

การพัฒนาแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน

Development of an Organic Marketing Model of Sustainable Agriculture Network, Lamphun

สคราญนิตย์ เล็กสุทธิ¹, พงศ์ศิริ ปีตุรัตน์เจริญกุล²

Sakrannit Leksuit¹, Pongsiri Pituratjarurnkoon²

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธนบุรี¹,

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี²

Teacher of Management Thonburi University¹, Teacher of Business Computer Thonburi University²

sakrannitbee@gmail.com¹, tomp41@gmail.com²

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย “การพัฒนาแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหา ศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน หาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสม ประเมินประเภทตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรในเครือข่ายฯ กลุ่มเป้าหมายแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มเกษตรกรและกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดลำพูน เก็บรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบ คือ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร และเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และการจัดเวทีเสวนาระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสม การดำเนินงานระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2560 – เมษายน 2562 ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสม คือ การจัดทำตลาดนัดเพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละอำเภอ จัดทำตลาดซื้อขายสินค้าแบบออนไลน์ และสนับสนุนให้แต่ละพื้นที่มีร้านอาหารอินทรีย์หรือเมนูอาหารอินทรีย์ประจำท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้า ขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร จัดให้มีการรวมหุ้นของสมาชิกเครือข่ายฯ สร้างเครือข่ายการตลาดต่างพื้นที่ ต่างภูมิภาค และการจัดทำการท่องเที่ยววิถีเกษตรอินทรีย์

คำสำคัญ: เกษตรอินทรีย์, รูปแบบการตลาด, เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน

Abstract

The research of “The development of organic marketing of a sustainable agriculture network Lamphun” aims to find out an appropriate marketing management guideline. The target group in the study was divided into two main groups; the first group was the farmers in the area that are a member of the network, and the second group was organic produces consumers in the area of Lamphun. The data were collected in two ways; a qualitative method by using a questionnaire collecting farmer’s information, and an in-depth data collection method by interview and organised a farmer forum and members of the network, original funding, potential, and farmers’ knowledge in the area. The duration of the project started between November 2017 to April 2019. The results found that the sustainable

agriculture network Lamphun was to arrange a flea market for selling organic products in various areas of the district. Moreover, there should be an online marketplace. Additionally, encourage people in the area to have an organic restaurant or create a local organic food menu. Furthermore, promote organic produce by creating 'stories' for each product, arrange events to expand the marketing channel into school, hospital, hotel, and restaurant, also catering with organic products. Also, establish marketing networks in different areas and regions to exchange products and trading, and to organise organic agriculture tourism.

Keywords: Organic, Marketing Model, sustainable agriculture network

บทนำ

ปัจจุบันการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว จากการศึกษาของสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements - IFOAM) พบว่า ตลาดผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในปี พ.ศ. 2547 น่าจะมีมูลค่าสูงถึง 27,800 ล้านดอลลาร์ (ราว 1.05 ล้านล้านบาท) และมีการขยายตัวประมาณ 7-9 % ซึ่งการเจริญเติบโตของตลาดเริ่มจะลดลง จากเดิมในช่วงที่ผ่านมา ที่เคยขยายตัวปีละ 10-15 % โดยตลาดใหญ่จะอยู่ในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ซึ่งรวมกันมีส่วนแบ่งราว 96% ของ ตลาดเกษตรอินทรีย์โลก ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศกำลังพัฒนา ดูเหมือนกำลังเริ่มเติบโตขึ้นเช่นกัน แม้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนาจะมีกำลังซื้อค่อนข้างต่ำ รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากนัก แต่ก็พบว่า ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศเริ่มขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตและผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศเหล่านี้ต้องการหา แหล่งในการระบายผลผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากตลาดส่งออก (ทั้งผลผลิตที่เกินความต้องการส่งออก และผลผลิตในระยะปรับเปลี่ยน) เพื่อสร้างเสถียรภาพทางการตลาด ทำให้การพัฒนาตลาดในประเทศเหล่านี้มีลักษณะแบบตลาดที่เกิดจากแรงผลักดันจาก ผู้ผลิต มากกว่าเป็นตลาดที่พัฒนาจากความต้องการของผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศเหล่านี้มักจะต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ “ธรรมชาติ” “ออร์แกนิก” “ปลอดสารเคมี” หรือแม้แต่เกษตรอินทรีย์ที่ไม่มีการรับรองมาตรฐาน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสับสนระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างมาตรฐานเหล่านี้ ปัญหาดังกล่าวน่าจะเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาตลาดเกษตรอินทรีย์ในระยะยาว ของประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งควรจะมีการจัดทำมาตรฐานที่เหมาะสม เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ในประเทศไทย ตลาดเกษตรอินทรีย์น่าจะเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2533/34 โดยกระแสความตื่นตัวด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค โดยเฉพาะการบริโภค “อาหารเพื่อสุขภาพ” ที่ผู้บริโภคตื่นตัวเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของการรักษาสุขภาพและการบริโภค อาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ จนทำให้ “ธุรกิจอาหารสุขภาพ” เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ได้เริ่มเปิดตัวขึ้น โดยร้านค้าแรกๆ ที่เปิดดำเนินการ คือ ร้านกรีนการ์เดน ในช่วงหลังจากนั้น คือ ระหว่างปี พ.ศ. 2535-40 ถือได้ว่าเป็นยุคทองของ ร้านสุขภาพ มีร้านค้าขนาดเล็กที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพทั่วประเทศ ไม่น้อยกว่า 100 ร้าน แต่อย่างไรก็ตาม หน่วยงานราชการในขณะนั้นมีนโยบายในการส่งเสริม “อาหารปลอดภัย” (เช่น ผักออร์แกนิก) ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนระหว่างความแตกต่างของผลผลิตอาหารปลอดภัย กับเกษตรอินทรีย์ ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศมีการเติบโตได้ค่อนข้างช้า ผนวกกับการวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2541 ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ประสบกับภาวะซบเซาไประยะหนึ่ง ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่วราวปี พ.ศ. 2546 เมื่อมีการจัดประชุมนานาชาติเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) และองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization - FAO) โดยมูลนิธิสายใยแผ่นดินและกรีนเนท (2559) เป็นเจ้าภาพหลัก การมีกิจกรรมเกษตรอินทรีย์ระหว่างประเทศในครั้งนี้นั้นกระตุ้นให้เกิดความสนใจ ทั้งในการผลิต การบริโภค และการผลักดันนโยบายด้านเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นทางการขึ้น ส่งผลให้มีการฟื้นตัวของตลาดเกษตรอินทรีย์ใน

ประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยสำคัญอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น เช่น การใช้ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) และของกรมวิชาการเกษตร ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์กับผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยได้สะดวกมากขึ้น

สำหรับภาคการเกษตรกรรมจังหวัดลำพูน ยังเป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตรที่สำคัญในเขตภาคเหนือ เนื่องจากจังหวัดลำพูนเป็นแหล่งเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจที่หลากหลาย โดยเฉพาะลำไย หอมแดงและกระเทียม ซึ่งมีผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่ตั้งจุดรับซื้อ สามารถสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดเป็นจำนวนมาก และเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยป้อนให้แก่จังหวัดใกล้เคียงและภูมิภาคอื่นๆ อันสืบเนื่องจากประชากรในจังหวัดกว่าร้อยละ 70 ยังประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยมีพื้นฐานและความเข้าใจ ความชำนาญในการเพาะปลูกและเกษตรกรในจังหวัดหันมาสนใจเกษตรอินทรีย์มากขึ้น และในอำเภอเมือง มีพื้นที่ถือครองเพื่อการเกษตร จำนวนมากที่สุด คือ 146,083 ไร่ (สำนักงานจังหวัดลำพูน, 2560)

เกษตรกรในจังหวัดลำพูนที่ทำการเกษตรแบบยั่งยืน (เกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน เกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรปลอดภัย และวนเกษตร) ที่มีเพียงร้อยละ 0.20 เมื่อเทียบกับเกษตรกรทั้งหมดของจังหวัดลำพูนทั้งหมด ที่ผ่านมามีการดำเนินโครงการวิจัยเพื่อท้องถิ่นหลายโครงการ โดยการสนับสนุนจากศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจังหวัดลำพูน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น ได้เกิดองค์ความรู้และข้อค้นพบต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะการดำเนินโครงการวิจัยในประเด็นหนี้สินของเกษตรกรที่ค้นพบว่า สาเหตุของการเกิดหนี้สินของเกษตรกรส่วนใหญ่มาจากการลงทุนด้านการเกษตร ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายในการผลิตพืชเชิงเดี่ยวมีต้นทุนที่สูงขึ้นจากราคาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลงที่นับวันจะมีราคาเพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาผลผลิตกลับลดลง การใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานานก็มีส่วนทำให้เกษตรกรหลายรายเกิดความเจ็บป่วย เกิดผลกระทบต่อผลผลิตที่ขาดการดูแลอย่างต่อเนื่อง การดำเนินโครงการวิจัยของเกษตรกรที่ได้มีการทบทวนบทเรียนการทำการเกษตรของตนเอง และร่วมกันหาทางออกด้วยการทำการเกษตรแบบผสมผสานแทนการทำเกษตรเชิงเดี่ยว ปรับเปลี่ยนวิถีการผลิตจากเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ พึ่งตนเองให้มากที่สุดเพื่อลดต้นทุนการผลิต ลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอกจนสามารถทำการผลิตแบบอินทรีย์ที่ได้ปฏิเสธการใช้สารเคมีอย่างสิ้นเชิง สามารถคิดค้นสารอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีอย่างได้ผล จนสามารถได้รับใบรับรองแปลงเกษตรกรรมมาตรฐาน จาก สมาคมมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (IFOAM) สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand: มกท.) และสามารถนำผลผลิต เช่น ลำไย พืชผัก สมุนไพร ส่งตลาดทั้งภายในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและได้ราคาที่เป็นธรรม ส่งผลให้เกษตรกรหลายรายพ้นจากภาวะหนี้สินของตัวเองได้ จนนำไปสู่การเชื่อมโยงกับเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนทั้งในระดับจังหวัดและระดับภาครวมตัวกัน และได้ดำเนินการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในนาม “สมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน : Sustainable Agricultural Lamphun Network” โดยจุดเริ่มต้นของการรวมตัวเกษตรกรที่เกิดจากกลุ่มเกษตรกร จำนวน 4 กลุ่ม เมื่อปี 2554 จนปัจจุบันมีกลุ่มเกษตรกรที่เป็นแหล่งเรียนรู้ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนทั้งหมดจำนวน 20 กลุ่ม/แหล่งเรียนรู้มีผลผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในหลายระดับ เช่น ผลไม้อินทรีย์ ข้าวอินทรีย์ ข้าวกล้องอินทรีย์ ข้าวกล้องงอกอินทรีย์ พืชผักอินทรีย์ (ผักสลัด ผักพื้นบ้าน พืชผักอื่นๆ) สมุนไพรอินทรีย์ เป็นต้น ปัจจุบันเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน มีอยู่ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับเกษตรอินทรีย์เต็มรูปแบบ และระดับระยะการปรับเปลี่ยนเพื่อเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์เต็มรูปแบบ ซึ่งมีการจัดการระบบผลิตและการจัดการกลุ่มของสมาชิกในเครือข่าย โดยเครือข่ายมีการจัดการระบบผลิตและการจัดการกลุ่มของสมาชิกในเครือข่ายกระจายทั้ง 8 อำเภอในจังหวัดลำพูน และในปัจจุบันเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ยังพบว่า มีจุดอ่อนหลายประการที่ต้องพัฒนาและปรับปรุงคือ คนในพื้นที่ไม่ค่อยทำการผลิตเกษตรอินทรีย์ คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยให้ความสนใจ ทำให้ไม่มีคนหน้าใหม่เข้ามาและการสืบทอดแนวคิดการทำเกษตรอินทรีย์เป็นไปได้ยาก การเพิ่มเครือข่ายจำนวนสมาชิกมีน้อย ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคเนื่องจากยังไม่มีความรู้ด้านความพอเพียง การตลาดไม่ทั่วถึง ตลาดในท้องถิ่นมีน้อย ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์น้อย และไม่ต่อเนื่อง ปริมาณผลผลิต ราคาผลผลิต ไม่แตกต่างจากพืชผักทั่วไป และยังมีอีกว่า

อุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมาคือ ด้านการพัฒนาเครือข่ายมีน้อย ขาดการประชุม ขาดการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันอย่างเข้มข้น การเชื่อมกับเครือข่ายอื่นๆ น้อย อีกทั้งเกษตรกรยังคงใช้สารเคมีเนื่องจากการทำเกษตรกรรมยังยืนเห็นผลช้า และการโฆษณาสารเคมีไม่มีการควบคุม ค่านิยมผู้บริโภคยึดติดกับการรับประทานพืชผักที่มีลักษณะสวยงาม ในด้านมาตรฐาน อินทรีย์ใช้เวลาและความอดทนเนื่องจากมีขั้นตอนการได้มาซึ่งใบรับรองมาตรฐานยาก ปัญหาภัยธรรมชาติ สภาพอากาศเปลี่ยนแปลง ทำให้มีผลกระทบต่อการทำเกษตรอินทรีย์

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และจุดอ่อนของเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนฯจังหวัดลำพูนที่ต้องการพัฒนาให้มีคุณภาพและสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ กลุ่มเครือข่าย ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจมากขึ้น จึงมีแนวทางที่จะใช้เครื่องมืองานวิจัยเพื่อท้องถิ่นมาสร้างการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อทบทวนในการจัดการและพัฒนาระบบการทำเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่กระบวนการผลิต การพัฒนามาตรฐาน และที่สำคัญในด้านการพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ ที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเป็นบทเรียนให้กับกลุ่มเครือข่ายและพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน
2. เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน
3. เพื่อประเมินประเภทตลาดอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน
4. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เชิงงานวิจัย
 - 1.1. องค์ความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูนตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
 - 1.2. แนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูนและแนวทางการเพิ่มมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในแบบที่ผู้บริโภคยอมรับ
 - 1.3. แนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน
2. เชิงพัฒนา
 - 2.1. รูปแบบการสื่อสารทางสังคมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน
 - 2.2. เกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูนมีการพัฒนาการทำเกษตรอินทรีย์ที่มีมาตรฐานรับรอง เกิดแบรนด์หรือตราสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแสดงถึงความเป็นมาตรฐานของผลผลิตด้านเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูนที่มีกระบวนการ ขั้นตอนที่สามารถบ่งบอกถึงคุณภาพเกิดเป็นเกณฑ์มาตรฐานการรับรองคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับ
 - 2.3. เกิดรูปแบบของการจัดการตลาดที่หลากหลายของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคทุกระดับ สามารถเข้าถึงได้
 - 2.4. เกิดรูปแบบการสื่อสารภายในและภายนอกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูนโดยนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกและนำไปสู่การตัดสินใจ การติดตามงาน การแก้ไขงาน
 - 2.5. เครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูนมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น และมีหน่วยงานองค์กรให้การสนับสนุน เกิดแนวทางการจัดทำแหล่งท่องเที่ยวเกษตรในพื้นที่จังหวัดลำพูน

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. เกษตรกร ที่เป็นสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์เต็มรูปแบบ และกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในระยะปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์ จำนวน 247 ราย (อำเภอเมือง 46 ราย อำเภอเวียงหนองล่อง 20 ราย อำเภอบ้านธิ 20 ราย อำเภอป่าซาง 8 ราย อำเภอบ้านโฮ่ง 37 ราย อำเภอลี้ 38 ราย อำเภอแม่ทา 38 ราย และอำเภอทุ่งหัวช้าง 40 ราย

2. ผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน ครอบคลุมพื้นที่ 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองลำพูน อำเภอป่าซาง อำเภอบ้านธิ อำเภอแม่ทา อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอเวียงหนองล่อง อำเภอทุ่งหัวช้าง และอำเภอลี้ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากสูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) จากประชากรจังหวัดลำพูนทั้งหมด 405,918 คน (ข้อมูลจากการสืบค้น ณ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2560, สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2556) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แล้วนำมาแบ่งกลุ่มจำแนกตามรายอำเภอทั้ง 8 อำเภอ ดังนี้

ตารางที่ 1 Stratified Sampling Group

อำเภอ	จำนวนประชากร	คำนวณ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
เมืองลำพูน	146,098	$(400 \times 146,098) / 405,918 = 143.97$	144
ป่าซาง	55,321	$(400 \times 55,321) / 405,918 = 54.51$	54
บ้านธิ	17,698	$(400 \times 17,698) / 405,918 = 17.44$	17
แม่ทา	39,107	$(400 \times 39,107) / 405,918 = 38.54$	39
บ้านโฮ่ง	40,199	$(400 \times 40,199) / 405,918 = 39.61$	40
เวียงหนองล่อง	17,516	$(400 \times 17,516) / 405,918 = 17.26$	17
ทุ่งหัวช้าง	20,173	$(400 \times 20,173) / 405,918 = 19.88$	20
ลี้	69,806	$(400 \times 69,806) / 405,918 = 68.79$	69
รวม			400

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งการดำเนินงาน ดังนี้

1. การศึกษาและทบทวนสถานการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ของไทยและต่างประเทศ : เพื่อทบทวนสถานการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ กับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน และศึกษากระบวนการสร้างความเชื่อมั่นของเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์และแนวโน้มการอยู่รอดของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แต่ละประเภท

2. การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน : ดำเนินการจัดเวทีแลกเปลี่ยนการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ในการบริหารจัดการฟาร์มตั้งแต่กระบวนการผลิต (ต้นน้ำ) การพัฒนาคุณภาพการผลิต (กลางน้ำ) และด้านการจัดการตลาดและผู้บริโภค (ปลายน้ำ) จัดเวทีโซนอำเภอ 4 ครั้งๆ ละ 2 อำเภอ ในการทบทวนข้อมูลปัญหา สถานการณ์ การบริหารจัดการฟาร์มตั้งแต่กระบวนการผลิต (ต้นน้ำ) การพัฒนาคุณภาพการผลิต (กลางน้ำ) และด้านการจัดการตลาดและผู้บริโภค (ปลายน้ำ) (โซนละ 2 อำเภอ คือ โซน 1 เมืองลำพูน บ้านธิ โซน 2 ป่าซาง แม่ทา โซน 3 บ้านโฮ่ง เวียงหนองล่อง โซน 4 ลี้ ทุ่งหัวช้าง)

3. ดำเนินการตามโครงการ : ดำเนินการสำรวจเกษตรกร สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน เพื่อทบทวนข้อมูลเกษตรกร และสมาชิกเครือข่ายฯ ทุนเดิม ศักยภาพ และองค์ความรู้ของเกษตรกรในพื้นที่ การเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่างๆ ที่ทางศูนย์ประสานงานฯ จัด เช่น การพัฒนาศักยภาพ เครื่องมืองานวิจัย เวทีหัวดวงงานวิจัย เวทีการนำเสนอความก้าวหน้าให้กับ สกว. ส่วนกลาง การร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

4. สรุปผล : สรุปผลการดำเนินงานโครงการวิจัยให้กับชุมชน และหน่วยงานองค์กรที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือและข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1. การจัดเวทีเสวนาระดมความคิดเห็น โดยการประชุมกลุ่มสมาชิกเครือข่ายฯ เกษตรกรผู้สนใจ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรในพื้นที่ และข้อมูลผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน โดยนักวิจัย สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ และนักศึกษาศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี จังหวัดลำพูน เข้ามามีส่วนร่วมในการสำรวจข้อมูล
3. สร้างแผนที่จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่การทำเกษตรอินทรีย์ในแต่ละอำเภอให้สอดคล้องกับความเป็นจริง

การรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลเบื้องต้นจากเวทีเสวนา/แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ระดมสมองผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสถานการณ์ปัจจุบัน สาเหตุ ปัญหา เงื่อนไข ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการทำเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดลำพูน
2. การเก็บข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรในพื้นที่ ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ จำนวนพื้นที่ในการทำเกษตร เอกสารสิทธิ์ จำนวน และชนิดของพืชที่ปลูก มาตรฐาน การตลาด และแหล่งงบประมาณที่นำมาดำเนินการ เหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์ และปัญหาที่พบในการทำเกษตรอินทรีย์
3. การเก็บข้อมูลผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ การรับข้อมูล ข่าวสาร การแนะนำ เหตุผลในการซื้อสินค้า เหตุผลในการบริโภค แหล่งที่นิยมซื้อสินค้า ความถี่ในการซื้อสินค้า วันที่ซื้อสินค้ามากที่สุด สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อเป็นประจำ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ปัจจัยการเลือกซื้อสินค้า ด้านการผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4.2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดเวทีสัมมนา โดยประยุกต์ใช้แนวทาง 6 ขั้นตอนของเมาสทากาส (Moustakas, 1994 อ้างอิงจาก สมศักดิ์ บุญสาธิต, 2546) ดังนี้

4.2.1. การถอดความข้อมูล (Data Transcribing) ด้วยการอ่านและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

4.2.2. การจัดการข้อมูล (Data Managing) โดยบันทึกความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ในไฟล์คอมพิวเตอร์ จัดหมวดหมู่ของคำตอบแบบคร่าวๆ ตามกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ และส่วนข้อมูลที่ยังไม่มีหมวดหมู่ชัดเจน หรือมีความหมายไม่ชัดเจน จะถูกบันทึกแยกไว้ก่อนเพื่อการทำซ้ำในขั้นตอนต่อไป

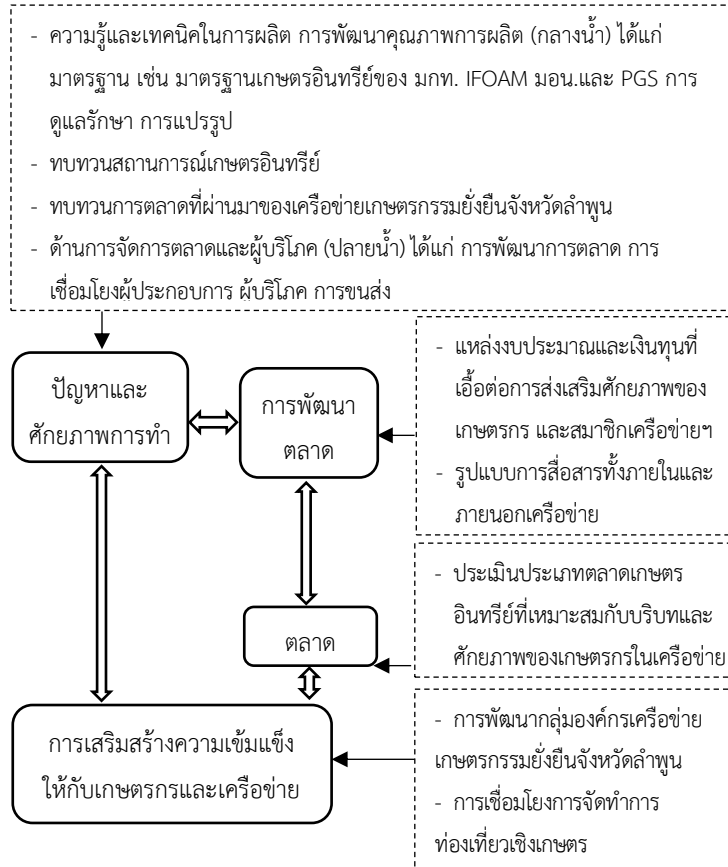
4.2.3. การอ่านและการบันทึก (Reading and Recording) ในขั้นตอนนี้จะเป็นการอ่านทบทวนข้อมูลปัญหา และข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งความคิดเห็นเหล่านี้จะได้รับการบันทึกไว้ในไฟล์ด้วย

4.2.4. การอธิบาย (Describing) เป็นขั้นตอนที่นำกรอบแนวคิดในการศึกษามาช่วยในการอธิบายความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยกรอบแนวคิดในการศึกษาจะช่วยให้เห็นความสัมพันธ์ของตัวแปรมากยิ่งขึ้น

4.2.5. การจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Classifying) นำข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง มาจัดเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน โดยพิจารณาจัดเป็นหมวดหมู่ตามมิติตัวแปรของการศึกษา

4.2.6. การตีความหมายข้อมูล (Interpreting) ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะเขียนบรรยายถึงประเด็นความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่เกิดขึ้น โดยใช้ความรู้ความเข้าใจของผู้วิจัย จากนั้นได้นำข้อมูลคำตอบของกลุ่มตัวอย่างที่ได้แปลผลแล้วไปอธิบายให้ผู้เชี่ยวชาญของการวิจัยครั้งนี้ทราบ เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย ที่มา สคราญนิตย์ เล็กสุทธิ (2563)

สรุปผลการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลเชื่อมโยงไปสู่วัตถุประสงค์

คณะผู้วิจัยได้นำเสนอผลที่ได้จากการดำเนินการวิจัยในเชิงเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยและผลในเชิงพัฒนา ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลและจัดเวทีแลกเปลี่ยนเพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน พบว่า

ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน: ผลจากการสำรวจข้อมูลสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน จำนวน 247 ราย ในภาพรวมจะเห็นว่าสมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีจำนวนมากถึงร้อยละ 65.59 หรือมีอายุระหว่าง 50-70 ปี ในขณะที่เกษตรกรรุ่นใหม่ที่อยู่ในวัยทำงานมีเพียงร้อยละ 31.57 และจบการศึกษาขั้นพื้นฐานหรือตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 74.9

สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน: จากผลการสำรวจโดยรวมพบว่าสมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นครอบครัวขนาดเล็กหรือมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-4 คน มีประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์

ไม่มากคืออยู่ระหว่าง 1-3 ปี พื้นที่ที่ใช้ในการทำเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สวน จำนวน 1-5 ไร่ และพืชที่นิยมปลูกมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ลำไย ข้าว ผักกาด และมะเขือ รายได้ของสมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย รวมทั้งใช้งบประมาณของตนเองในการลงทุนทำเกษตรอินทรีย์ โดยได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐน้อยมากหรือนานๆ ครั้ง ซึ่งเหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์สูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทำเพื่อสุขภาพที่ดี ปลอดภัย ไม่มีสารพิษตกค้าง และช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งเพื่อลดต้นทุน และประหยัดค่าใช้จ่าย โดยสมาชิกเกษตรกรตระหนัก คิด และอยากทำเองมากกว่าการได้รับคำแนะนำหรือชักชวนจากกลุ่ม องค์กร เครือข่ายในชุมชน หรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ทั้งนี้สมาชิกเกษตรกรยังพบปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์คือ 1) ปัญหาด้านการผลิต สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาด้านสภาวะอากาศที่ไม่แน่นอน ปัญหาโรคและศัตรูพืช และปัญหาด้านแหล่งน้ำ 2) ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาเรื่องค่าจ้างแรงงานสูง ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์ และปัญหาเรื่องการขาดแคลนเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3) ปัญหาด้านการตลาด สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาผลิตผลโดยทั่วไปต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และปัญหาแหล่งรับซื้อมีน้อย

ปัญหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรฯ

1. ด้านการผลิต: เนื่องจากการผลิตของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ยังเป็นการผลิตในครัวเรือนหรือมีขนาดเล็ก สมาชิกยังไม่สามารถผลิตในระดับเกษตรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ และเนื่องจากเกษตรอินทรีย์ ไม่ใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต จึงทำให้ผลผลิตไม่ได้มาตรฐานเท่ากับการใช้สารเคมี ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค การทำเกษตรอินทรีย์ยังไม่ได้รับการตอบสนองจากคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาสานต่อกระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์เท่าที่ควร เพราะการทำเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานต้องมืองค์ประกอบหลายประการ โดยเฉพาะต้องได้มาตรฐานตามหลักวิชาการ และต้องใช้เวลาในกระบวนการจัดการในระบบเกษตรอินทรีย์มากพอสมควร ทำให้คนรุ่นใหม่มองว่าไม่คุ้มค่ากับการลงทุน จึงทำให้คนรุ่นใหม่เข้าไปสู่ระบบโรงงานอุตสาหกรรมจนกลายเป็นค่านิยมในพื้นที่

ตัวแทนสมาชิก อ.ทุ่งหัวช้าง ได้ให้ข้อมูลว่า ลักษณะของพื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ลาดชันและอยู่ห่างไกล ทำให้การบริหารจัดการในระบบอินทรีย์มีความยุ่งยากกว่าปกติ และพื้นที่ส่วนใหญ่ยังเสพติดกับสารเคมีทางการเกษตร หากมีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ใกล้เคียงกับพื้นที่ที่มีการใช้สารเคมี ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดการปนเปื้อนสูง

ตัวแทนสมาชิก อ.บ้านทา ได้ให้ข้อมูลว่า ผู้บริโภคมักบอกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีไม่หลากหลายทำให้ผู้บริโภคยังจำกัดเฉพาะกลุ่ม สมาชิกบางคน คุณกรณิการ์ ต้นเส้า ได้สนใจทำเกษตรอินทรีย์ในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยมองกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค เป็นกลุ่มที่รักธรรมชาติ ชอบอาหารปลอดภัยต่อสุขภาพชอบความเป็นธรรมชาติ ทำการตลาดโดยใช้ช่องทาง Online ทั้ง Facebook Line และ Website การสร้างเรื่องราวให้น่าสนใจ และได้กล่าวว่าอยากให้สมาชิก ท่านอื่นมีจุดยืนในตัวผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ส่งเสริมในเรื่องการแปรรูป สร้างแบรนด์ให้เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และบอกว่า ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ต้องมีเรื่องราว (Story) และทำตลาดให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค

ตัวแทนสมาชิก อ.เมือง ได้ให้ข้อมูลว่า ระบบเกษตรอินทรีย์ควรมีการสร้างเครือข่ายแบบครบวงจร และมีการสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค โดยเน้นกระบวนการผลิตในตัวสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการและมีราคายุติธรรม ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์ต้องได้รับการยอมรับในมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง ควรมีการพัฒนาด้านการตลาดที่หลากหลายเพื่อเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์อินทรีย์ของผู้บริโภคให้มากขึ้น เช่น จุดจำหน่ายถาวร แหล่งจำหน่ายในพื้นที่โดยตรง

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบ้านธิ ให้ข้อมูลว่า การผลิตพืชผักปลอดภัยในท้องถิ่นต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคท้องถิ่น และภาครัฐ ควรมีการส่งเสริมให้พืชผักเข้าไปในโรงพยาบาล โรงเรียน และหน่วยงานราชการในท้องถิ่นเป็นหลัก

ตัวแทนสมาชิกอำเภอป่าซางได้ให้ข้อมูลว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้และขาดความมั่นใจที่จะผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งต้องอาศัยความอดทนและมีพื้นที่รูปธรรมที่บริหารจัดการในระบบเกษตรอินทรีย์ให้เป็นพื้นที่ดูงาน

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบ้านไธสงให้ข้อมูลว่าในพื้นที่ที่มีการใช้สารเคมีอันตรายทางการเกษตรอย่างแพร่หลาย และมีการทำเกษตรพันธสัญญา เช่น หอมแดง กระเทียม ลำไย ทำให้เกษตรกรที่จะปรับเปลี่ยนมาเป็นระบบอินทรีย์ทำได้ยาก เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สารเคมี

ตัวแทนสมาชิกอำเภอสี ให้อธิบายว่า พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าและทำสวนลำไยเป็นหลัก นิยมใช้สารเคมีอันตรายทางการเกษตรมาใช้ในกระบวนการผลิตซึ่งเห็นว่าควรจะมีการจำกัดการนำสารเคมีเข้ามาใช้พื้นที่ และควรส่งเสริมเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ให้มีการพัฒนาองค์ความรู้ การรวมกลุ่ม ตลอดจนถึง การตลาดแบบยั่งยืน

2. ด้านการตลาด: หลายอำเภอมีพื้นที่อยู่ห่างไกลชุมชนมีผลต่อการเดินทางเมื่อนำผลผลิตไปขาย เช่น ผักกินใบมักมีปัญหาเสียหายได้ง่าย ได้แก่ พริก มะเขือ พืชล้มลุก ตลาดไม่แน่นอน รวมทั้งผู้บริโภคมักจะมองว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูง ขณะเดียวกัน ผู้บริโภคยังขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั่งยืนจังหวัดลำพูน

สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีวิจัยดำเนินการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดลำพูน เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั่งยืนจังหวัดลำพูน ในภาพรวมพบว่า แนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั่งยืนจังหวัดลำพูนคือ ควรจัดเป็นตลาดชุมชน มีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย มีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน และควรมีการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามตลาดสดทั่วไป สามารถหาซื้อได้ง่าย

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน : ผลโดยรวมจากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จะเห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นและวัยทำงานหรือมีอายุระหว่าง 18-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.75 มีสถานภาพสมรส 52.50 ระดับการศึกษาสูงสุดคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 31.50 มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 33.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 64.25 เป็นครอบครัวขนาดเล็กมีจำนวนสมาชิกไม่เกิน 5 คนต่อครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 81.75

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล: ผลโดยรวมจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนพบว่าผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก (ร้อยละ 83.5) ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์จากโทรทัศน์ (ร้อยละ 43.75) โดยร้อยละ 69 ของผู้บริโภคมักบอกกล่าวแนะนำให้บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมงาน ให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือโฆษณาจากทางทีวี (ร้อยละ 53.75) และส่วนใหญ่ผู้ที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มักจะนำมาบริโภคเองหรือใช้เอง (ร้อยละ 89) โดยเหตุผลสำคัญที่บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์สูงสุดคือ เพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 35.80) และแหล่งที่นิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ ตลาดทั่วไป (ร้อยละ 52.50) และมีความถี่ในการซื้อสูงสุดคือ 2-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 57.75) โดยวันที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุดคือวันอาทิตย์ (ร้อยละ 19.75) และสินค้ายอดนิยมที่มีคนซื้อมากที่สุดคือ ชา กาแฟ (ร้อยละ 94.75) และร้อยละ 42.50 มักเลือกซื้อโดยดูจากเครื่องหมายรับรองคุณภาพ และการบริการให้ความรู้ คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ (ร้อยละ 54.25)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน: ผลโดยรวมจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ การมีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ การมีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ มีการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามตลาดสดทั่วไป และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ มีการรณรงค์ให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินประเภทตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจข้อมูลและการจัดเวทีประชุมในทุกอำเภอของจังหวัดลำพูนที่ผู้วิจัยได้ร่วมกันวิเคราะห์และประเมินเพื่อพัฒนารูปแบบการตลาดและการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ สรุปได้ ดังนี้

1. จัดทำตลาดนัดสีเขียว (หรือชื่ออื่น) เพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละอำเภอ
2. จัดทำตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต
3. สนับสนุนให้แต่ละพื้นที่มีร้านอาหารอินทรีย์หรือเมนูอาหารอินทรีย์ประจำท้องถิ่น
4. สนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและหน่วยงานในการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่ม

เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

5. ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้า
6. จัดกิจกรรมเพื่อขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และจัดเลี้ยงให้มีการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เข้ากับผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั้งในระดับชุมชนและในระดับกว้าง

7. การรวมหุ้นของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนเพื่อจัดการด้านการตลาด
8. สร้างเครือข่ายการตลาดต่างพื้นที่ ต่างภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและจำหน่าย
9. การจัดทำการท่องเที่ยววิถีเกษตรอินทรีย์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ที่ผู้วิจัยได้สรุปผล ดังนี้

ด้านปัจจัยการผลิต : กลุ่มเครือข่ายฯ เห็นว่าควรส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายการผลิต การแปรรูปการตลาด ทุกระดับให้เข้มแข็ง ทั้งเครือข่ายเก่าและใหม่ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ และที่สำคัญ เพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ยอินทรีย์ ตลอดจนเสริมสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการผลิตเกษตรอินทรีย์

ด้านการผลิต และการจัดการ:

- ควรจัดตั้งองค์กรกลางเป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ตลอดจนพัฒนาหมู่บ้านต้นแบบเกษตรอินทรีย์ หรือแหล่งเรียนรู้ในชุมชนที่มีฐานการเรียนรู้ที่ครอบคลุมเพื่อให้เกษตรกรทั่วไปและผู้สนใจเข้ามาศึกษาในลักษณะการปฏิบัติงานจริง

- ควรพัฒนาฐานข้อมูลระบบการให้ข้อมูล และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการปลูก การขอใบรับรอง และการตลาดพืชผักอินทรีย์

ด้านผลผลิต และประเภทตลาด :

- ควรจัดตั้งตลาดนัดสีเขียวในแต่ละอำเภอเพื่อรองรับและกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภค โดยใช้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเป็นฐาน เช่น มหาวิทยาลัย อำเภอ บริษัท ห้างร้าน

- ควรส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ด้วยการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้อยู่ในรูปแบบที่บริโภคง่าย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม

- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มควรมีการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างความรู้และทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคผลผลิตอินทรีย์

ข้อเสนอแนะ (Suggestion)

1. ส่งเสริมให้กลุ่มเครือข่ายฯ ดำเนินการผลิตตามมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์และช่องทางการเข้าสู่ตลาด โดยขยายผลกลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์/กลุ่มเกษตรกรที่มีความตั้งใจโดยใช้แนวทางและสร้างกลไกการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS : Participatory Guarantee System) และประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้เรื่องมาตรฐานต่างๆ ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้กับกลุ่มเครือข่ายฯ

2. ส่งเสริมการยกระดับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายฯ ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลโดยผลักดันผ่านกลุ่มที่ได้ผ่านการตรวจรับรองระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS: Participatory Guarantee System) หรือที่ได้รับเครื่องหมาย Organic Thailand

3. พัฒนารูปแบบการตลาดและการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้หลากหลาย เช่น

- จัดทำตลาดนัดสีเขียว (หรือชื่ออื่น) เพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่าง ๆ ในแต่ละอำเภอ
- จัดทำตลาดซื้อขายสินค้าอินทรีย์ออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต
- จัดกิจกรรมเพื่อขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และจัดเลี้ยง ให้มีการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายฯ เข้ากับผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั้งในระดับชุมชนและในระดับกว้าง

- สนับสนุนให้แต่ละพื้นที่มีร้านอาหารอินทรีย์ หรือเมนูอาหารอินทรีย์ประจำท้องถิ่น
- สนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและหน่วยงานในการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายฯ

- ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้า

เอกสารอ้างอิง

กรีนเนท. (2559). ภาพรวมสถานการณ์เกษตรอินทรีย์ไทย 2559. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2560, จาก <http://www.greennet.or.th/article/411>

ศราญนิตย์ เล็กสุทธิ. (2563). การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืน จังหวัดลำพูน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*. 14(2).

สมศักดิ์ บุญสาธ. (2546). *การสื่อสารการตลาด*. เอกสารประกอบการเรียน คณะภาษาและการสื่อสาร. สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์.

สำนักงานจังหวัดลำพูน. (2560). *แผนพัฒนาจังหวัดลำพูน (พ.ศ.2557-2560) ฉบับทบทวนใหม่ (รอบปี พ.ศ.2560)*. กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด.

สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2556). *ระบบสถิติทางการทะเบียน*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2560, จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php

Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row Publications.

Translated Thai References

Green net. (2016). *Overview of Thai organic agriculture situation 2016*. Retrieved March 3, 2017, from <http://www.greennet.or.th/article/411> (in Thai)

L, Sakrannit. (2020). Development of an Organic Marketing Model of Sustainable Agriculture Network, Lamphun. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*. 14(22). (in Thai)

- Lamphun Provincial Office. (2017). *Lamphun Development Plan (2014-2017) New Revised Edition (Year 2017)*. Provincial Development Strategy Group (in Thai)
- Somsak Boonsathon. (2003). *Marketing communication*. Academic document, Language and Communication Faculty. National Institute of Development Administration-NIDA (in Thai)
- The bureau of registration administration (BORA). (2013). *Registration statistics system*. Retrieved November 22, 2017, from http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php (in Thai)