครื่องดื่มและอาหาร

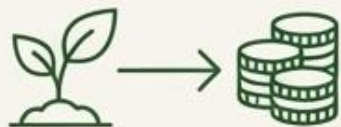


**สร้างสรรคเป็น
“เครื่องดื่มไร้คาเฟอีน”**

ตอบโจทย์ตลาด Wellness
ด้วยกลิ่นหอมคล้ายชาเขียว
แต่ไม่ขมและไม่กระทบการนอน

5 ขั้นตอนสู่การสร้างธุรกิจเกษตรที่ยั่งยืน

1



เริ่มจาก 'พอเพียง' สู่ 'พาณิชย์': สร้างความมั่นคงทางอาหารให้ครอบครัวก่อน แล้วจึงนำผลผลิตส่วนเกินมาต่อยอดเป็นธุรกิจ

2



จัดการน้ำเป็นอันดับแรก: หากพื้นที่แห้งแล้ง ต้องกล้าลงทุนสร้างแหล่งน้ำของตนเอง

3



มองหา 'ขุมทรัพย์' ในท้องถิ่น: สังเกตพืชที่เติบโตได้ดีในพื้นที่ แล้วคิดค้นวิธีแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า

4



ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม (Appropriate Tech): เลือกใช้เครื่องมือที่ไม่ซับซ้อนและประหยัดพลังงาน

5



สร้างเครือข่ายวิสาหกิจ: รวมกลุ่มเพื่อสร้างอำนาจต่อรอง และใช้ทรัพยากรร่วมกัน



วิเคราะห์เกษตรกร ตัวอย่างที่ 2

พิมพ์เขียวปราชญ์เกษตร

กรณีศึกษา: การพลิกฟื้นจากหนี้ 700,000 บาท สู่เกษตรกรเงินล้านด้วยเกษตรอินทรีย์บูรณาการ

คุณสุธรรม จันทรอ่อน: ปราชญ์เกษตรของแผ่นดิน

ขอบคุณแหล่งข้อมูล

ปรับแนวคิดมาทำเกษตรอินทรีย์ ปีเดียวปลดหนี้ 7 แสน #เกษตรอารมณ์ดี

<https://youtu.be/LA7VbeYjCWA?si=DxuYs-VCpAu0bvbM>

ถอดรหัสปราชญ์เกษตร: จากหนี้ 700,000 สู่มาร์เก็ตเงินล้านด้วยปรัชญาพอเพียง

ปัญหาเริ่มต้น

เกษตรกรเชิงเดี่ยวที่นำมาสู่ทางตัน
เดิมทำเกษตรเชิงเดี่ยวตามนโยบายรัฐเพื่อ
การส่งออก แต่สร้างปัญหาใหญ่

หนี้สินสะสม

700,000 บาท

สาเหตุ: ต้นทุนปัจจัยการผลิต (ปุ๋ยเคมี,
ยาฆ่าแมลง) และราคาผลผลิตที่ไม่แน่นอน



นวัตกรรมพลิกฟื้น

เปลี่ยนพื้นที่ 17 ไร่ให้เป็นระบบเกษตรอินทรีย์สมบูรณ์



นาข้าวอินทรีย์ร่วมกับเปิด

ปล่อยเปิด 20-30 ตัว/ไร่ เพื่อกำจัดวัชพืชและ
แมลงศัตรูพืช มูลเปิดเป็นปุ๋ยน้ำประสิทธิภาพสูง



เพาะต้นกล้าจากข้าวเมล็ดเดียว

พัฒนาเทคนิคเพาะกล้าในถาดหลุม
ข้าวเปลือก 1 กก. ปลูกได้ 5 ไร่



ข้าวเปลือก 1 กก. → ปลูกได้ 5 ไร่



การจัดการน้ำและแรงงาน

ใช้วิธีโยนกล้าและควบคุมระดับน้ำเพื่อลดการเกิดของวัชพืช ลด
การใช้แรงงานคนและเครื่องจักร การผลิตพืชหลากหลาย
ปลูกผักอินทรีย์ ไม้ผล และเลี้ยงปลา เพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนและ
ลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาผลผลิตชนิดเดียว

จุดเปลี่ยน:

หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง



เป้าหมาย
หลัก :
ลดต้นทุน

"ให้เหลือแต่ต้นทุน
ธรรมชาติ"

จุดเปลี่ยนสำคัญคือการเข้าศึกษาดูงานใน
พระราชวังสวนจิตรลดา

ผลลัพธ์แห่งการเปลี่ยนแปลง

ความสำเร็จที่วัดผลได้และยั่งยืน

เศรษฐกิจ

ปลดหนี้
700,000 บาท
ได้ภายใน 1 ปี



รายได้เพิ่มขึ้น
300%



ด้านสิ่งแวดล้อม



เลิกใช้สารเคมี 100%
ฟื้นฟูระบบนิเวศดินและ
น้ำ สร้างระบบนิเวศ
กันเองตามธรรมชาติ

ด้านความยั่งยืน

สร้างความสามารถในการ
ปรับตัวต่อวิกฤตภายนอกโดย
พึ่งพาปัจจัยภายในฟาร์ม

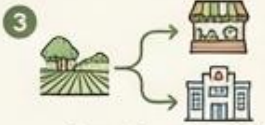
คิดแบบผู้ประกอบการเกษตร



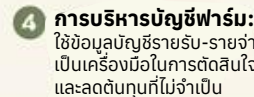
1 การวิจัยตลาด: เก็บข้อมูล
จนพบช่องว่างทางการตลาด
ของข้าวหอมมะลิในนครปฐม



2 การสร้างมูลค่าเพิ่ม:
แปรรูปข้าวเปลือกเป็น "ข้าวกล้อง"
และแพ็คเกจจำหน่ายเอง ทำให้รายได้
เพิ่มขึ้นถึง 300%



3 การจัดการช่องทางจำหน่าย:
เปลี่ยนจากระบบขายส่งที่ถูกกดราคา
มาเป็นการขายตรงสู่ผู้บริโภคผ่าน
ตลาดสีเขียวและโรงพยาบาล



4 การบริหารบัญชีฟาร์ม:
ใช้ข้อมูลบัญชีรายรับ-รายจ่าย
เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ
และลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น



5 ความรับผิดชอบต่อสังคม:
ส่งมอบอาหารที่
ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค และทำ
หน้าที่เป็นปราชญ์เกษตรเพื่อ
ส่งต่อความรู้ให้ชุมชน

พิมพ์เขียวสู่ความสำเร็จ: Checklist สำหรับผู้สนใจ

แนวทางปฏิบัติ 5 ข้อที่นำไปใช้ได้จริง

- ✓ ปรับใจและทำบัญชี: รู้สถานะหนี้สินและตั้งเป้าลดรายจ่ายเคมีเป็นอันดับแรก
- ✓ สำรวจตลาดก่อนปลูก: หาให้เจอว่าคนรอบข้าง "อยากซื้ออะไร" ไม่ใช่เรา "อยากปลูกอะไร"
- ✓ ออกแบบระบบพึ่งพา: วางแผนเลี้ยงสัตว์คู่กับการปลูกพืชเพื่อสร้างปุ๋ยและกำจัดศัตรูพืช
- ✓ ใช้นวัตกรรมทุนแรง: ใช้เทคนิคอย่างการโยนกล้าหรือเครื่องจักรขนาดเล็กเพื่อลดค่าแรง
- ✓ แปรรูปและขายเอง: พยายามเข้าถึงมือผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดเพื่อเก็บส่วนต่างกำไร

จากผืนดินปฎิรูป สู่มรดกที่อุดมสมบูรณ์ สำหรับคนรุ่นต่อไป

ขอขอบคุณ

ดร.อาทิตย์ยา พองพรหม

สำนักพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยี

สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.)

Email: dr.artit@hotmail.com

Tel. 091-379-9954



เอกสารนำเสนอนี้ ได้รับการสนับสนุนการสืบค้น เรียบเรียงเนื้อหา ภาพประกอบ และจัดทำสไลด์นำเสนอ โดย NootbookLM, Google AI , 15 -18 ธันวาคม 2568