



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

การพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์

สุภัทรา สงครามศรี

นักวิชาการ/นักวิจัยอิสระ

<https://orcid.org/0009-0001-8436-7437>

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจการผลิตผักไฮโดรโปนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และเสนอแนวทางที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์ในพื้นที่ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์จำนวน 5 ราย และการสนทนากลุ่มกับเกษตรกรและผู้ประกอบการจำนวน 10 ราย ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ มีศักยภาพในการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากกระแสการบริโภคที่ใส่ใจสุขภาพและการเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่ ที่เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทาย ได้แก่ ความรู้ด้านการตลาดที่จำกัด การจัดการการผลิต และการรับรองมาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices) ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขด้วยกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การตลาด และการจัดการ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ SWOT และพัฒนาแผนกลยุทธ์ด้วย TOWS Matrix

ผลการศึกษาพบว่า การใช้จุดแข็ง ได้แก่ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Smart Farm ช่องทางการตลาดออนไลน์ และเครือข่ายลูกค้าที่เข้มแข็ง สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจได้ นอกจากนี้ การแก้ไขจุดอ่อนโดยการพัฒนาองค์ความรู้ การสนับสนุนจากภาครัฐ และการปรับปรุงกระบวนการผลิต ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตอย่างยั่งยืน การศึกษานี้เสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก เช่น การนำเทคโนโลยีฟาร์มอัจฉริยะมาใช้ การขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคโดยตรง กลยุทธ์เชิงรับ เช่น การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์และการขอรับรองมาตรฐาน GAP และกลยุทธ์เชิงแก้ไข ได้แก่ การปรับปรุงกระบวนการผลิต และการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงาน กลยุทธ์เหล่านี้มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การขยายตลาด และการยกระดับความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การผลิตผักไฮโดรโปนิกส์, เทคโนโลยีฟาร์มอัจฉริยะ, การรับรองแนวทางปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP), การเติบโตอย่างยั่งยืน



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569
Kaonawat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

THE DEVELOPMENT OF BUSINESS STRATEGIES FOR HYDROPONIC VEGETABLE ENTERPRISES IN SURIN PROVINCE

Supattra Songkransri
Independent Researcher, Thailand
nim.dm5@gmail.com

Abstract

This study aimed to develop a business plan for hydroponic vegetable production in Surin Province, Thailand. The research focused on analyzing the business environment, identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats through a SWOT analysis, and proposing appropriate strategies to enhance the competitiveness of hydroponic vegetable enterprises in the region. A qualitative research approach was employed. Data were collected through in-depth interviews with five hydroponic vegetable business operators and a focus group discussion involving ten farmers and entrepreneurs. The data were analyzed using content analysis, SWOT analysis, and strategic planning through the TOWS Matrix. The findings revealed that hydroponic vegetable businesses in Surin Province have strong growth potential, driven by increasing consumer demand for healthy food and greater access to modern agricultural technologies. However, several challenges remain, including limited marketing knowledge, production management issues, and difficulties in obtaining Good Agricultural Practices (GAP) certification. These challenges require comprehensive strategies encompassing production, marketing, and business management.

The study further found that leveraging existing strengths, such as the adoption of Smart Farm technologies, the use of online marketing channels, and strong customer networks, can significantly improve business performance. In addition, addressing weaknesses through knowledge development, government support, and improvements in production processes is essential for achieving sustainable growth. Based on the SWOT and TOWS analyses, the study proposes several strategic approaches. Proactive strategies include adopting smart farming technologies, expanding online marketing channels, and strengthening direct consumer networks. Defensive strategies focus on developing a distinctive brand identity and obtaining GAP certification. Corrective strategies emphasize improving production processes and addressing labor shortages. Collectively, these strategies are intended to enhance production efficiency, expand market opportunities, and strengthen the long-term competitiveness and sustainability of hydroponic vegetable businesses in Surin Province.

Keywords: *Hydroponic vegetable production, Smart farming technology, Good Agricultural Practices (GAP) certification, Sustainability-oriented growth*



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

บทนำ

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและการบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัยมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ สะอาด และปลอดภัยจากสารปนเปื้อนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผักไฮโดรponิกส์เป็นพืชผักที่ปลูกโดยไม่ใช้ดิน แต่ใช้สารละลายธาตุอาหารที่มีการควบคุมปริมาณอย่างเหมาะสมสำหรับการเจริญเติบโตของพืช จึงสามารถลดความเสี่ยงจากการปนเปื้อนของเชื้อโรค วัชพืช และสารเคมีตกค้างจากดินได้ อีกทั้งยังสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมการผลิตและคุณภาพผลผลิตได้ตลอดกระบวนการ ทำให้ได้ผักที่มีความสด สะอาด และมีมาตรฐานสม่ำเสมอ (กรมวิชาการเกษตร, 2566) นอกจากนี้ การผลิตผักไฮโดรponิกส์ยังสอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (Health-conscious Consumption) ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคเมือง กลุ่มคนวัยทำงาน และผู้ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิต ส่งผลให้ตลาดผักไฮโดรponิกส์มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในช่องทางจำหน่ายผ่านห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร โรงแรม ซูเปอร์มาร์เก็ต และแพลตฟอร์มการค้าออนไลน์ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) ความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวจึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว

จังหวัดสุรินทร์เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการผลิตผักไฮโดรponิกส์ โดยมีการนำระบบการปลูกแบบ NFT (Nutrient Film Technique) และ DFT (Deep Flow Technique) มาใช้ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรที่มีอยู่ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2563) ผู้ประกอบการผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย วิชากิจชุมชน และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ปรับเปลี่ยนจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมมาสู่การผลิตพืชผักในระบบควบคุม เพื่อเพิ่มผลผลิต ลดความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางอาหารมากขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2566) โดยผักที่นิยมปลูก ได้แก่ ผักสลัดกรีนโอ๊ค เรดโอ๊ค คอส บัตเตอร์เฮด และกรีนคอส ซึ่งจำหน่ายผ่านตลาดสด ร้านอาหาร โรงแรม ซูเปอร์มาร์เก็ต และช่องทางการตลาดออนไลน์ภายในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์จะมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี แต่ผู้ประกอบการยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ได้แก่ การขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการผลิตและการตลาด การบริหารต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มสูงขึ้นจากราคาวัสดุอุปกรณ์และพลังงาน การเข้าถึงมาตรฐานการรับรองคุณภาพสินค้า เช่น มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices: GAP) ตลอดจนข้อจำกัดด้านการกระจายสินค้าและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งล้วนส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของธุรกิจ (กรมวิชาการเกษตร, 2566; Porter, 1985) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางส่วนยังประสบปัญหาด้านการสร้างตราสินค้า การพัฒนาช่องทางการตลาดดิจิทัล และการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตลาดและการรักษาลูกค้าในระยะยาว (Kotler & Keller, 2016) การพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวไม่เพียงสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและผู้ประกอบการในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังมีส่วนในการส่งเสริมการบริโภคอาหารปลอดภัย การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคการเกษตร การจ้างงานในชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการขับเคลื่อนการเกษตรสมัยใหม่ตามแนวคิดเกษตรอัจฉริยะ (Smart Agriculture) ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาภาคการเกษตรของประเทศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่มุ่งเน้นความมั่นคงทางอาหาร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืน (กรมวิชาการเกษตร, 2566; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) เพื่อประเมินศักยภาพและปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ อันนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจ ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการวางแผนและพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้ง



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดผักปลอดภัยที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2563)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผักไฮโดรพอนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์
3. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมเป็นขั้นตอนสำคัญในการวิจัยเพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัย ในกรณีนี้ การทบทวนวรรณกรรมจะเน้นไปที่ประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ รวมถึงระบบการผลิต การตลาด ปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาธุรกิจ

1. ระบบการผลิตผักไฮโดรพอนิกส์

ผักไฮโดรพอนิกส์เป็นระบบการปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน ซึ่งใช้สารละลายธาตุอาหารแทนดิน ระบบนี้มีข้อดีหลายประการ เช่น สามารถควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ได้ดี ลดการใช้สารเคมี และสามารถปลูกได้ในพื้นที่จำกัด (กรมวิชาการเกษตร, 2566) ในจังหวัดสุรินทร์ มีการใช้ระบบ NFT (Nutrient Film Technique) และ DFT (Deep Flow Technique) ซึ่งเป็นระบบที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรที่มีอยู่ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2563)

2. การตลาดผักไฮโดรพอนิกส์

การตลาดผักไฮโดรพอนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ยังมีข้อจำกัดหลายประการ เช่น การขาดความรู้ด้านการตลาดและการกระจายสินค้า (กรมวิชาการเกษตร, 2566) อย่างไรก็ตาม การใช้ช่องทางออนไลน์เช่น Facebook และ Line ช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น และเพิ่มยอดขาย (Porter, 1985) นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายกับร้านอาหารและผู้บริโภคโดยตรงช่วยให้มีตลาดรองรับที่แน่นอนและเพิ่มรายได้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2563)

3. ปัญหาและอุปสรรค

ธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การขาดความรู้ด้านการจัดการการผลิตและการตลาด การแข่งขันจากผู้ผลิตรายใหม่ และปัญหาด้านการรับรองมาตรฐาน GAP (กรมวิชาการเกษตร, 2566) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะยังเป็นอุปสรรคสำคัญที่จำกัดการเติบโตของธุรกิจ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2563)

4. แนวทางการพัฒนาธุรกิจ

การพัฒนาธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ควรเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การขยายตลาด และการรับรองมาตรฐาน GAP เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (กรมวิชาการเกษตร, 2566) นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมการเข้าถึงเทคโนโลยีและองค์ความรู้ให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2563)

5. การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix

การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ และพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน (Porter, 1985) ในกรณีของธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ การวิเคราะห์ SWOT ช่วยให้เห็นภาพรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจ และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจ



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

วิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การออกแบบการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครอบคลุมทุกด้านของธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์

2. การเก็บข้อมูล

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews): ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผักไฮโดรโปนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์จำนวน 5 ราย เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การตลาด ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ ประกอบด้วย

ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มผัก VEGE HAPPY Smart Farm: ถนนศรีณรงค์ ต.ในเมือง อ.เมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ สัมภาษณ์ วันที่ 10 มกราคม 2569

ผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์ม ผักนายเก่ง ไฮโดรโปนิกส์ สุรินทร์: ตั้งอยู่ในเขตเมืองสุรินทร์ อ.เมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ สัมภาษณ์ วันที่ 18 มกราคม 2569

ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านผักดีไฮโดรโปนิกส์: ตั้งอยู่ใกล้นิคมปราสาท (ทางไปช่องจอม) อ.ปราสาท จังหวัดสุรินทร์ สัมภาษณ์ วันที่ 23 มกราคม 2569

ผู้ประกอบการธุรกิจผักสลัดไฮโดรโปนิกส์ (P&P): ตั้งอยู่ที่บ้านจะแกโกน ต.ท่าสว่าง อ.เมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ สัมภาษณ์ วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2569

ผู้ประกอบการธุรกิจสวนผักลอยน้ำ (Hydroponic farm surin): ตั้งอยู่ในซอยเปี่ยมศิริ ต.เจนีง อ.เมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ สัมภาษณ์ วันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2569

2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion): จัดการสนทนากลุ่มกับเกษตรกรและผู้ประกอบการจำนวน 10 คน เพื่อหารือเกี่ยวกับความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2569

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis): วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มเพื่อระบุประเด็นสำคัญและแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผักไฮโดรโปนิกส์

3.2 การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis): ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ

4.1 การวิเคราะห์ SWOT: ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ ซึ่งช่วยให้รู้จักจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ

4.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix: ใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสม โดยแบ่งเป็น 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (S+O) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S+T) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W+O) และกลยุทธ์เชิงแก้ไข (W+T)



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ช่วยให้เห็นภาพรวมของปัจจัยที่ส่งผลต่อธุรกิจ และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจ สรุปได้ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ: จังหวัดสุรินทร์มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการปลูกผักไฮโดรponิกส์ เนื่องจากมีแหล่งน้ำและไฟฟ้าที่เพียงพอ อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงตลาดและการกระจายสินค้ายังเป็นปัญหาหลัก

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์

	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ปัจจัยภายใน	- การใช้เทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farm)	- ขาดความรู้ด้านการจัดการการผลิตและการตลาด
	- การเข้าถึงช่องทางออนไลน์ในการตลาด (Facebook, Line)	- กำลังการผลิตยังไม่สูง
	- มีตลาดรองรับที่แน่นอนจากกลุ่มลูกค้าประจำ (ร้านอาหาร, ผู้บริโภคโดยตรง)	- ขาดการรับรองมาตรฐาน GAP
	- มีการรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และวัตถุดิบ	- การบริหารจัดการกระบวนการผลิตยังไม่เป็นระบบ
ปัจจัยภายนอก	- กระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น	- การแข่งขันจากผู้ผลิตรายใหม่
	- การเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่	- ปัญหาด้านการรับรองมาตรฐาน GAP
	- การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา	- การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อการผลิต
	- การขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์	- การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ อธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

ผลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ สรุปได้ว่าธุรกิจมีจุดแข็งหลายประการที่เอื้อต่อการดำเนินงานและการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีการเกษตร สมัยใหม่มาใช้ในการผลิต เช่น ระบบ Smart Farm ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน และทำให้สามารถควบคุมคุณภาพผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถเข้าถึงช่องทางการตลาดออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook และ Line ส่งผลให้สามารถประชาสัมพันธ์สินค้าและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังมีฐานลูกค้าประจำที่ชัดเจน ทั้งในกลุ่มร้านอาหารและผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งช่วยสร้างความมั่นคงด้านรายได้ให้แก่ธุรกิจ นอกจากนี้ การรวมกลุ่มของเกษตรกรในพื้นที่ยังช่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทรัพยากรในการผลิต อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังมีข้อจำกัดบางประการที่ส่งผลต่อการพัฒนาและการขยายตัวของกิจการ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการการผลิตและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ การวางแผนและการดำเนินงานยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างเต็มศักยภาพ นอกจากนี้ กำลังการผลิตของหลายฟาร์มยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ขณะที่การขาดการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ในสายตาของผู้บริโภคและคู่ค้าทางธุรกิจ อีกทั้งกระบวนการบริหารจัดการการผลิตยังขาดความเป็นระบบและการควบคุมคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การดำเนินงานยังไม่สามารถบรรลุมาตรฐาน ที่เหมาะสมได้อย่างเต็มที่



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

สำหรับปัจจัยภายนอก พบว่า ธุรกิจผักไฮโดรponิกส์มีโอกาสในการเติบโตจากแนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของอาหารและคุณค่าทางโภชนาการมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการผักไฮโดรponิกส์ขยายตัวตามไปด้วย นอกจากนี้ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเกษตรยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการดำเนินงานได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน หน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา ยังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนองค์ความรู้ เทคโนโลยี และการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้หลากหลายกลุ่มและครอบคลุมพื้นที่มากยิ่งขึ้น ในด้านอุปสรรค ธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากผู้ประกอบการรายใหม่ที่เข้าสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การแข่งขันด้านราคาและคุณภาพสินค้าสูงขึ้น นอกจากนี้ การไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP ยังคงเป็นข้อจำกัดสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและโอกาสในการขยายตลาด ขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพของผลผลิตได้ อีกทั้งการขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้และทักษะเฉพาะด้านการผลิตผักไฮโดรponิกส์ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงานและการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว

4.2 การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ:

ภายหลังการวิเคราะห์ SWOT แล้ว ผู้วิจัยนำมาดำเนินการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อช่วยให้เห็นภาพรวมของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และ ความยั่งยืนของธุรกิจ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix สำหรับธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์

กลยุทธ์	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
โอกาส (Opportunities)	กลยุทธ์เชิงรุก (S+O)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W+O)
	- ใช้เทคโนโลยี Smart Farm เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต - ขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ (Facebook, Line, TikTok) - สร้างเครือข่ายกับร้านอาหารและผู้บริโภคโดยตรง	- พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการการผลิตและการตลาดผ่านการอบรม - ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพ - ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ
อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (S+T)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (W+T)
	- สร้างตราสินค้าและรับรองมาตรฐาน GAP เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ - เพิ่มการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง - สร้างพันธมิตรกับผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ	- จัดการกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยใช้เทคโนโลยีควบคุมสภาพแวดล้อม - จัดการปัญหาการขาดแคลนแรงงานโดยการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ - ปรับปรุงระบบการจัดการคุณภาพเพื่อรับมือกับการแข่งขันจากผู้ผลิตรายใหม่



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix สำหรับธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ อธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ สามารถกำหนดแนวทางเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจได้ 4 แนวทาง ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับหรือเชิงแก้ไข (WT Strategy) ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ซึ่งเป็นการใช้จุดแข็งเพื่อสร้างประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยี Smart Farm มาใช้ในการบริหารจัดการการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และควบคุมคุณภาพผลผลิต ให้ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการขยายช่องทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook และ Line ซึ่งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วมากขึ้น นอกจากนี้ ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือ กับร้านอาหาร โรงแรม และผู้บริโภคโดยตรง เพื่อสร้างตลาดรองรับที่มั่นคงและเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ซึ่งเป็นการใช้โอกาสภายนอกมาแก้ไขจุดอ่อนภายใน ผู้ประกอบการควรได้รับการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการการผลิต การบริหารธุรกิจ และการตลาดผ่านการฝึกอบรมหรือการถ่ายทอดองค์ความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันควรแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา เพื่อเข้าถึงองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการเกษตรที่ทันสมัย อันจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการบริหารจัดการ นอกจากนี้ การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีความเป็นระบบและมีมาตรฐานมากขึ้น จะช่วยลดความผิดพลาดในการดำเนินงาน เพิ่มคุณภาพผลผลิต และสร้างความพร้อมในการขยายธุรกิจในอนาคต

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ซึ่งเป็นการใช้จุดแข็งเพื่อลดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอก ธุรกิจควรมุ่งเน้นการสร้างตราสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างความแตกต่าง จากคู่แข่ง และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้โดดเด่นในตลาด อีกทั้งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ผลิตวัตถุดิบและเครือข่ายทางการเกษตรจะช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มความมั่นคงด้านวัตถุดิบ และเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันในระยะยาว

กลยุทธ์เชิงรับหรือเชิงแก้ไข (WT Strategy) ซึ่งมุ่งลดจุดอ่อนและป้องกันผลกระทบจากอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น ธุรกิจควรนำเทคโนโลยีควบคุมสภาพแวดล้อมในการผลิตมาใช้เพื่อรองรับความผันผวนของสภาพภูมิอากาศและลดความเสี่ยงต่อผลผลิต นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ผ่านการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้เฉพาะด้านการผลิตผักไฮโดรponิกส์ รวมทั้งควรปรับปรุงระบบบริหารจัดการคุณภาพให้มีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจากผู้ประกอบการรายใหม่ และเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในระยะยาว

สรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ควรมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยี และช่องทางการตลาดดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ การยกระดับมาตรฐานการผลิต และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

อภิปรายผล

ผู้วิจัยมีประเด็นในการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้

1. อภิปรายผลวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1: ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผักไฮโดรพอนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสุรินทร์มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์ ทั้งในด้านทรัพยากรน้ำ ระบบไฟฟ้า และการเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้ระบบ Smart Farm ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังประสบปัญหาในการเข้าถึงตลาดและการกระจายสินค้า ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการขยายธุรกิจและสร้างรายได้ที่ยั่งยืน ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1985) ที่อธิบายว่า ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไม่ได้ขึ้นอยู่กับทรัพยากรภายในเพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ทางการแข่งขันและช่องทางการเข้าถึงตลาดด้วย โดยเฉพาะในธุรกิจเกษตรสมัยใหม่ที่ต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและการแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับข้อมูลของกรมวิชาการเกษตร (2566) ที่ระบุว่า ความต้องการบริโภคผักปลอดภัยและอาหารเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผักไฮโดรพอนิกส์กลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่าการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี และมาตรฐานการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเกษตรสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและสร้างรายได้ที่ยั่งยืนในภาคการเกษตร

2. อภิปรายผลวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2: วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของ ธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์

ผลการวิเคราะห์ SWOT พบว่า ธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์ในจังหวัดสุรินทร์มีจุดแข็งสำคัญ ได้แก่ การนำเทคโนโลยี Smart Farm มาใช้ในการผลิต การเข้าถึงช่องทางการตลาดออนไลน์ การมีฐานลูกค้าประจำ และการรวมกลุ่มของเกษตรกร เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และวัตถุดิบ ปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังมีจุดอ่อนสำคัญ ได้แก่ การขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการการผลิต และการตลาด กำลังการผลิตที่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด การขาดการรับรองมาตรฐาน GAP และระบบการจัดการที่ยังไม่เป็นระบบ ซึ่งประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของการจัดการธุรกิจเกษตรที่ระบุว่า ความรู้ด้านการจัดการและมาตรฐานการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือและการขยายตลาด สำหรับปัจจัยภายนอก พบว่า โอกาสที่สำคัญ ได้แก่ กระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น การเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ การสนับสนุนจากภาครัฐ และการเติบโตของตลาดออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคในยุคปัจจุบันที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารมากขึ้น ในขณะเดียวกัน อุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ การแข่งขันจากผู้ผลิตรายใหม่ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ และปัญหาการรับรองมาตรฐาน GAP ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานทางการเกษตรที่ชี้ให้เห็นว่าความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

3. อภิปรายผลวัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3: เสนอแนะกลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน

ผลการวิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ SWOT มาพัฒนากลยุทธ์ผ่าน TOWS Matrix ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับหรือแก้ไขจุดอ่อนร่วมกับอุปสรรค (WT) กลยุทธ์เชิงรุก (SO) มุ่งเน้นการใช้จุดแข็งขององค์กรเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Smart Farm การขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายกับร้านอาหารและผู้บริโภคโดยตรง ผลการวิจัยสะท้อนว่า แนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน และสร้างตลาดที่มั่นคงให้กับผู้ประกอบการ กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เน้นการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดการและการตลาด การขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่มองว่าการพัฒนาทุนมนุษย์



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569

Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026

สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

(Human Capital) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) มุ่งใช้จุดแข็งของธุรกิจเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคาม โดยการสร้างตราสินค้า การขอรับรองมาตรฐาน GAP การเพิ่มการตลาดออนไลน์ และการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ของ Porter (1985) ที่ชี้ให้เห็นว่าการสร้างเอกลักษณ์และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์สามารถช่วยลดแรงกดดันจากการแข่งขันได้ ส่วนกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WT) มุ่งลดจุดอ่อนและป้องกันผลกระทบจากอุปสรรค โดยการนำเทคโนโลยีควบคุมสภาพแวดล้อมมาใช้เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การพัฒนาทักษะแรงงาน และการปรับปรุงระบบการจัดการคุณภาพ ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจและสร้างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจผักไฮโดรponิกส์ในจังหวัดสุรินทร์ มีศักยภาพในการเติบโตสูง เนื่องจากกระแสการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่เพิ่มขึ้น และการเข้าถึงเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดด้านการตลาด การจัดการการผลิต และการรับรองมาตรฐาน GAP ซึ่งจำเป็นต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะโดยสรุปดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

กลยุทธ์เชิงรุก

1. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Smart Farm ผู้ประกอบการควรนำเทคโนโลยี Smart Farm มาใช้ในการบริหารจัดการการผลิต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และควบคุมคุณภาพผลผลิตให้ได้มาตรฐาน (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2563)
2. การขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ควรพัฒนาการตลาดผ่านสื่อดิจิทัล เช่น Facebook และ Line เพื่อเพิ่มการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า สร้างการรับรู้ และเพิ่มยอดขายสินค้า
3. การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ควรสร้างความร่วมมือกับร้านอาหาร ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภคโดยตรง เพื่อสร้างตลาดรองรับที่มั่นคงและเพิ่มโอกาสทางการตลาด

กลยุทธ์เชิงป้องกัน

1. การพัฒนาตราสินค้าและมาตรฐาน GAP ผู้ประกอบการควรสร้างตราสินค้าและยกระดับการผลิตสู่มาตรฐาน GAP เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค
2. การสร้างความแตกต่างผ่านการตลาดออนไลน์ ควรใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
3. การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ควรพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับผู้ผลิตวัตถุดิบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการดำเนินงาน

กลยุทธ์เชิงแก้ไข

1. การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการผลิตและการตลาด ผู้ประกอบการควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนา ความรู้ด้านการผลิต การบริหารจัดการ และการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ
2. การส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ควรแสวงหาการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา เพื่อเข้าถึงองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการเกษตร
3. พัฒนาระบบการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ควรปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เป็นระบบ มีการควบคุมคุณภาพ และลดความสูญเสียในกระบวนการดำเนินงาน



วารสารวิชาการก้าวหน้า ปีที่ 1 ฉบับที่ 4 ประจำเดือนกรกฎาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2569
Kaonwat Academic Journal, Volume 1, Number 4, July – August 2026
สมาคมเครือข่ายการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร

กลยุทธ์เชิงรับ

1. การบริหารความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ควรนำเทคโนโลยีควบคุมสภาพแวดล้อม มาใช้ในการผลิต เพื่อลดผลกระทบจากความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ
2. การพัฒนาศักยภาพแรงงาน ควรส่งเสริมการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและลดปัญหาการขาดแคลนแรงงาน
3. การยกระดับระบบบริหารคุณภาพ ควรพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพให้เป็นมาตรฐาน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และรองรับการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยี Smart Farm ต่อประสิทธิภาพการผลิตผักไฮโดรพอนิกส์ในเชิงลึก โดยเฉพาะการประเมินผลในด้านต้นทุนการผลิต ผลผลิตที่เพิ่มขึ้น และความแม่นยำในการควบคุมคุณภาพ
2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึก โดยเฉพาะปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผักไฮโดรพอนิกส์ เช่น ความปลอดภัย คุณภาพ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย
3. ควรมีการประเมินผลกระทบของการรับรองมาตรฐาน GAP ต่อความน่าเชื่อถือและยอดขายของผลิตภัณฑ์ผักไฮโดรพอนิกส์
4. ควรมีการศึกษาความยั่งยืนของธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
5. ควรมีการพัฒนาระบบการจัดการคุณภาพแบบบูรณาการที่รวมการควบคุมคุณภาพตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการจัดจำหน่าย
6. ควรมีการศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อการผลิตผักไฮโดรพอนิกส์ และการพัฒนากลยุทธ์เพื่อรับมือกับผลกระทบดังกล่าว
7. ควรมีการศึกษาผลกระทบของนโยบายภาครัฐต่อธุรกิจผักไฮโดรพอนิกส์ เช่น นโยบายส่งเสริมการเกษตรปลอดภัยและการรับรองมาตรฐาน

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการเกษตร. (2566). *คู่มือการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืชอาหาร (GAP)*.
<https://www.doa.go.th>
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2563). *แนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตผักไฮโดรพอนิกส์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต*. <https://www.tistr.or.th>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566–2570. สำนักนายกรัฐมนตรี*. <https://www.nesdc.go.th/download/แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่13.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2566). *ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรและแนวโน้มสินค้าเกษตรปลอดภัยของประเทศไทย. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์*. <https://www.oae.go.th>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.