รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “นวัตกรรมระบบตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา เกษตรกรกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

รหัส RDG61M9040

โดย

นายชวลิต ทิพม่อม

สนับสนุนโดย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น

2561

สัญญาเลขที่ RDG61M9040

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “นวัตกรรมระบบตลาด
อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน
กรณีศึกษา เกษตรกรกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น
และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร”

โดย

นายชวลิต ทิพม่อม

สนับสนุนโดย
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น
2561

บอกเล่าเพื่อความเข้าใจร่วมกัน

งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเป็นกระบวนการที่คนในชุมชนได้มาร่วมคิดทบทวนสถานการณ์ ตั้งคำถาม วางแผน หาข้อมูล ทดลองทำ วิเคราะห์ สรุปผลการทำงานและหาคำตอบเพื่อปรับปรุงงานต่อไป" กล่าวคือ งานวิจัยเพื่อ ท้องถิ่นเป็นเครื่องมือหนึ่งที่เน้นการให้ *"คน"* ในชุมชนเข้ามาร่วมในกระบวนการวิจัย ตั้งแต่การเริ่มคิด การตั้งคำถาม การวางแผน และค้นหาคำตอบอย่างเป็นระบบเป็นรูปธรรม โดยเรียนรู้จากการปฏิบัติการจริง (Action Research) อันทำให้ชุมชนได้เรียนรู้ สร้างผลงาน มีความเก่งขึ้นในการแก้ปัญหาของตนเอง และสามารถใช้กระบวนการนี้ในการแก้ไขปัญหาอื่น ๆ ในท้องถิ่น โดยมีกระบวนการศึกษาเรียนรู้อย่างเป็นเหตุเป็นผล ดังนั้นจุดเน้นของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น จึงอยู่ที่ *"กระบวนการ"* มากกว่า *"ผลลัพธ์"* เพื่อให้ชาวบ้านได้ประโยชน์จากงานวิจัยโดยตรง และให้งานวิจัยมีส่วนในการแก้ปัญหาของชาวบ้าน รวมทั้งเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นจริงในชุมชน ซึ่งจะต้องอาศัย "เวที" (การประชุม เสวนา พูดคุยถกเถียง) เป็นวิธีการเพื่อให้คนในชุมชน ทั้งชาวบ้าน ครู นักพัฒนา สมาชิกอบต. ข้าราชการ หรือกลุ่มคนอื่นๆ เข้ามาร่วมหา ร่วมใช้ "ปัญญา" ในกระบวนการวิจัย

"กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น" หมายถึง **การทำงานอย่างเป็นขั้นตอน** เพื่อตอบ ***"คำถาม"*** หรือ ***"ความสงสัย"*** บางอย่าง ดังนั้นสิ่งสำคัญคือประเด็น **"คำถาม" ต้องคมชัด** โดยมีการแยกแยะประเด็นว่า ข้อสงสัยอยู่ตรงไหน มีการหา ***"ข้อมูล"*** ก่อนทำ มีการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีการ ***"วางแผน"*** การทำงานบนฐานข้อมูลที่มีอยู่ และในระหว่างลงมือทำมีการ ***"บันทึก"*** มีการ ***"ทบทวน"*** ความก้าวหน้า ***"วิเคราะห์"*** ความสำเร็จและอุปสรรคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อ ***"ถอด"*** กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นออกมาให้ชัดเจน ในที่สุดก็จะสามารถ ***"สรุปบทเรียน"*** ตอบคำถามที่ตั้งไว้แล้วอาจจะทำใหม่ให้ดีขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปใช้เป็นบทเรียนสำหรับเรื่องอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป ซึ่งทั้งหมดนี้กระทำโดย ***"ผู้ที่สงสัย"*** ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นนั่นเอง ดังนั้นกระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจึงเป็นงานวิจัยอีกแบบหนึ่งที่ไม่ยึดติดกับระเบียบแบบแผนทางวิชาการมากนัก แต่เป็นการสร้างความรู้ในตัวคนท้องถิ่น โดยคนท้องถิ่น เพื่อคนท้องถิ่น โดยมุ่งแก้ไขปัญหาด้วยการทดลองทำจริง และมีการบันทึกและวิเคราะห์อย่างเป็นระเบียบ การวิจัยแบบนี้จึงไม่ใช่เครื่องมือทางวิชาการ ไม่ใช่ของศักดิ์สิทธิ์ที่ผูกขาดอยู่กับครูบาอาจารย์ แต่เป็นเครื่องมือธรรมดาที่ชาวบ้านก็ใช้เป็น เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

สกว.ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น ได้ใช้วิธีการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นตามแนวคิดและหลักการดังกล่าวมาแล้วในระยะเวลาหนึ่ง พบว่า ชาวบ้านหรือทีมวิจัยส่วนใหญ่สามารถสะท้อนการ

ดำเนินงานด้วยการบอกเล่าได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันก็พบว่า การเขียนรายงาน เป็นปัญหาที่สร้างความหนักใจให้แก่นักวิจัยเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นด้วยความตระหนักถึงสถานการณ์ปัญหาดังกล่าว สกว.ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น จึงได้ปรับรูปแบบการเขียนรายงานวิจัย ให้มีความยืดหยุ่น และมีความง่ายต่อการนำเสนองานออกมาใน รูปแบบที่นักวิจัยถนัด โดยไม่ยึดติดในเรื่องของภาษาและรูปแบบที่เป็นวิชาการมากเกินไป ซึ่งเป้าหมายสำคัญของรายงานวิจัยยังคงมุ่งเน้นการนำเสนอให้เห็นภาพของกระบวนการวิจัยมากกว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย โดยกลไกสำคัญที่จะช่วยให้นักวิจัยให้มีความสามารถเขียนรายงานที่นำเสนอกระบวนการวิจัยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น คือ สถาบันจัดการความรู้เกษตรกรรมยั่งยืนภาคอีสานตอนกลาง ในพื้นที่ ซึ่งทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงโครงการวิจัยมาตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบการทำงานวิจัย ดังนั้น สถาบันจัดการความรู้เกษตรกรรมยั่งยืนภาคอีสานตอนกลาง จะรับรู้พัฒนาการของโครงการวิจัยมาโดยตลอด บทบาทการวิเคราะห์เนื้อหาหรือกิจกรรมของโครงการจึงเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง สถาบันจัดการความรู้เกษตรกรรมยั่งยืนภาคอีสานตอนกลาง และนักวิจัย ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวได้นำมาซึ่งการถอดบทเรียนโครงการวิจัยสู่การเขียนมาเป็นรายงานวิจัยที่มีคุณค่าในที่สุด

อย่างไรก็ตาม รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นอาจไม่สมบูรณ์แบบดังเช่นรายงานวิจัยเชิงวิชาการโดยทั่วไป หากแต่ได้คำตอบและเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการวิจัย ซึ่งท่านสามารถเข้าไปค้นหา ศึกษาและเรียนรู้เพิ่มเติมได้จากพื้นที่

สกว.ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ “นวัตกรรมระบบตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา เกษตรกรกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาบริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น 2.ศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 3.ศึกษากระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ที่เน้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในและนอกชุมชน 4.ศึกษากระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ ที่เน้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในและนอกชุมชน

ผลการการวิจัย พบว่า ประวัติศาสตร์ของ 2 พื้นที่ มีความใกล้เคียงกัน คือ เรื่องปัญหาที่ดิน ทำให้เกิดการรวมตัวกันของ 2 พื้นที่ในชื่อ “เครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ” โดยมีนายสวาท อุปฮาด ทำหน้าที่ประสานการทำงานของแกนนำทั้ง 2 พื้นที่ แต่อย่างไรก็ตามในมุมของการสร้างพื้นที่อาหารปลอดภัย ทั้ง 2 พื้นที่มีความแตกต่างกันพอสมควร เนื่องจากพื้นที่โนนหนองลาดมีการปรับเปลี่ยนเข้าสู่การผลิตแบบอินทรีย์ได้เร็วกว่าพื้นที่บ้านหนองแวง ที่กำลังตกอยู่ในวังวนของกระแสการพัฒนาที่มีการส่งเสริมการปลูกพืชเชิงเดี่ยว จนทำให้สูญเสียพื้นที่อาหารสำหรับการบริโภคในครัวเรือน

ขณะเดียวกันสภาพพื้นที่ของทั้ง 2 พื้นที่ มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยพื้นที่โนนหนองลาดมีสภาพนิเวศน์ เป็นพื้นที่ลุ่มปากเขื่อน ส่วนพื้นที่หนองแวงมีสภาพนิเวศน์ เป็นพื้นที่ภู แต่ทั้ง 2 พื้นที่สามารถที่จะเชื่อมโยงกันผ่านการแลกเปลี่ยนทรัพยากร เช่น ในฤดูฝน น้ำท่วมพื้นที่โนนหนองลาด พื้นที่หนองแวงก็จะลงมาช่วยเหลือพื้นที่โนนหนองลาด ด้วยการนำหน่อไม้กลอย และอาหารจากธรรมชาติมาช่วยเหลือ ส่วนถ้าเกิดภัยแล้งในพื้นที่หนอแวง พื้นที่โนนหนองลาดจะนำข้าว ปลา อาหารจากแปลงผลิตและจากธรรมชาติ ไปช่วยเหลือพื้นที่บ้านหนองแวง

นอกจากนั้นในเรื่องต้นทุนของชุมชนทั้ง 2 ชุมชน ทำให้เห็นว่า ต้นทุนทางเศรษฐกิจของ 2 พื้นที่ มีความใกล้เคียงกัน คือ มีการปลูกพืชเศรษฐกิจ เพื่อสร้างรายได้ในครัวเรือน แต่พื้นที่โนนหนองลาดมีโอกาสของทางเลือกในการสร้างเศรษฐกิจจากพืชอาหารมากกว่าพื้นที่บ้านหนองแวงที่สูญเสียพื้นที่อาหารไปกับการปลูกพืชเศรษฐกิจ ส่วนต้นทุนทางธรรมชาติ ทั้ง 2 พื้นที่มีต้นทุนธรรมชาติสูงมาก เพราะที่ผ่านมาทั้ง 2 พื้นที่ สามารถที่จะหาอยู่หากินหรือสร้างรายได้จากการหาอาหารจากธรรมชาติ แต่ปัจจุบันพื้นที่หนองแวงจะสูญเสียสิทธิและขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากพื้นที่บ้านหนองแวงไม่สามารถนำอาหารจากธรรมชาติออกมาจำหน่ายสร้างรายได้ได้ เนื่องจากอาจจะมีความตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

ขณะเดียวกันต้นทุนทางสังคมของ 2 พื้นที่ มีความแตกต่างกันพอสมควร เพราะพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาดจะมีความสัมพันธ์กันภายในชุมชนพอสมควร เนื่องจากสมาชิกในชุมชนร่วมกันต่อสู้เรื่องปัญหาที่ดินมาด้วยกัน ต่างจากพื้นที่บ้านหนองแวงที่ความสัมพันธ์ไม่ค่อยแน่นแฟ้นกันเท่าที่ควร เนื่องจากการรวมกลุ่มส่วนใหญ่ เป็นการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อของบประมาณ รวมถึงมีการดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการกู้ยืมเงิน และดำเนินการเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการยามมีผู้เสียชีวิต ทำให้ไม่มีกิจกรรมที่ทำร่วมกันอย่างชัดเจน นอกจากนั้นพื้นที่บ้านหนองแวงมีวิถีการผลิตภาคการเกษตรที่เปลี่ยนไป ส่งผลทำให้วิถีชีวิตชาวบ้านหนองแวงเปลี่ยนไปด้วย เนื่องจากทุกครัวเรือนในชุมชนบ้านหนองแวง ต้องเร่งรีบในการผลิตยางพาราให้ทันต่อความต้องการของตลาด ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนลดลง

ส่วนต้นทุนมนุษย์ ทั้ง 2 พื้นที่ มีต้นทุนมนุษย์ที่เหมาะสำหรับใช้เป็นตัวอย่างในการดำเนินชีวิต แต่น่ากังวลที่ต้นแบบที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ เฉพาะในแต่ละด้านจะสูญหายไป เนื่องจากไม่มีการสืบทอดให้กับลูกหลาน ขณะเดียวกันต้นทุนด้านตลาดของทั้ง 2 พื้นที่ มีต้นทุนสูงมาก ที่สามารถใช้เป็นบทเรียนหรือนำมาพัฒนายกระดับให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับชุมชน เช่น ตลาดนัดสีเขียว ตลาดคนกลาง ตลาดเครือญาติ และตลาดกิจกรรม นอกจากนั้นต้นทุนด้านการบริโภคของทั้ง 2 พื้นที่ มีความแตกต่างกันไปตามสภาพการอยู่ใกล้เมืองและสภาพวิถีการผลิตด้านการเกษตร ในพื้นที่โนนหนองลาดจะติดกับพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เขตเมือง เป็นกลุ่มลูกค้าตลาดเขียวและกลุ่มลูกค้าเชฟ ที่มีความต้องการบริโภคอาหารปลอดภัยและชอบบรรยากาศชนบท ท้องไร่ ท้องนา หรือชอบเมนูอาหารที่มีความแปลกใหม่แตกต่างจากที่ตนเองบริโภค ส่วนพื้นที่หนองแวงผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในชุมชนและอยู่ใกล้ชุมชน โดยกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มีความต้องการซื้ออาหารสำหรับบริโภคในครัวเรือนมากกว่าจะปลูกกินหรือผลิตเอง เนื่องจากวิถีการผลิตที่เปลี่ยนไปที่เน้นการผลิตเพื่อสร้างรายได้แล้วจึงนำเงินมาซื้ออาหารแทนการปลูกกิน

จากต้นทุนของทั้ง 2 พื้นที่ สามารถที่จะสร้างเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบตลาดอาหารเฉพาะกลุ่ม 5 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน รูปแบบตลาดเครือญาติ รูปแบบตลาดนัดสีเขียว รูปแบบตลาดหน้าร้าน และรูปแบบตลาดคนกลาง โดยรูปแบบตลาดทั้ง 5 รูปแบบ มีการดำเนินการแล้ว 1 รูปแบบ คือ รูปแบบตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน แต่มีข้อจำกัดในการจัดการท่องเที่ยว เนื่องการสร้างตลาดรูปแบบท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน ได้มีขอบเขตการทำงานนอกเหนือจากการดำเนินงานภายในชุมชน แต่มีการขยายขอบเขตถึงเขตอุทยานแห่งชาติ ซึ่งอาจจะขัดต่อพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 จึงทำให้ไม่สามารถดำเนินงานได้เต็มรูปแบบ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบตลาดใหม่ในระยะที่ 2 และรูปแบบตลาดอื่นๆ จะดำเนินการในระยะที่ 2

นอกจากต้นทุนทางสังคม ทั้งสองพื้นที่ได้ดำเนินการศึกษารูปแบบตลาดเดิมที่เคยดำเนินการในสองพื้นที่ ซึ่งมีรูปแบบตลาดทั้งหมด 4 รูปแบบ ประกอบด้วย ตลาดนัดสีเขียว ตลาดคนกลาง ตลาดเครือญาติ และตลาดเทศกาล ซึ่งมีตลาดที่คล้ายกัน 1 รูปแบบ คือ ตลาดคนกลาง ขณะเดียวกันมีตลาดที่แตกต่างกัน 3 รูปแบบ ได้แก่ ตลาดนัดสีเขียว ตลาดเครือญาติ และตลาดเทศกาล จากตลาดทั้ง 4 รูปแบบ สามารถที่จะนำรูปแบบตลาด 2 รูปแบบ มาพัฒนาต่อยอดให้เกิดระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ฯ ได้แก่ 1) รูปแบบตลาดคนกลาง มีแนวทางในการพัฒนาเริ่มจากแนวทางที่หนึ่ง การพัฒนาความรู้และข้อมูลต้นทุนของชุมชน ความต้องการของนักท่องเที่ยว และการออกแบบคู่มือการท่องเที่ยว แนวทางที่สอง การสื่อสารและประชาสัมพันธ์โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะวีดีโอและข่าวสารคดี และแนวทางที่สาม การพัฒนานักนวัตกรรมชาวบ้าน โดยการทดลองจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และมีการสรุปบทเรียน เพื่อหาข้อสรุปในการจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และ 2) รูปแบบตลาดเทศกาล มีแนวทางในการพัฒนาเริ่มจากแนวทางที่หนึ่ง การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างเชฟและผู้ผลิต ผู้หา เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเป้าหมาย วิธีคิด และวิธีปฏิบัติ แนวทางที่สอง การพัฒนาฐานข้อมูล โดยการจัดทำแค็ตตาล็อกอาหารที่มีแต่ละฤดูกาลเป็นคู่มือในการสั่งออเดอร์ และแนวทางที่สาม การปฏิบัติการสั่งซื้อและการจัดส่งผลผลิต โดยให้นักนวัตกรรมที่เป็นกลุ่มชาวบ้านได้ทำหน้าที่รับออเดอร์ ตกลงราคา จัดหาผลผลิต จัดการผลผลิต และจัดส่งผลผลิตให้กับเชฟ

ในส่วนกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มี 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนทำความเข้าใจในกลุ่มผู้ผลิต โดยเริ่มจากการศึกษาวิจัยข้อมูลเรื่องต้นทุนชุมชนและรูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม รวมถึงมีการให้คำจำกัดความของ นวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล 2) ขั้นตอนการทำความเข้าใจร่วมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผ่านการให้ความรู้

และประชาสัมพันธ์ 4 ช่องทาง ได้แก่ กิจกรรมงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” กิจกรรมงานเทศกาลอาหาร ภูมิปัญญา (RICH ภูมิฯ) กิจกรรมงาน “ของแซ่บอีสาน อาหารท้องถิ่นพื้นบ้านตามฤดูกาล” และการสื่อสารของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ขณะเดียวกันยังมีกระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร โดยเน้นไปที่ 2 กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้สร้างนวัตกรรม มีขั้นตอนการแพร่กระจาย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การทบทวนตนเอง ชวนไปดูและสร้างการแลกเปลี่ยน ทดลองทำและสรุปผล และลงมือทำซ้ำ 2)กลุ่มผู้บริโภค มีขั้นตอนการแพร่กระจาย 2 ขั้นตอน ได้แก่ ทำให้รู้จัก และทดลองเข้าร่วม นอกจากนั้นปัจจัยที่เอื้อให้เกิดการแพร่กระจายนวัตกรรม มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อผู้รับนวัตกรรม ความเหมาะสมกับการใช้ชีวิต และความยุ่งยากและความง่ายของนวัตกรรม

สารบัญ

	หน้า
บอกเล่าเพื่อความเข้าใจร่วมกัน	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. คำถามการวิจัย	4
3. วัตถุประสงค์	4
4. ขอบเขตการวิจัย	5
5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	6
6. นิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 แนวคิด และเอกสารที่เกี่ยวข้อง	8
1. แนวคิดทุนทางสังคม	8
2. แนวคิดตลาดเฉพาะกลุ่ม	9
3. แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์	10
4. แนวคิดนวัตกรรม	12
5. เอกสารที่เกี่ยวข้อง	18
6. กรอบแนวคิดการศึกษา	22
บทที่ 3 กระบวนการและวิธีการศึกษา	27
1. กลุ่มเป้าหมาย	27
2. พื้นที่ในการวิจัย	28
3. ระยะเวลา	28
4. ข้อมูลวิจัย	28
5. วิธีการและเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล	29

6. การวิเคราะห์ข้อมูล 29
7. ขั้นตอนการดำเนินงาน 30
บทที่ 4 บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 38
1. บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น 38
2. บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 45
บทที่ 5 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มและกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค 60
1. รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมในพื้นที่บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 60
2. แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 70
บทที่ 6 กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และกระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 79
1. กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค 79
2. กระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 82

บทที่ 7 สรุปและอภิปรายผล 88
1. บทสรุปและอภิปรายผล 88
2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย 97
บรรณานุกรม 100
ภาคผนวก 103
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 104

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มเป้าหมาย 28

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 โลจิสติกส์กับกระแสการเคลื่อนย้าย 3 กระแส 11
ภาพที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์ 12
ภาพที่ 3 กลุ่มผู้รับนวัตกรรมตามแนวคิดของ Roger 14
ภาพที่ 4 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมตามแนวคิดของ Roger 16
ภาพที่ 5 หุบเหวแห่งการดับของนวัตกรรม 17
ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดการศึกษา 26
ภาพที่ 7 รูปแบบตลาดแบบตลาดนัดสีเขียว จังหวัดขอนแก่น 61
ภาพที่ 8 รูปแบบตลาดแบบคนกลางชุมชนโนนหนองลาด 63
ภาพที่ 9 รูปแบบตลาดแบบเทศกาลชุมชนโนนหนองลาด 64
ภาพที่ 10 รูปแบบตลาดแบบเครือญาติบ้านหนองแวง 66
ภาพที่ 11 รูปแบบตลาดแบบคนกลางบ้านหนองแวง 68
ภาพที่ 12 รูปแบบการสั่งซื้อผลผลิตและการจัดส่งผลผลิตตลาดคนกลาง 76
ภาพที่ 13 รูปแบบการขนส่งผลผลิตโดยเครือข่ายเชฟ 76

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อปีพ.ศ. 2530 - 2534 รัฐบาลไทยได้มีการสนับสนุนให้เกิดการยกระดับและพัฒนาระบบการผลิตการเกษตรให้มีความทันสมัย โดยบรรจุยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 และได้มีการประกาศเป็นนโยบายผ่านกระทรวงกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ให้ดำเนินการสนับสนุนรูปแบบการเกษตรแบบใหม่ที่มีการผลิตครบวงจร ให้เกิดการขยายผลไปสู่เกษตรกร โดยเกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคธุรกิจ สถาบันการเงิน และเกษตรกร ในนาม “โครงการสี่ประสาน” ที่ภาครัฐมีบทบาทหน้าที่ช่วยเหลือให้ภาคธุรกิจและภาคเกษตรกร สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยมีธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร เป็นสถาบันการเงินที่ทำหน้าที่สนับสนุนเงินลงทุนผ่านสินเชื่อให้กู้ยืม (ศรีภูพาน สุพรรณไชยมาตย์, 2552) และเมื่อปีพ.ศ. 2560 ประเทศไทยได้มีนโยบายสนับสนุนภาคเกษตรกรรมและเศรษฐกิจฐานราก โดยมีการสนับสนุนให้เกิดการยกระดับและพัฒนาระบบการผลิตการเกษตรให้มีความทันสมัยในลักษณะคล้ายคลึงกัน ดำเนินการผ่านโครงการระบบส่งเสริมการเกษตรแบบแปลงใหญ่ การบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (Zoning by Agri-Map) โครงการพัฒนาเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) พัฒนาสถาบันเกษตรกรรูปแบบประชารัฐ ธนาคารสินค้าเกษตร หรือการส่งเสริมการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรทดแทนแรงงาน ซึ่งรูปแบบการสนับสนุนยกระดับและพัฒนาระบบการผลิตการเกษตรให้มีความทันสมัยของรัฐบาล เป็นการพัฒนาระบบการผลิตเพื่อการกระตุ้นให้เกิดการเติบโตของเศรษฐกิจระดับประเทศมากกว่าการกระตุ้นให้เกิดการเติบโตของเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

แต่อย่างไรก็ตามการสนับสนุนให้เกิดการยกระดับและพัฒนาระบบการผลิตการเกษตรให้มีความทันสมัยเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้เกิดผลกระทบที่ตามมาของระบบการเกษตรและอาหารภายในประเทศ ได้แก่ 1) การผูกขาดตลาดขนาดใหญ่ภายในประเทศ เกิดจากการควบคุมระบบตลาดของบริษัทขนาดใหญ่เพียง 2 - 3 บริษัท ในการรวบรวมผลผลิตจากการทำสัญญารับซื้อผลผลิตล่วงหน้าจากเกษตรกร การว่าจ้างให้เกษตรกรทำการผลิต หรือการเช่าพื้นที่ในการผลิต เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการแปรรูป และการกระจายอาหาร ภายในประเทศและส่งออกนอกประเทศ ซึ่งการควบคุมระบบตลาดของ

บริษัทขนาดใหญ่เพียง 2 - 3 บริษัท สามารถจะกำหนดราคาในการรับซื้อผลผลิต และกำหนดราคาขายให้กับผู้บริโภคได้ เนื่องจากปริมาณการผลิตจำนวนมากสามารถที่จะทุ่มลดราคาผลผลิต เพื่อแข่งขันกับบริษัทขนาดเล็ก ตลาดค้าส่ง ตลาดสด หรือร้านค้าปลีก 2) ต้นทุนการผลิตสูงจากการใช้ปัจจัยภายนอกในกระบวนการผลิตรูปแบบใหม่ที่รัฐบาลสนับสนุน ในลักษณะของการผลิตในพื้นที่แปลงขนาดใหญ่ที่มุ่งปลูกพืชเชิงเดี่ยวที่ตอบสนองความต้องการของตลาด ทำให้กระบวนการผลิตต้องเสียค่าใช้จ่ายในการซื้อเมล็ดพันธุ์จำนวนมากมาใช้เป็นพันธุ์ในการเพาะปลูก ซึ่งเป็นพันธุ์ที่ได้รับหรือซื้อจากบริษัทร้านค้าการเกษตร ในส่วนขั้นตอนการเตรียมการแปลง การดูแลรักษา และเก็บเกี่ยวเกษตรกรต้องเสียค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างคนภายนอกให้นำเครื่องจักรขนาดใหญ่มาใช้ เนื่องจากขนาดพื้นที่มีขนาดใหญ่ยากที่จะใช้แรงงานคนในการดำเนินการ นอกจากนั้นการปลูกพืชจำนวนมากในพื้นที่ขนาดใหญ่ มีความยุ่งยากพอสมควรในการดูแลกำจัดศัตรูพืช จึงมีการนำสารเคมีฆ่าหญ้า ฆ่าแมลงเข้ามาใช้ในการกำจัดศัตรูพืช โดยสารเคมีต่างสามารถหาซื้อได้ตามร้านค้าการเกษตร สำหรับช่วงการเก็บเกี่ยวเกษตรกรจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในจ้างรถรับจ้างหรือพ่อค้าคนกลางในการขนย้ายผลผลิตไปยังร้านรับซื้อ ซึ่งในบางกรณีช่วงเวลาในการขนย้ายผลผลิตมีระยะทางไกล ส่งผลให้ผลผลิตที่ขนย้ายมีคุณภาพต่ำลง ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด 3) สารเคมีตกค้างในอาหาร เนื่องจากการปลูกพืชจำนวนมากในพื้นที่ขนาดใหญ่ มีความยุ่งยากพอสมควรในการดูแลกำจัดศัตรูพืช จึงมีการนำสารเคมีฆ่าหญ้า ฆ่าแมลงเข้ามาใช้ในการกำจัดศัตรูพืชจำนวนมาก ทำให้เกิดสารเคมีตกค้างในผลผลิต และสิ่งแวดล้อม 4) การสูญเสียพื้นที่อาหารท้องถิ่น เกิดจากการเพิ่มขยายขนาดพื้นที่ในการผลิต เพื่อทำการเกษตรขนาดใหญ่ การตกค้างของสารเคมีจากการเกษตรขนาดใหญ่ทำให้แหล่งอาหารท้องถิ่นเสื่อมโทรมและสูญหาย และ 5) ความรู้และวัฒนธรรมการบริโภคแบบใหม่ เกิดจากการแพร่กระจายของอาหารแบบใหม่ และการบริโภคแบบใหม่โดยบริษัทด้านอาหาร การขยายตัวของช่องตลาดแบบใหม่ที่นำสินค้าจากการผลิตแบบใหม่เข้าไปจำหน่ายในท้องถิ่น การสูญเสียแหล่งอาหารท้องถิ่นจากการขยายพื้นที่การเกษตร (มูลนิธิชีววิถี, 2554)

จากสถานการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นได้มีการสร้างแนวทางทางเลือกและแก้ไขปัญหาในระดับท้องถิ่นโดยกลุ่มเกษตรกรบึงปากเขื่อน ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง ตั้งอยู่ที่บ้านโนนเชือก หมู่ 7 ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ที่ทำการเกษตรโดยมีกิจกรรมที่หลากหลายและไม่ใช้สารเคมีได้ร่วมกับเครือข่ายอื่นๆ เปิดตลาดนัดปลอดสารพิษขอนแก่นกรีนมาเก็ตขึ้น (KhonkaenGreen Market) ในเมืองขอนแก่น โดยกลุ่มได้นำผลผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีและผลผลิตที่หาได้จากธรรมชาติไปขายสัปดาห์ละครั้ง คือ ทุกเย็นวันศุกร์ ผลผลิตที่นำไปจำหน่าย เช่น เป็ด ไก่ พื้นบ้าน ไข่เป็ด ไข่ไก่ ข้าวสาร ปลาธรรมชาติ บัวสาย เม็ดบัว ผักพื้นบ้านเช่นบวบ ผักกูด สายบัว ข่า ตะไคร้ ผักแมงลัก ผักหนาม ผักพาย

ผักกาดฮิ่น ผักกาดกวางตุ้ง ผักกาดขาว หน่อไม้ กล้วย พริก มะเขือเปราะ มะเขือพวง ต้นหอม บวบงู ผักหลอด ผักบุ้ง ตำลึงและอาหารแปรรูป ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในกลุ่ม นอกจากการนำสินค้าไปขายที่ตลาดนัดปลอดสารพิษในเมืองขอนแก่นแล้วเกษตรกรบางรายที่เป็นสมาชิกกลุ่มยังได้ขายสินค้าให้กับพ่อค้าแม่ค้าที่มารับซื้อผลผลิตถึงบ้าน เพื่อนำไปขายต่อในตลาดนัดของตำบลซึ่งเปิดทุกวัน บางส่วนผู้ผลิตก็จะขายเองในชุมชน จึงทำให้กลุ่มเห็นว่าการทำการเกษตรปลอดสารพิษ สามารถสร้างเศรษฐกิจ สร้างรายได้และทำให้สุขภาพดี และเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้นให้คนในชุมชนหันมาสนใจการผลิตแบบปลอดสารพิษมากขึ้น จึงเกิดการพัฒนาโครงการวิจัย “การพัฒนาและขยายผลฐานการผลิตเพื่อเชื่อมโยงกับตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น ของกลุ่มเกษตรกรบึงปากเขื่อนตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น” ภายใต้การสนับสนุนของฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อค้นหาวิธีการในการพัฒนาระบบการผลิตของกลุ่มและการขยายผลฐานการผลิตไปสู่คนอื่นๆ เพื่อที่จะเชื่อมโยงผลผลิตของกลุ่มเข้าสู่ตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น (บันทึกประชุมการพัฒนาโจทย์โครงการวิจัยการพัฒนาและขยายผลฐานการผลิตเพื่อเชื่อมโยงกับตลาดนัดสีเขียวขอนแก่นของกลุ่มเกษตรกรบึงปากเขื่อนตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น, 2558)

หลังเสร็จสิ้นโครงการวิจัย เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานในพื้นที่ ทางศูนย์วิจัยนวัตกรรมเพื่อท้องถิ่นเกษตรกรรมยั่งยืน อีสานตอนกลาง ภายใต้การสนับสนุนของฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จึงได้ลงพื้นที่บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาบทเรียนและความรู้ที่เป็นนวัตกรรมท้องถิ่น โดยกำหนดคุณลักษณะนวัตกรรมไว้ 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ความใหม่ของแนวคิด ส่วนที่ 2 กระบวนการใหม่ ส่วนที่ 3 รูปธรรมใหม่ และเพื่อให้ง่ายต่อการออกแบบแผนการดำเนินการต่อ จึงกำหนดระดับของนวัตกรรมออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับ A นวัตกรรมเชิงแนวคิดหรือกระบวนการหรือรูปธรรมที่เป็นความรู้ใหม่ของบุคคล, ชุมชน, เครือข่าย และสังคม ระดับ B นวัตกรรมเชิงแนวคิดหรือกระบวนการหรือรูปธรรมที่เป็นความรู้ใหม่ของบุคคล, ชุมชน และเครือข่าย และระดับ C นวัตกรรมเชิงแนวคิดที่เป็นความรู้ใหม่ของบุคคลและชุมชน เมื่อลงพื้นที่บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ข้อมูลที่ได้ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มเกษตรกรบึงปากเขื่อนมีการจำหน่ายผลผลิตอินทรีย์หลายรูปแบบทั้งการจำหน่ายผ่านกลุ่มผู้ผลิตในอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่นและการสร้างเครือข่ายการตลาดไปในพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร เพื่อสร้างมูลค่าให้กับอาหารตามฤดูกาล

จากนวัตกรรมที่เกิดขึ้น นักวิจัยเห็นว่าเป็นนวัตกรรมที่สามารถพัฒนาและยกระดับให้เป็นระบบมากขึ้น ทำให้ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเพื่อท้องถิ่นเกษตรกรรมยั่งยืน อีสานตอนกลาง ภายใต้การ

สนับสนุนของฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สนใจที่จะศึกษา “นวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล กรณีศึกษา เกษตรกรกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร” เพื่อศึกษาการพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ที่จะยกระดับการสร้างระบบเศรษฐกิจอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลในนิเวศน์ทาม ทุ่ง โคก จาก อ.น้ำพอง จ.ขอนแก่น สู่ ภูด่านแต้ อ.วาริชภูมิ จ.สกลนคร ที่เป็นธรรมกับผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งนี้ผลการวิจัยที่เกิดขึ้นคงนำไปใช้เป็นบทเรียนและความรู้ในการสร้างนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ในพื้นที่อื่นที่สนใจต่อไป

2. คำถามการวิจัย

คำถามการวิจัยครั้งนี้ คือ การพัฒนาและเผยแพร่นวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) จะสามารถสร้างระบบเศรษฐกิจอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลในนิเวศน์ทาม ทุ่ง โคก จากอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น สู่ภูด่านแต้ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ที่เป็นธรรมกับผู้ผลิตและผู้บริโภคได้อย่างไร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

3.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

3.3 เพื่อศึกษากระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

3.4 เพื่อศึกษากระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

4. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

4.1 ขอบเขตเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นศึกษาครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ดังนี้

1. สภาพบริบทและศักยภาพชุมชนใน 6 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านความรู้ ศักยภาพด้านกลุ่ม เครือข่าย ศักยภาพวัฒนธรรม ประเพณี ศักยภาพด้านกายภาพ ศักยภาพทรัพยากรธรรมชาติ และศักยภาพด้านการประกอบอาชีพ ของชุมชนบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และชุมชนบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

2. นิยามและความหมายของเศรษฐกิจอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลที่เป็นธรรมต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

3. การสร้างระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

4. ลักษณะระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

5. ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินการระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

6. แนวทางการพัฒนาระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

7. กระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

4.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1. กลุ่มผู้ผลิตอาหารปลอดภัยบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 5 คน

2. กลุ่มผู้หาของป่า บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร จำนวน 4 คน

3. กลุ่มผู้จัดการผลผลิตจัดขอนแก่น จำนวน 2 คน

4. กลุ่มเชฟอาหารปลอดภัย จำนวน 3 คน

5. กลุ่มผู้บริโภคอาหารปลอดภัย 30 คน

4.3 ขอบเขตการวิจัยด้านพื้นที่วิจัย

1. พื้นที่เป้าหมายหลัก

การวิจัยครั้งนี้ มีพื้นที่ดำเนินการหลัก 2 พื้นที่ ได้แก่ 1) พื้นที่นิเวศน์ภู บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และ 2) พื้นที่นิเวศน์ราบลุ่มแม่น้ำ บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

2. พื้นที่เป้าหมายรอง

การวิจัยครั้งนี้ มีพื้นที่ดำเนินการรอง 2 พื้นที่ ได้แก่ 1) บ้านกุดตากาบ ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และ2) บ้านดงสว่าง ตำบลนิคมน้ำอูน อำเภอนิคมน้ำอูน จังหวัดสกลนคร

4.4 ขอบเขตการวิจัยด้านระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้มีช่วงเวลาที่สนใจศึกษาจำนวน 15 เดือน หรือ 1 ปี 3 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2561 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2562

5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะเกิดประโยชน์ ดังนี้

5.1 มีการรวบรวมความรู้เรื่องบริบท ศักยภาพชุมชน การบริโภค รวมถึงความรู้เรื่องประวัติศาสตร์ของทั้ง 2 พื้นที่

5.2 มีการให้คำนิยามและความหมายของเศรษฐกิจอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลที่เป็นธรรมต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

5.3 เกิดเครือข่ายการเชื่อมโยงอาหาร การถ่ายทอดความรู้เรื่องการบริโภคอาหาร ความรู้เรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมถึงเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนผลผลิต

5.4 เกิดแนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

5.5 เกิดกระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้

6.1 ตลาดเฉพาะกลุ่ม หมายถึง ตลาดที่มีความเฉพาะเป็นของตนเอง เป็นตลาดที่มีลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะที่จะบริโภคสินค้าที่ไม่เหมือนตลาดทั่วไป

6.2 เศรษฐกิจท้องถิ่น หมายถึง การรวมกลุ่ม เครือข่าย ในการร่วมมือเพื่อสร้างเศรษฐกิจจากการผลิต รวบรวมผลผลิต แปรรูป การบริการ การกระจายผลผลิต การค้า และการสร้างการเข้าถึงผลผลิตให้กับผู้บริโภค ของคนในท้องถิ่น

6.3 นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ในลักษณะความคิด กระบวนการ และรูปธรรม แม้ว่าจะเป็นสิ่งเก่าจากพื้นที่อื่น

บทที่ 2
แนวคิด และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนากรอบแนวคิดในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้า ศึกษา ทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำเสนอได้ดังนี้

1. แนวคิดทุนทางสังคม
2. แนวคิดตลาดเฉพาะกลุ่ม
3. แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์
4. แนวคิดนวัตกรรม
5. เอกสารที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบการศึกษา

1. แนวคิดทุนทางสังคม

1.1 นิยามความของทุนทางสังคม

ปิแอร์ บูดิเยอร์ ให้ความหมายทุนทางสังคมว่า สังคมเป็นสนามความสัมพันธ์ที่หลากหลายมิติ ไม่ใช่แค่ทุนในมิติเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่อาจจะเป็นทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม หรือทุนสัญลักษณ์ โดยทุนในมิติต่างๆ สามารถที่จะนำมาใช้เปลี่ยนแปลงสภาพได้ ขึ้นอยู่กับสถานะของแต่ละทุน (ปิแอร์ บูดิเยอร์ อ้างถึงใน พร้อมสุดา ศรีเนตร, 2560)

1.2 ลักษณะทุนทางสังคม

ลักษณะทุนทางสังคมจะประกอบไปด้วยทุนในมิติต่างๆ ที่หลากหลาย ดังนี้

1.2.1 ทุนมนุษย์ คือ การนำทักษะ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ของมนุษย์ไปใช้สร้างสรรค์และผลิตงาน (อมรา พงศาพิชญ์, 2543) ซึ่งทุนมนุษย์สามารถที่จะยกระดับได้ผ่านการให้การศึกษา การอบรมให้ความรู้ (เทียนชัย กีระนันท์, 2544)

1.2.2 ทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศน์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นดิน น้ำ ป่า สิ่งมีชีวิต อากาศ ที่พักผ่อนธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ, 2552)

1.2.3 ทุนการเงิน การไหลเวียนของเงินที่เกิดขึ้นในชุมชน ทั้งเงินที่ไหลเข้ามาในชุมชน เงินที่ไหลออกจากชุมชน และเงินที่หมุนเวียนภายในชุมชน (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ, 2552)

1.2.4 ทุนกายภาพ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง ที่ดิน เครื่องมือทางการผลิต หรือโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในชุมชน (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2534)

1.2.5 ทุนทางสังคม กลุ่ม องค์กร เครือข่าย หรือสถาบัน ที่มีการร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างกัน ความไว้เนื้อเชื่อใจ (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ, 2552)

1.2.6 ทุนวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือที่บ่งบอกถึงกระแสค่านิยม ระบบคิด ความเชื่อ ที่กลายเป็นความรู้ ความคุ้นเคย ของคนในครอบครัว หรือในชุมชนนั้น (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547)

2. แนวคิดตลาดเฉพาะกลุ่ม

แนวคิดตลาดเฉพาะกลุ่ม สามารถที่แบ่งองค์ประกอบของแนวคิดออกเป็น 5 เรื่อง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ความหมายของตลาดเฉพาะกลุ่ม

ตลาดเฉพาะกลุ่ม เป็นตลาดที่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแน่นอนมีการผลิตสินค้าที่แตกต่างออกไปจากตลาดทั่วไป หรือมีสินค้าและการบริการเฉพาะเจาะจงให้กับลูกค้าที่มีความต้องการ ทำให้ตลาดเฉพาะกลุ่มเหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็ก

2.2 ประโยชน์ของตลาดเฉพาะกลุ่ม

ประโยชน์ของตลาดเฉพาะกลุ่ม คือ สามารถทำให้มีการใช้ทรัพยากรหรือทุนที่มีได้อย่างจำกัด ช่วยประหยัดแรงงาน เงิน โดยใช้วิธีการศึกษาพฤติกรรม ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและคิดวางแผนเพื่อทำการตลาด และตลาดเฉพาะกลุ่มนั้นมีคู่แข่งทางการตลาดจำนวนน้อย

2.3 ขั้นตอนการทำตลาดเฉพาะกลุ่ม

ขั้นตอนการทำตลาดเฉพาะกลุ่ม สามารถแบ่งออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ค้นหากลุ่มลูกค้า เพื่อกำหนดขอบเขตตลาด กำหนดปริมาณลูกค้า และศึกษาหากำลังซื้อ

ขั้นตอนที่ 2 ค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยการสำรวจและพูดคุยกับลูกค้า

ขั้นตอนที่ 3 ตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่ยังไม่มีใครทำ จึงตองอาศัยนวัตกรรมใหม่ของสินค้าและบริการที่ตรงใจลูกค้า

ขั้นตอนที่ 4 การสื่อสารให้เกิดการรับรู้ ที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงลูกค้า

ขั้นตอนที่ 5 ต้องมีการทดสอบตลาดกับกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 6 หาความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการ

ขั้นตอนที่ 7 สร้างจุดเด่นในวิธีการขาย และการบริการ

2.4 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ สามารถแบ่งออกเป็น 5 เรื่อง ดังนี้

- ต้องมีการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ
- ต้องมีความเชี่ยวชาญกับเรื่องที่ทำ
- ต้องคิดให้เร็วกว่าคู่แข่ง
- ต้องตอบสนองความต้องการลูกค้าด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน
- ต้องทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าและบริการอีก โดยการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจต่อสินค้าและบริการ

2.5 ข้อควรระวัง

ข้อควรระวัง คือ ต้องระวังการนำเสนอสินค้าและบริการที่ใหม่ของคู่แข่ง และอย่าคิดเอาชนะคู่แข่งด้วยกลยุทธ์ด้วยการลดราคา (ชมัยพร วิเศษมงคล, 2551 อ้างถึงใน วสันต์ บุษยะมา, 2551)

3. แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์

ในงานวิจัยแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร ศึกษาโดย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2553) ได้ชี้ให้เห็นรายละเอียดของแนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์ ดังนี้

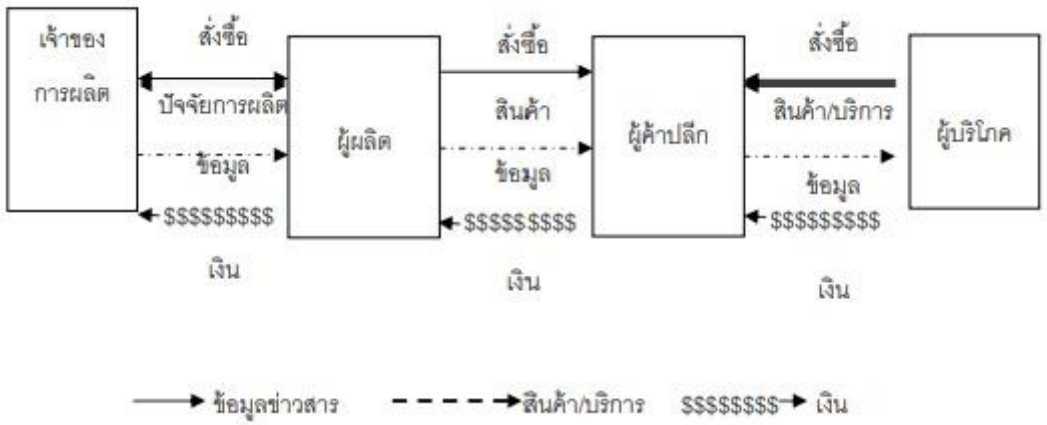
3.1 ความหมายการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์

แนวคิดโลจิสติกส์ดั้งเดิม คือ กระบวนการให้ได้มาซึ่งสิ่งของ การกักเก็บในคลังสินค้า และการกระจายสิ่งของเพื่อให้สามารถนำสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ (the right products) ส่งผู้บริโภคในเวลาที่ถูกต้อง (right time) ณ สถานที่ที่ถูกต้องด้วยเงื่อนไข ปริมาณและต้นทุนที่ถูกต้อง แนวคิดนี้มีต้นกำเนิดมาจากการเคลื่อนย้ายยุทโธปกรณ์ไปสู่แนวรบ (Backer 1999) ส่วนโลจิสติกส์สมัยใหม่จะเน้น

กระบวนการเคลื่อนย้ายสิ่งของ 3 ชนิด ได้แก่ การจัดหาและจัดส่งสินค้า (ทั้งปัจจัยการผลิต สินค้าสำเร็จรูปและบริการ) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการโอนเงินและชำระเงิน

แนวคิดโลจิสติกส์สมัยใหม่ไม่ใช่เน้นแต่เรื่องการเคลื่อนย้ายสินค้าในเวลาและสถานที่ที่ต้องการ แต่ได้วิวัฒนาการไปเป็นการบริหารจัดการด้านเวลาและการทำงานโดยลดความสูญเปล่า กำจัดทุกสิ่งที่มีคุณค่าเพิ่ม มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ หรือที่เรียกว่า “lean logistics and lean manufacturing” ที่เน้นกระแสการเคลื่อนย้ายหรือไหลเวียน (flow) ของสินค้า บริการและข้อมูลมากกว่าการเก็บสินค้าในคลัง (stock)

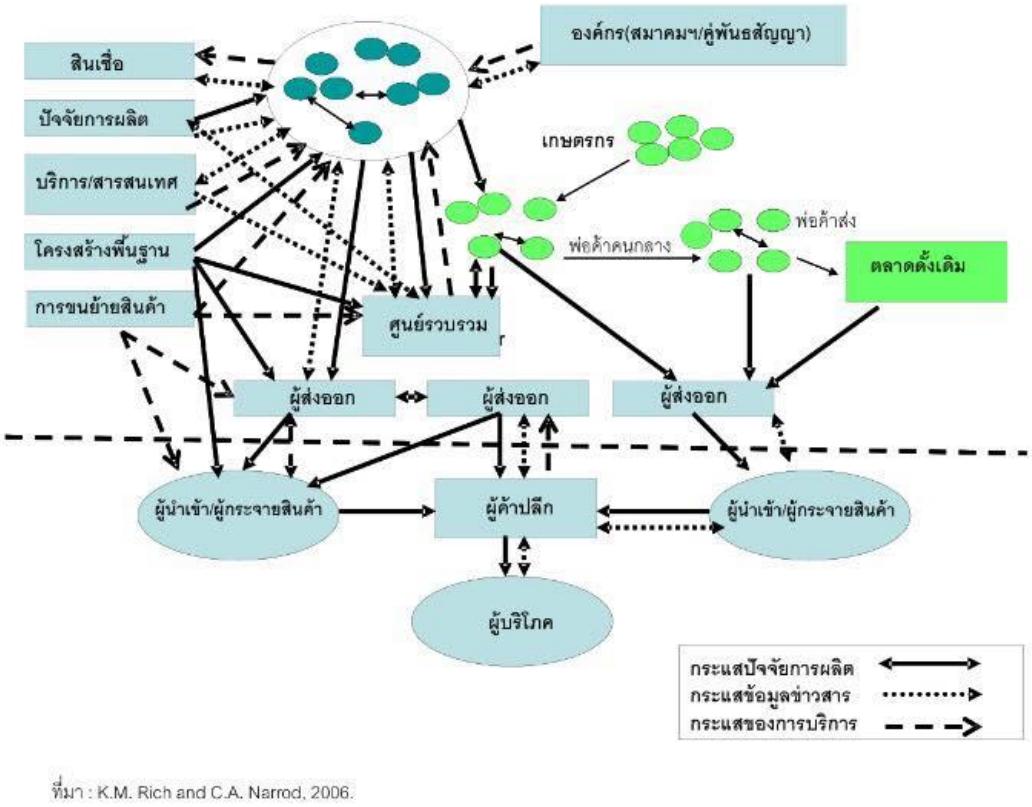
องค์ประกอบสำคัญของโลจิสติกส์ในทางธุรกิจ จึงประกอบด้วย 1) การพยากรณ์อุปสงค์ 2) กลยุทธ์การจัดหา 3) การขนส่ง 4) การบริหารสินค้าคงคลัง 5) การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ 6) โกดังสินค้า 7) บรรจุภัณฑ์และหีบห่อ 8) การตอบสนองต่อคำสั่งซื้อและ 9) บริการลูกค้า (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 4)



ภาพที่ 1 โลจิสติกส์กับกระแสการเคลื่อนย้าย 3 กระแส

3.2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์

การจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์ เป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมข้อมูล เทคโนโลยี ผ่านหน่วยกลาง เริ่มจากผู้ผลิต รวบรวมผลผลิต ส่งต่อคนกลาง ไปยังช่องทางตลาดถึงมือผู้ส่งออก นอกจากนั้นยังมีการส่งข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับถึงคนกลางและผู้ผลิต เพื่อวางแผนจัดการผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการของผู้รับ โดยกระบวนการดังกล่าวจะสัมพันธ์เชื่อมโยงกับปัจจัยการผลิต ระบบสินเชื่อ โครงสร้างสาธารณูปโภค การขนส่งและบริการ (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 5)



ที่มา : K.M. Rich and C.A. Narrod, 2006.

ภาพที่ 2 การจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์

4. แนวคิดนวัตกรรม

การศึกษานี้มุ่งเน้นค้นหาคำตอบเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นให้เกิดการยอมรับและแพร่กระจายไปในวงกว้างท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคม จึงยึดแนวคิดของ Roger (Roger, 2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด, 2557 และ กาญจนา แก้วเทพ, 2560) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1 นิยามความหมายของนวัตกรรม

Everette M. Rogers (1983) ได้ให้ความหมายของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) ว่า นวัตกรรมคือ ความคิด การกระทำ หรือวัตถุใหม่ ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ๆ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคน หรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม

4.2 กลุ่มผู้รับนวัตกรรม

กลุ่มผู้รับนวัตกรรมตามแนวคิดของ Roger (1962) โรเจอร์ได้แบ่งกลุ่มผู้ใช้ออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 กลุ่มล้ำสมัย (Pioneer หรือ Innovators) คนกลุ่มนี้มีอยู่ประมาณ 2.5% ของประชากรทั้งหมด คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มแนวหน้าที่ยอมรับและใช้นวัตกรรมใหม่ มีแรงกระตุ้นจากความใหม่ของสินค้าหรือบริการเพราะมันท้าทาย ตอบสนองความต้องทางจิตวิทยาด้านอารมณ์ลึกๆ ในการเป็นผู้นำ ไม่ตามใคร มีความโดดเด่นไม่เหมือนใคร หรือตอบความอยากทดลอง ชอบอะไรใหม่ เกิดประสบการณ์ใหม่ก่อนใคร เห็นอะไรใหม่ที่อยู่ในความสนใจตอบสนองทันที ราคาอาจจะไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อ แต่กลับเป็นเงื่อนไขของความใหม่ที่พวกเขาเห็นคุณค่าและอยากเป็นเจ้าของต่างหาก

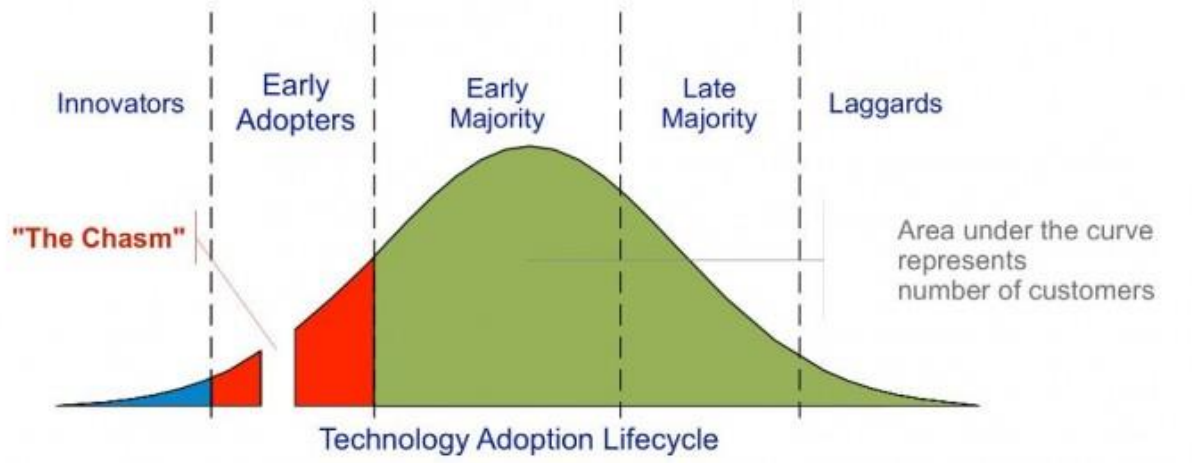
กลุ่มที่ 2 กลุ่มนำสมัย (Early Adopters) คนกลุ่มนี้มีประมาณ 13.5% ของประชากรทั้งหมด คนเหล่านี้เป็นกลุ่มที่สองที่จะเปิดรับและเริ่มใช้สิ่งประดิษฐ์ใหม่ที่เพิ่งนำออกสู่ตลาด คนกลุ่มนี้อาจจะมีแรงกระตุ้นต่อสินค้าหรือบริการใหม่ไม่เท่ากับกลุ่มล้ำสมัย แต่พวกเขาก็เป็นกลุ่มแรกๆ เช่นกัน ที่พร้อมที่จะเริ่มต้น ยอมจ่ายค่าสินค้าในราคาที่แพง เพื่อค้นหาประสบการณ์ใช้สินค้าใหม่ๆ ชื่นชมกับตัวเองในความเป็นคนกลุ่มแรกๆ ที่ได้ใช้ของใหม่ ไปไหนมาไหนมีคนมอง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มทันสมัย (Early Majority) กลุ่มคนกลุ่มนี้มีอยู่ประมาณ 34% ของประชากรทั้งหมด คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่เปิดใจรับของใหม่ได้รวดเร็ว เมื่อเห็นว่ามีคนเริ่มใช้งานสิ่งประดิษฐ์ใหม่กันอย่างจริงจังมากขึ้น แม้จะไม่ได้ประสบการณ์ใหม่ถอดด้าม แต่ก็เป็นประสบการณ์ใช้ที่พวกเขารู้สึกปลอดภัยเพราะที่ได้มีคนลองใช้มาแล้ว และชี้ให้เห็นได้ว่า สิ่งประดิษฐ์ใหม่นั้นมีคุณค่าทำให้ชีวิตของพวกเขาดีขึ้น เมื่อมีผลลัพธ์ที่เป็นบวกกลุ่มคนกลุ่มนี้ก็จะตามใช้สินค้าในทันที เรียกว่าคนกลุ่มนี้เป็นกองทัพหลักของกลุ่มผู้ใช้งานสิ่งประดิษฐ์ใหม่ แต่เมื่อรวมกับกลุ่มถัดไปก็จะเป็นฐานผู้ใช้ที่ใหญ่และกว้างที่สุดของกลุ่มประชากรทั้งหมด (Main Stream) นั่นเอง

กลุ่มที่ 4 กลุ่มตามสมัย (Late Majority) คนกลุ่มนี้มีอยู่ประมาณ 34% เช่นเดียวกันกับกลุ่มทันสมัย คนกลุ่มนี้เป็นกลางขบวนและเกือบท้ายขบวนของกลุ่มประชากรในการใช้สินค้า เมื่อสิ่งประดิษฐ์ได้รับการยอมรับในคนกลุ่มใหญ่ คนกลุ่มนี้ก็จะไม่รั้งรอที่จะร่วมเป็นผู้บริโภคด้วย เพราะเมื่อเวลาผ่านไปมีคนใช้เพิ่มมากขึ้น ตลาดก็จะมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น และราคาสินค้าก็จะถูกลง ในขณะที่ประสิทธิภาพก็เพิ่มมากขึ้นกว่าแต่เดิม เรียกกันว่าอยู่ในระดับที่คุ้มค่าคุ้มราคานั่นเอง เมื่อราคา

จับต้องได้ง่ายขึ้น การกระจายสินค้ามีความทั่วถึงมากขึ้น คนกลุ่มนี้ก็จะสามารถตอบสนองความต้องการของตัวเองและความต้องการมีตัวตนในสังคมได้ง่ายขึ้น

กลุ่มสุดปลายสมัย (Laggards) กลุ่มปลายสมัยเป็นกลุ่มคนกลุ่มสุดท้ายในแนวคิดของโรเจอร์ กลุ่มคนปลายสมัยนั้นมีประมาณ 16% ของประชากรทั้งหมด คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มสุดท้ายของประชากรที่จะเปิดรับสิ่งประดิษฐ์ เนื่องจากปัจจัยเหตุหลายประการเช่น อาจจะกำลังซื้อมีไม่พอในตอนแรก ไม่รู้สึกถึงคุณค่าและมองไม่เห็นคุณค่าในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ขาดหรือด้อยสมรรถนะในการใช้งานในช่วงเริ่มต้น (อย่างเช่นสิ่งประดิษฐ์ช่วงแรกมีความซับซ้อนแต่ต่อมามีการใช้งานที่ง่ายขึ้น) ท้ายที่สุดอาจจะเกิดจาการที่โดนสังคมบังคับให้ใช้ (เช่นการซื้อ การจองสินค้าหลายชนิดในปัจจุบัน เป็นการจองผ่านอินเตอร์เน็ตกันอย่างแพร่หลาย กลุ่มที่คุ้นเคยอยู่กับการรับออเดอร์ทางแฟ็กซ์จึงถูกบีบให้หันมาใช้งานออนไลน์เป็นต้น) (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 1)



ภาพที่ 3 กลุ่มผู้รับนวัตกรรมตามแนวคิดของ Roger

บนแนวคิดนี้ โรเจอร์ ระบุไว้ว่า การแพร่กระจายการใช้สินค้านวัตกรรมนั้นจะเริ่มขยายตัวอย่างเป็นลำดับขั้น จากคนกลุ่มหนึ่งไปสู่คนอีกกลุ่มหนึ่งอย่างเป็นขั้นตอน ไม่ข้ามขั้นกัน หรือที่เรียกว่าเป็นแบบ Linear Diffusion คือจะเริ่มจากลุ่มล้ำสมัย ต่อมาก็จะเป็นกลุ่มนำสมัย ทันสมัย ตามสมัย และเข้าสู่กลุ่มสุดท้ายคือ ปลายสมัยนั่นเอง

4.3 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

Roger (2003) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการยอมรับนวัตกรรม คือ การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่โดยคิดว่านวัตกรรมนั้นเป็นวิธีที่ดีที่สุดและมีประโยชน์มากกว่า ซึ่งอาศัยคุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ โดยขั้นตอนของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมประกอบด้วย 1) ขั้นตอนของการทำความรู้จัก กระตุ้นให้เกิดความสนใจนวัตกรรม 2) ขั้นตอนโน้มน้าวและทำการชักชวนให้เกิดการยอมรับนำนวัตกรรมไปใช้ 3) ขั้นตอนการตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม 4) ขั้นตอนลงมือทำ เป็นขั้นตอนหลังจากการตัดสินใจ จนนำไปสู่การใช้ ยอมรับ หรือลงมือปฏิบัติตาม 5) ขั้นตอนยืนยันการใช้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เพราะจะมีผู้รับนวัตกรรมจำนวนน้อยมากที่จะยืนยันการใช้โดยการปฏิบัติซ้ำ ทั้งนี้แต่ละขั้นตอนจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการสื่อสาร การจัดกิจกรรม และมีวิธีการที่เหมาะสม

4.4 คุณลักษณะการยอมรับนวัตกรรม

การที่ผู้รับนวัตกรรมจะยอมรับนวัตกรรม จะต้องอาศัยคุณลักษณะสำคัญ 5 ประการดังนี้

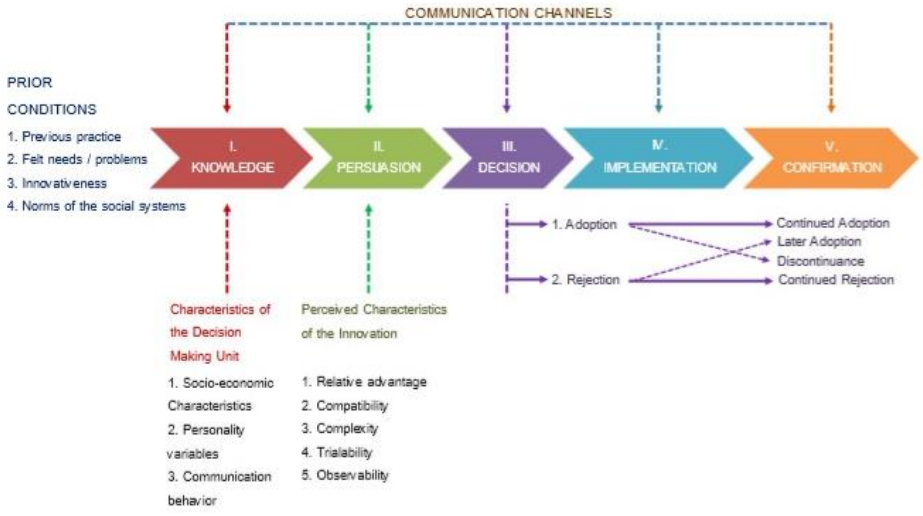
- คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การรับรู้ว่านวัตกรรมดีกว่ามีประโยชน์กว่าวิธีการปฏิบัติเดิม ๆ เช่น สะดวกกว่า รวดเร็วกว่า มีผลตอบแทนที่ดีกว่าอื่น ๆ เป็นต้น ในส่วนที่ดีกว่าถ้าเห็นว่ามีประโยชน์มากกว่าเสียประโยชน์ก็จะทำให้การยอมรับนวัตกรรมมีแนวโน้มในการยอมรับมากขึ้น

- คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมรู้สึกหรือคิดว่าเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้กับค่านิยมที่เป็นอยู่เดิมถ้านวัตกรรมใดมีลักษณะสอดคล้องกับความคิดเดิม ๆ ก็จะทำให้การยอมรับมีแนวโน้มสูงขึ้น จากประสบการณ์ในอดีตตลอดจนความต้องการของผู้รับความคิดใหม่ ๆ การเข้ากันได้ของนวัตกรรมกับสิ่งต่าง ๆ ทำให้ผู้ยอมรับรู้สึกมั่นใจและไม่ต้องเสี่ยงภัยมาก ทำให้เกิดความรู้สึกที่มีความหมายมากขึ้น

- คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ถ้านวัตกรรมที่นำมาใช้มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก การยอมรับก็จะน้อยลงโดยเฉพาะถ้าบุคลากรที่นำนวัตกรรมเหล่านั้นมาใช้มีความยุ่งยากก็ยิ่งทำให้เกิดการต่อต้าน ดังนั้นการนำนวัตกรรมมาใช้จึงมีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับการยอมรับ ถ้านวัตกรรมมีความซับซ้อนมากอัตราการยอมรับจะลดลง แต่ถ้านวัตกรรมมีความซับซ้อนน้อยอัตราการยอมรับก็จะเพิ่มขึ้นตรงกันข้าม

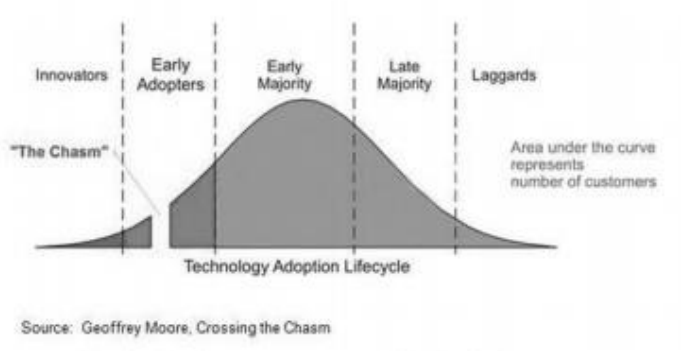
- คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability) โดยการนำเอานวัตกรรมส่วนย่อย ๆ ไปทดลองใช้โดยใช้ระยะเวลาไม่มากนัก ซึ่งอาจจะแบ่งเป็นส่วนเล็กเมื่อนำไปทดลองและประสบความสำเร็จตามที่ต้องการก็จะทำให้เกิดการยอมรับมากขึ้นในนวัตกรรมนั้น ๆ

- คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) คือ ผลของนวัตกรรมเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ หมายความว่า ถ้านวัตกรรมทำให้เกิดการมองเห็นได้ก็จะทำให้การยอมรับมีน้ำหนักมากขึ้น ซึ่งอาจมองไม่ถึงด้านรูปธรรมในที่นี้ถ้าสามารถทำให้เป็นรูปธรรมได้ก็จะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการยอมรับมากขึ้นกว่าที่เป็นนามธรรมหรือเป็นแค่จินตนาการ (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 2)



ภาพที่ 4 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมตามแนวคิดของ Roger

ทฤษฎีของ Roger (2003) นั้นมีการนำมาวิจัยและเกิดเป็นทฤษฎีต่อยอดโดย Geoffrey A. Moor เป็นทฤษฎี The Chasm อันโด่งดังของ Moore (1995, p. 19) หรือทฤษฎี “หุบเหวแห่งการดับของนวัตกรรม” เป็นทฤษฎีที่ไม่มีวิศวกรการตลาดคนใดในโลกไม่รู้จัก (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 5)



ที่มา: Moore, G. A. (1995). *Crossing the chasm: Marketing and selling high-tech products to mainstream customers.* New York: Harper Business.

ภาพที่ 5 หุบเหวแห่งการดับของนวัตกรรม

ทฤษฎีของ Roger (2003) นั้น การเริ่มยอมรับนวัตกรรมจะเกิดขึ้น (Birth) เมื่อหลังจากผ่านสถานะแรกหรือผ่านคนกลุ่มแรก (Innovators) หรือคือการได้รับการยอมรับจากนักประดิษฐ์นวัตกรรมหรือผู้ชอบติดตามเทคโนโลยีใหม่จำนวนหนึ่ง ทดสอบทดลองจนสิ้นสงสัยและยอมรับเทคโนโลยีนั้นแล้วถัดไปก็จะเกิดการยอมรับของกลุ่ม Early Adopters และ Early Majority ได้ง่ายขึ้น แต่ Moore (1995) ได้ให้ความสำคัญต่อการยอมรับนวัตกรรมในกลุ่ม Early Adopters อย่างมากที่สุด และกลุ่มนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งกว่านวัตกรรมนั้นจะมีอยู่หรือดับไปในสังคม Moore (1995) จึงเปรียบว่าในคนกลุ่มนี้จะมี “หุบเหว” ซึ่งคอยดักนวัตกรรมใด ๆ ว่าจะอยู่หรือดับไป และนวัตกรรมใด ๆ จะมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง Early Adopter กับผู้ผลิตจนกว่านวัตกรรมนั้น ๆ จะตรงกับอุปสงค์ในสังคมจนเกิดการยอมรับในที่สุดหากนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีโทรคมนาคมใดผ่านหุบเหวนี้ไปได้ นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีนั้น ๆ จะเกิดการยอมรับและเกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ในสังคมอย่างท้วมท้นเรียกว่าเป็นช่วง Take off ทะยานขึ้นสู่ฟ้าของธุรกิจ ซึ่งจะทำกำไรได้สูงสุด นักลงทุนธุรกิจเทคโนโลยีโทรคมนาคมก็คงมองหาโอกาสในการลงทุนธุรกิจเทคโนโลยีในสังคม ณ ช่วงเวลานี้ เพราะในการลงทุนด้านธุรกิจเทคโนโลยีโทรคมนาคม ในช่วงเวลาที่เทคโนโลยีเข้าสู่กลุ่ม Innovators เป็นช่วงที่เกิดของธุรกิจนอกจากต้องลงทุนวิจัยพัฒนาสูงแล้ว ยังมีปัญหาเรื่องมีผู้ซื้อยังน้อยอยู่ ดังนั้น Economy of Scale ยังทำให้ราคาต่อหน่วยแพงอยู่ ถึงแม้หากเข้าลงทุนธุรกิจในช่วงเวลาที่เทคโนโลยีเข้าสู่กลุ่ม Early Adaptors นั้น เป็นช่วงเวลาที่ธุรกิจมีความเสี่ยงมากที่สุดว่าจะมีอยู่หรือดับไป และต้องลงทุนทำตลาดสูงที่สุด

ดังนั้นนักลงทุนที่หัวธุรกิจจริง ๆ มักเข้ามาลงทุนธุรกิจเทคโนโลยีที่ข้ามหุบเหวการยอมรับของกลุ่ม Early Adaptors แล้วเพราะตลาดเกิดความต้องการมหาศาล Demand Growth

5. เอกสารที่เกี่ยวข้อง

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับทุนทางสังคม

มีงานศึกษาที่ชี้ให้เห็นการนำทุนทางสังคมมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม หลายผลงาน ตัวอย่าง ผลการศึกษาของกาญจนา สมมิตร และคณะ (2556) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “สถานการณ์ธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้บริบททุนทางสังคมในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น การเกิดธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะมีทุนสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ที่คนในชุมชนมีความไว้เนื้อเชื่อใจกัน ทุนทางด้านผู้นำ ที่มีความเสียสละ มีความ และมีจิตสาธารณะ ทุนการจัดการบริหารแบบมีส่วนร่วมภายใต้บริบทของคนในชุมชน และทุนด้านปัจจัยเครือข่ายสนับสนุนจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ขณะที่การศึกษาของไพรินทร์ พฤตินอก (2556) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “กองทุนหมู่บ้าน :ทุนทางสังคมในฐานะกระบวนการขับเคลื่อนกองทุนหมู่บ้านโนนสังข์” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น กองทุนหมู่บ้านขับเคลื่อนได้ เพราะได้ใช้ทุนทางสังคมที่มีในชุมชน ได้แก่ ทุนด้านความเชื่อวัฒนธรรมประเพณี คนในชุมชนมีการเชื่อมร้อยจิตใจผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้คนในชุมชนมีความรักสามัคคี และช่วยเหลือกัน นอกจากนั้นยังมีทุนด้านความสัมพันธ์ทางเครือญาติ ที่คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ในลักษณะเครือญาติ จนทำให้เกิดการรวมตัวกันเพื่อตั้งกองทุนหมู่บ้านที่ไม่ซับซ้อน และทุนด้านการประกอบอาชีพ คนในชุมชนมีการประกอบอาชีพทำนา ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน และสัมพันธ์กับการส่งคืนเงินกู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้าน

ส่วนผลการศึกษาของบงกช เจนชัยภูมิ และคณะ (2560) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “เรื่องเล่าจากวังเวียง : ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของเมืองวังเวียงมีความเข้มแข็ง เกิดจากความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่ช่วยเหลือกัน และมีความรักในพื้นที่ของตนเอง มีการรวมกลุ่มในการจัดระเบียบการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ ด้วยวัฒนธรรมของเมืองวังเวียงมีความน่าสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ด้วยการเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้นำกระแสทุนนิยมเข้ามาด้วย ทำให้ชาวบ้านได้ใช้พื้นของวัดเป็นพื้นที่ศูนย์รวมจิตใจ สามารถที่จะดำรงการชีวิตอยู่ได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของชุมชน

งานศึกษาของวรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ (2560) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการทรัพยากรชุมชนโดยใช้ทุนทางสังคมภายใต้ระบบเกษตรพันธะสัญญา” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น ชุมชนได้นำเอาทุนทางสังคมมาใช้เป็นเครื่องมือรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่น และทุนอื่น ๆ ที่เคยสืบทอดนำกลับมาใช้ใหม่ โดยใช้ระบบเครือญาติมาเป็นกลไกสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน เพื่อรวมกลุ่มในการทำเกษตรผสมผสาน ควบคู่ไปกับการทำเกษตรเชิงพาณิชย์ในระบบเกษตรพันธะสัญญา ชุมชนมีการกำหนดพันธะร่วมกัน มีการกำหนดแนวทางในการทำเกษตรปลอดภัย รวมถึงมีการสร้างข้อตกลงกฎเกณฑ์ บทลงโทษในการใช้ทรัพยากรป่าไม้ และแหล่งน้ำร่วมกัน เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งอาหารตามธรรมชาติ ตลอดจนมีการนำผลผลิตจากการทำเกษตรผสมผสานมาสร้างมูลค่าผ่านการจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียว

5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม

มีงานศึกษาที่ชี้ให้เห็นแนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม หลายผลงาน ตัวอย่าง ผลการศึกษาของเจษฎา นกน้อย และสัญชัย ลั้งแท้กุล (2558) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น ผู้ประกอบการควรดำเนินการขนส่งวัตถุดิบด้วยตนเอง ควรมีสถานที่เก็บวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน มีการค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการผลิต ควรมีการวางแผนการผลิต ควรมีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรเพิ่มผู้ขายผลผลิต อบรมเทคโนโลยีใหม่ให้แก่พนักงาน ควรนำหลักการจัดการความรู้มาใช้ ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า

ขณะที่การศึกษาของวิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และมลฤดี จันทรัตน์ (2558) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การดำเนินงานและปัญหาของโรงสีข้าวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น โรงสีข้าวชุมชนยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาด การขาย การโฆษณา และบุคลากรยังขาดทักษะในการจัดการและรวบรวมผลผลิต นอกจากนั้นยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ขาดอุปกรณ์เครื่องมือที่มีมาตรฐาน และขาดแคลนเงินลงทุน จึงมีแนวทางการพัฒนาความสามารถพนักงาน การพัฒนาด้านการตลาด การโฆษณา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การหาอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน และการหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติม

ส่วนผลการศึกษาของสว่าง แป้นจันทร์ และปุณณมี สัจจกมล (2559) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การประเมินห่วงโซ่คุณค่าตลอดวัฏจักรชีวิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของมะม่วงไทย” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น ต้นทุนการผลิตส่วนใหญ่อยู่ที่กระบวนการขนส่งและการเคลื่อนย้ายสินค้า เนื่องจากการ

บริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าและรายได้ คือ ความปลอดภัย ระดับคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภค การใช้ทรัพยากร การรักษาสิ่งแวดล้อม ระบบข้อมูลสารสนเทศ และการตรวจสอบย้อนกลับ

งานศึกษาของชำนาญ กิ่งสกุล และคณะ (2560) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มแบบไม่ใช้ไอน้ำ : บริษัท ปาล์ม เพรสซิ่ง เทคโนโลยี จำกัด” ชี้ให้เห็น ผู้ประกอบการธุรกิจได้มีกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยได้ใช้ความแตกต่างด้านคุณภาพของเครื่องจักร และมีกลยุทธ์ต้นทุนต่ำและเน้นตลาดเฉพาะกลุ่มโดยการมุ่งเน้นลูกค้ากลุ่มสหกรณ์ชาวสวนปาล์มน้ำมันที่ต้องการเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนการสร้างต่ำ เพื่อดึงดูดลูกค้าในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และมีรูปแบบการขยายแบบบอกต่อของประสิทธิภาพเครื่องจักรจากลูกค้าเดิมบอกต่อไปยังลูกค้าใหม่ที่สนใจ

5.3 งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม

มีงานศึกษาที่ชี้ให้เห็นกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม 2 ผลงาน ตัวอย่าง ผลการศึกษาของเอกพงศ์ จันทร์กล่ำ และกาญจนา แก้วเทพ (2555) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจการยอมรับของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น การสร้างความเข้าใจและการสร้างการยอมรับภายในองค์กรมีกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารองค์การ โดยใช้กลยุทธ์สื่อบุคคลและสื่อกิจกรรม ส่วนการสื่อสารภายนอกองค์กรให้กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารมวลชน สื่อสารกลุ่มใหญ่ และสื่อสารองค์การ โดยใช้กลยุทธ์สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม หรือสื่อมวลชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

ขณะที่การศึกษาของจรัสพงศ์ คลังกรณ์ (2562) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องโมเดล ไทยแลนด์ 4.0” ชี้ให้เห็น อุปสรรคพื้นฐานในการขยายนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือ คำจำกัดความ ที่หลายฝ่ายยังไม่เข้าใจตรงกัน โดยเข้าใจผิดว่าไทยแลนด์ 4.0 เป็นการใช้เทคโนโลยีและอุตสาหกรรมใหม่เข้ามาพัฒนาประเทศ จึงมีการเร่งแก้ไขโดยให้รัฐบาลประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องโมเดลไทยแลนด์ 4.0

5.4 งานวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม

มีงานศึกษาที่ชี้ให้เห็นกระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่มหลายผลงาน ตัวอย่าง ผลการศึกษาของบรรจง พลไชย (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่

สารสนเทศด้านสุขภาพในชุมชน” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในชุมชน เป็นกระบวนการสื่อสารสร้างการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านสุขภาพ เพื่อนำไปสู่สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี ได้ใช้วิธีการเผยแพร่เป็นรายบุคคล รายกลุ่ม และสื่อสารมวลชน โดยเผยแพร่ในขณะการให้บริการเสริมสร้างสุขภาพ ป้องกันโรค รักษาโรคและฟื้นฟู ทั้งนี้ได้มีการใช้สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อพื้นบ้าน และสื่อกิจกรรม

ขณะที่การศึกษาของบรรจง พลไชย (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในโรงพยาบาล” ชี้ให้เห็น การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในโรงพยาบาล เป็นกระบวนการสื่อสารที่สร้างการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ เน้นการเผยแพร่ให้กับผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และบุคคลทั่วไป โดยมีวิธีการเผยแพร่ด้านสุขภาพในรายบุคคล รายกลุ่ม และเผยแพร่สื่อสารมวลชน

ส่วนผลการศึกษาของกาศิ งามกมลรัตน์ และคณะ (2559) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “อุปสรรคในการเผยแพร่นวัตกรรมด้านการก่อสร้างในประเทศไทย” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น อุปสรรคในการเผยแพร่นวัตกรรมการก่อสร้าง ได้แก่ สินค้านวัตกรรมมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ขายทั่วไป ผู้ใช้งานไม่รู้จักสินค้านวัตกรรม ขาดความไม่มั่นใจในสินค้านวัตกรรม ผู้ใช้นวัตกรรมไม่เห็นผลตอบแทนที่ตระหนักถึงการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ทำให้การเผยแพร่นวัตกรรมด้านการก่อสร้างเป็นไปอย่างเชื่องช้า รวมถึงถ้าผู้ประกอบการไม่มีการประชาสัมพันธ์ และบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จะทำให้การเผยแพร่นวัตกรรมมีความยากขึ้น

งานศึกษาของบรรจง พลไชย และณัติยา พรหมสาขา ณ สกลนคร (2561) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “สื่อสำหรับเผยแพร่สารสนเทศสุขภาพ” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น สื่อสำหรับเผยแพร่ข่าวสารสารด้านสุขภาพ เป็นช่องทางในการถ่ายทอดสารสนเทศจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและป้องกันโรคของประชาชน เพื่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ตัวอย่างสื่อสำหรับการเผยแพร่มีทั้งเจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน แผ่นพับ จดหมายข่าว วารสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และการจัดหน่วยเคลื่อนที่

5.5 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

สาเหตุที่ยังคงใช้พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 เนื่องจากขณะดำเนินโครงการวิจัยยังอยู่ในช่วงการใช้พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 (เดิม) ซึ่งมีรายละเอียดบางส่วนที่เกี่ยวกับการดำเนินการวิจัย ดังนี้

หมวด 3 การคุ้มครองและดูแลรักษาอุทยานแห่งชาติ

มาตรา 16 ภายในเขตอุทยานแห่งชาติ ห้ามมิให้บุคคลใด

(2) เก็บหา นำออกไป ทำด้วยประการใด ๆ ให้เป็นอันตราย หรือทำให้เสื่อมสภาพ ซึ่งไม้ ยางไม้ น้ำมันยาง น้ำมันสน แร่หรือทรัพยากรธรรมชาติอื่น

(4) ทำด้วยประการใด ๆ ให้เป็นอันตรายหรือทำให้เสื่อมสภาพแก่ดิน หิน กรวด หรือทราย

(8) เก็บ หรือทำด้วยประการใด ๆ ให้เป็นอันตรายแก่ดอกไม้ ใบไม้ หรือผลไม้

(9) นำยานพาหนะเข้าออกหรือขับขี่ยานพาหนะในทางที่มิได้จัดไว้เพื่อการนั้น เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่

(13) เข้าไปดำเนินกิจการใด ๆ เพื่อหาผลประโยชน์ เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากพนักงานเจ้าหน้าที่

6. กรอบการศึกษา

จากแนวคิด และเอกสารที่เกี่ยวข้องที่ระบุเอาไว้ สามารถที่จะพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดภายใต้วัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 4 ข้อ ดังนี้

1. บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม มีการศึกษา 1 ประเด็น คือ ทุนทางสังคมในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยทุนทางสังคมที่นำมาใช้ในการพัฒนามีหลากหลายมิติ ดังนี้

1.1 ทุนมนุษย์ คือ การนำทักษะ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ของมนุษย์ไปใช้สร้างสรรค์และผลิตงาน (อมรา พงศาพิชญ์, 2543)

1.2 ทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศน์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นดิน น้ำ ป่า สิ่งมีชีวิต อากาศ ที่พักผ่อนธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ, 2552) คนในชุมชนที่มีความรักในพื้นที่ของตนเอง มีการรวมกลุ่มในการจัดระเบียบการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ (บงกช เจนชัยภูมิ, 2560) รวมถึงมีการสร้างข้อตกลงกฎเกณฑ์ บทลงโทษในการใช้ทรัพยากรป่าไม้ และแหล่งน้ำร่วมกัน เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งอาหารตามธรรมชาติ (วรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ, 2560)

1.3 ทุนการเงิน การไหลเวียนของเงินที่เกิดขึ้นในชุมชน ทั้งเงินที่ไหลเข้ามาในชุมชน เงินที่ไหลออกจากชุมชน และเงินที่หมุนเวียนภายในชุมชน (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ,

2552) เช่น มีการนำผลผลิตจากการทำเกษตรผสมผสานมาสร้างมูลค่าผ่านการจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียว (วรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ, 2560) หรือคนในชุมชนมีการประกอบอาชีพทำนา ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน และสัมพันธ์กับการส่งคืนเงินกู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้าน (ไพรินทร์ พฤตินอก, 2556)

1.4 ทุนทางสังคม กลุ่ม องค์กร เครือข่าย หรือสถาบัน ที่มีการร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างกัน ความไว้เนื้อเชื่อใจ (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ, 2552) เช่น มีการอาศัยความสัมพันธ์ทางเครือญาติของคนในชุมชน เพื่อตั้งกองทุนหมู่บ้าน หรือมีการใช้ระบบเครือญาติมาเป็นกลไกสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน เพื่อรวมกลุ่มในการทำเกษตรผสมผสานควบคู่ไปกับการทำเกษตรเชิงพาณิชย์ในระบบเกษตรพันธะสัญญา (วรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ, 2560)

1.5 ทุนกายภาพ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง ที่ดิน เครื่องมือทางการผลิต หรือโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในชุมชน (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2534)

1.6 ทุนวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือที่บ่งบอกถึงกระแสค่านิยม ระบบคิด ความเชื่อ ที่กลายเป็นความรู้ ความคุ้นเคย ของคนในครอบครัว หรือในชุมชนนั้น (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547)

2. แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม มีประเด็นย่อย 2 ประเด็น ประกอบด้วย

2.1 รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ 1) ลักษณะของกลุ่มลูกค้าและปริมาณความต้องการของลูกค้า โดยเน้นไปกลุ่มลูกค้าเฉพาะ มีการกำหนดขอบเขตตลาด กำหนดปริมาณลูกค้า และศึกษาหากำลังซื้อ มีการค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยการสำรวจและพูดคุยกับลูกค้า 2) การบริการลูกค้า มีการตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงใจลูกค้า 3) การประชาสัมพันธ์ โดยการสื่อสารให้เกิดการรับรู้ ที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงลูกค้า 4) การส่งเสริมการขาย หาความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งเรื่องผลิตภัณฑ์และบริการ และการสร้างจุดเด่นในวิธีการขาย และการบริการ และ 5) ปัจจัย และเงื่อนไข ได้แก่ การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ความเชี่ยวชาญกับเรื่องที่ทำ คิดให้เร็วกว่าคู่แข่ง ตอบสนองความต้องการลูกค้า การสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจต่อสินค้าและบริการ (ชมัยพร วิเศษมงคล, 2551 อ้างถึงใน วสันต์ บุษยะมา, 2551) ความปลอดภัย ระดับคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภค การใช้ทรัพยากร การรักษาสิ่งแวดล้อม ระบบข้อมูลสารสนเทศ และการตรวจสอบย้อนกลับ (สว่าง แป้นจันทร์ และปุณณมี สัจจกมล, 2559)

2.2 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม เน้นไปที่การจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมข้อมูล เทคโนโลยี ผ่านหน่วยกลาง เริ่มจากผู้ผลิตรวบรวมผลผลิต ส่งต่อคนกลาง ไปยังช่องทางตลาดถึงมือผู้ส่งออก นอกจากนั้นยังมีการส่งข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับถึงคนกลางและผู้ผลิต เพื่อวางแผนจัดการผลิตให้ได้ตรงตามความต้องการของผู้รับ โดยกระบวนการดังกล่าวจะสัมพันธ์เชื่อมโยงกับปัจจัยระบบสินเชื่อ โครงสร้างสาธารณูปโภค การขนส่งและบริการ ทั้งนี้จะครอบคลุมแนวทางสำคัญ 3 เรื่อง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553) ได้แก่ 1) การจัดหาและจัดส่งสินค้า ทั้งปัจจัยการผลิต สินค้าสำเร็จรูปและบริการ ได้แก่ การวางแผนการผลิต มีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีการค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการผลิต มีกลยุทธ์การจัดหาผลผลิต (เจษฎา นกน้อย และสัญชัย ลั้งแท้กุล, 2558) บรรจุภัณฑ์และหีบห่อโกดังสินค้าซึ่งเป็นสถานที่เก็บวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ การขนส่ง 2) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ การพยากรณ์อุปสงค์ การบริหารสินค้าคงคลัง อบรมเทคโนโลยีใหม่ให้แก่บุคลากร นำหลักการจัดการความรู้มาใช้ (เจษฎา นกน้อย และสัญชัย ลั้งแท้กุล, 2558) การพัฒนาด้านการตลาด และการโฆษณา (วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และมลฤดี จันทรัตน์, 2558) และ 3) การโอนเงินและชำระเงิน ได้แก่ การตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ บริการลูกค้า มีช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะกับจำนวนลูกค้า (เจษฎา นกน้อย และสัญชัย ลั้งแท้กุล, 2558)

3. กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มีการศึกษา 1 ประเด็น คือ กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค กระบวนการทำความเข้าใจมีข้อจำกัดสำคัญ คือ คำจำกัดความ ที่หลายฝ่ายยังไม่เข้าใจตรงกัน (จรัสพงศ์ คลังกรณ์, 2562) จึงต้องมีสร้างความเข้าใจและการสร้างการยอมรับ ด้วยกระบวนการที่หลากหลาย ได้แก่ กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารองค์การ การสื่อสารมวลชน และสื่อสารกลุ่มใหญ่ โดยมีการใช้กลยุทธ์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม หรือสื่อมวลชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก (เอกพงศ์ จันทร์กล่ำ และกาญจนา แก้วเทพ, 2555)

4. กระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม มีประเด็นย่อย 2 ประเด็น ประกอบด้วย

4.1 กระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม ในการเผยแพร่นวัตกรรมมีขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนของการทำความรู้จัก ขั้นตอนโน้มน้าวและทำการชักชวนให้เกิดการยอมรับนำนวัตกรรมไปใช้ ขั้นตอนการตัดสินใจ ขั้นตอนลงมือทำ และ

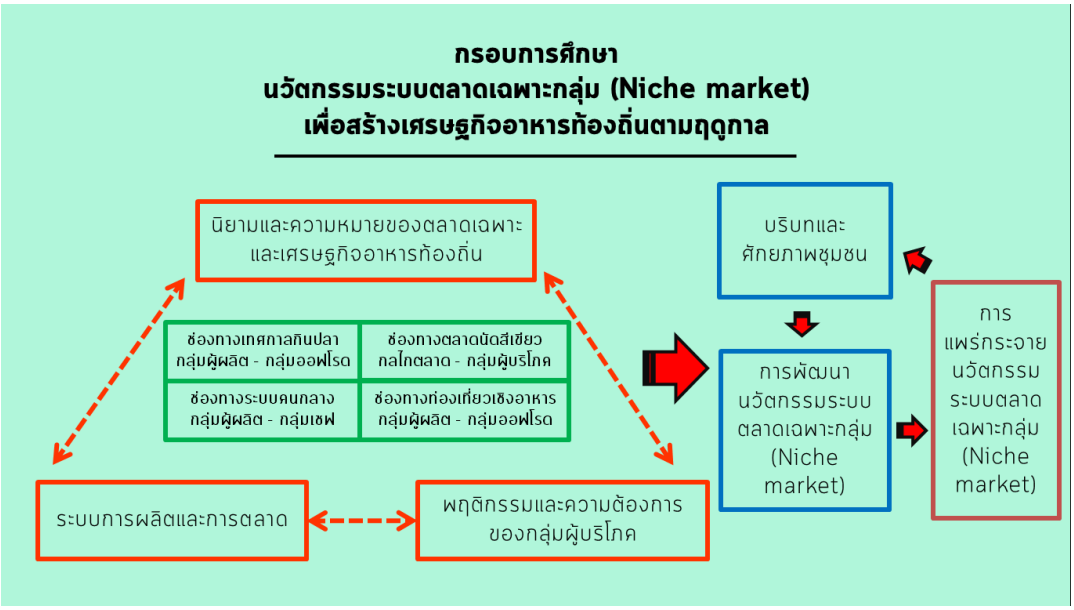
ขั้นตอนยืนยันการใช้ แต่ละขั้นตอนจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการสื่อสาร การจัดกิจกรรม และมีวิธีการที่เหมาะสม (Roger, 2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด, 2557 และกาญจนา แก้วเทพ, 2560) เช่น บุคคลบอกต่อ แผ่นพับ จดหมายข่าว วารสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ (บรรจง พลไชย และณัติยา พรหมสาขา ณ สกลนคร, 2561)

ทั้งนี้ผู้รับนวัตกรรมมี 5 ระดับ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มล้ำสมัย (Pioneer หรือ Innovators) คนกลุ่มนี้มีอยู่ประมาณ 2.5% ของประชากรทั้งหมด คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มแนวหน้าที่ยอมรับและใช้นวัตกรรมใหม่ มีแรงกระตุ้นจากความใหม่ของสินค้าหรือบริการเพราะมันท้าทาย ราคาอาจจะไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อ แต่กลับเป็นเงื่อนไขของความใหม่ที่พวกเขาเห็นคุณค่าและอยากเป็นเจ้าของต่างหาก กลุ่มที่ 2 กลุ่มนำสมัย (Early Adopters) คนกลุ่มนี้มีประมาณ 13.5% ของประชากรทั้งหมด ยอมจ่ายค่าสินค้าในราคาที่แพง เพื่อค้นหาประสบการณ์ใช้สินค้าใหม่ๆ ชื่นชมกับตัวเองในความเป็นคนกลุ่มแรกๆ ที่ได้ใช้ของใหม่ ไปไหนมาไหนมีคนมอง กลุ่มที่ 3 กลุ่มทันสมัย (Early Majority) กลุ่มคนกลุ่มนี้มีอยู่ประมาณ 34% ของประชากรทั้งหมด คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่เปิดใจรับของใหม่ได้รวดเร็ว เมื่อเห็นว่ามีคนเริ่มใช้งานสิ่งประดิษฐ์ใหม่กันอย่างจริงจังมากขึ้น กลุ่มที่ 4 กลุ่มตามสมัย (Late Majority) คนกลุ่มนี้มีอยู่ประมาณ 34% ของประชากรทั้งหมด เช่นเดียวกันกับกลุ่มทันสมัย เมื่อสิ่งประดิษฐ์ได้รับการยอมรับในคนกลุ่มใหญ่ คนกลุ่มนี้ก็จะไม่รั้งรอที่จะร่วมเป็นผู้บริโภคด้วย เพราะเมื่อเวลาผ่านไปมีคนใช้เพิ่มมากขึ้น ตลาดก็จะมีคู่แข่งเพิ่มขึ้น และราคาสินค้าก็จะถูกลง และกลุ่มสุดปลายสมัย (Laggards) มีประมาณ 16% ของประชากรทั้งหมด คนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มสุดท้ายของประชากรที่จะเปิดรับสิ่งประดิษฐ์ เนื่องจากปัจจัยเหตุหลายประการ (Roger, 2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด, 2557 และ กาญจนา แก้วเทพ, 2560)

4.2 คุณลักษณะของนวัตกรรมที่มีผลต่อการยอมรับ มีทั้งหมด 5 คุณลักษณะ ประกอบด้วย 1) คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การรับรู้ว่านวัตกรรมดีกว่ามีประโยชน์กว่าวิธีการปฏิบัติเดิม ๆ เช่น ผู้ใช้งานไม่รู้จักสินค้านวัตกรรม ขาดความไม่มั่นใจในสินค้านวัตกรรม ผู้ใช้นวัตกรรมไม่เห็นผลตอบแทน (กาศิ งามกมลรัตน์ และคณะ, 2559) 2) คุณลักษณะที่เข้ากันได้ (Compatibility) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมรู้สึกหรือคิดว่าเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้กับค่านิยมที่เป็นอยู่เดิม 3) คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน (Complexity) ถ้านวัตกรรมที่นำมาใช้มีความยุ่งยากสลับซับซ้อนมาก การยอมรับก็จะน้อยลงโดยเฉพาะถ้าบุคลากรที่นำนวัตกรรมเหล่านั้นมาใช้มีความยุ่งยากก็ยิ่งทำให้เกิดการต่อต้าน 4) คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ (Trainability) โดยการนำเอานวัตกรรมส่วนย่อย ๆ ไปทดลองใช้โดยใช้ระยะเวลาไม่มากนัก ซึ่งประสบความสำเร็จ

ตามที่ต้องการก็จะทำให้เกิดการยอมรับมากขึ้นในนวัตกรรมนั้น ๆ และ 5) คุณลักษณะสามารถสังเกตได้ (Observability) คือ ผลของนวัตกรรมเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ ทำให้การยอมรับมีน้ำหนักมากขึ้น (Roger, 2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด, 2557 และ กาญจนา แก้วเทพ, 2560)

เพราะฉะนั้นการวิจัยครั้งนี้ จึงได้มีการนำแนวคิดทุนทางสังคม แนวคิดตลาดเฉพาะกลุ่ม และแนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานกับโลจิสติกส์ มาใช้ในการศึกษา และวิเคราะห์หาต้นทุนเดิมที่มีในพื้นที่ เพื่อยกระดับเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม รวมถึงมีการนำแนวคิดนวัตกรรม มาใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการสร้างความเข้าใจและการเผยแพร่นวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 กรอบการศึกษา

บทที่ 3
กระบวนการและวิธีการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดกระบวนการและวิธีการศึกษา ที่ใช้ในการวิจัยโดยมีรายละเอียดการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย
2. พื้นที่ในการวิจัย
3. ระยะเวลา
4. ข้อมูลวิจัย
5. วิธีการและเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. กลุ่มเป้าหมาย

ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ผลิตอาหารปลอดภัยบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น จำนวน 15 คน

1.2 กลุ่มผู้ผลิตและผู้หา บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร จำนวน 10 คน

1.3 กลุ่มผู้จัดการผลผลิตจังหวัดขอนแก่น จำนวน 10 คน

1.4 กลุ่มเชฟอาหารปลอดภัย จำนวน 5 คน

1.5 กลุ่มผู้บริโภคอาหารปลอดภัย 100 คน (รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มเป้าหมาย

ลำดับ	พื้นที่วิจัย	จำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
1	กลุ่มผู้ผลิตอาหารปลอดภัยบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น	15 คน
2	กลุ่มผู้ผลิต บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร	10 คน
3	กลุ่มผู้จัดการผลผลิตจังหวัดขอนแก่น	10 คน
4	กลุ่มเชฟอาหารปลอดภัย	5 คน
5	กลุ่มผู้บริโภคอาหารปลอดภัย	100 คน
	รวม	140 คน

2. พื้นที่ในการวิจัย

2.1 พื้นที่เป้าหมายหลัก

การวิจัยครั้งนี้ มีพื้นที่ดำเนินการหลัก 2 พื้นที่ ได้แก่ 1. พื้นที่นิเวศน์ภู บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และ 2. พื้นที่นิเวศน์ราบลุ่มแม่น้ำ บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

2.2 พื้นที่เป้าหมายรอง

การวิจัยครั้งนี้ มีพื้นที่ดำเนินการรอง 3 พื้นที่ ได้แก่ 1. บ้านกุดตากาบ ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และ2. บ้านดงสว่าง ตำบลนิคมน้ำอูน อำเภอนิคมน้ำอูน จังหวัดสกลนคร

3. ระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้มีช่วงเวลาที่สนใจศึกษาจำนวน 15 เดือน หรือ 1 ปี 3 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนกันยายน 2561 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2562

4. ข้อมูลวิจัย

ในการส่วนของข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกได้ 2 ส่วน คือ ข้อมูลแบบทุติยภูมิ คือ การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (documentary data) และข้อมูลแบบปฐมภูมิ คือ การรวบรวมข้อมูลสนาม (field data) มีรายละเอียดดังนี้

4.1 แบบทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร หรือข้อมูลที่เป็นมือสองได้มีการทำเป็นตัวอย่างไว้แล้ว เพื่อนำข้อมูลมือสองมาใช้ในเป็นข้อมูลในการศึกษาเพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้จากข้อมูลแบบปฐมภูมิ และนำมาใช้อธิบาย ขยายความ

4.2 แบบปฐมภูมิ คือ การรวบรวมข้อมูลสนาม (field data) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่หรือลงสนามวิจัย โดยเริ่มต้นจากการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลบริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร รวมถึงมีการจัดเวทีสาธารณะให้ได้ข้อมูลกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

5. วิธีการและเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับวิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูลเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการสนทนากลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

5.1 การสัมภาษณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ผู้วิจัยได้มีการจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย เพื่อเก็บรวมรวบข้อมูลใน 2 พื้นที่ ในลักษณะแยกพื้นที่ แนวทางการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

5.2 การสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 ผู้วิจัยได้มีการจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย เพื่อเก็บรวมรวบข้อมูลใน 2 พื้นที่ ในลักษณะแยกพื้นที่ โดยใช้เครื่องมือเส้นประวัติศาสตร์ แนวคำถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

มีการวิเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูลที่ได้จากการสรุปรวบรวมข้อมูลจากการถอดเทปบันทึกเสียงและรวบรวมข้อมูลจากบันทึกสนาม (Field Note)

7. ขั้นตอนการดำเนินงาน

7.1 ในวันที่ 2 ตุลาคม 2561 ณ บ้านสวนชมดาวรีสอร์ท ได้มีการจัดเวทีเตรียมการชี้แจงทำความเข้าใจที่มาของโครงการต่อชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอสร้างความเข้าใจที่มาของโครงการวิจัย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลที่คาดว่าจะได้รับ ให้กับแกนนำพื้นที่ โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 15 คน ประกอบด้วย ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด ชาวบ้านบ้านหนองแวง ชาวบ้านบ้านโนนสว่าง ชาวบ้านบ้านกุดตากาบ นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นชาวบ้านเข้าใจบทบาทหน้าที่ และเข้าใจเป้าหมาย แผนการทำงานของโครงการที่จะดำเนินการร่วมกัน

7.2 ในวันที่ 12 – 16 ตุลาคม 2562 ณ บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้มีการจัดเวทีทำความเข้าใจกระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น วิธีสร้างกรอบการศึกษา และออกแบบเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น สร้างกรอบการศึกษา และออกแบบเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นอกจากนั้นยังมีการทดลองปฏิบัติการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกับเชฟ โดยมีผู้เข้าร่วมในกิจกรรมอบรมทำความเข้าใจเรื่องกระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น อบรมแตกกรอบการวิจัย และทดลองแตกกรอบการวิจัย จำนวน 14 คน ประกอบด้วย ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด ชาวบ้านบ้านหนองแวง ชาวบ้านบ้านโนนสว่าง ชาวบ้านบ้านกุดตากาบ ชาวบ้านบ้านขอนขว้างนักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นชาวบ้านเข้าใจกระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น การแตกกรอบและได้ทดลองลงมือแตกกรอบวิจัย นอกจากนั้นยังมีการจัดกิจกรรมทดลองท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มเชฟ โดยมีนักท่องเที่ยวจากกลุ่มเชฟ 10 คน และมีชาวบ้านจำนวน 11 คน นักวิจัยและที่ปรึกษา 3 คน ผลที่เกิดขึ้นเกิดการทดลองท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีกลุ่มเชฟเป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการจัดการท่องเที่ยวสามารถที่จะนำข้อจำกัดและรูปแบบกำหนดการท่องเที่ยวต่างๆ มาใช้เป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน

7.3 ในวันที่ 14 – 15 ตุลาคม 2562 ณ บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้มีการจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย เพื่อศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลสภาพบริบทชุมชนของบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และชุมชนบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยมีผู้เข้าร่วมในกิจกรรมสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 14 คน ประกอบด้วย ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด ชาวบ้านบ้านหนองแวง ชาวบ้านบ้านโนนสว่าง ชาวบ้านบ้านกุดตากาบ ชาวบ้านบ้านขอนขว้างนักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรม

เกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นนักวิจัยและชาวบ้านได้เก็บข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชน บริบทพื้นที่ของทั้ง 2 ชุมชน

7.4 ในวันที่ 14 พฤศจิกายน 2562 ณ บ้านสวนชมดาวรีสอร์ท ได้มีการจัดเวทีอบรมพัฒนาศักยภาพทีมแกนนำพื้นที่และนักวิจัย เพื่อให้เกิดการเข้าใจต่อเครื่องการเก็บข้อมูลทุนทางสังคม มีผู้เข้าร่วม จำนวน 17 คน ประกอบด้วย วิทยากรจากภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด ชาวบ้านบ้านหนองแวง ชาวบ้านบ้านโนนสว่าง ชาวบ้านบ้านกุดตากาบ ชาวบ้านบ้านขอนขว้างนักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นผู้เข้าร่วมอบรมได้เข้าใจที่มาแนวคิดทุนทางสังคม เครื่องมือในการเก็บข้อมูลทุนทางสังคมจากอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และผู้เข้าร่วมอบรมได้ทดลองใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลทุนทางสังคม

7.5 ในวันที่ 6 - 8 ธันวาคม 2562 ณ บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้จัดเวทีสนทนากลุ่มย่อยเพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และเวทีวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพชุมชนบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร มีผู้เข้าร่วม จำนวน 10 คน ประกอบด้วย วิทยากรจากภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ชาวบ้านบ้านหนองแวง ชาวบ้านบ้านโนนสว่าง ชาวบ้านบ้านกุดตากาบ ชาวบ้านบ้านขอนขว้างนักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นนักวิจัยและชาวบ้านได้เก็บข้อมูลทุนทางสังคม ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนเศรษฐกิจ ทุนธรรมชาติ และทุนตลาด โดยกระบวนการสนทนากลุ่มย่อย และเมื่อเก็บข้อมูลทุนทางสังคมเสร็จสิ้น จึงได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

7.6 ในวันที่ 9 ธันวาคม 2562 ณ บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้มีการจัดเวทีนำเสนอข้อมูลศักยภาพชุมชนบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และชี้แจงทำความเข้าใจที่มาของโครงการต่อชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอสร้างความเข้าใจที่มาของโครงการวิจัย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลที่คาดว่าจะได้รับให้กับชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง มีผู้เข้าร่วม จำนวน 30 คน ประกอบด้วย ชาวบ้านบ้านหนองแวง ชาวบ้านบ้านโนนสว่าง ชาวบ้านบ้านกุดตากาบ ชาวบ้านบ้านขอนขว้างนักวิจัย ที่ ตัวแทนเครือข่ายผู้ไร้สิทธิ จังหวัดสกลนคร ผู้ใหญ่บ้าน 2 หมู่บ้าน ตัวแทนอุทยานแห่งชาติภูผาเหล็ก ผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านหนองแวง ตัวแทนทหารบก เกษตรอำเภอวาริชภูมิ และที่ปรึกษาโครงการวิจัย เจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัย

นวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นผู้เข้าร่วมได้เข้าใจที่มา เป้าหมาย และการดำเนินงานของโครงการ เข้าใจกระบวนการดำเนินงานของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยท้องถิ่น และได้ทราบข้อมูลประวัติศาสตร์ชุมชน บริบทชุมชน และทุนทางสังคม นำไปสู่การออกแบบการทำงานร่วมกัน

7.7 ในวันที่ 7 ธันวาคม 2562 ณ บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้มีการจัดเวทีทำความเข้าใจแบบสำรวจ และปฏิบัติการสำรวจข้อมูลความต้องการบริโภคอาหารของชุมชนบ้านหนองแวงตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร มีผู้เข้าร่วม จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ชาวบ้านบ้านหนองแวง ชาวบ้านบ้านโนนสว่าง ชาวบ้านบ้านกุดตากาบ ชาวบ้านบ้านขอนขว้างนักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นนักวิจัยและชาวบ้านได้เก็บความต้องการของผู้บริโภคในชุมชน โดยมีกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 ครัวเรือน เพื่อนำข้อมูลมาออกแบบการเปิดตลาดหน้าร้าน และตลาดนัดสีเขียวในชุมชน

7.8 ในวันที่ 6 และ 8 มกราคม 2562 ณ โนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ได้จัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย เพื่อศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลศักยภาพชุมชนบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเวทีวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพชุมชนบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น มีผู้เข้าร่วม จำนวน 10 คน ประกอบด้วย วิทยากรจากภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นนักวิจัยและชาวบ้านได้เก็บข้อมูลทุนทางสังคม ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนเศรษฐกิจ ทุนธรรมชาติ และทุนตลาด โดยกระบวนการสนทนากลุ่มย่อย และเมื่อเก็บข้อมูลทุนทางสังคมเสร็จสิ้น จึงได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับอาจารย์ประจำภาควิชาสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

7.9 ในวันที่ 13 มกราคม 2562 ณ โนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ได้มีการจัดเวทีเวทีสาธารณะในการสร้างกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผ่านการจัดงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” มีผู้เข้าร่วม จำนวน 200 คน ผลที่เกิดขึ้นช่วงเช้าถึงค่ำได้มีการทดลองจัดท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีนักท่องเที่ยวจากผู้บริโภคตลาดนัดสีเขียว และกลุ่มเชฟ จำนวน 10 คน ผลจากการจัดท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้ออกแบบการจัดการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

เมื่อถึงช่วงเวลาเย็นได้มีการสำรวจข้อมูลการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน จากผู้เข้าร่วมเวทีสาธารณะในการสร้างกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผ่านการจัดงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” โดยมีกลุ่มเป้าหมาย 50 คน ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาใช้ออกแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขณะเดียวกัน ในเวลาช่วงเย็นได้มีการจัดเวทีสาธารณะในการสร้างกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผ่านการจัดงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” ทำให้ผู้เข้าร่วมเข้าใจรับรู้การสร้างเครือข่ายการบริโภคอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และจากเวทีดังกล่าวได้มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมเข้ามาไว้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน

7.10 กิจกรรมติดตามสรุปผลการทำงาน และวางแผนการทำงานร่วมกับแกนนำใน 2 พื้นที่ นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และแกนนำชาวบ้าน จะมีการประชุมวางแผนการทำงานร่วมกันทุกเดือน หรือก่อนมีการจัดกิจกรรมทุกครั้ง ผลที่เกิดขึ้นทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน

7.11 จัดทำรายงานความก้าวหน้า นักวิจัยได้มีการจัดทำรายงานความก้าวหน้า ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 2, และ3 แต่อย่างไรก็ตามมีบางข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน ซึ่งจะเพิ่มเติมในรายงานฉบับสมบูรณ์ เนื่องจากบางข้อมูลต้องอาศัยการดำเนินทดลองปฏิบัติการ เพื่อทำการสรุปผลบทเรียนการจัดกิจกรรมมาใช้เป็นข้อมูล

7.12 ในวันที่ 13 มกราคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้มีการพูดคุยออกแบบการจัดทำสื่อท่องเที่ยว เพื่อออกแบบเนื้อหาและรายละเอียดที่ต้องการในการสื่อสารต่อสาธารณะ ซึ่งมีผู้เข้าร่วม 3 คน ได้แก่ นักวิจัย และทีมผู้ผลิตสื่อ ผลที่เกิดขึ้น มีการออกแบบการถ่ายวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล โดยมีการแบ่งการทำสื่อออกเป็น 2 ชุด ชุดแรกเป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลในพื้นที่ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และชุดที่สองการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลในพื้นที่ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

7.13 ในวันที่ 1 - 3 กุมภาพันธ์ 2562 ได้มีการจัดทดลองท่องเที่ยวเชิงอาหารวาริชภูมิเพื่อจัดทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านกุดตะกาบ ชาวบ้านหนองแวง ชาวบ้านดงสว่าง ชาวบ้านขอนขว้าง นักวิจัย ทีมผู้ผลิตสื่อ ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นมีจัดถ่ายทำสื่อการท่องเที่ยวในลักษณะการ

ท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน ชาวบ้านเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวเอง มีการเรียนรู้ธรรมชาติ วิธีการใช้ประโยชน์จากป่าอย่างยั่งยืน เรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง และเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลในครัวเรือนของชาวบ้าน

7.14 ในวันที่ 6 - 7 กุมภาพันธ์ 2562 ได้มีการติดตามพื้นที่เพื่อออกแบบการสร้างช่องทางตลาดตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านกุดตะกาบ ชาวบ้านหนองแวง ชาวบ้านดงสว่าง ชาวบ้านขอนขว้าง นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นมีการสรุปข้อมูลเบื้องต้นจากสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคของพื้นที่ 4 ชุมชน ซึ่งผลผลิตส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคต้องการเป็นผลผลิตที่ต้องผลิตเองในแปลง ซึ่งชาวบ้านกลุ่มเป้าหมายยังไม่มีความพร้อมที่จะผลิตผลผลิตได้เพียงพอ จึงไม่สามารถที่จะเปิดตลาดในลักษณะตลาดหน้าร้านกับตลาดนัดสีเขียวได้ นอกจากนั้นได้มีการสรุปผลการจัดการท่องเที่ยว ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของการใช้พื้นที่เขตอุทยานที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเรียนรู้ธรรมชาติและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน จึงต้องมีการนัดหมาย เพื่อที่พูดคุยกับทางอุทยานแห่งชาติที่รับผิดชอบในพื้นที่ดังกล่าวต่อไป เพื่อหาความชัดเจนว่าจะสามารถดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ธรรมชาติเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนได้หรือไม่

7.15 ในวันที่ มีนาคม 2562 ได้มีการติดตามพื้นที่เพื่อออกแบบการสร้างช่องทางตลาดชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นมีการจัดงาน “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” มีผู้บริโภคสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวเยี่ยมชมและเรียนรู้วิธีการทำเกษตรแบบอินทรีย์ของชาวบ้าน แต่มาแบบเช้าเย็นกลับเท่านั้น ทำให้ต้องมีการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคมากขึ้นกว่านี้ โดยเน้นไปที่การปรับพื้นที่จัดงานจากเดิมที่จัดในชุมชน ขยายผลออกไปจัดในพื้นที่ตลาดนัดสีเขียว ซึ่งอยู่ในตัวเมืองจังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคที่อยู่ในเมืองได้รับรู้การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน

7.16 ในวันที่ 30 มีนาคม 2562 ได้มีการหารือเพื่อคุยแนวทางการหนุนเสริมของกรมอุทยานแห่งชาติ ในพื้นที่เขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย หัวหน้าสำนักงานอุทยานแห่งชาติ ในพื้นที่เขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน หลังจากการพูดคุยคงยังเป็นข้อจำกัดพอสมควรที่จะดำเนินการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอุทยานแห่งชาติ ทั้งนี้ด้วยกฎหมายที่ไม่เอื้อต่อการ

ดำเนินงาน รวมถึงความกังวลของหัวหน้าสำนักงานอุทยานแห่งชาติ ในพื้นที่เขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ที่มองว่าการท่องเที่ยวอาจจะส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เขตอุทยานได้ และผนวกกับต้องมีหนังสือคำสั่งหรือมีนโยบายจากทางส่วนกลางลงมายังสำนักงานในพื้นที่เท่านั้น เจ้าหน้าที่จึงจะสามารถให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้ ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ต้องหยุดการจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชนลง เพื่อไม่ให้เกิดการดำเนินการที่ขัดต่อพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ

7.17 ในวันที่ 2 กรกฎาคม 2562 ได้มีการจัดเวทีออกแบบแผนการดำเนินงานตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ณ บ้านสวนชมดาวรีสอร์ท ตำบลศิลา อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เพื่อออกแบบแผนการดำเนินงานตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านเครือข่ายผู้ไร้สิทธิสกลนคร ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด เชฟร้านอาหาร นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรม ทำให้มีการออกแบบกิจกรรมการพัฒนาระบบตลาดเฉพาะกลุ่มอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล 2 พื้นที่ โดยพื้นที่จังหวัดสกลนครมีการดำเนินการพัฒนาข้อมูลผลผลิต เพื่อใช้เป็นข้อมูลมือให้เชฟสำหรับสั่งอาหาร พัฒนาจุดรับซื้อและกระจายผลผลิต สร้างการรับรู้ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผ่านเทศกาลอาหาร ในส่วนพื้นที่ขอนแก่น เน้นสร้างการรับรู้ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ให้เกิดการรับรู้การบริโภคอาหารปลอดภัย และการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน ผ่านงานเทศกาลอาหารในตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น

7.18 ในวันที่ 10 - 11 กรกฎาคม 2562 ได้มีการจัดเวทีทำข้อมูลผลผลิตเพื่อส่งออเดอร์ให้เชฟและพัฒนาจุดรับซื้อและกระจายผลผลิต ณ บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านเครือข่ายผู้ไร้สิทธิสกลนคร ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด เชฟร้านอาหาร นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน เพื่อจัดทำคู่มือผลผลิตสำหรับให้เชฟสั่งอาหาร และเพื่อออกแบบจุดรับซื้อและกระจายผลผลิต ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมชาวบ้านเครือข่ายผู้ไร้สิทธิสกลนครได้จัดทำข้อมูลมืออาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และได้มีการกำหนดจุดรับซื้อผู้ผลิตที่บ้านหนองแวง โดยมีผู้ประสานงาน ทำหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้รับซื้อกับชาวบ้าน คนทำการเงิน เพื่อบันทึกรายละเอียดด้านการเงิน ทั้งรายรับและรายจ่าย และเลขา ทำหน้าที่ในการตรวจสอบ ทำความสะอาด บรรจุ และบันทึกจำนวนผลผลิต

7.19 ในวันที่ 26 สิงหาคม 2562 ได้มีการลงพื้นที่เตรียมกิจกรรมเทศกาลอาหารวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นจังหวัดสกล มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านเครือข่ายผู้ไร้สิทธิสกลนคร เชฟร้านอาหาร นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาค

อีสาน ผลที่เกิดขึ้น ได้มีการกำหนดประเด็นงานเกี่ยวกับภูมิปัญญาและอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอปัญหาของพื้นที่และทิศทางในการสร้างความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา และเพื่อนำเสนอความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เน้นเนื้อหาไปที่การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และอาหารฟิวชั่นที่ผลิตโดยเชฟ นอกจากนั้นยังเน้นการถ่ายทอดความรู้ “สิทธิเชิงซ้อน: สู่ทิศทางการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างยั่งยืน” กำหนดจัดงานวันพุธที่ 9 ตุลาคม 2562 เวลา 09.00 น. – 16.00 น. ณ ตลาดนัดบ้านกุดตะกาบ ตำบลวาริชภูมิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

7.20 ในวันที่ 4 กันยายน 2562 เตรียมเวทีสร้างความเข้าใจกับผู้บริโภคในการบริโภคอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลจังหวัดขอนแก่น มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด กรรมการตลาดนัดสีเขียว นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้น ได้มีกำหนดประเด็นงานเกี่ยวกับของแซ่บอีสาน อาหารท้องถิ่นพื้นบ้านตามฤดูกาล มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และการสร้างความเข้าใจเรื่องอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล เน้นเนื้อหาไปที่การถ่ายทอดความรู้เรื่อง อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และอาหารฟิวชั่นที่ผลิตโดยเชฟ นอกจากนั้นยังเน้นการถ่ายทอดความรู้ “อาหารพื้นบ้านตามฤดูกาลและระบบนิเวศน์” กำหนดจัดงานวันพุธที่ 8 พฤศจิกายน 2562 ณ ตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น ริมบึงแก่นนคร ตำบลในเมือง จังหวัดขอนแก่น

7.21 ในวันที่ 8 – 9 ตุลาคม 2562 มีกระบวนการสร้างความเข้าใจการบริโภคอาหารตามฤดูกาลระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคผ่านเทศกาลภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลจังหวัดสกล มีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลวาริช ชาวบ้านกุดตะกาบ ชาวบ้านดงสว่าง ชาวบ้านขอนขวาง ชาวบ้านหนองแวง กลุ่มสกลเฮ็ด สถานีโทรทัศน์ไทพีบีเอส อาจารย์มหาวิทยาลัยขอนแก่น อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร นักท่องเที่ยว ผู้บริโภคทั่วไป นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นผู้บริโภคได้รับรู้ และเข้าใจเรื่องอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และเป็นจุดเริ่มต้นของการเชื่อมโยงการทำงานระหว่างชาวบ้านกับกลุ่มสกลเฮ็ด

7.22 ในวันที่ 8 พฤศจิกายน 2562 มีกระบวนการสร้างความเข้าใจการบริโภคอาหารตามฤดูกาลระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคผ่านเทศกาลภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ณ ตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น ริมบึงแก่นนคร ตำบลในเมือง จังหวัดขอนแก่น ผู้เข้าร่วมประกอบด้วย ชาวบ้านกุดตะกาบ

ชาวบ้านดงสว่าง ชาวบ้านขอนขวาง ชาวบ้านหนองแวง ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาด แม่ค้าตลาดเขียวขอนแก่น สถานีโทรทัศน์ไทพีบีเอส ผู้บริโภค นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และเจ้าหน้าที่ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสาน ผลที่เกิดขึ้นผู้บริโภคได้รับรู้ และเข้าใจเรื่องอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด

7.23 กิจกรรมติดตามสรุปผลการทำงาน และวางแผนการทำงานร่วมกับแกนนำใน 2 พื้นที่ นักวิจัย ที่ปรึกษาโครงการวิจัย และแกนนำชาวบ้าน เพื่อนำข้อมูลมาใช้เขียนรายงานฉบับสมบูรณ์

7.11 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ นักวิจัยได้มีการจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

บทที่ 4

บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) พื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมระบบตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา เกษตรกรกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้มีการดำเนินงานศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถนำเสนอผลการศึกษาไว้ในบทนี้ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับ บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

1.1 ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

ชุมชนโนนหนองลาดตั้งเป็นชุมชุมเมื่อปีพ.ศ. 2502 ต่อมาปี พ.ศ.2504 รัฐบาลได้มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 มีการส่งเสริมให้ชาวบ้านมีการผลิตเพื่อการส่งออก เช่นปอ ฝ้าย มัน และมีแผนพัฒนาสาธารณูปโภค ได้แก่ ถนนหนทาง ไฟฟ้าและเขื่อน

ขณะเดียวกันในปี พ.ศ. 2511 หน่วยงานราชการเข้ามาขับไล่ชาวบ้านในชุมชน โดยให้เหตุผลว่าพื้นที่ที่ชาวบ้านอาศัยอยู่ไม่สามารถตั้งชุมชนได้ ในช่วงเวลาเดียวกันหน่วยงานราชการได้สร้างฝายน้ำล้นหรือสร้างเขื่อน ทำให้เกิดปัญหาน้ำท่วมพื้นที่ทำกินของชาวบ้าน แต่อย่างไรก็ตามชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ดังกล่าวมีความมั่นใจว่าสามารถตั้งชุมชนและพักอาศัยอยู่ได้ จึงเกิดการฟ้องระหว่างหน่วยงานราชการกับชาวบ้าน หลังจากมีคดีฟ้องร้องฝ่ายชาวบ้านเป็นฝ่ายชนะ ศาลจึงมีคำสั่งให้ทำลายทำนบกั้นออก ส่งผลให้ชาวบ้านมีพื้นที่ทำกินมากขึ้น ชาวบ้านสามารถที่จะทำนาปีและนาปัง ระบบชลประทานและการส่งเสริมการผลิตเมล็ดพันธุ์ปุ๋ยยาฆ่าแมลงก็เข้ามามากขึ้น

ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 เกิดพายุฝนอย่างหนักจนน้ำล้นเขื่อนทำให้เขื่อนต้องปล่อยน้ำเต็มที่เกิดน้ำท่วมใหญ่มีการอพยพของคนในชุมชนนานกว่าสามเดือนจึงย้ายกลับมาที่เดิม เมื่อน้ำลดวิถีชีวิตการทำมาหากินการทำการผลิตก็เปลี่ยนใหม่เนื่องจากผลผลิตที่มีอยู่ถูกน้ำท่วมเสียหายเกือบทั้งหมด เป็นการเปลี่ยนแปรงวิถีการผลิต เช่น การทำนาปรัง การปลูกพืชขายเมล็ดของบริษัท จากวิถีที่เคยทำมาหากินก็เปลี่ยนการทำเพื่อขาย

ขณะเดียวกันปี พ.ศ. 2530 เริ่มมีการนำไม้ยูคามาปลูกตามไร่ตามนาตามการส่งเสริมของโครงการอีสานเขียวทำให้เกิดการทำลายพืชและไม้พื้นถิ่นก่อให้เกิดการสูญเสียความหลากหลายของพืชและสัตย์รวมถึงความอุดมสมบูรณ์

ในปีพ.ศ. 2540 ระบบคลองชลประทานเต็มพื้นที่ มีการขยายเพิ่มพื้นที่ทำนาปรังและรุกล้ำไปตามขอบแหล่งน้ำเช่นขอบหนองขอบบึงทำให้พื้นที่หาอยู่หากินลดลง การผลิตก็ใช้ปุ๋ยใช้ยาฆ่าแมลงใช้ยาฆ่าหญ้าจำนวนมากบางปีก็เกิดโรคระบาดบางปีราคาตกต่ำขาดทุนทำให้เกิดการเป็นหนี้สินสูญเสียที่ดินโดยการซื้อขายตามมา

ต่อมาปี พ.ศ. 2553 ราคาข้าวตกต่ำมีการชุมนุมเรียกร้องแต่ไม่ได้รับการแก้ไขปัญหาจึงเริ่มเกิดผู้นำในการทำเกษตรอินทรีย์(เกษตรปลอดสารพิษ) คือ นายสวาท อุปฮาด

ขณะเดียวกันในปีพ.ศ.2554 เกิดน้ำท่วมหนักจากการปล่อยน้ำจากเขื่อนทำให้เกิดการล่มสลายของครอบครัวคนในชุมชนหลายครอบครัว มีการขายที่ดินและอพยพหนี

ต่อมาในปีพ.ศ.2557 ชาวบ้านในชุมชนเริ่มมีการปรับเปลี่ยนมีการปลูกอ้อยมากขึ้นอ้อยมีราคาและทนต่อการท่วมของน้ำได้ ส่วนนาข้าวไม่สามารถทนต่อน้ำท่วมได้ ชาวบ้านจึงพากันปลูกอ้อยมากขึ้น และในปีเดียวกันชาวบ้านได้มีการรวมกลุ่มกันผลิตผักอินทรีย์ โดยมีการตั้งชื่อกลุ่มว่า “เกษตรกรบึงปากเขื่อน”

ในปีพ.ศ.2560 น้ำท่วมหนักอีกครั้ง หลายครอบครัวก็ย้ายออกไปอีกเหลือเพียงครึ่งชุมชน คนก็ยังปลูกอ้อยมากขึ้น

1.2 สภาพพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

ชุมชนโนนหนองลาด เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้กับพื้นที่บึงปากเขื่อน อยู่ห่างจากจังหวัดขอนแก่น 35 กิโลเมตร มีประชากร 100 คน มีจำนวนครอบครัว 30 ครัวเรือน โดยพื้นที่ของชุมชนโนนหนองลาดที่อยู่อาศัย 37 ไร่ ที่ทำกิน 1,300 ไร่ (เป็นพื้นที่ไม่มีเอกสารสิทธิ แต่ใช้โฉนดชุมชน) ที่สาธารณะประโยชน์ 1 ไร่ (ป่าช้า) เมื่อใช้เครื่องมือแผนภาพตัดขวางช่วยในการวิเคราะห์ ทำให้สภาพ

พื้นที่มีนิเวศน์ราบ ทรัพยากรที่มี ได้แก่ คลองชลประทาน ข้าว บ่อปลา อ้อย ผัก ส่วนพื้นที่โนน ทรัพยากรที่มี ได้แก่ ที่อยู่อาศัย ศาลากลางบ้าน เป็ด ไก่ หมู ต่อมานิเวศน์บึง ทรัพยากรที่มี ได้แก่ ปลา ขาว ปลาตะเพียน ปลาตอง ปลาดุก ปลาไหล ปลาหมอ กบ หนู บัว พืชน้ำ เป็นต้น

1.3 ศักยภาพ และทุนทางสังคมของชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

ในการศึกษาครั้งนี้ นอกเหนือจากประวัติศาสตร์ชุมชนชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ยังได้มีการศึกษาศักยภาพ และทุนทางสังคมของชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยผลการศึกษาศักยภาพ และทุนทางสังคมของชุมชนโนนหนองลาด สามารถแบ่งออกเป็น 5 ทุน ได้แก่ 1.ทุนทางเศรษฐกิจ 2.ทุนทางธรรมชาติ 3. ทุนทางสังคม 4.ทุนทางมนุษย์ และ5.ต้นทุนด้านการบริโภค ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 ทุนทางเศรษฐกิจ

การนำเสนอข้อมูลในเรื่อง ทุนทางเศรษฐกิจ สามารถที่จะนำเสนอต้นทุนทางเศรษฐกิจ เกี่ยวกับเรื่อง การประกอบอาชีพปลูกข้าว การประกอบอาชีพปลูกผัก และการประกอบอาชีพปลูกอ้อยของชาวบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

การประกอบอาชีพปลูกข้าว

ชาวบ้านโนนหนองลาดมีการทำนาปี จะทำช่วงเดือน พฤษภาคมถึงธันวาคม โดยจะเริ่มทำหลังจากชลประทานปล่อยน้ำมาช่วงเดือนกรกฎาคม พันธุ์ข้าวที่ปลูกจะมีข้าว กข. 6 และมะลิ 105 เป็นหลัก และยังมีข้าวไรซ์เบอรี่ ข้าวหอมสุรินทร์ ข้าวหอมสกล ข้าวเหนียวแดง ข้าวก่ำส่วนการทำนาปรัง จะเริ่มทำช่วงเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม โดยคลองส่งน้ำจะปล่อยน้ำมาช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ สำหรับต้นทุนในการทำนาของชาวบ้านโนนหนองลาดต่อพื้นที่ 1 ไร่ ประกอบด้วย ค่าเมล็ดพันธุ์ข้าว 500 บาท ค่าเตรียมดิน 800 บาท ค่าปุ๋ย 2,600 บาท ค่าเก็บเกี่ยว 800 บาท รวมเป็นเงิน 4,700 บาท เมื่อขายข้าวและหักค่าใช้จ่ายจะเหลือเงินประมาณ 2,500 บาทต่อไร่ต่อปี

การประกอบอาชีพปลูกอ้อย

ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาดมีการปลูกอ้อยในนาข้าว ปลูกอ้อยขายจำนวน 5 คน โดยปลูกช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน และตัดอ้อยช่วงมีนาคมถึงเมษายน สำหรับต้นทุนปลูกอ้อยค่าพันธุ์ 1,000 บาท ค่าเตรียมดิน 800 บาท ค่าปลูก 400 บาท ค่าปุ๋ย 580 บาท ค่ายาฆ่าหญ้า 200 บาท ค่าเก็บเกี่ยว 1,300 บาท เมื่อขายอ้อยและหักค่าใช้จ่ายจะเหลือเงินประมาณ 13,600 บาทต่อไร่ต่อปี

การประกอบอาชีพปลูกผัก

ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาดมีการปลูกผักขายจำนวน 47 คน โดยแต่ละเดือนชาวบ้านมีการปลูกผักชนิดต่างๆ ได้แก่ เดือนธันวาคมถึงเดือนกรกฎาคม ปลูกผักชี หอม ผักกาด สลัด พริก ถั่ว ชะอม ผักบุ้ง เดือนสิงหาคม ปลูกผักชี หอม ผักกาด สลัด พริก ถั่ว ชะอม ผักบุ้ง ถั่วปี ถั่วพู ฟักแฟง เดือนกันยายน ปลูกผักชี หอม ผักกาด สลัด พริก ถั่ว ชะอม ผักบุ้ง มะเขือ แตงหอม บวบ เดือนตุลาคม ปลูกสลัด ผักชี ถั่ว ผักบุ้ง เดือนพฤศจิกายน ปลูกผักหอม มะเขือเปาะ มะเขือพวง มะเขือเทศ ซึ่งผลผลิตที่ปลูกได้มีการนำไปจำหน่ายในตลาดเขียวจังหวัดขอนแก่นเกิดรายได้ 100 บาทถึง 8,000 บาทต่อนัด แต่อย่างไรก็ตามผลผลิตที่นำไปจำน่ายบางอย่างไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

1.3.2 ทุนทางธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในบึง ที่นา ช่วงน้ำมาในนาก็จะมีปลา ส่วนน้ำลดก็จะมีพวกนก หนู ในบึงก็จะมีปลาขาว ปลาตะเพียน ปลาตอง ปลาดุก ปลาไหล ปลาหมอ กบ มีนก ปีนี้ไม่มีการทำนาปัง ช่วงฤดูกาลจากเดือนพฤษภาคมถึงพฤศจิกายนจะมีการใส่เบ็ด ใส่ตาข่าย สร้างรายได้เดือนละประมาณ 300 – 1,000 กิโลกรัม ช่วงน้ำขึ้น 1 วัน จะหาปลาได้คนละประมาณวันละ 50 กิโลกรัม หลังนาปังจะมีการหากบ คนที่มาหามีทั้งคนทั้งในและนอกพื้นที่ ส่วนสัตว์ประเภทนก นกเจ่า ไก่นา นกจะมาตามฤดูกาลน้ำหลาก สามารถหาได้ตามช่วงฤดูกาล ประเภทบัว สามารถหาได้ตามฤดูกาล หาได้ทั้งหน่าย ราก เม็ด ส่วนปลาในสระนา จะมีการสูบเพื่อขายสร้างรายได้ให้กับครอบครัว บางคนสามารถสูบได้ปลาช่อน 100 กิโลกรัม โดยชาวบ้านจะนิยมสูบปลาในเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม ในช่วงนี้คนทั้งชุมชนเมื่อสูบสระปลาได้ประมาณ 5 ตัน ช่วงที่สองในเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน หลังจากการเก็บเกี่ยวนาปัง ปลาช่วงนี้จะตัวไม่ใหญ่เท่าช่วงนาปี นอกจากนั้นยังมีหนูนา สร้างรายได้ 4,000 – 5,000 บาท คนข้างนอกสามารถมาหาได้วันละ 1 กระสอบ หนูตัวใหญ่ได้ราคาตัวละ 150 บาท ส่วนคนในชุมชนสามารถหาหนูนาสร้างรายได้วันละ 500 - 600 ฤดูกาลที่หาเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนไปจนถึงช่วงฤดูฝนในช่วงเดือนพฤษภาคม ขายในชุมชนใกล้เคียงได้ราคาตัวละ 100 บาท แต่ถ้านำไปขายข้างนอกราคาตัวละ 150 บาท

1.3.3 ทุนทางสังคม

กลุ่ม องค์กร ที่มีในชุมชนโนนหนองลาด สามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านอาชีพ และด้านสิทธิ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านการเงิน ได้แก่ กองทุนกลางชุมชน เกิดจากแนวคิดการต่อสู้ร่วมกันของชาวบ้าน พูดคุยกันในการระดมทุนตามสถานการณ์ และเกิดจากปัญหาที่ชาวบ้านไม่สามารถที่จะขอทุนจากหน่วยงานภาครัฐในส่วนท้องถิ่นได้ จึงต่อตรงของบประมาณจากจังหวัด โดยมีกรรมการหมู่บ้านเป็นผู้ก่อตั้ง ในปีพ.ศ. 2541 กิจกรรมหลักในกลุ่ม คือ การประชุมพูดคุยก่อนการใช้เงิน การทำศาลาวัด ปัจจุบันมีการตั้งเป็นกองทุน 2 กองทุน ใช้สำหรับช่วยเหลือ ฟื้นฟูชุมชนหลังน้ำท่วม ติดตามปัญหาที่ดิน และเป็นกองทุนในการพัฒนาชุมชน นอกจากนั้นยังมีกองทุนฟื้นฟู มีนายสวาท อุปฮาด เป็นผู้ก่อตั้งในปี 2542 มีการระดมทุนพัฒนาระบบอาชีพ ได้รับงบประมาณในการศึกษาดูงาน 20,000 บาท สมาชิกปัจจุบันมี 20 คน มีลักษณะเป็นกองทุนหมุนเวียนแบบปล่อยให้กู้ยืม ปัจจุบันมีเงิน 40,000 บาท เงินที่มีในกลุ่ม จะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาอาชีพของคนในชุมชน และใช้ในการศึกษาดูงาน และกลุ่มออมทรัพย์ เริ่มกลับมาตั้งใหม่ในปี 2561 โดยกรรมการหมู่บ้าน ปัจจุบันมีการออมเงินวันละบาท มีสมาชิกประมาณ 100 คน เป็นเงินหมุนเวียนกู้ฉุกเฉิน คนละไม่เกินครั้งละ 1,000 บาท เมื่อมีคนเสียชีวิตจะได้เงิน 2 เท่าของเงินออม

ด้านอาชีพ ได้แก่ กลุ่มเกษตรอินทรีย์บึงปากเขื่อน มีนายสวาท อุปฮาด เป็นผู้ก่อตั้ง ในปีพ.ศ.2557 มีการผลิตผัก เลี้ยงสัตว์อินทรีย์ จำหน่ายให้กับตลาดเขียว ทำให้เกิดรายได้ในชุมชน สร้างความมั่นคงทางอาหาร และมีการส่งเสริมความรู้เรื่องการผลิตและบริโภคอาหารปลอดภัย และกลุ่มวิสาหกิจเมล็ดพันธุ์และการแปรรูปการผลิต เกิดจากการต่อยอดงานตลาดเขียว และกลุ่มเกษตรอินทรีย์ ก่อตั้งจาก 8 ครอบครัว ในปีพ.ศ. 2560 มีการผลิตเมล็ดพันธุ์ 60 ชนิด เมล็ดพันธุ์ที่จำหน่ายหักเข้ากลุ่มร้อยละ 3 ทำให้เกิดการสร้างรายได้ในชุมชน สร้างช่องทางการตลาด และหนุนเสริมความรู้การผลิต

ด้านสิทธิ คือ กลุ่มที่ดินบึงปากเขื่อน ก่อตั้งโดยนายสวาท อุปฮาด ในปีพ.ศ. 2541 มีสมาชิก 105 ครอบครัว มีการติดตามแก้ไขปัญหาที่ดิน ระดมทุน แลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ พัฒนาคนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ผลที่เกิดจากการตั้งกลุ่มสามารถที่จะจัดสรรที่ดินสาธารณะออกจากที่ชาวบ้าน และมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการพัฒนาอาชีพ

1.3.4 ทุนทางมนุษย์

ทุนทางมนุษย์ ที่มีในชุมชนโนนหนองลาด แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ภูมิปัญญา และด้านอาชีพ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ด้านความรู้ภูมิปัญญา ประกอบด้วย การผลิตเหล้าพื้นบ้าน บ้านนี้เป็นพื้นที่หลักของการทำเหล้าพื้นบ้าน มีการต้มเหล้าและนำไปขายตามงานต่างๆทั้งอีสานกลาง อีสานเหนือ ก่อนหน้านี้ชุมชนมีวิถีชีวิตอัตคัด ยากจน เมื่อรัฐบาลทักษิณได้มีนโยบายสินค้าโอท๊อป(OTOP) หมู่บ้านนี้จึงได้มีการต้มเหล้าขาย ประมาณปีพ.ศ.2544 - 2547 ได้พรบ.เหล้าพื้นบ้านโดยสาระสำคัญมีเรื่องภูมิปัญญาผลิตเหล้า ชุมชนนี้จึงได้ทำวิจัยเรื่องภูมิปัญญาเหล้าพื้นบ้านร่วมกันมีสูตรการต้มเหล้าประมาณ 60 - 70 สูตร จึงขอจดทะเบียนตอนนี้อยู่ในกระบวนการจดทะเบียน ซึ่งได้รับอนุญาตให้ต้มเหล้าได้

ด้านอาชีพ ในชุมชนมีคนที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการหาปลา นก หนู มีความชำนาญเรื่องพื้นที่ เครื่องมือในการหาอาหารตามฤดูกาล คือ พรานพจน์ นอกจากนั้นมีคนที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องการหาเห็ด หาบัว หาผัก สร้างรายได้ ได้แก่ แม่สี แม่เตี้ย แม่ตรี สร้างรายได้ 500 - 1,000 บาท คนแปรรูปปลาร้า มียายสีที่ทำอร่อยและมีชื่อเสียง ส่วนการทำอาหารปรุงสำเร็จและอาหารแปรรูป นายสวาท อุปฮาด จะเป็นคนที่มีความเชี่ยวชาญ จะชอบนำอาหารแปรรูปไปขายที่ตลาดขอนแก่น เช่น ปลาแห้ง ลาบ ต้ม แล้วแต่ชนิดปลา และการปลูกผักเลี้ยงสัตว์ มีสวาท ยายแดง ยายผัง เป็นกลุ่มที่ผลิตตั้งแต่เริ่มต้นและจนถึงปัจจุบันมีวิธีการปรับตัวและเปลี่ยนรูปแบบหลังจากเกิดน้ำท่วม กำลังขุดสระทำคูสูงเพื่อไม่ให้น้ำท่วม

1.3.5 ต้นทุนวัฒนธรรมการบริโภค

ในการบริโภคอาหารของชุมชนโนนหนองลาดได้มีการปลูกอยู่ปลูกกิน เมื่อเหลือกินจึงนำไปจำหน่าย ซึ่งรูปแบบการผลิตของชุมชนโนนหนองลาดจะเป็นการผลิตแบบอินทรีย์ ทำให้เป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าตลาดนัดสีเขียวจังหวัดขอนแก่น หลังจากที่มีการนำผลผลิตของชาวบ้านในชุมชนไปจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียวขอนแก่นทุกสัปดาห์ ทำให้เกิดความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตชุมชนโนนหนองลาด จนมีหลายครั้งที่ผู้บริโภคได้จัดกิจกรรมลงมาเยี่ยมแปลงให้กำลังใจกับผู้ผลิตชุมชนโนนหนองลาด จากความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจนเกิดความผูกพัน ทำให้เมื่อชาวบ้านโนนหนองลาดประสบปัญหาน้ำท่วม กลุ่มผู้บริโภคตลาดนัดสีเขียวขอนแก่นได้ให้การช่วยเหลือชาวบ้านโนนหนองลาด นอกจากนั้นยังมีกลุ่มออฟโรด กลุ่มลูกค้าเชฟ เข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาดด้วย ด้วยเหตุนี้จึงเกิดการเลี้ยงตอบแทนของชาวบ้านโนนหนองลาดให้กับกลุ่มผู้บริโภคตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น กลุ่มออฟโรด และกลุ่มลูกค้าเชฟ โดยชาวบ้านจะนำผลผลิตอินทรีย์

และอาหารที่หาได้จากบึงปากเขื่อนมาเลี้ยงตอบแทน ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัย และรู้ที่มาของอาหาร นอกจากนั้นในการจัดกิจกรรมดังกล่าวได้มีการกำหนดเป็นเทศกาล เรียกว่า เทศกาลกินปลา ที่มีการดำเนินการจัดกิจกรรมต่อเนื่องเรื่อยมาจนปัจจุบันเป็นการจัดกิจกรรมครั้งที่ 4

นอกจากเทศกาลกินปลาที่จัดขึ้นทุกปี ได้มีการสำรวจความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มลูกค้าตลาดนัดสีเขียว กลุ่มออฟโรด และกลุ่มลูกค้าเชฟ เพื่อพัฒนาต่อยอดกิจกรรมเทศกาลกินปลาให้เป็นรูปแบบตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการสำรวจข้อมูลจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมเทศกาลกินปลา 50 คน พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคชื่นชอบหรือต้องการไปท่องเที่ยว ได้แก่ ท่องเที่ยวแบบการสัมผัสธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จำนวนร้อยละ 60 ท่องเที่ยวแบบเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมจำนวนร้อยละ 46 ท่องเที่ยวแบบเรียนรู้การทำเกษตรจำนวนร้อยละ 44 ท่องเที่ยวแบบการบริโภคอาหารเฉพาะถิ่นจำนวนร้อยละ 42 ท่องเที่ยวแบบการอนุรักษ์ธรรมชาติจำนวนร้อยละ 34 ท่องเที่ยวแบบผจญภัย(เดินป่า)จำนวนร้อยละ 20

ส่วนระยะเวลาที่ผู้บริโภคต้องการท่องเที่ยว ได้แก่ 2 วัน 1 คืนจำนวนร้อยละ 42, 3 วัน 2 คืนจำนวนร้อยละ 40, 1 วันจำนวนร้อยละ 18 ส่วน ราคาค่าสมัครในการท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคพึงพอใจในการจ่ายให้กับชุมชน 500 บาท ต่อ 1 วันจำนวนร้อยละ 70, 1,000 บาท ต่อ 1 วันจำนวนร้อยละ 26, 2,000 บาท ต่อ 1 วันจำนวนร้อยละ 4 สำหรับวิธีการจ่ายเงินในการร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน จ่ายเงินสดขณะเข้าร่วมกิจกรรมจำนวนร้อยละ 60 โอนเข้าบัญชีจำนวนร้อยละ 40 รูปแบบการพักอาศัยในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน นอนที่บ้านชาวบ้านจำนวนร้อยละ60 กางเต็นท์จำนวนร้อยละ 40 สิ่งอำนวยความสะดวกที่ผู้บริโภคต้องการขณะพักอาศัย พัดลมจำนวนร้อยละ 48 กาน้ำร้อนจำนวนร้อยละ 42 ทีวีจำนวนร้อยละ 28 เครื่องทำน้ำอุ่นจำนวนร้อยละ 26 แอร์/เครื่องปรับอากาศจำนวนร้อยละ 16

สำหรับวิธีการเดินทางของผู้บริโภคในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน รถยนต์ส่วนตัวจำนวนร้อยละ 60 รถรับ-ส่ง ของชาวบ้านจำนวนร้อยละ 22 รถจักรยานยนต์ส่วนตัวจำนวนร้อยละ 8 รถขนส่งมวลชนสาธารณะจำนวนร้อยละ 6 รถตู้จำนวนร้อยละ 4 ช่องทางการรับข่าวสารการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพจเฟสบุ๊ค (Facebook)จำนวนร้อยละ 66 ไลน์ (LINE)จำนวนร้อยละ 50 เพื่อนบอกจำนวนร้อยละ 36 อีเมล์จำนวนร้อยละ 22 เว็ปไซต์จำนวนร้อยละ 22

ของฝากที่ผู้บริโภคนิยมซื้อหลังกลับจากท่องเที่ยว คือ อาหาร เสื้อผ้า พวงกุญแจ และกระเป๋า ของที่ระลึกที่ผู้บริโภคต้องการจากการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ

สิ่งประดิษฐ์ทำด้วยฝีมือชาวบ้าน ผ้าขาวม้า ผ้าฝ้าย และรูปถ่าย ประเภทอาหารที่ผู้บริโภคชอบรับประทาน อาหารท้องถิ่นตามธรรมชาติจำนวนร้อยละ 64 อาหารอีสานทั่วไปจำนวนร้อยละ 62 อาหารซีฟู้ด/อาหารทะเลจำนวนร้อยละ 30 อาหารไทยจำนวนร้อยละ 26 ลักษณะอาหารที่ผู้บริโภคชื่นชอบ ต้มจำนวนร้อยละ 58 ย่างจำนวนร้อยละ 56 นึ่งจำนวนร้อยละ 54 ลาบจำนวนร้อยละ 50 อ่อมจำนวนร้อยละ 50 ทอดจำนวนร้อยละ 36 แกงจำนวนร้อยละ 32 ผัดจำนวนร้อยละ 30 อบจำนวนร้อยละ 28

2. บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

1.2 ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ก่อตั้งหมู่บ้านประมาณปี พ.ศ.2460 ในช่วงเวลานี้ชาวบ้านมีการดำรงชีพแบบแลกกันกินลักษณะบ้านใกล้เรือนเคียง หรือญาติพี่น้อง ใครมีอะไรก็แลกกันในลักษณะ “ข้าวแลกเนื้อสัตว์” นอกจากนั้นชาวบ้านส่วนใหญ่จะนิยมปลูกข้าวไร่ เนื่องจากสภานิเวศพื้นที่เป็นลักษณะเป็นที่โคก มีสภาวะน้ำไม่เพียงพอในการทำนา ทำให้ชาวบ้านนิยมปลูกข้าวไร่

ต่อมาปีพ.ศ.2494 ชาวบ้านมีการทำสวนพริก ถือได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่ชาวบ้านนิยมปลูก เนื่องจากชาวบ้านมีที่ดินเยอะ สามารถสร้างรายได้ในครอบครัว สามารถนำพริกไปแลกข้าวมาใช้กินภายในครอบครัว และสามารถนำไปเป็นของฝากให้กับพี่น้องเครือญาติในบุญประเพณีต่างๆ

ส่วนการเลี้ยงวัว ในช่วงนี้ไม่เป็นที่นิยมของชาวบ้าน เนื่องจากประสบปัญหาวัวตาย เนื่องจากการปศุสัตว์เกี่ยวกับการดูแลรักษาวัวยังไม่มีเครื่องหมายเครื่องมือในการรักษาโรคที่มีประสิทธิภาพ และแม่พันธุ์วัวในช่วงนี้มีราคาแพง

ขณะที่การเลี้ยงควายเป็นที่นิยมมาก เนื่องจากมีพื้นที่ภู มีพื้นที่ป่าสาธารณะ หนองธรรมชาติ สำหรับเลี้ยงควาย นอกจากนั้นการเลี้ยงควายชาวบ้านจะใช้ประโยชน์ในการไถนา ใช้มูลวัวเป็นปุ๋ย เงินที่ได้จากการขายควายเป็นเงินกอง ชาวบ้านสามารนำมาแบ่งเป็นเงินออมได้ และค้าขาย

นอกจากนั้นในช่วงนี้เริ่มมีเรื่องเศรษฐกิจขายฝ้ายเข้ามาในพื้นที่ ทำให้ชาวบ้านนิยมปลูกฝ้ายในชุมชน เนื่องจากต้นฝ้ายดูแลง่าย สามารถจะนำไปแลกเปลี่ยนผลผลิตอื่นได้ รวมถึงชาวบ้านสามารถนำฝ้ายที่ปลูกมาใช้ผลิตเสื้อ เพื่อใช้เองในครัวเรือน

ในช่วงนี้ประมาณปีพ.ศ.2511 ยังมีการทำสัมปทานป่าไม้ ทำให้ชาวบ้านในพื้นที่เข้าไปรับจ้างเลื่อยไม้จากนายทุน ในเขตพื้นที่การสร้างเขื่อนน้ำอูน รวมถึงในช่วงเวลานี้ชาวบ้านได้มีการล่าสัตว์ป่าและหาผักป่าเป็นอาหารเพื่อยังชีพ ซึ่งอดีตทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก

ต่อมาในปีพ.ศ.2514 ชาวบ้านได้มีการปลูกแตงโม และฟักทอง เนื่องจากขายได้ราคาดี สร้างรายได้ให้กับครอบครัว มีพ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อผลผลิตในชุมชนไม่ต้องนำไปขายออกไปขายเองนอกชุมชน ในช่วงนี้มีการปลูกแตงโมและฟักทองจำนวนมาก เพื่อให้ทันขาย ทำให้ชาวบ้านต้องพึ่งการใช้ยาฆ่าหญ้า และยาโพลีดอน หลังจากที่ปลูกได้ไม่นาน ชาวบ้านเริ่มขาดทุน เพราะราคาไม่คงที่และต้นทุนในการผลิตสูง

ในปีพ.ศ.2520 ชาวบ้านได้หันไปปลูกมันสำปะหลัง มีการบุกเบิกพื้นที่ใหม่ โดยมีการว่าจ้างรถไถจากจังหวัดเลย ให้มาไถในพื้นที่ดินจับจอง จากการขยายพื้นที่ปลูกมันสำปะหลัง ทำให้ที่นาลดลง ในช่วงแรกเกิดจ้างแรงงานในชุมชน ทำให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว มีชาวบ้านบางรายสามารถปลดหนี้จากการปลูกมันสำปะหลัง แต่ต่อมาไม่นานชาวบ้านเริ่มเป็นหนี้ ธกส. เพราะมีการยืมสินเชื่อมาลงทุน นอกจากนั้นการใช้สารเคมีจำนวนมากในการปลูกมันสำปะหลัง ส่งผลกระทบต่อสภาพดินทำให้ดินแข็งกระด้าง ลำห้วยตื้นเขิน และป่าธรรมชาติลดลง

ต่อมาในปีพ.ศ.2524 ชาวบ้านเริ่มอพยพเคลื่อนย้ายแรงงานออกไปทำงานต่างจังหวัดเพื่อไปกรีดยางพาราที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีและจังหวัดชุมพร สาเหตุของเคลื่อนย้ายแรงงาน เพราะเห็นคนในชุมชนและญาติพี่น้องไปทำงานก่อนหน้าแล้วมีเงินกลับมาจำนวนมาก สามารถที่จะนำเงินที่เก็บจากการไปกรีดยางที่ภาคใต้ มาใช้ซื้อที่ดินสร้างบ้าน

ในปีพ.ศ.2528 ชาวบ้านที่กลับมาจากกรีดยางที่ภาคใต้ ได้นำเอาความรู้เรื่องยางพาราและนำเอาเงินทุนที่ได้จากกรีดยางพารา มาลงทุนในปลูกยางพารา ประกอบกับช่วงเวลาเดียวกันมีนโยบายสนับสนุนการปลูกยางพารา(สกย.) ของรัฐบาล โดยรัฐจะสนับสนุนไร่ละ 1 บาทต่อปี

ต่อมาจากข้อมูลของกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช (2560) ได้ระบุว่า ในปีพ.ศ.2539 ได้มีประกาศปิดป่า และมีคำสั่งของกรมป่าไม้ให้เจ้าหน้าที่ออกมาสำรวจข้อมูลในพื้นที่ เพื่อดำเนินการจัดตั้งพื้นที่ป่าอนุรักษ์ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติหลังจากนั้นไม่นานในปีเดียวกันได้มีการรวมพื้นที่ป่าดงพันนา ป่าดงพระเจ้า ท้องที่อำเภอส่องดาว ป่าภูวง ท้องที่อำเภอวาริชภูมิ อำเภอนิคมน้ำอูน อำเภอกุดบาก ป่าแก่งแคน ท้องที่อำเภอกุดบาก ป่าหนองหญ้าไซ ท้องที่อำเภอวังสามหมอ จังหวัดอุดธานี ผนวกป่าสงวนแห่งชาติ ป่าภูพาน ท้องที่อำเภอคำม่วง อำเภอสมเด็จ ป่าแก้งกะอาม ท้องที่อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ ให้เป็นอุทยานแห่งชาติ “อุทยานแห่งชาติภูผาเหล็ก”

ขณะเดียวกันปีพ.ศ.2554 ชาวบ้านได้กลับมาประกอบอาชีพปลูกยางพาราจำนวนมาก บางรายขายโฉนดที่นาไปซื้อที่ดินเพื่อปลูกยางพารา จากการปลูกยางพาราจำนวนมากได้ส่งผลกระทบทำให้มีการบุกเบิกที่ใหม่ และมีการถากถางพื้นที่ป่า ทำให้ป่าธรรมชาติลดลง ดินแข็งกระด้าง แหล่งน้ำซับเริ่มสูญหาย

ต่อมาในปีพ.ศ.2557 เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ได้มีการขับไล่ชาวบ้านออกจากพื้นที่เขตอุทยานแห่งชาติ อ้างว่าเป็นนโยบายทวงคืนผืนป่า เจ้าหน้าที่ได้ตัดต้นยางพาราของชาวบ้าน โดยไม่มีการประชาคม ระหว่างชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ เพื่อแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจร่วมกัน

ในปัจจุบันปีพ.ศ.2561 หลังจากมีนโยบายทวงคืนผืนป่า ชาวบ้านได้มีการปรับรูปแบบการประกอบอาชีพใหม่ โดยได้มีการเข้าไปในป่า เพื่อหาเก็บของป่า เช่น กลอย หน่อไม้ ปู หอย ไม้ข้าวหลาม ดอกกระเจียว หรืออีรอก ออกมาขายในตลาดชุมชน นอกจากนั้นชาวบ้านยังมีการอพยพแรงงานออกไปรับจ้างนอกพื้นที่

1.2 สภาพพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

บ้านหนองแวง เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้กับพื้นที่ภูอ่างสอ อยู่ห่างจากอำเภอวาริชภูมิ 7.7 กิโลเมตร มีประชากร 537 คน มีจำนวนครอบครัว 185 ครัวเรือน ทรัพยากรที่มีในแต่ละสภาพนิเวศน์เมื่อใช้เครื่องมือแผนภาพตัดขวางช่วยในการวิเคราะห์ สามารถแบ่งได้ 4 ระดับพื้นที่ ประกอบด้วย ระดับที่ 1 พื้นที่ราบ ทรัพยากรที่มี ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง มะละกอ กล้วย วัว ควาย ระดับที่ 2 พื้นที่โนน ทรัพยากรที่มี ได้แก่ วัด โรงเรียน หนองสาธารณะ บ้านเรือนที่อยู่อาศัย ระดับที่ 3 พื้นที่โคก ทรัพยากรที่มี ได้แก่ ยางพารา ข้าว วัว ควาย และระดับที่ 4 พื้นที่ภู ทรัพยากรที่มี ได้แก่ หน่อไม้ กลอย ขิงป่า ปู ดอกกระเจียว หอย ยางพารา ผักหวานป่า ดอกคอนแคน ไม้ข้าวหลาม เบ้า ไข่มดแดง เขียด แมงจีนูน จักจั่น และแมงแคง

1.3 ศักยภาพ และทุนทางสังคมของบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

ในการศึกษาครั้งนี้ นอกเหนือจากประวัติศาสตร์ชุมชนบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และสภาพพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ยังได้มีการศึกษาศักยภาพ และทุนทางสังคมของบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร โดยผลการศึกษาศักยภาพ และทุนทางสังคมของบ้านหนองแวง สามารถแบ่งออกเป็น

5 ทุน ได้แก่ 1.ทุนทางเศรษฐกิจ 2.ทุนทางธรรมชาติ 3.ทุนทางสังคม 4.ทุนทางมนุษย์ และ5.ต้นทุนด้านการบริโภค ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 ทุนทางเศรษฐกิจ

การนำเสนอข้อมูลในเรื่อง ทุนทางเศรษฐกิจ สามารถที่จะนำเสนอต้นทุนทางเศรษฐกิจ เกี่ยวกับเรื่อง การประกอบอาชีพปลูกยางพารา การประกอบอาชีพปลูกผัก และการประกอบอาชีพปลูกหวายของชาวบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

การประกอบอาชีพปลูกยางพารา

ชาวบ้านหนองแวง ตำบลวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ประกอบอาชีพปลูกยางพาราเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากรายได้ที่เกิดขึ้นจริงจากการปลูกยางพารา ส่งผลให้ชาวบ้านเกือบทุกครอบครัวได้หันไปปลูกยางพารามากกว่าปลูกข้าว หรือทำสวน ซึ่งรายได้จากการปลูกยางพาราจะเห็นได้จากต้นทุนการผลิตยางพารา ดังนี้

การทำสวนยางพารา เริ่มจากการเตรียมแปลง ไถ ปรับดิน/ไร่ ค่าไถไร่ละ 400 บาท(ไถสองรอบ) = 800 บาท ค่ากล้ายาง 96 ต้น/ไร่ ประมาณ 2,400 บาท ส่วนการปลูก หลุมละ 2 บาท ประมาณ 192 บาท/ไร่ มีขุดหลุม หลุมละ 4 บาท ประมาณ 288 บาท/ไร่ ใส่ปุ๋ยเคมีรองพื้น 300 บาท นอกจากนั้นการเตรียมการปลูก ค่าอาหารและอื่นๆประมาณ 4,276 บาท ในช่วงการดูแลช่วง 1 - 3 ปี ประมาณ 2,400 บาท มีค่ากำจัดวัชพืช ทั้งไถและยาฆ่าหญ้า ยากำจัดวัชพืช ดายหญ้า ประมาณ 2,490 บาท ค่าอาหาร กาแฟ เอ็มร้อย ประมาณ 60 บาท และค่าจ้างหว่านปุ๋ย วันละ 300 บาท/วัน รวมทั้งสิ้น 5,700 บาท X 2 = 11,400 บาท

ในปีที่ 7 มีค่าตัวอย่าง ปุ๋ยใส่มากขึ้น กระสอบละ 1,000 บาท/ไร่ ใส่สองรอบก็ 2,000 บาท ค่ากำจัดวัชพืช ยาฆ่าหญ้า พ่นปีละสองครั้งประมาณ 672 บาท มีดกรีดยาง ไฟส่อง ค่าน้ำกรด รวม 1,190 บาท ในส่วนการรวบรวมและจำหน่ายระยะ 1 ปี ค่าขนกิโลละ 1 บาท ปีละประมาณ 2,400 บาท หักค่าใช้จ่ายเหลือประมาณ 6,625 บาทต่อไร่ต่อปี

การประกอบอาชีพปลูกผัก

ชาวบ้านหนองแวง ปลูกผักขายจำนวน 2 คน โดยจะปลูกเดือน12 ถึงเดือน6 ปลูกผักบุ้ง ผักกาด จะปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี แต่ใช้น้ำหมักชีวภาพแทน ระยะการปลูกผักบุ้ง 25 – 30 วัน ถ้าใช้เมล็ดพันธุ์ 1 กิโลกรัมจะปลูกได้ 4 แปลง ส่วนเมล็ดพันธุ์ผักบุ้งกิโลกรัมละ 140 บาท ถ้าแบ่งขายทำเป็นกำ 3 กำ 20 บาท นำไปขายให้กับแม่ค้าที่รับซื้อผลผลิตเกษตรกรในชุมชน แม่ค้าจะนำไปขาย กำละ 10 บาท

การประกอบอาชีพปลูกหวาย

ชาวบ้านหนองแวง ปลูกหวายขายจำนวน 2 คน มีพื้นที่ในการปลูกจำนวน ไร่ เมื่อถึงช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยว สามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน ขายได้ราคาดีในช่วงปีใหม่ถึง 3,000 บาท/วัน ถ้าขายแบบออนไลน์มีคนโทรมาสั่ง บางคนก็มาซื้อที่แปลง ถ้าขายตามรายทาง 15 ยอด 100 บาท ขายในชุมชน 25 ยอด 100 บาท ถ้าขายในเมืองวาริช 9 ยอด 100 บาท(แกะเรียบร้อย) วิธีการเก็บหวายต้องมีการปลอกเปลือก แล้วนำหวายไปแช่น้ำแข็งเก็บไว้ หรือปอกเปลือกแล้วนำหวายไปนึ่งเก็บไว้ วิธีการประกอบอาหาร แกงใส่น้ำหญ้ายาง ข้าวเบือ เห็ดขอน ผักหวาน หรือนึ่งแล้วซุป หรือแกงใส่แมลง แกงหวายใส่ไก่ นึ่งกินกับน้ำพริก เผาแล้วนำมาตำซุปก็ได้รสชาติอร่อย หรือตำหวายน้ำพริกแมงดา

1.3.2 ทุนทางธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดจากธรรมชาติในพื้นที่ภู โดยภูที่ชาวบ้านหาอยู่หากิน และสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน คือ ภูอ่างสอ ซึ่งการหาอยู่กินมีมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ชาวบ้านมีการใช้ประโยชน์ร่วมกัน โดยชาวบ้านจะเก็บหาอาหารตามฤดูกาล เช่น กลอย หน่อไม้ ไข่มดแดง เห็ด แมงแคง ผักหวาน อึ่ง และพืชสมุนไพรต่างๆ เป็นต้น คนที่ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ภู จะมีทั้งคนในชุมชนและนอกชุมชน ทำให้มีการนำทรัพยากรจำนวนมากออกไปจากพื้นที่ โยคนนอกชุมชน ชาวบ้านในชุมชนจึงได้มีสร้างกติกาขึ้น เพื่อลดลงการปริมาณการใช้ประโยชน์จากภู โดยกำหนดข้อตกลงไว้ คือ ห้ามไม่ให้มีการนำรถยนต์เข้าไปใช้ในการบรรทุกอาหารที่หาได้ และมีการกำหนดให้มีการเก็บหาอาหารเฉพาะในช่วงฤดูกาลเก็บหาเท่านั้น

แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ชาวบ้านจะมีการสร้างข้อตกลงของชาวบ้านในการใช้ประโยชน์จากป่าอย่างยั่งยืน โดยกำหนดวิธีการหาแบบไม่ทำลาย ปริมาณการใช้ และกำหนดฤดูกาลในการหาอยู่หากิน และสร้างรายได้ ชาวบ้านก็ยังคงมีข้อจำกัดในการจะเข้าไปใช้ประโยชน์จากป่าที่หาอยู่หากิน และสร้างรายได้มาตั้งแต่บรรพบุรุษ เนื่องจากมีการประกาศเป็นเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติภูผาเหล็ก ทำให้การเข้าไปใช้ประโยชน์ของชาวบ้าน ต้องกลายเป็นผู้กระทำผิดตาม พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ ปีพ.ศ.2504 ในมาตรา 16

สำหรับแหล่งน้ำ มีในพื้นที่ภู ชาวบ้านก็จะเข้าไปใช้ประโยชน์ โดยการหาปู หาหอย เขียด อึ่งอ่าง กบ และปลา คนที่เข้าไปใช้ประโยชน์จะมีทั้งคนในและนอกชุมชน ตรงนี้ชาวบ้านยังไม่มีการกำหนดกติกาในการใช้ประโยชน์ที่ชัดเจน ส่วนแหล่งน้ำสาธารณะในชุมชน จะมีหนองแวงเป็นหนองน้ำในหมู่บ้าน มีหนองบัวใหญ่ หนองทางวัว เป็นพื้นที่ใช้ประโยชน์โดยการปล่อยปลาและ

เป็นแหล่งน้ำประปาในหมู่บ้าน โดยมีชุมชน 2 หมู่ ใช้ประโยชน์ร่วมกัน มีข้อตกลงห้ามจับปลา เพื่อให้ระบบนิเวศสมบูรณ์ นอกจากนั้นยังมีหนองบัวใหญ่เป็นแหล่งหาปลา หาบัว ทำเลสำหรับเลี้ยงสัตว์ ให้สัตว์เลี้ยงลงมากินน้ำ ไม่มีข้อตกลงกติกาห่วงห้าม ส่วนหนองทางวัว เป็นชื่อเรียกในอดีตที่ชาวบ้านเคยเอาวัวไปเลี้ยงบริเวณนี้ ก่อนจะนำขึ้นไปเลี้ยงในพื้นที่ป่าทำเลต้องผ่านบริเวณนี้ก็เลยเรียกชื่อนี้ การใช้ประโยชน์ในปัจจุบันชาวบ้านใช้เป็นแหล่งทำมาหากิน เช่น หาหอย ปลา ไม่มีข้อตกลงกติกาหวงห้าม ใครก็เข้าไปหากินได้

เมื่อแบ่งผลผลิตจากป่าออกเป็นเดือนจะมีชาวบ้านจะนำผลผลิตออกมาจำหน่าย ได้แก่ เดือนมกราคม จะมีกลอยจำนวน 400 กิโลกรัม มีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 บั้ง เดือนกุมภาพันธ์ จะมีกลอยจำนวน 80 กิโลกรัม มีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 บั้ง และมีดอกคอนแคน 40 กิโลกรัม เดือนมีนาคมจะมีกลอยจำนวน 100 กิโลกรัม มีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 บั้ง มีผักหวานจำนวน 50 กิโลกรัม มีดอกกระเจียวจำนวน 100 กิโลกรัม มีไข่มดแดงจำนวน 200 กิโลกรัม มีอึ่งอ่าง 1,000 กิโลกรัม และมีดอกคอนแคน 40 กิโลกรัม เดือนเมษายน มีผักหวานจำนวน 50 กิโลกรัม มีดอกกระเจียวจำนวน 100 กิโลกรัม มีไข่มดแดงจำนวน 200 กิโลกรัม มีอึ่งอ่าง 500 กิโลกรัม และมีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 บั้ง เดือนพฤษภาคม มีหอยเกี้ยวจำนวน 50 กิโลกรัม และมีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 บั้ง เดือนมิถุนายน มีหอยเกี้ยวจำนวน 50 กิโลกรัม และมีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 บั้ง เดือนกรกฎาคม จะมีกลอยจำนวน 100 กิโลกรัม มีหน่อไม้ลวกจำนวน 1,000 กิโลกรัม มีหอยเกี้ยวจำนวน 50 กิโลกรัม และมีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 เดือนสิงหาคม จะมีกลอยจำนวน 100 กิโลกรัม มีหน่อไม้ลวกจำนวน 1,000 กิโลกรัม มีหอยเกี้ยวจำนวน 50 กิโลกรัม มีหน่อไม้ไร่จำนวน 1,500 กิโลกรัม และมีเห็ดรวมทุกชนิดจำนวน 4,000 กิโลกรัม เดือนกันยายน จะมีกลอยจำนวน 100 กิโลกรัม มีหอยเกี้ยวจำนวน 50 กิโลกรัม มีหน่อไม้ไร่จำนวน 700 กิโลกรัม และมีปูจำนวน 100 กิโลกรัม เดือนตุลาคม เดือนพฤศจิกายนจะมีกลอยจำนวน 100 กิโลกรัม และมีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 บั้ง และเดือนธันวาคม จะมีกลอยจำนวน 100 กิโลกรัม และมีไม้ทำข้าวหลามจำนวน 2,000 บั้ง

1.3.3 ทุนทางสังคม

การนำเสนอทุนทางสังคมของบ้านหนองแวง สามารถที่จะนำเสนอได้ใน 2 ส่วน ได้แก่ กลุ่ม องค์กรที่มีในชุมชน และระบบความสัมพันธ์ของเครือญาติ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่ม องค์กรที่มีในชุมชน

กลุ่มองค์กรในชุมชนบ้านหนองแวง มีทั้งหมด 9 กลุ่ม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ประกอบด้วย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงโคเนื้อ โดยตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อค้ำประกันเงินกู้จาก

สถาบันการเงิน เพื่อซื้อวัวมาเลี้ยงร่วมกัน ปัญหาที่พบ เมื่อเลี้ยงแล้วปศุสัตว์ไม่มาดูเรื่องราคาที่ตกต่ำ ธนาคารที่ปล่อยกู้ไม่มีการติดตาม และไม่มีคนเข้ามาดูแล ปศุสัตว์ไม่ได้รับการพัฒนาต่อยอดให้กลุ่ม มาผสมพันธุ์วัวให้แล้วก็ไป วัวตายราคาตก ไม่มีการช่วยเหลือเยียวยากลุ่ม เมื่อครบเวลาเก็บเงินต้นก็มาเก็บ ไม่มีการผ่อนผันหากวัวตาย กิจกรรมในกลุ่มสมาชิกไม่สนใจกัน ต่างคนต่างเลี้ยง โครงการเลี้ยงวัวได้รับการสนับสนุนมาจากรัฐบาลชุดปัจจุบันที่มีนโยบายลดพื้นที่ทำนาหันมาเลี้ยงวัวเลี้ยงควาย ช่วงที่ทำโครงการราคาวัวแพง แต่พอเลี้ยงแล้วราคาวัวตกต่ำก็เลยเป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมา เพื่อกู้ยืมเงินในการทำโครงการไม่มีการรวมกลุ่มจริงจัง

กลุ่มออมทรัพย์ เป็นกลุ่มที่ตั้งกันขึ้นมาเอง ครอบคลุมประชากรทั้ง 2 หมู่ มีการทำกิจกรรมระดมทุนของชาวบ้าน มีการสร้างให้เกิดการออมในชุมชน มีระบบการกู้ยืมเงิน

กลุ่มรวมน้ำใจ เป็นกลุ่มที่ตั้งขึ้นมา เพื่อรวมเงินกันตามฐานะทางเศรษฐกิจ โดยมีการเก็บเงินคนละ 30 บาท เพื่อเป็นเงินสำหรับใช้จ่ายเมื่อเสียชีวิต สำหรับครอบครัวที่มีรายได้น้อย เช่น นำไปซื้ออาหาร ซื้อหมู สำหรับเลี้ยงคนในงาน

นอกจากนั้นยังมีกลุ่มอื่น ได้แก่ กลุ่มสิบบาท เพื่อตอบแทนในคราวเสียชีวิต กลุ่มประปา เป็นกลุ่มสำหรับนำเงินมาใช้จ่ายในระบบน้ำประปาเมื่อมีการซ่อมแซม กลุ่มฌาปนกิจศพ คือ กลุ่มที่ตั้งขึ้นมาเพื่อดูแลสมาชิกเมื่อถึงคราวเสียชีวิต กลุ่มเงินล้าน ก็เหมือนกันกับหมู่บ้านอื่นๆเป็นเงินของรัฐที่นำมาให้ยืมและจ่ายดอกเบี้ยตามปกติ กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มสำหรับคนสูงอายุในชุมชน และกลุ่มสมุนไพร เป็นศูนย์เรียนรู้สมุนไพรมีหมอสมุนไพรที่มีความรู้ มีความเชี่ยวชาญด้านสมุนไพร

ขณะเดียวกันนอกเหนือจากกลุ่มต่างๆ ที่มีอยู่ชุมชนบ้านหนองแวง ยังมีเครือข่ายของชาวบ้านที่รวมตัวกันเรียกร้องสิทธิเรื่องที่ดิน คือ ชาวบ้านผู้ไร้สิทธิ จังหวัดสกลนคร สาเหตุที่เกิดเครือข่ายดังกล่าว เนื่องจากในปีพ.ศ.2552 ชาวบ้านที่ได้รับความเดือดร้อนจากการประกาศพื้นที่อุทยานแห่งชาติทับที่ทำกิน จึงมีการไปร้องเรียนที่ศาลากลาง ซึ่งมีชาวบ้านผู้ได้รับความเดือดร้อน 2,000 ครอบครัว คอบคลุมพื้นที่จังหวัดสกลนคร อุดรธานี และจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานในที่ประชุม หลังจากการผู้คุยจึงมีมติให้แต่งตั้งคณะทำงานระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวแทนชาวบ้าน ตัวแทนป่าไม้ ตัวแทนอุทยาน นายอำเภอ และฝ่ายปกครอง

นอกจากนั้นในที่ประชุมมีมติให้กรมอุทยานแห่งชาติยุติการคุกคามชาวบ้าน รวมถึงมีการส่งคณะกรรมการลงพื้นที่ตรวจสอบ ในขณะที่มีในช่วงเจรจาให้หยุดจับกุม หยุดคุกคามชาวบ้าน และชาวบ้านจะไม่มีการบุกเบิกที่ทำกินใหม่ ในพื้นที่เดิมชาวบ้านทำกินได้ตลอด แต่อย่างไรก็

ตามชาวบ้านยังไม่มีเอกสาร คณะจังหวัด และอำเภอยังไม่ได้ลงพื้นที่ ชาวบ้านไม่เรียกร้องเอกสารสิทธิ ขอแค่มีที่ทำกินก็พอ เพื่อชาวบ้านจะได้มีรายได้ในครัวเรือน

แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันสมาชิกเครือข่ายชาวบ้านผู้ไร้สิทธิ สมาชิกลดจำนวนลง เนื่องจากชาวบ้านเลยแตกออกจากเครือข่าย เพราะมีการตรวจสอบสิทธิ 30 มิ.ย. 2541 เจ้าหน้าที่ป่าไม้ ผู้ใหญ่ มีการทำรางวัด เพื่อระบุจำนวนที่ดินในการครอบครองของชาวบ้าน ในการตรวจสอบได้มีการถ่ายรูปเป็นหลักฐาน ทำให้ชาวบ้านเข้าใจว่าตนเองได้มีสิทธิในการใช้ที่ดิน แต่มีชาวบ้านส่วนหนึ่งไม่เข้าร่วม กรณีบ้านจัดระเบียบ เมื่อชาวบ้านไปถ่ายรูปเพื่อระบุพื้นที่ตนเอง ก็โดนเจ้าหน้าที่กล่าวหาว่ากระทำผิด โดยใช้หลักฐานจากรูปถ่ายที่มีการตรวจสอบสิทธิ ทำให้มีผู้กระทำผิดจำนวน 34 ราย 37 คดีที่เป็นตัวอย่าง ทำให้ปัจจุบันเครือข่ายมีสมาชิกจำนวน 90 ครอบครัว บ้านจัดระเบียบ 20 ครอบครัว บ้านกุดตากาบ 10 ครอบครัว บ้านหนองแวง 30 ครอบครัว บ้านโพนไผ่ 10 ครอบครัว บ้านขอนขว้าง 10 ครอบครัว และบ้านดงสว่าง 25 ครอบครัว

ระบบความสัมพันธ์ของเครือญาติ

ชุมชนบ้านหนองแวงมีระบบความสัมพันธ์ของเครือญาติ มีการจัดสรรบทบาทของคนในครอบครัว โดยผู้ที่เป็นพ่อและแม่จะทำหน้าที่ในการดูแลหลาน และดูแลดำเนินการทำการเกษตร ส่วนลูกจะทำหน้าที่ในการออกจากบ้านเพื่อไปหาเงินในต่างจังหวัด เพื่อส่งเงินกลับมาให้ครอบครัว เพื่อเลี้ยงดูหลาน และลงทุนด้านการเกษตร นอกจากนั้นในการแลกเปลี่ยนของคนในครอบครัวในลักษณะเงินลงทุนจากลูกหลาน ทางพ่อแม่จะมีการแลกเปลี่ยนสิ่งของ อาหาร เช่น หน่อไม้ อัด กลอย หรือหวาย กลับคืนให้ลูกในช่วงเทศกาลเมื่อลูกจะลงมาเยี่ยมครอบครัว ขณะเดียวกันในช่วงเทศกาลเมื่อญาติพี่น้องมาพบปะกันก็จะนำอาหารจากธรรมชาติและในแปลงการผลิตออกไปจำหน่ายในตัวอำเภอ หรือต่างจังหวัด

1.3.4 ทุนมนุษย์

ข้อมูลเรื่องทุนมนุษย์ สามารถแบ่งออกได้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศิลปะ ในชุมชนมีคนที่มีความสามารถเรื่องพิณ เป็นหมอพิณ เล่นได้หลายลวดลาย และมีคนฟ้อนรำภูไท มีการตั้งกลุ่มฟ้อนรำ เนื่องจากเป็นอสม.ของหมู่บ้าน โดยสาธารณะสุขให้แต่ละหมู่บ้านมีกิจกรรมกลุ่มบ้านหนองแวงจึงตั้งกลุ่มฟ้อนรำขึ้นมา ด้านอาชีพ ในชุมชนมีคนที่มีความสามารถในเรื่อง การทอผ้า เป็นคนที่มีความรู้การทอผ้าทำได้หลายลาย มีออเดอร์จากหลายชุมชน ทอเสื่อแบบโบราณ มีคนปลูกผัก 2 คน ใช้วิธีการผักอินทรีย์ไม่ใช้สารเคมี มีช่างจักรสาน ทำได้หลายลวดหลาย มั่นคงแข็งแรง และมีช่างปูน เขียนแบบ

ทำลาย รูปต่างๆ ทำได้อย่างมั่นคงแข็งแรง และด้านสมุนไพร ในชุมชนมีหมอเป่า 1 คน เป่าแก้งูกัด ปัจจุบันยังมีการรักษาคนในชุมชน และหมอสมุนไพรมี 2 คน ที่มีความรู้ในการรักษาโรค

นอกจากคนในชุมชนบ้านหนองแวงยังมีชาวบ้านผู้ไร้สิทธิ จังหวัดสกลนคร ที่มีทักษะในการหาของป่าและการผลิตในแปลง ประกอบด้วย ผู้มีทักษะการหาของป่าเพื่อสร้างรายได้ จำนวน 14 ครอบครัว ได้แก่ บ้านจัดระเบียบ 5 ครอบครัว บ้านหนองแวง 6 ครอบครัว บ้านขอนขว้าง 2 ครอบครัว และบ้านดงสว่าง 1 ครอบครัว ผลผลิตที่หาได้ประกอบด้วย กลอย หน่อไม่ลวก หน่อไม้ไร่ ไม้ทำบั้งข้าวหลาม ไข่มดแดง อึ่ง และเห็ดทุกชนิด ส่วนผู้มีทักษะการผลิตในแปลง เพื่อสร้างรายได้ จำนวน 3 ครอบครัว ได้แก่ บ้านจัดระเบียบ 1 ครอบครัว บ้านหนองแวง 1 ครอบครัว และบ้านกุดตากาบ 1 ครอบครัว ผลผลิตที่ผลิตได้จากแปลงประกอบด้วย โหระพา ผักอีตู่ หอม ผักบุ้ง ผักกวางตุ้ง ทุเรียน น้อยหน่า และเงาะ

1.3.5 ต้นทุนวัฒนธรรมการบริโภค

พื้นที่บ้านหนองแวง เป็นชุมชนของคนชนเผ่าภูไท จะมีเอกลักษณะอาหารการกินที่มีความเป็นเฉพาะ เช่น การใส่ข้าวเบือ คือ การนำข้าวเหนียวมาแช่น้ำไว้สักพักใหญ่ให้เมล็ดข้าวเหนียวอ่อนนุ่ม แล้วนำมาตำให้ละเอียด นำไปใส่เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารหลายอย่าง เช่น หมกหน่อไม้ อ่อมหวาย แกงหน่อไม้ สาเหตุที่ใส่ข้าวเบือ เพราะข้าวเบือจะช่วยให้อาหารหนืดเหนียวน่ารับประทาน รสชาติกลมกล่อม และช่วยตัดรสชาติขมลงได้ นอกจากนั้นยังมีวัตถุดิบอย่างผักสะแงะ ชาวบ้านจะนำผักสะแงะใส่อาหาร เช่น แกงหน่อไม้ แกงหวาย หรือหมกหน่อไม้ ซึ่งผักสะแงะจะมีกลิ่นหอม ช่วยแก้ท้องอืด ส่วนหวายเป็นวัตถุดิบที่มีชื่อเสียงในพื้นที่บ้านหนองแวง ชาวบ้านนิยมนำหวายไปแกงใส่ไก่ หรือนำหวายไปเผาแล้วนำมาตำใส่แมงดาเป็นป่น หวายจะช่วยเจริญอาหาร และลดภาวะเครียด นอกจากนั้นยังมีผักแพรว เป็นวัตถุดิบที่ชาวบ้านนำมาใส่ในต้มซั่วไก่บ้าน ซึ่งเป็นเมนูอาหารที่ขึ้นชื่ออีกอย่างของชาวภูไท มีลักษณะคล้ายต้มยำ แต่จะมีความเป็นภูไท คือ ใส่ข้าวคั่ว พริกคั่ว ผักชี หอม หอมเป ผักแพว ซึ่งผักแพวจะช่วยขับลม และช่วยทำให้เจริญอาหาร

ลักษณะความต้องการบริโภคอาหารของคนในชุมชน ในกระแสการผลิตที่เปลี่ยนไป ส่งผลให้ชาวบ้านในชุมชนบ้านหนองแวงเปลี่ยนไป จากเดิมที่หาอยู่หากิน แต่ปัจจุบันพืชเศรษฐกิจ คือ ยางพารา เข้ามาในชุมชน ทำให้ชาวบ้านปรับเปลี่ยนจากการปลูกอยู่ปลูกกิน เน้นไปปลูกยางพารา เพื่อสร้างเศรษฐกิจและรายได้ ทำให้พื้นที่พืชอาหารลดลง และรูปแบบการผลิตในพื้นที่ขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการบุกรุกพื้นที่แหล่งอาหาร ทำให้แหล่งอาหารที่หาได้จากธรรมชาติลดลง ด้วยเหตุนี้จึงมีการศึกษาข้อมูลความต้องการบริโภคอาหารของชุมชนบ้านหนองแวง จากชาวบ้านหนองแวงจำนวน

30 ครอบครัว พบว่า พฤติกรรมในการบริโภคของชาวบ้านหนองแวง มีชาวบ้านที่ปลูกกินและซื้อกินมีจำนวนร้อยละ 60 ชาวบ้านที่ซื้อกินอย่างเดียวมีจำนวนร้อยละ 30 และส่วนชาวบ้านที่ปลูกกินโดยไม่ต้องซื้อมีจำนวนร้อยละ 10

ในส่วนแหล่งที่มาของอาหาร มาจากธรรมชาติมีจำนวนร้อยละ 67.6 ซื้อจากตลาดจำนวนร้อยละ 41.2 ผลิตเองมีจำนวนร้อยละ 17.6 แลกเปลี่ยนและของจากเครือญาติจำนวนร้อยละ 5.9 นอกจากนั้นตลาดที่ชาวบ้านนิยมไปซื้ออาหาร เป็นร้านค้าในชุมชนมีจำนวนร้อยละ 64.7 ตลาดสดวาริชภูมิมีจำนวนร้อยละ 44.1 ตลาดนัดมีจำนวนร้อยละ 11.8 และห้างสรรพสินค้ามีจำนวนร้อยละ 5.9 ในส่วนช่วงเวลาที่ชาวบ้านหนองแวงนิยมไปซื้ออาหาร อยู่ในช่วงเวลา 05.00 น. – 07.00 น. มีจำนวนร้อยละ 39.4 ช่วงเวลา 07.00 น. – 09.00 น. มีจำนวนร้อยละ 36.4 ช่วงเวลา 13.00 น. – 15.00 น. มีจำนวนร้อยละ 9.1 ช่วงเวลา 15.00 น. – 17.00 น. มีจำนวนร้อยละ 24.2 และช่วงเวลา 17.00 น. – 19.00 น. มีจำนวนร้อยละ 6.1

นอกจากนั้นประเภทอาหารที่ชาวบ้านชอบรับประทาน เป็นอาหารประเภทอาหารท้องถิ่นตามธรรมชาติจำนวนร้อยละ 61.8 อาหารอีสานทั่วไปจำนวนร้อยละ 58.8 และอาหารไทยจำนวนร้อยละ 5.9 ส่วนชนิดอาหารที่ชาวบ้านหนองแวงเลือกซื้อ เป็นเนื้อหมูจำนวนร้อยละ 55.9 ผลไม้จำนวนร้อยละ 52.9 ผักจำนวนร้อยละ 47.1 ปลาช่อนจำนวนร้อยละ 35.3 ปลานิลจำนวนร้อยละ 26.5 ไข่ไก่จำนวนร้อยละ 26.5 อาหารแปรรูปปรุงสำเร็จจำนวนร้อยละ 8.8 และเนื้อไก่จำนวนร้อยละ 5.9

ในส่วนลักษณะอาหารที่ชาวบ้านชอบประทาน แกงจำนวนร้อยละ66.7 ต้มจำนวนร้อยละ 30.3 ผัดจำนวนร้อยละ 27.3 ทอดจำนวนร้อยละ 24.2 นึ่งจำนวนร้อยละ 21.2 และอ่อมจำนวนร้อยละ 9.1 นอกจากนั้นคุณภาพอาหารที่ชาวบ้านต้องการ อาหารแบบปลอดภัยจำนวนร้อยละ 70 อาหารอินทรีย์จำนวนร้อยละ 30

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น มีดังนี้

บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้กับพื้นที่ภูอ่างสอ อยู่ห่างจากอำเภอวาริชภูมิ 7.7 กิโลเมตร มีการก่อหมู่บ้านตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ.2460 วิถีชีวิตของชาวบ้านจะปลูกอยู่ปลูกกินหรือหาจากธรรมชาติ อาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกัน มีอาหารก็แลกเปลี่ยนกัน แต่พอปีพ.ศ. 2494 วิถีการผลิตของชาวบ้านก็เปลี่ยนไปเป็นการผลิตที่เน้นปลูกพืช

เศรษฐกิจ คือ พริก และฝ้าย เป็นจุดเริ่มต้นทำให้อาชีพเดิมของชาวบ้านเริ่มหายไป ชาวบ้านมุ่งผลิตไปที่รายได้เพิ่มมากขึ้น และมีการปลูกพืชเศรษฐกิจอื่นตามมา ได้แก่ แตงโม มันสำปะหลัง และยางพารา จากปลูกพืชเศรษฐกิจจำนวนมาก ทำให้มีการถากป่า เพื่อบุกเบิกพื้นที่ในการผลิต รวมถึงมีการปลูกพืชเศรษฐกิจจำนวนมาก ทำให้มีการใช่สารเคมีจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งอาหารของชุมชน นอกจากนั้นยังมีการเคลื่อนย้ายแรงงานออกจากภาคการเกษตร เพื่อไปขายแรงงานให้ได้เงินมาใช้ลงทุนในภาคการเกษตร

ต่อมาในปีพ.ศ.2539 ได้มีประกาศปิดป่า และมีคำสั่งของกรมป่าไม้ให้เจ้าหน้าที่ออกมาสำรวจข้อมูลในพื้นที่ เพื่อดำเนินการจัดตั้งพื้นที่ป่าอนุรักษ์ในพื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติ และจัดตั้งอุทยานแห่งชาติ ส่งผลให้เกิดกรณีข้อพิพาทระหว่างอุทยานแห่งชาติกับชาวบ้าน ในปัญหาที่ดินทับซ้อน ต่อมาในปีพ.ศ.2557 เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ได้มีการขับไล่ชาวบ้านออกจากพื้นที่เขตอุทยานแห่งชาติ ทำให้ชาวบ้านไร้ที่ดินทำกินผนวกซ้ำกับปัญหาหนี้สินจากการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ขายรถ ขายที่ดิน ด้วยเหตุชาวบ้านจึงต้องดิ้นรนโดยการปรับรูปแบบการประกอบอาชีพใหม่ ด้วยการเข้าไปในป่า เพื่อหาเก็บของป่า เพื่อบริโภคและจำหน่ายให้เกิดรายได้สำหรับการใช้จ่ายในครัวเรือน

ทั้งนี้สถานการณ์ข้างต้น ที่ส่งผลทำให้ชาวบ้านตกเป็นเจ้าของหนี้สิน และเป็นผู้ต้องหาทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ถ้าแบบผิวเผินอาจจะเป็นการโยนความผิดให้ชาวบ้านฝ่ายเดียว เพราะต้องการจะสร้างรายได้หรือหาผลประโยชน์มากเกินไป แต่ที่จริงแล้วถ้ามองให้ลึก ภาครัฐควรจะเข้ามาร่วมรับผิดชอบกับชาวบ้าน เพราะรัฐมีนโยบายจำนวนไม่น้อยที่ส่งเสริมให้ชาวบ้านปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น มันสำปะหลัง ยางพารา หรือพืชเศรษฐกิจอื่น ๆ แต่รัฐกับโยนความผิดให้ชาวบ้านเป็นผู้แบกรับไว้เพียงฝ่ายเดียว รวมถึงรัฐยังซ้ำเติมความชอกช้ำชาวบ้านด้วยการใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือในการเบียดขับชาวบ้านให้ออกจากพื้นดินที่ทำกิน ที่อยู่อาศัยของตนเอง

นอกเหนือจากประวัติศาสตร์ชุมชน บ้านหนองแวงยังมีทุนทางสังคม 5 ด้าน ดังนี้

1) ทุนทางเศรษฐกิจ ชาวบ้านส่วนใหญ่ในหมู่บ้านจะปลูกยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจหลัก เพราะเมื่อปลูกเกิน 7 ปี รายได้ที่เกิดขึ้นหลังหักต้นทุนการผลิตจะมีค่าใช้จ่ายคงเหลือประมาณ 6,625 บาทต่อไร่ต่อปี ทำให้ชาวบ้านนิยมที่จะปลูกยางพาราเป็นอาชีพหลัก

2) ทุนทางธรรมชาติ เนื่องจากสภาพพื้นที่ตั้งอยู่ใกล้กับพื้นที่ภูเขา ทำให้หมู่บ้านมีต้นทุนทางธรรมชาติมากเพียงพอที่ชาวบ้านจะใช้ประโยชน์ในการหาเพื่อบริโภคและสร้างรายได้ แต่ด้วยข้อจำกัดด้านกฎหมายอุทยานแห่งชาติ ทำให้ชาวบ้านไม่สามารถที่จะใช้ประโยชน์จากต้นทุน

ธรรมชาติได้อย่างถูกต้อง ซึ่งในความเป็นจริงชาวบ้านควรจะมีบทบาทในการดูแล รักษา และใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ

3) ทุนทางสังคม บ้านหนองแวงมีกลุ่มองค์กรในชุมชน ทั้งหมด 9 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงโคเนื้อ กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มรวมใจ กลุ่มสิบบาท กลุ่มประปา กลุ่มฌาปนกิจศพ กลุ่มเงินล้าน กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มสมุนไพร จาก 9 กลุ่ม มีเพียง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเลี้ยงโคเนื้อและกลุ่มสมุนไพร ที่มีการปฏิสัมพันธ์ร่วมกันภายในกลุ่ม ส่วนอีก 7 กลุ่ม กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นการออมเงินและปล่อยเงินกู้เท่านั้น นอกเหนือจากกลุ่มข้างต้น ชาวบ้านมีการรวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายที่เกิดจากประเด็นปัญหาที่ดิน ในนามชาวบ้านผู้ไร้สิทธิจังหวัดสกลนคร กิจกรรมในเครือข่ายเป็นการร่วมมือกันต่อรองเรียกร้องสิทธิในที่ดิน และร่วมกันแลกเปลี่ยนบทเรียนการแก้ไขปัญหา

4) ทุนทางมนุษย์ ในหมู่บ้านหนองแวงมีทุน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านศิลปะ ได้แก่ เล่นพิณและลำภูไท ด้านอาชีพ ได้แก่ ทอผ้า ทอเสื่อ จักรสาน และช่างปูน ด้านสมุนไพร ได้แก่ หมอเป่าและหมอยา ทั้งนี้ต้นทุนด้านมนุษย์ ถ้าไม่มีการสืบทอดจะทำให้ความรู้ของคนเหล่านี้สูญหายไป

5) ต้นทุนวัฒนธรรมการบริโภค การสำรวจการบริโภคอาหารของชาวบ้าน ส่วนใหญ่จะหาอาหารจากธรรมชาติถึงร้อยละ 67.6 และยังพึ่งพาระบบตลาดถึงร้อยละ 41.2 แต่อย่างไรก็ตาม ชนเผ่าภูไทจะมีการทำอาหารที่แตกต่างจากชนเผ่าอื่นอย่างเห็นได้ชัด โดยจะมีวัตถุดิบเฉพาะ เช่น ข้าวเบือและผักสะแงะ หรือมีเมนูแปลก เช่น ป่นหวายใส่แมงดา และซั่วไก่บ้าน ด้วยวัฒนธรรมการบริโภคที่เป็นเอกลักษณ์ จึงมีความสำคัญยิ่งที่จะรักษาเอกลักษณ์ดังกล่าวให้คงไว้ และเผยแพร่ให้คนภายนอกหมู่บ้านได้รับรู้

ในส่วนพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2502 เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้บึงน้ำขนาดใหญ่ เรียกว่า บึงปากเขื่อน สาเหตุที่ก่อตั้งชุมชนจากการรวมตัวของชาวบ้านที่ต่อสู้เรื่องปัญหาที่ดิน ด้วยพื้นที่อยู่ใกล้บึงซึ่งอยู่ท้ายเขื่อน ทุกครั้งที่ถึงฤดูน้ำหลากน้ำก็จะท่วมชุมชนเสมอ และทุกครั้งที่เกิดน้ำท่วมหลังน้ำลดจะส่งผลเปลี่ยนแปลงในชุมชน ทั้งเรื่องการทำการเกษตร การขายที่ดิน และการอพยพเคลื่อนย้ายไปอยู่พื้นที่อื่นของคนในชุมชน

นอกเหนือจากประวัติศาสตร์ชุมชน ชุมชนโนนหนองลาดยังมีทุนทางสังคม 5 ด้าน ดังนี้

1) ทุนทางเศรษฐกิจ ชาวบ้านโนนหนองลาดนิยมปลูกข้าวทั้งนาปีและนาปรัง เป็นอาชีพหลัก เพราะสร้างรายได้หลังหักต้นทุน จะได้เงิน 2,500 บาทต่อไร่ต่อปี ขณะเดียวกันมี

ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาดปลูกผักและเลี้ยงสัตว์แบบปลอดภัยจำนวน 47 ราย สร้างรายได้คิดเป็นอาทิตย์ 100 – 8,000 บาทต่อคนต่ออาทิตย์ คิดเป็นเดือนจะเกิดรายได้ 400 – 32,000 บาทต่อเดือนต่อคน

2) ทุนทางธรรมชาติ ชุมชนโนนหนองลาดมีต้นทุนด้านทรัพยากรธรรมชาติสูงมาก เพราะอยู่ใกล้บึง ทำให้มีอาหารธรรมชาติจำนวนมากไม่ว่าจะเป็นสัตว์น้ำและพืชน้ำ ชาวบ้านในชุมชนสามารถที่จะนำมาบริโภคและสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน โดยปริมาณหาอาหารตามธรรมชาติที่หาได้ประมาณ 300 – 5,000 กิโลกรัมต่อเดือน

3) ทุนสังคม ชุมชนโนนหนองลาดมีกลุ่มต่าง ๆ ครอบคลุม 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ได้แก่ กองทุนกลางชุมชน กองทุนฟื้นฟู กลุ่มออมทรัพย์ ด้านอาชีพ คือ กลุ่มเกษตรอินทรีย์บึงปากเขื่อน และด้านสิทธิ คือ กลุ่มที่ดินบึงปากเขื่อน กลุ่มทุกกลุ่มมีความเข้มแข็ง เพราะมีการทำกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งเรื่องการเงิน การต่อสู้เรื่อที่ดิน และการแลกเปลี่ยนอบรมความรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพของสมาชิก

4) ทุนมนุษย์ ชุมชนโนนหนองลาดมีคนต้นแบบที่สามารถผลิตเหล้าพื้นบ้าน คนต้นแบบที่มีความเชี่ยวชาญในการหาปลา หานก และหนู รวมถึงยังมีคนต้นแบบในการปลูกผัก เลี้ยงสัตว์แบบอินทรีย์ และมีคนต้นแบบที่ปรุงอาหารอร่อย เพราะฉะนั้นคนกลุ่มเหล่านี้สามารถชวนเข้ามามีบทบาทในการทำกิจกรรมในการพัฒนารูปแบบตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล

5) ทุนวัฒนธรรมการบริโภค ชุมชนโนนหนองลาดยังคงมีวิถีการผลิตแบบปลูกอยู่ปลูกกินแบบไม่ใช้สารเคมี ผลผลิตที่เหลือกินก็จะนำไปจำหน่ายที่ตลาดนัดสีเขียวจังหวัดขอนแก่น และชุมชนโนนหนองลาดยังมีการจัดเทศกาลกินปลาทุกปี เพื่อเลี้ยงตอบแทนผู้ที่มาช่วยเหลือชาวบ้านเมื่อครั้งน้ำท่วมชุมชน นอกจากนั้นการสำรวจข้อมูลจากงานเทศกาลกินปลา ผู้เข้าร่วมมีความต้องการบริโภคอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลถึงร้อยละ 64 ต้องการบริโภคอาหารอิสานร้อยละ 62 ส่วนประเภทอาหารที่ผู้เข้าร่วมนิยมบริโภค อันดับหนึ่งเป็นอาหารประเภทต้มร้อยละ 58 อันดับสองเป็นอาหารประเภทย่างร้อยละ 56 อับดับสามเป็นอาหารประเภทนึ่งร้อยละ 54 และอันดับสี่อาหารประเภทลาบร้อยละ 50

ทั้งนี้ จากข้อมูลต้นทุนทางสังคมทั้ง 2 หมู่บ้าน สามารถที่จะร้อยเรียงชุนชนทั้ง 2 แห่งเข้าด้วยกัน ในลักษณะเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล โดยทั้งสองพื้นมีกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดรับกันตลอดทั้งปี และมีการการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบในการประกอบอาหาร นอกจากนั้นทั้ง 2 พื้นที่ ยังมีสิ่งคล้ายคลึงกัน คือ วิถีชีวิตที่พึ่งพาธรรมชาติ วิถีการบริโภคแบบท้องถิ่นตามฤดูกาล แต่มีความแตกต่างกัน คือ สภาพนิเวศน์ อาหารที่มีในธรรมชาติตามฤดูกาล และวัฒนธรรมการบริโภคที่เป็น

เอกลักษณ์เฉพาะ โดยพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด สามารถที่จะยกระดับเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่อาศัยต้นทุนทางธรรมชาติ ความเข้มแข็งของคนในชุมชน และความสัมพันธ์กับคนนอกชุมชนที่มาร่วมกิจกรรมเทศกาลกินปลา เช่น ความสัมพันธ์กับเชฟ ความสัมพันธ์กับกลุ่มออฟโรด ความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้บริโภคตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น หรือความสัมพันธ์กับนักศึกษาและอาจารย์ กลายเป็นเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีกิจกรรมให้ความรู้เรื่องการผลิตผักและเลี้ยงสัตว์แบบอินทรีย์ ความรู้เรื่องการต้มเหล้า ความรู้เรื่องการหาปลา และการบริโภคอาหารแบบอินทรีย์ในแปลงผลิต ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนในชุมชนมากกว่าจะไหลออกนอกชุมชน และช่วยให้ผู้บริโภคได้เห็นที่มาของอาหารที่บริโภค

ขณะเดียวกันพื้นที่วาริชภูมิ สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยอาศัยต้นทุนธรรมชาติสูงมากผนวกกับต้นทุนด้านวัฒนธรรมการบริโภคที่เป็นเอกลักษณ์ ลดการนำทรัพยากรธรรมชาติออกนอกชุมชน แต่กลับจะสร้างรายได้และช่วยให้เศรษฐกิจหมุนเวียนในหมู่บ้านมากกว่าจะให้เงินไหลออกนอกหมู่บ้าน และการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะช่วยให้มีการสืบสานและถ่ายทอดวัฒนธรรมการบริโภคอาหารแบบชนเผ่าภูไทให้คนนอกหมู่บ้านได้รับรู้ แต่ด้วยความสัมพันธ์ความไว้เนื้อเชื่อใจ และความขัดแย้งเดิมระหว่างอุทยานแห่งชาติกับชาวบ้าน อาจจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่ประสบความสำเร็จ

จะเห็นได้ว่า การศึกษาศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร สอดคล้องกับแนวคิดทุนทางสังคมที่ได้มีการศึกษาในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นทุนมนุษย์ คือ การนำทักษะ ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ของมนุษย์ไปใช้สร้างสรรค์และผลิตงาน (อมรา พงศาพิชญ์, 2543) ทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศน์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นดิน น้ำ ป่า สิ่งมีชีวิต อากาศ ที่พักผ่อนธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทุนการเงิน การไหลเวียนของเงินที่เกิดขึ้นในชุมชน ทั้งเงินที่ไหลเข้ามาในชุมชน เงินที่ไหลออกจากชุมชน และเงินที่หมุนเวียนภายในชุมชน ทุนทางสังคม กลุ่ม องค์กร เครือข่าย หรือสถาบัน ที่มีการร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างกัน ความไว้เนื้อเชื่อใจ (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ, 2552) และทุนวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือที่บ่งบอกถึงกระแสค่านิยม ระบบคิด ความเชื่อ ที่กลายเป็นความรู้ ความคุ้นเคยของคนในครอบครัว หรือในชุมชนนั้น (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547)

ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัยข้างต้นยังสอดคล้องกับการศึกษาของกาญจนา สมมิตร (2556) เรื่อง “สถานการณ์ธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้บริบททุนทางสังคมในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งได้

ชี้ให้เห็น การเกิดธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะมีทุนสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ที่คนในชุมชนมีความไว้เนื้อเชื่อใจกัน ทุนทางด้านผู้นำ ที่มีความเสียสละ มีความ และมีจิตสาธารณะ ทุนการจัดการบริหารแบบมีส่วนร่วมภายใต้บริบทของคนในชุมชน และทุนด้านปัจจัยเครือข่ายสนับสนุนจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงสอดคล้องกับงานศึกษาของไพรินทร์ พฤตินอก (2556) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “กองทุนหมู่บ้าน :ทุนทางสังคมในฐานะกระบวนการขับเคลื่อนกองทุนหมู่บ้านโนนสังข์” ซึ่งได้ชี้ให้เห็นกองทุนหมู่บ้านขับเคลื่อนได้ เพราะได้ใช้ทุนทางสังคมที่มีในชุมชน ได้แก่ ทุนด้านความเชื่อวัฒนธรรมประเพณี คนในชุมชนมีการเชื่อมร้อยจิตใจผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้คนในชุมชนมีความรักสามัคคี และช่วยเหลือกัน นอกจากนั้นยังมีทุนด้านความสัมพันธ์ทางเครือญาติ ที่คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ในลักษณะเครือญาติ จนทำให้เกิดการรวมตัวกันเพื่อตั้งกองทุนหมู่บ้านที่ไม่ซับซ้อน และทุนด้านการประกอบอาชีพ คนในชุมชนมีการประกอบอาชีพทำนา ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการสร้างรายได้ให้คนในชุมชน และสัมพันธ์กับการส่งคืนเงินกู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้าน

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับการศึกษาของบงกช เจนชัยภูมิ (2560)ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “เรื่องเล่าจากวังเวียง : ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของเมืองวังเวียงมีความเข้มแข็ง เกิดจากความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่ช่วยเหลือกัน และมีความรักในพื้นที่ของตนเอง มีการรวมกลุ่มในการจัดระเบียบการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ ด้วยวัฒนธรรมของเมืองวังเวียงมีความน่าสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ด้วยการเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้นำกระแสทุนนิยมเข้ามาด้วย ทำให้ชาวบ้านได้ใช้พื้นของวัดเป็นพื้นที่ศูนย์รวมจิตใจ สามารถที่จะดำรงการชีวิตอยู่ได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของชุมชน และยังสอดคล้องงานศึกษาของวรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ (2560) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการทรัพยากรชุมชนโดยใช้ทุนทางสังคมภายใต้ระบบเกษตรพันธะสัญญา” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น ชุมชนได้นำเอาทุนทางสังคมมาใช้เป็นเครื่องมือรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่น และทุนอื่น ๆ ที่เคยสืบทอดนำกลับมาใช้ใหม่ โดยใช้ระบบเครือญาติมาเป็นกลไกสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน เพื่อรวมกลุ่มในการทำเกษตรผสมผสานควบคู่ไปกับการทำเกษตรเชิงพาณิชย์ในระบบเกษตรพันธะสัญญา ชุมชนมีการกำหนดพันธะร่วมกัน มีการกำหนดแนวทางในการทำเกษตรปลอดภัย รวมถึงมีการสร้างข้อตกลงกฎเกณฑ์ บทลงโทษในการใช้ทรัพยากรป่าไม้ และแหล่งน้ำร่วมกัน เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งอาหารตามธรรมชาติตลอดจนมีการนำผลผลิตจากการทำเกษตรผสมผสานมาสร้างมูลค่าผ่านการจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียว

บทที่ 5
แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market)

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมระบบตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา เกษตรกรกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเชื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้มีการดำเนินงานศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2,3 สามารถนำเสนอผลการศึกษาไว้ในบทนี้ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับ รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมในพื้นที่ แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่ม และกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมในพื้นที่บึงปากเชื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

ในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) นอกเหนือจากบริบทและศักยภาพของพื้นที่ ยังได้มีการศึกษารูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมใน 2 พื้นที่ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์แนวทางพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมในพื้นที่บึงปากเชื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

1.1.1 ตลาดนัดเขียว

ข้อมูลจากการศึกษาของโครงการ “กระบวนการผลิตอาหารท้องถิ่นที่หลากหลายเพื่อสร้างรายได้ของชุมชน กลุ่มเกษตรกรบึงปากเชื่อน ต.บ้านขาม อ.น้ำพอง จ.ขอนแก่น” (2558) ระบุว่า ปัจจุบันกลุ่มเกษตรอินทรีย์บึงปากเชื่อนได้มีการขยายสมาชิกจำนวน ทั้งหมด 47 คน จากเดิมมีแค่ 11 คน โดยมีสมาชิกกลุ่มจำนวน 6 ราย ทำหน้าที่เป็นพ่อค้า ที่นำเอาผลผลิตจากชาวบ้าน 47 คน ไปจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียวจังหวัดขอนแก่น ซึ่งหลังจากที่ได้นำเอาผลผลิตไปขายที่ตลาดนัดสีเขียวจังหวัดขอนแก่น สามารถสร้างรายได้เสริมให้กับเกษตรกรอย่างมาก ซึ่งผลผลิตที่นำไปจำหน่ายแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

กลุ่มแรกผลิตข้าวอินทรีย์ เครือข่ายเกษตรกรบึงปากเขื่อน มีสมาชิกที่ผลิตข้าวอินทรีย์ 12 ราย ในกลุ่มมีการส่งผู้สนใจไปฝึกอบรมการผลิตข้าวอินทรีย์ที่มูลนิธิข้าวขวัญ จังหวัดสุพรรณบุรี

กลุ่มที่สองผลิตพืชผักอินทรีย์ กลุ่มมีการวางแผนการผลิต เพื่อให้พอเพียงต่อความต้องการและความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่การผลิต โดยเน้นปลูกพืชผักพื้นถิ่นทั้งหมด 80 ชนิด

กลุ่มที่สามผลิตเนื้อสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงหมูจำนวน 3 คอก เป็นหมูขาวจำนวน 16 ตัว ส่วนหมูลูกผสมหมูป่าจำนวน 2 คอก 9 ตัว เลี้ยงแบบจัดทำอาหารเองตามธรรมชาติ ในส่วนการผลิตเป็ด และไก่ของกลุ่มมีจำนวน ประมาณ 10 คน ส่วนไก่ไข่มีผู้เลี้ยงไก่ไข่ 3 คน จำนวน 300 ตัว นอกนั้นในกรณีที่ผลผลิตของพื้นที่ขอนแก่นไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดนัดสีเขียวจังหวัดขอนแก่น นายสวาท อุปฮาด จะรับไก่จากเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ ครั้งละ 20 ตัว/ขายกิโลกรัมละ 90 บาท เพื่อนำไปจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียวจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มที่สี่กลุ่มการผลิตสัตว์น้ำ มีผู้เข้ามาร่วมเลี้ยงปลาเป็น 8 คน มีปลาที่เลี้ยงทั้งหมด 5 ชนิด จำนวน 22,000 ตัว

จากการจำหน่ายแบบตลาดเขียว ทำให้เห็นระบบการตลาดอาหารตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม คือ ชาวบ้านจะเป็นผู้ผลิตในแปลงเกษตรอินทรีย์ มีผู้รวบรวม คือ ตัวแทนชาวบ้าน ที่จะรับซื้อผลผลิตเพื่อไปจำหน่ายต่อในตลาดเขียว (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 7)

ภาพที่ 7 รูปแบบตลาดแบบตลาดนัดสีเขียว จังหวัดขอนแก่น

1.1.2 ตลาดคนกลาง

ข้อมูลจากการศึกษาของโครงการ การจัดตั้งศูนย์วิจัยนวัตกรรมท้องถิ่น “สถาบันจัดการความรู้เกษตรกรรมยั่งยืนภาคอีสานตอนกลาง” (2560) ระบุว่า สมาชิกกลุ่มเกษตรกรบึง

ปากเขื่อนได้มีการสร้างมูลค่าให้กับอาหารตามฤดูกาล ในรูปแบบตลาดคนกลางที่ได้รับเอาผลผลิตจากแปลงผลิตอินทรีย์และบึงปากเขื่อน ไปจำหน่ายให้กับกลุ่มเชฟ โดยผลผลิตได้จากบึงปากเขื่อน ได้แก่ ปลาธรรมชาติ บัว ผักธรรมชาติ และผลผลิตจากแปลงอินทรีย์ในครัวเรือน ได้แก่ หมู เป็ด ไก่ ปลา ไข่ไก่ และผักพื้นบ้าน ซึ่งมีระบบการกำหนดราคาผลผลิตจากต้นทุนผลผลิตและต้นทุนชีวิตเกษตรกร มีขั้นตอนการสั่งผลผลิต ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เครือข่ายเชฟแจ้งปริมาณและสินค้าการสั่งซื้อที่ต้องการจากเกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นผลผลิตจากแปลงผลิตอินทรีย์และบึงปากเขื่อน ที่สามารถบริโภคได้ เช่น เนื้อหมู ปลาธรรมชาติ บัว ผักธรรมชาติ โดยส่งรูปภาพและรายละเอียดมาให้แกนนำ

ขั้นตอนที่ 2 พ่อค้าคนกลางจะประสานไปยังสมาชิกกลุ่มแต่ละพื้นที่เพื่อสอบถามผลผลิตที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ตามการสั่งซื้อที่เครือข่ายเชฟสั่ง จากนั้นสมาชิกกลุ่มแต่ละพื้นที่สำรวจผลผลิตที่มีในพื้นที่และแจ้งไปยังพ่อค้าคนกลาง โดยส่งรูปภาพผ่านแอพพลิเคชั่น Line ไปให้เครือข่ายเชฟดูก่อน

ขั้นตอนที่ 3 เครือข่ายเชฟตกลงสั่งซื้อผลผลิตที่สนใจโดยแจ้งไปยังพ่อค้าคนกลาง

ขั้นตอนที่ 4 พ่อค้าคนกลางประสานไปยังสมาชิกให้จัดหาผลผลิตตามที่สั่ง

ขั้นตอนที่ 5 พ่อค้าคนกลางรับผลผลิตจากสมาชิกกลุ่มมาจัดการให้มีรูปลักษณะสวยงาม และสร้าง storyให้กับผลผลิตแต่ละชนิด จากนั้นจัดส่งไปให้เครือข่ายเชฟ โดยการรับซื้อให้สมาชิกกำหนดราคาเองตามความยากง่ายของการหา เช่น หมูกลางขนาด 50 - 60 กิโลกรัมต่อตัว ขายตัวละประมาณ 8,000 บาท(หมูขนาดกลาง) ชำแหละเนื้อเหลือน้ำหนัก 30 - 40 กิโลกรัม รับซื้อจากสมาชิกในราคา 180 บาท จากนั้นแกนนำขายส่งให้เครือข่ายเชฟราคา 250 บาท

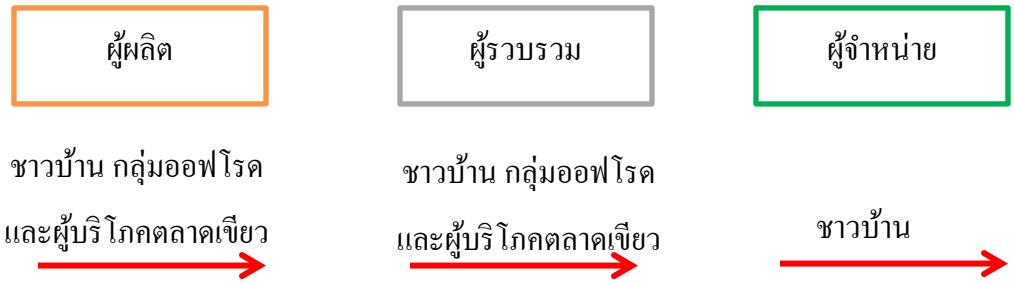
จากการจำหน่ายแบบตลาดคนกลาง ทำให้เห็นระบบการตลาดอาหารตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม คือ ชาวบ้านจะเป็นผู้ผลผลิตในแปลงเกษตรอินทรีย์ มีผู้รวบรวมตัวแทนชาวบ้าน 1 ราย เดิมทีมีบทบาทเป็นพี่เลี้ยงในการต่อสู้กับชาวบ้าน ปรับเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้รวบรวมผลผลิตของชาวบ้าน โดยจะส่งผลผลิต ไปขายให้กับกลุ่มเชฟที่จะนำผลผลิตไปประกอบอาหารให้กับผู้บริโภค (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 8)

ภาพที่ 8 รูปแบบตลาดแบบคนกลางชุมชนโนนหนองลาด

1.1.3 ตลาดเทศกาล

การดำเนินการตลาดเทศกาลในแปลง เป็นช่องทางตลาดที่ยังไม่เป็นตลาดที่มีการแลกเปลี่ยนซื้อ – ขายผลผลิตระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภค แต่เป็นกิจกรรมเกิดจากความสัมพันธ์เดิมของเกษตรกรกับผู้บริโภคที่มีอยู่เดิมแล้ว ได้แก่ กิจกรรมงานเทศกาลกินปลา เป็นกิจกรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ที่ช่วยเหลือกันในช่วงที่เกิดเหตุการณ์น้ำท่วมพื้นที่โนนหนองลาด ทำให้มีกลุ่มผู้บริโภคตลาดเขียว กลุ่มออฟโรด ได้ร่วมมือกันช่วยเหลือชาวชุมชนโนนหนองลาดที่ประสบภัยน้ำท่วม หลังจากสิ้นสุดเหตุการณ์น้ำท่วม จึงเกิดกิจกรรมที่ชาวบ้านชุมชนโนนหนองลาดได้จัดเทศกาลกินปลา เพื่อเป็นการเลี้ยงตอบแทนกลุ่มผู้บริโภคตลาดเขียว และกลุ่มออฟโรด ที่เคยมาช่วยเหลือ เมื่อครั้งน้ำท่วม โดยกิจกรรมจะมีการประสานงานจากกลุ่มผู้บริโภคตลาดเขียว และกลุ่มออฟโรด เพื่อแจ้งความประสงค์เข้าร่วมเทศกาล ส่วนในการจัดกิจกรรมเทศกาลกินปลาจะจัดขึ้นทุกปีหลังน้ำลด ในการจัดกิจกรรมทุกครั้งผู้บริโภคตลาดเขียวและกลุ่มออฟโรด จะมีโอกาสในการร่วมออกแบบการจัดกิจกรรมและร่วมบริจาคเงินในการช่วยเหลือชาวบ้าน

จากการจำหน่ายแบบตลาดเทศกาล ทำให้เห็นระบบการตลาดอาหารตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม คือ ชาวบ้าน กลุ่มออฟโรด และผู้บริโภคตลาดเขียว จะเป็นผู้หาอาหารจากธรรมชาติและจากแปลงการผลิตมาประกอบอาหาร มีผู้รวบรวม คือ ชาวบ้าน กลุ่มออฟโรด และผู้บริโภคตลาดเขียว เพื่อนำมาประกอบอาหาร และชาวบ้านจะเป็นผู้จำหน่ายอาหารผ่านกิจกรรมเทศกาลกินปลา โดยรายได้จะมาจากการบริจาคของผู้เข้าร่วม (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 9)



ภาพที่ 9 รูปแบบตลาดเทศกาลชุมชนโนนหนองลาด

1.2 รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมในพื้นที่อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

1.2.1 ตลาดเครือญาติ

ความหมายของตลาดเครือญาติ คือ ตลาดที่อาศัยเครือญาติ ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้า และขายสินค้า ซึ่งจะใช้โทรศัพท์ หรือสื่อออนไลน์ในการพูดคุยสั่งซื้อผลผลิต และมีการพูดคุยสั่งซื้อผลผลิตผ่านการพบปะกันในงานเทศกาล จะมีการจำหน่ายสินค้าในตัวอำเภอ หรือต่างจังหวัด

ลักษณะการซื้อ-ขาย จะมีการโทรประสานงานถามญาติพี่น้องที่ต้องการ ผ่านไลน์ เฟสบุค บางครั้งพี่น้องเครือญาติจะโทรศัพท์มาสั่งเอง หรือมีการกระจายข่าวจากเครือญาติ ใครอยากได้ก็โทรมาสั่งบางครั้งก็มารับเองบางครั้งก็นำไปส่งไม่มีการมัดจำ

สินค้าที่นิยมสั่ง ได้แก่ กลอยจะมีคนสั่งที่มาจากอำเภอวาริชภูมิ 1 คน คนบ้านหนองแวง 1 คน ที่มาจากต่างจังหวัด 2 คน ตามเทศกาลอีก 2 คน นอกจากกลอยแม่ค้าจากอำเภอวาริชภูมิก็ยังโทรมาสั่งหน่อไม้ ทั้งสดและต้ม การขายหน่อไม้สดจะได้ราคาดีกว่าขายหน่อไม้ต้ม กระสอบหนึ่งหน่อไม้ต้มได้ 700 บาท หน่อไม้สดจะได้ 800 - 900 บาท หน่อไม้ต้ม 1 ถุง ประมาณ 25 หน่อ 3 ถุง 50 บาท ส่วนหน่อไม้สดถุงหนึ่ง 12 หน่อน้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม กิโลกรัมละ 25 บาท ขาย 2 ถุงก็ได้ 50 บาท ในช่วงฤดูกาลหา 3 เดือนบางคนไปหาทุกวัน หาได้ทุกวัน วันละประมาณ 200 บาท

วิธีการหาหน่อไม้ไปขาย โดยมีหน่อไม้หลายชนิด ได้แก่ หน่อไม้ฮวกหรือไม้ลวก ช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน มีลักษณะหน่อใหญ่และยาว รสชาติดีมีกลิ่นหอม นำมาซุป หน่อไม้อัดใส่ปี๊ปหรือใส่ถุง ดอง ต้มทำหน่อไม้แห้ง วิธีการคือนำมาแกะเปลือกและทำเป็นเส้นคั้นใส่กับเกลือ

บิดน้ำออกแล้วใส่ถุง หรือนำมาต้มแล้วตากแห้ง วิธีการหาหน่อไม้ฮวก เพื่อการอนุรักษ์ การหาหน่อไม้ไม่ได้เอาหมดทั้งกอ แต่เอาเฉพาะที่สูงประมาณ 20 - 30 เซนติเมตร ใช้เสียมสับเอาเฉพาะหน่อที่เราจะเอาห่างจากรากประมาณ 5 เซนติเมตร ถ้าสับแบบนี้หน่อไม้จะขึ้นได้อีก

การนำไปขาย ส่งขายให้กับแม่ค้าอำเภอวาริชภูมิที่มารับซื้อ และขายให้กับเครือญาติเอาไปส่งให้กับแม่ค้าในหมู่บ้าน ขายให้กับแม่ค้าที่มาจากอำเภอวาริชแม่ค้านำไปแปรรูปขายอีกครั้ง เช่น นำไปผัด มารับทุกวัน วันละ 500 บาท นำไปทำอาหารประเภทซุป ผัด กินกับน้ำพริก แกง การซุปคือทำคล้ายๆยำแต่ใส่น้ำหญ้านาง แต่นำไปเผาก่อนแล้วค่อยนำมาทำฝอย

ส่วนวิธีการหาหน่อไม้ไร่ ช่วงฤดูกาลออกหน่อ เดือนสิงหาคมถึงกันยายน ซื้อทั้งแบบสดและแบบแห้ง รสชาติหอม อร่อยกว่าหน่อไม้ชนิดอื่นๆมีปีละ 1 ครั้ง นิยมนำไปแกง ผัด นึ่ง นำไปอัด วิธีการถนอมอาหารนำมาแกะเปลือกใส่ถุงแล้วไปนึ่งแล้วนำมาห้อยไว้กินได้หลายเดือน ถ้านำไปขาย 3 ถุงได้เงิน 50 บาท บรรจุ 8 หน่อ/ถุง ถ้านำไปขายต่อก็จะขายถุงละ 20 บาท มีคนมารับครั้งละ 10 ถุง/วัน ถ้ามีคนสั่งก็ทำบรรจุถุงไว้ถ้าไม่มีคนสั่งก็ต้มและนำไปขายตามชุมชนอื่นๆ แต่ถ้าหน่อไม้สดจะขายเป็นกิโลกรัมละ 20 บาท มีคนมาซื้อครั้งละ 800 บาท วันละ 40 กิโลกรัม

วิธีการหา หาเหมือนกับหน่อไม้ฮวกยาวขึ้นมาประมาณ 20 - 30 เซนติเมตรก็สับ แต่หน่อไม้ไร่จะออกหน่อเร็วกว่าออกวันต่อวัน ตลาดมีความต้องการสูง แต่ในระดับเครือญาตินำไปขายจำกัดเช่นครอบครัวไหนต้องการเงินส่งลูกเรียนก็จะช่วยกัน

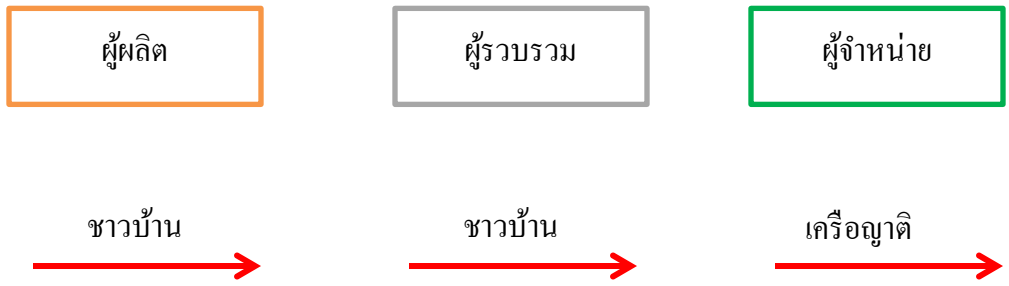
ประเภทพืชอาหาร พวกขิงแคง ผักกูด ผักกาดย่า ผักเนา แม่ค้ารับครั้งละ 50 บาท ทำเป็นกำ ขาย 3 กำ 10 บาท เอาส่วนลำไปกินกับซุปหน่อไม้ แกงหน่อไม้ ขายคู่กันหน่อไม้

วิธีการหา 1 วัน หาขิงแคงเท่ากับแม่ค้าสั่ง วิธีการหาก็ถอนต้น ดูใบและกลิ่นคล้ายกระชายมีรสชาติเปรี้ยวนิดหน่อย สรรพคุณแก้ร้อน มีธาตุเย็นกินกับหน่อไม้ เพื่อลดความร้อน หัวกับรากขาดกันเอง ถ้าจะเอาหัวต้องขุด แต่ถ้าใช้ประโยชน์เพื่อการอนุรักษ์ก็ใช้แค่ถอนต้น เหลือรากไว้เจริญเติบโตต่อ แต่ถ้าหน้าแล้งต้องใช้เสียมขุดเอาประมาณ 3 เซนติเมตร ฤดูกาลหาช่วงเดือนสิงหาคมถึงกันยายน เช่นเดียวกับการหาหน่อไม้ แต่ห้ามหานอกฤดูกาลเนื่องจากต้องขุด ส่วนมากก็จะเกิดในป่าหน่อไม้

ส่วนหวายขายได้ช่วงปีใหม่ 3,000 บาท เป็นขายแบบเครือญาติกระจายข้อมูลข่าวสารเวลานำไปขายในอำเภอหรือต่างจังหวัด ทำให้มีคนโทรมาสั่ง บางคนก็มาซื้อที่แปลง ถ้าขายตามรายทาง 15 ยอด 100 บาท ขายในชุมชน 25 ยอด 100 บาท ถ้าขายในเมืองวาริช 9 ยอด 100 บาท (แกะเรียบร้อยลำต้น) วิธีการเก็บมีการปลอกแล้วแช่น้ำแข็งเก็บไว้หรือปอกแล้วนึ่งเก็บไว้ ช่วงที่นิยม

และขายดีเป็นช่วงปีใหม่ วิธีการประกอบอาหาร แกงใส่น้ำหญ้ายาง ข้าวเบือ เห็ดขอน ผักหวาน หรือนึ่งแล้วซุป หรือแกงใส่แมลง แกงหวายใส่ไก่ นึ่งกินกับน้ำพริก เผาแล้วนำมาตำซุปก็ได้รสชาติอร่อย หรือตำหวายน้ำพริกแมงดา

จากการจำหน่ายแบบตลาดเครือญาติ ทำให้เห็นระบบการตลาดอาหารตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม คือ ชาวบ้านจะเป็นผู้เข้าป่าเพื่อหาของป่า และชาวบ้านจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งผลผลิตในราคา 1 เท่าตัว ไปขายให้กับเครือญาติที่เป็นผู้จำหน่ายผลผลิตในตลาดสด โดยเครือญาติผู้จำหน่ายจะคิดราคาขาย 2 เท่าตัว (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 10)



ภาพที่ 10 รูปแบบตลาดแบบเครือญาติบ้านหนอง

1.2.2 ตลาดคนกลาง

ข้อมูลจากการศึกษาของโครงการ การจัดตั้งศูนย์วิจัยนวัตกรรมท้องถิ่น “สถาบันจัดการความรู้เกษตรกรรมยั่งยืนภาคอีสานตอนกลาง” (2560) ระบุว่า สมาชิกกลุ่มเกษตรกรบึงปากเขื่อนได้มีการสร้างมูลค่าให้กับอาหารตามฤดูกาล ในรูปแบบตลาดคนกลางที่ได้รับเอาผลผลิตเกษตรอินทรีย์จากแปลงผลิตและอาหารจากธรรมชาติ ไปจำหน่ายให้กับกลุ่มเชฟ โดยผลผลิตได้จากธรรมชาติ ได้แก่ ขิง ผักกาด ผักหวาน สมุนไพร และผลผลิตจากแปลงในครัวเรือน ได้แก่ หมู เป็ด ไก่ ปลา ไข่และผักพื้นบ้าน ซึ่งมีระบบการกำหนดราคาผลผลิตจากต้นทุนผลผลิตและต้นทุนชีวิตเกษตรกร มีขั้นตอนการสั่งผลผลิต ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เครือข่ายเชฟแจ้งปริมาณและสินค้าการสั่งซื้อที่ต้องการจากเกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง ซึ่งเป็นผลผลิตจากธรรมชาติและแปลงผลิตของเกษตรกรที่สามารถบริโภคได้

ขั้นตอนที่ 2 พ่อค้าคนกลางจะประสานไปยังสมาชิกกลุ่มแต่ละพื้นที่เพื่อสอบถามผลผลิตที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ตามการสั่งซื้อที่เครือข่ายเชฟสั่ง จากนั้นสมาชิกกลุ่มแต่ละพื้นที่

สำรวจผลผลิตที่มีในพื้นที่และแจ้งไปยังพ่อค้าคนกลาง โดยส่งรูปภาพผ่านแอพพลิเคชั่น Line ไปให้เครือข่ายเชฟดูก่อน

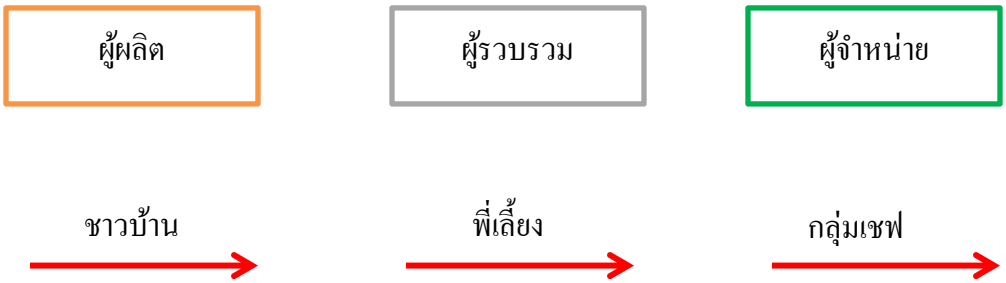
ขั้นตอนที่ 3 เครือข่ายเชฟตกลงสั่งซื้อผลผลิตที่สนใจโดยแจ้งไปยังพ่อค้าคนกลาง

ขั้นตอนที่ 4 พ่อค้าคนกลางประสานไปยังสมาชิกให้จัดหาผลผลิตตามที่สั่ง

ขั้นตอนที่ 5 พ่อค้าคนกลางรับผลผลิตจากสมาชิกกลุ่มมาจัดการให้มีรูปลักษณะสวยงาม และสร้าง story ให้กับผลผลิตแต่ละชนิด จากนั้นจัดส่งไปให้เครือข่ายเชฟ โดยการรับซื้อให้สมาชิกกำหนดราคาเองตามความยากง่ายของการหา

ตัวอย่าง การขายเป็ด 1 ตัวประมาณ 3 กิโลกรัม จะขายกิโลกรัมละ 100 บาท ค่าถอนขนตัวละ 50 บาท ก็จะขายได้ประมาณ 350 บาท/ตัว เป็ดแต่ก่อนมี 90 ตัว ปัจจุบันขายไปเหลือ 19 ตัว และส่วนไก่ก็จะราคาประมาณ 90 บาท/กิโลกรัม ไก่มีอยู่ประมาณ 100 ตัว หมู ตัวละประมาณ 100 กิโลกรัม ขายกิโลกรัมละ 65 บาท มีค่าชำแหละตัวละ 400 บาท ขายแบบมีชีวิตไม่ต้องชำแหละ ขายกิโลกรัมละ 60 บาท แต่ละรุ่นเลี้ยงประมาณ 4 เดือนสามารถขายได้น้ำหนักตัวอยู่ที่ 90 กิโลกรัม/ตัว พอขายหมดคอกก็ไปรับหมูน้อยมาเลี้ยงตัวละ 1,200 - 1,500 บาท เลี้ยงไว้ 4 เดือนก็จะขายได้อีกชุด เลี้ยงตามธรรมชาติก็สามารถเลี้ยงได้ เวลาจับหนังไม่ติดมันคนซื้อจะชอบ เวลาเราเลี้ยงใช้รำผสมอาหารอย่างอื่น การจำหน่ายถ้าชำแหละแล้วนำไปขายเองกิโลกรัมละ 130 บาท จะได้กำไรตัวละ 2,000 บาท แต่ถ้าขายเป็นตัวคนเลี้ยงจะได้กำไร ตัวละ 500 - 600 บาท บางคนเลี้ยงได้กำไรตัวละแค่ 200 บาท

จากการจำหน่ายแบบตลาดคนกลาง ทำให้เห็นระบบการตลาดอาหารตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม คือ ชาวบ้านจะเป็นผู้เข้าป่าเพื่อหาของป่า มีผู้รวบรวมในจังหวัดขอนแก่นเดิมทีมีบทบาทเป็นพี่เลี้ยงในการต่อสู้กับชาวบ้าน ปรับเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้รวบรวมผลผลิตของชาวบ้านโดยจะส่งผลผลิต ไปขายให้กับกลุ่มเชฟที่จะนำผลผลิตไปประกอบอาหารให้กับผู้บริโภค (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 11)



ภาพที่ 11 รูปแบบตลาดแบบคนกลางบ้านหนองแวง

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมในพื้นที่บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร บางรูปแบบมีความคล้ายคลึงกัน บางรูปแบบมีความแตกต่างกัน และมีบางรูปแบบที่สามารถนำมาพัฒนายกระดับ ดังนี้

1) รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมในพื้นที่บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น มี 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1) รูปแบบตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น มีองค์ประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งฝ่ายผลิต 47 คนทำหน้าที่ผลิตแบบอินทรีย์ใน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผลิตข้าว กลุ่มผลิตผัก กลุ่มผลิตเนื้อสัตว์ และกลุ่มผลิตสัตว์น้ำ นอกจากนั้นยังมีการหาจากธรรมชาติ และส่วนที่สองฝ่ายขายหรือคนกลาง มี 6 คน ทำหน้าที่รับซื้อผลผลิตของผู้ผลิตไปขายต่อในตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น

1.2) รูปแบบตลาดคนกลาง มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งฝ่ายผลิตและหา ทำหน้าที่ผลิตในแปลงแบบอินทรีย์ และยังทำหน้าที่หาอาหารจากธรรมชาติ ส่วนที่สองพ่อค้าคนกลางทำหน้าที่รับออเดอร์ ประสานงานระหว่างเชฟและผู้ผลิตหรือผู้หา รับซื้อผลผลิต และจัดการผลิตบรรจุใส่หีบห่อ และจัดส่งให้กับเชฟ

1.3) รูปแบบตลาดเทศกาล มีองค์ประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งชาวบ้านโนนหนองลาด ทำหน้าที่ผลิตอาหาร และส่วนที่สองผู้บริโภค เช่น กลุ่มออฟโรด หรือตลาดนัดสีเขียว เป็นต้น รูปแบบตลาดเทศกาลยังไม่มีความเป็นตลาดที่ชัดเจน แต่มีการแลกเปลี่ยนแรงงาน เงิน สิ่งของ ของผู้บริโภค เพื่อนำมาช่วยเหลือชาวบ้านในขณะที่น้ำท่วม โดยชาวบ้านจะตอบแทนโดยเลี้ยงอาหารให้กับผู้บริโภคผ่านงานเทศกาลกินปลา

2) รูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เดิมในพื้นที่อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร มี 2 รูปแบบ ดังนี้

2.1) รูปแบบตลาดเครือญาติ มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งผู้หาอาหารธรรมชาติหรือมีบทบาทในครอบครัว คือ พ่อหรือแม่ ทำหน้าที่หาอาหารธรรมชาติตามออเดอร์ของแม่ค้าหรือพ่อค้า เช่น กลอย เห็ด หรือหน่อไม้ ส่วนที่สองคนส่งของหรือบทบาทในครอบครัว คือ ลูก ทำหน้าที่นำผลผลิตไปส่งให้กับแม่ค้าหรือพ่อค้า ส่วนที่สามแม่ค้าหรือพ่อค้าหรือบทบาทในครอบครัว คือ ลุง ป้า น้า อา หรือเครือญาติ จะทำหน้าที่สั่งออเดอร์ที่ต้องการและรับซื้อผลผลิตไปวางขายในตลาดสด

2.2) รูปแบบตลาดคนกลาง มีองค์ประกอบ 3 ส่วน คล้ายของพื้นที่บึงปากเขื่อน เพราะมีรูปแบบเดียวกัน คือ มีผู้หาอาหารธรรมชาติ ทำหน้าที่หาอาหารธรรมชาติตามออเดอร์ที่คนกลางประสานมา ส่วนที่สองคนกลาง ทำหน้าที่รับออเดอร์ สั่งออเดอร์ ให้ผู้หา ต่อจากนั้นทำหน้าที่รวบรวมผลผลิต เพื่อนำมาบรรจุใส่หีบห่อ และจัดส่งให้เชฟ และส่วนที่สามเชฟ ทำหน้าที่สั่งออเดอร์มายังคนกลางพร้อมกับรับผลผลิตที่หาได้ไปประกอบอาหารให้ผู้บริโภค

ทั้งนี้ผลการวิจัยข้างต้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ชมัยพร วิเศษมงคล, (2551 อ้างถึงใน วสันต์ บุษยะมา, 2551) ที่ชี้ให้เห็นว่า ตลาดเฉพาะกลุ่ม เป็นตลาดที่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแน่นอนมีการผลิตสินค้าที่แตกต่างออกไปจากตลาดทั่วไป หรือมีสินค้าและการบริการเฉพาะเจาะจงให้กับลูกค้าที่มีความต้องการ ทำให้ตลาดเฉพาะกลุ่มเหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็กและตลาดเฉพาะกลุ่ม สามารถทำให้มีการใช้ทรัพยากรหรือทุนที่มีได้อย่างจำกัด ช่วยประหยัดแรงงานเงิน นอกจากนั้นยังเห็นได้ว่าตลาดเฉพาะกลุ่มแต่ละพื้นที่ยังมีระบบการบริหารจัดการตลาดสอดคล้องกับแนวคิดของ Backer (1999) ชี้ให้เห็นว่า ส่วนโลจิสติกส์สมัยใหม่จะเน้นกระบวนการเคลื่อนย้ายสิ่งของ 3 ชนิด ได้แก่ การจัดหาและจัดส่งสินค้า (ทั้งปัจจัยการผลิต สินค้าสำเร็จรูปและบริการ) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการโอนเงินและชำระเงิน

แต่อย่างไรก็ตามทั้งสองพื้นที่ ยังมีรูปแบบตลาดที่สามารถยกระดับและพัฒนาเพิ่มเติมได้แก่ รูปแบบตลาดเทศกาล สามารถที่จะยกระดับพัฒนาเป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และรูปแบบตลาดคนกลาง ที่มีความคล้ายคลึงทั้งสองพื้นที่ สามารถขยายผลจากกลุ่มขอนแก่นไปกลุ่มสกลนคร และพัฒนาให้เกิดระบบตลาดคนกลางขึ้นในพื้นที่วาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร โดยแนวทางการพัฒนายกระดับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่มจะกล่าวถึงในหัวข้อถัดไป

2. แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

จากบริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น สามารถวิเคราะห์นำไปสู่แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 2 รูปแบบตลาด ดังนี้

2.1 รูปแบบตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.1.1 ที่มาของการจัดตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากประวัติศาสตร์การหาอยู่หากินอาหารตามธรรมชาติของทั้ง 2 พื้นที่กลายเป็นความรู้และความเชี่ยวชาญเฉพาะถิ่น ได้แก่ พื้นที่ภูจะมีความเชี่ยวชาญในการหาอาหารจากภู ส่วนพื้นที่บึงปากเขื่อนจะมีความเชี่ยวชาญในการหาอาหารจากบึงปากเขื่อน ซึ่งผลผลิตและวัตถุดิบที่ได้มาประกอบอาหารจะมีความแตกต่างกันพอสมควร แต่วัตถุดิบและผลผลิตทั้ง 2 พื้นที่ สามารถที่จะนำมาแลกเปลี่ยนระหว่างกันในยามที่แต่ละพื้นที่ขาดแคลนผลผลิตในการประกอบอาหาร เช่น เมื่อถึงฤดูแล้ง ชาวบ้านบนภูจะหาอาหารได้ยาก แต่จะมีการช่วยเหลือจากพื้นที่บึงปากเขื่อนที่มีอาหารอมสมบูรณ์ ได้แก่ ปลา ข้าว หรืออาหารจากแปลงการผลิต ส่วนเมื่อฤดูฝน น้ำหลากท่วมพื้นที่บึงปากเขื่อนทำให้ขาดแคลนอาหาร แต่พื้นที่ภูสามารถที่จะสามารถนำอาหารที่หาได้จากภูไปช่วยเหลือ ได้แก่ หน่อไม้ เห็ด หรือกลอย โดยความสัมพันธ์ของ 2 พื้นที่ ทำให้เห็นฤดูกาลของอาหารที่แต่ต่างกัน ทำให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมตลอดทั้งปี โดยมีการสลับสับเปลี่ยนกันของ 2 พื้นที่

นอกจากนั้นวิถีการผลิตที่เปลี่ยนไปของพื้นที่บ้านหนองแวง ที่ชาวบ้านเน้นไปปลูกพืชเชิงเดี่ยวที่สร้างเศรษฐกิจให้กับครอบครัว แต่กลับทำลายพื้นที่อาหารจากธรรมชาติ หรือทำให้พื้นที่อาหารจากแปลงการผลิตลดลง ส่งผลให้วิถีการบริโภคเปลี่ยนไปจะเน้นหาเงินเพื่อนำไปซื้อหาอาหารเพียงอย่างเดียว คล้ายคลึงกับพื้นที่โนนหนองลาด ที่ชาวบ้านเริ่มหันมาปลูกพืชเชิงเดี่ยว คือ อ้อย เพื่อส่งโรงงานให้เกิดการสร้างรายได้ ทำให้ส่งผลกระทบต่อพื้นที่การผลิตอาหาร ซึ่งถ้ามีการสร้างตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน จะช่วยสร้างอาชีพเสริมให้กับชุมชนหันกลับมาให้ความสำคัญกับการผลิตพืชอาหารจากแปลงอินทรีย์ เพื่อนำมาใช้ประกอบอาหารให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความต้องการบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัย

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการเก็บข้อมูลทุนด้านเศรษฐกิจ ทำให้เห็นถึงชาวบ้านที่มีการผลิตพืชอาหารในแปลงการผลิตแบบอินทรีย์ ได้แก่ พื้นที่บ้านหนองแวง มีการผลิตหวาย และผลิตผักสวนครัว แต่ก็ยังคงมีผู้ผลิตจำนวนน้อยมากที่จะผลิตอาหารที่มีความปลอดภัย ส่วนพื้นที่โนนหนองลาดจะเห็นถึงศักยภาพการผลิตอาหารแบบอินทรีย์ ซึ่งเห็นได้จากจำนวนผู้ผลิต 47 คน สามารถที่จะผลิตผักอินทรีย์ หมูอินทรีย์ ไข่ไก่อินทรีย์ เป็ดอินทรีย์ และไก่อินทรีย์

ขณะเดียวกันต้นทุนทางธรรมชาติ ทั้ง 2 พื้นที่ เป็นศักยภาพที่สำคัญต่อการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งเห็นได้จากพื้นที่บ้านหนองแวง ที่มีอาณาเขตติดกับพื้นที่ภู ทำให้มีอาหารที่เกิดจากธรรมชาติจำนวนมาก เช่น หน่อไม้ เห็ด กลอย ไข่มดแดง เป็นต้น ส่วนพื้นที่โนนหนองลาดที่มีอาณาเขตติดบึงปากเขื่อน สามารถที่จะหาอาหารธรรมชาติได้จำนวนมาก เช่น ปลา หอย ปู หนู บัว เป็นต้น ซึ่งอาหารจากธรรมชาติของทั้ง 2 พื้นที่ ในอดีตที่ผ่านมาชาวบ้านจะนิยมนำไปจำหน่ายนอกชุมชน รวมถึงมีกลุ่มชาวบ้านนอกพื้นที่เข้ามาหาจำนวนมาก เพื่อจะนำออกไปจำหน่ายให้กับตลาดในตัวอำเภอ ตัวจังหวัด ทำให้เห็นว่ามีการนำอาหารธรรมชาติจำนวนมากออกไปจำหน่าย เพื่อสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน จนทำให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก แต่ถ้ามีการสร้างการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นการดึงรายได้เข้าสู่ชุมชน โดยทำให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติน้อยที่สุด และยังทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้ภายในชุมชน แต่อย่างไรก็ตามการสร้างการท่องเที่ยวโดยใช้อาหารจากธรรมชาติเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวของพื้นที่บ้านหนองแวงคงยังไม่สามารถที่จะดำเนินการได้ เนื่องขัดต่อพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

นอกจากนั้นยังสามารถที่จะนำต้นทุนด้านตลาดของทั้ง 2 พื้นที่ มายกระดับและพัฒนาเป็นตลาดการท่องเที่ยว จากเดิมที่ 2 พื้นที่มีการจัดตลาดเทศกาลที่มีการสร้างพื้นที่ความสัมพันธ์ของผู้ผลิต และผู้บริโภค ให้เข้าใจที่มาของอาหารและเข้าใจความรู้ในการบริโภค ผ่านกิจกรรมเทศกาลกินปลา และกิจกรรมทำอาหารของเชฟ กิจกรรมทั้ง 2 กิจกรรม สามารถที่จะดึงดูดลูกค้าที่เป็นกลุ่มเฉพาะให้เข้ามาเรียนรู้เรื่องอาหารภายในแปลงการผลิต ถึงแม้กิจกรรมของพื้นที่บ้านหนองแวงเดิมทีที่มีความสุ่มเสี่ยงต่อการผิดพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 แต่เมื่อพัฒนาเป็นแนวทางการสร้างตลาดท่องเที่ยว เราสามารถที่จะปรับเปลี่ยนกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงอาหารในการทำอาหารในแปลงการผลิต เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่ต้องการบริโภคอาหารตามฤดูกาล มากกว่าการที่จะเข้าไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในเขตกรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช

2.1.2 ขั้นตอนการสร้างตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในการสร้างตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนมีขั้นตอนในการดำเนินการ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลทรัพยากรและต้นทุนในพื้นที่ สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว การออกแบบคู่มือการท่องเที่ยว การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการทดลองจัดการท่องเที่ยว

1. การศึกษาข้อมูลทรัพยากรและต้นทุนในพื้นที่

ในช่วงเริ่มต้นของการจัดการท่องเที่ยว ได้มีการศึกษาข้อมูลต้นทุนของทั้ง 2 ชุมชน โดยเน้นไปที่ทุนทางสังคมของทั้ง 2 ชุมชน ผ่านวิธีการวิเคราะห์ทุนชุมชนทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนกายภาพ ทุนเศรษฐกิจ ทุนธรรมชาติ และทุนวัฒนธรรมการบริโภค รวมถึงมีการศึกษาทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรการผลิตในแปลง โดยการใช้เครื่องมือปฏิทินฤดูกาล ทำให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมตลอดทั้งปี โดยมีการสลับสับเปลี่ยนกันของ 2 พื้นที่

2. สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว

ในขั้นตอนที่ 2 ได้มีการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว ผ่านผ่านการจัดงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” โดยมีกลุ่มเป้าหมาย 50 คน เป็นผู้ที่เข้าร่วมงานดังกล่าว ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจสามารถนำมาใช้ออกแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความสนใจท่องเที่ยวแบบการสัมผัสธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม เรียนรู้การทำเกษตร เรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ และได้บริโภคอาหารเฉพาะถิ่น โดยมีการเข้าร่วมท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน มีราคาค่าสมัครในการท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคพึงพอใจในการจ่ายให้กับชุมชน 500 บาท ต่อ 1 วัน สามารถเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว รถขนส่งมวลชนสาธารณะ หรือรถรับส่งของชาวบ้าน

3. การออกแบบคู่มือการท่องเที่ยว

หลังจากมีการศึกษาข้อมูลทรัพยากรและต้นทุนในพื้นที่ และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวทำ ให้เกิดการออกแบบคู่มือการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายรายละเอียดดังนี้

การเปิดรับนักท่องเที่ยว เปิดทุกวันศุกร์ – วันอาทิตย์ ของทุกเดือน สามารถเลือกเที่ยวได้ในแบบ 1 วัน, แบบ 2 วัน 1 คืน, หรือแบบ 3 วัน 2 คืน พื้นที่ท่องเที่ยวบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ทริป 1 (เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม) กิจกรรมการท่องเที่ยวกินอาหารพื้นบ้าน ทำนาวาน เรียนรู้เรื่อง “เสื้อย้อมคราม” ศึกษาธรรมชาติ(ดูนก,ดูลิง) ชมทะเลหมอก อนุสรณ์สถานจิตร ภูมิศักดิ์ ไหว้พระวัดภูอ่างสอ ไหว้ศาลเจ้าปู่มเหสักข์ ไหว้พระวัดพระธาตุศรี

มงคล ทริป 2 (เดือนมีนาคม – พฤษภาคม) กินอาหารพื้นบ้าน เกี่ยวข้าวนาวาน เที่ยวน้ำตกแม่คำดี(งานประจำปี) เที่ยวงานภูไทลำลึก(งานประจำปี) คาระวะอนุสรณ์สถานจิตร ภูมิศักดิ์ ไหว้พระวัดภูอ่างสอ ไหว้ศาลเจ้าปู่มเหสักข์ ไหว้พระวัดพระธาตุศรีมงคล และเรียนรู้เรื่อง “สมุนไพร”

พื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ทริป 3 (เดือนธันวาคม – กุมภาพันธ์) งานกินปลา ชิมไวน์พื้นบ้าน แทงปลา ดูทะเลบัวแดง ไหว้พระธาตุขามแก่น นมัสการปรางกู่ประภาชัย ชมการแสดงงูจงอาง เรียนรู้เรื่อง“เกษตรอินทรีย์” เรียนรู้เรื่อง “เครื่องมือหาปลา” ทริป 4 (เดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม) ล่องเรือดูนก ตกปลาชะโด ไหว้พระธาตุขามแก่น นมัสการปรางกู่ประภาชัย ชมการแสดงงูจงอาง กินสเต็กหมูอินทรีย์ เรียนรู้เรื่อง “เหล้าพื้นบ้าน” และเรียนรู้เรื่อง“เกษตรอินทรีย์”

ค่าสมัครในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน เที่ยวแบบ 1 วัน ค่าสมัครจำนวน 750 บาทต่อ 1 คน เที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน ค่าสมัครจำนวน 1,500 บาทต่อ 1 คน และเที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน ค่าสมัครจำนวน 2,250 บาทต่อ 1 คน สิ่งที่จะได้รับเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน ได้รับความรู้ภูมิปัญญาจากชุมชน ทานอาหาร(เช้า,เที่ยง,เย็น) ได้ท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้เคียง โดยรถนำเที่ยวของชุมชน รับของที่ระลึกจากชุมชน และที่พักฟรี (บ้านพ่อฮักแม่ฮัก)

4. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์

หลังจากมีการจัดทำคู่มือท่องเที่ยวได้มีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ใน 2 พื้นที่ โดยได้รับความร่วมมือจากทีมสารคดีของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส รายละเอียดของสื่อจะถ่ายทางเส้นทางการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่สามารถจะเข้าร่วมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมตลอดทั้งปี รายละเอียดการติดต่อสื่อสาร และรายละเอียดค่าใช้จ่าย เมื่อจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เสร็จ มีสื่อ 1 ชุด ที่ไม่สามารถที่จะเผยแพร่ต่อสาธารณะได้ เนื่องจากเนื้อหาบางอย่างในสื่อขัดต่อพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 แต่มีสื่อประชาสัมพันธ์ของพื้นที่ขอนแก่นสามารถนำเสนอต่อสาธารณะ โดยมีการเผยแพร่ในช่องทาง YouTube ตามลิงค์นี้

https://www.youtube.com/watch?v=zzO5zpmyR6c&feature=youtu.be&fbclid=IwAR1p4VR5BsoRFW8LOSPgyR5i6G85e9KS1cGBxgLFvuaJKfv1f74vnmM850o

5. การทดลองจัดการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวได้มีการทดลอง 3 ครั้ง ครั้งที่ 1 การจัดการท่องเที่ยวโดยมีลูกค้าเชฟเข้าร่วม เพื่อให้เกิดการกำหนดรูปแบบของกิจกรรมที่จะจัดขึ้นในการท่องเที่ยว

และออกแบบการจัดการในการรับนักท่องเที่ยว ในครั้งนี้ยังไม่มีการเก็บค่าใช้จ่าย ครั้งที่ 2 การทดลองให้มีการเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว มีลูกค้าตลาดเขียวและลูกค้าเชฟเข้าร่วมท่องเที่ยว ชาวบ้านได้มีการจัดกิจกรรมเสมือนจริงในการจัดการท่องเที่ยว หลังจากการจัดการทดลองท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวสะท้อนว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวราคา 1,500 บาท ต่อคน ในระยะเวลา 1 วัน 2 คืน มีราคาสูงเกินไปยังคงไม่เหมาะกับนักท่องเที่ยวในประเทศ ส่วนชาวบ้านสะท้อนว่าการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านได้จริง แต่ยังไม่เกิดรายได้จำนวนมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนของชาวบ้านที่เข้ามาช่วยงาน เพราะชาวบ้านต้องกระจายรายได้ให้กับสมาชิกที่ช่วยงานทุกคน นอกจากนั้นถ้ามีท่องเที่ยวเข้าท่องเที่ยวประจำจะเกิดการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านได้อย่างต่อเนื่อง

2.1.3 บุคลิกนักนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้เห็นบุคลิกนวัตกรรมใน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มหัวไว ใจสู้ จะมีบุคลิกที่สนใจเรียนรู้ กล้าคิด กล้านำเสนอ สามารถที่จะแลกเปลี่ยนความรู้หรือพูดคุยกับนักท่องเที่ยวได้อย่างกระฉับกระเฉง ไม่มีความเขินอาย สามารถที่จะเขียนขีดความรู้ต่างลงในกระดาษ กล้าตัดสินใจ กล้าลองไม่กลัวว่าจะผิดหรือถูก มีความเป็นลักษณะผู้นำ คนกลุ่มนี้มีจำนวนน้อยมากเพียง 3 – 4 คนเท่านั้น กลุ่มที่ 2 กลุ่มสนับสนุน จะมีบุคคลที่สนใจเรียนรู้ หาโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ พร้อมที่จะถูกยกระดับให้กลายเป็นกลุ่มที่ 1 ถ้ามีโอกาส แต่กลุ่มนี้จะถูกจำกัดความคิดการตัดสินใจเอาไว้ กลุ่มนี้มีจำนวน 10 – 15 คน กลุ่มที่ 3 กลุ่มทำตาม จะมีบุคลิกคอยทำตามเพื่อน คอยทำตามคำสั่ง ถ้าไม่มีคนสั่งการก็จะไม่ลงมือปฏิบัติ ไม่ค่อยการตัดสินใจ เพราะมีความกังวลว่าจะทำผิด กลุ่มนี้มีจำนวน 6 – 7 คน

2.2 รูปแบบตลาดคนกลาง

2.2.1 ที่มาของการจัดตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากต้นทุนด้านตลาดที่พื้นที่โนนหนองลาดได้ดำเนินการสร้างตลาดคนกลางระหว่างกลุ่มเชฟและกลุ่มผู้ผลิต จนเกิดการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเชฟ กลุ่มผู้ผลิตโนนหนองลาด และกลุ่มผู้ผลิตบ้านหนองแวง โดยมีคนกลางทำหน้าที่ประสานงานการซื้อ – ขายผลผลิต และทำหน้าที่จัดการดูแลรักษาผลผลิตให้คงคุณภาพ เพิ่มมูลค่าผลผลิต รวมถึงส่งผลผลิตให้ถึงมือเชฟ ระบบตลาดคนกลางดังกล่าว เป็นนวัตกรรมแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ภาคอีสาน เพราะจะหากลุ่มเชฟที่เป็นลูกค้าเฉพาะในการรับซื้อผลผลิตตามฤดูกาลที่มีความปลอดภัยได้ยาก เนื่องจากยังไม่เป็นที่สนใจของเชฟทั่วไปในสังคมที่จะสร้างเมนูอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล โดยใช้ผลผลิตจากแปลงการผลิตอาหารตามฤดูกาลแบบปลอดภัย นอกจากนั้นกลุ่มเชฟยังมีผลต่อการสร้างการผลิตของชาวบ้านที่ไม่จำเป็นต้อง

ผลิตจำนวนมากนอกฤดูกาล แต่เชฟจะช่วยออกแบบเมนูที่สอดคล้องกับผลผลิตที่เกิดขึ้นตามฤดูกาล เป็นการช่วยส่งเสริมวิถีการบริโภคอาหารที่รอได้ ไม่ต้องบริโภคตามกระแสนิยม รวมถึงเชฟยังช่วยส่งเสริมความรู้และโภชนาการด้านอาหารให้กับลูกค้าเชฟที่มารับประทานอาหารในร้าน

2.2.2 ขั้นตอนการสร้างตลาดคนกลาง

1. สร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างเชฟกับผู้ผลิตหรือผู้หาผลผลิต

ในช่วงเริ่มต้นเชฟได้แลกเปลี่ยนพูดคุยกับผู้ผลิตหรือผู้หาผลผลิต เพื่อออกแบบการเชื่อมโยงประสานงานกัน โดยเชฟมีความต้องการผลผลิตของชาวบ้านทุกอาทิตย์ ซึ่งชาวบ้านต้องมีการออกแบบคู่มือแค็ตตาล็อกผลผลิตแต่ละออกมาว่ามีผลผลิตอะไร มีประมาณเท่าไร และมีเรื่องราวของผู้ผลิตอย่างไร และเชฟจะสั่งผลผลิตผ่านคู่มือแค็ตตาล็อก นอกจากนั้นเชฟยังเสนอวิธีการส่งผลผลิตใน 2 แบบ ได้แก่ ส่งผ่านบริการส่งสินค้าของบริษัทเอกชน และส่งสินค้าผ่านรถรับซื้อผลผลิตของเครือข่ายเชฟ

2. สร้างคู่มือแค็ตตาล็อกผลผลิต

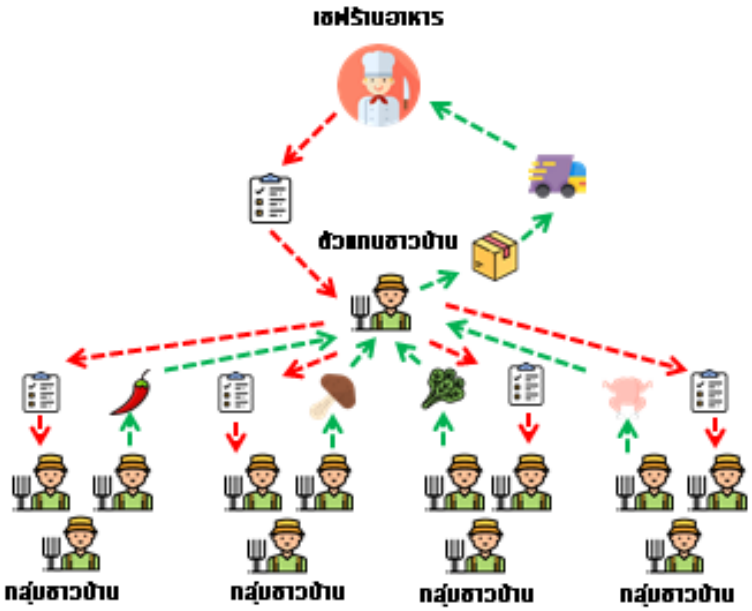
การสร้างตลาดคนกลาง ถูกนำมาขยายผลในพื้นที่เครือข่ายชาวบ้านผู้ไร้สิทธิ จังหวัดสกลนคร ทำให้ชาวบ้านต้องออกแบบคู่มือแค็ตตาล็อกผลผลิตในแต่ละฤดูกาล เพื่อให้เชฟรับรู้ว่าแต่ละเดือนมีผลผลิตอะไรบ้างที่สามารถจำหน่ายได้ และรับรู้ว่ามีปริมาณเท่าไร

3. การสั่งซื้อผลผลิตและการจัดส่งผลผลิต

เมื่อเชฟได้คู่มือแค็ตตาล็อกผลผลิตจากชาวบ้าน เชฟได้สั่งซื้ออาหารจากชาวบ้านอาทิตย์ละ 2 ครั้ง ทุกครั้งที่มีการสั่งซื้อจะมีตัวแทนของชาวบ้าน 1 คน ทำหน้าที่รับออเดอร์แล้วกระจายจำนวนปริมาณผลผลิตที่เชฟต้องการไปให้กับสมาชิกในแต่ละกลุ่ม โดยสมาชิกในแต่ละกลุ่มจะจัดหาผลผลิตตามออเดอร์ แล้วนำส่งให้กับตัวแทนเครือข่าย เพื่อที่ตัวแทนเครือข่ายจะทำการบรรจุหีบห่อ หรือแพ็คสินค้า ตามวิธีการที่เชฟแนะนำ และมีการนำส่งให้เชฟผ่านบริการขนส่งสินค้าของบริษัทเอกชน (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 12)

นอกจากการจัดส่งผ่านระบบการขนส่งของบริษัทเอกชน เครือข่ายเชฟร้านอาหารยังมีการสร้างระบบการขนส่งอาหารจากพื้นที่มายังร้านอาหารของเชฟ โดยเครือข่ายเชฟจะมีรถขนส่งสินค้าเป็นของตนเอง ซึ่งจะมีการกำหนดช่วงเวลาในการรับสินค้าจากชาวบ้าน และมีการกำหนดจุดในการรับสินค้าจากชาวบ้าน จุดที่ 1 คือ อำเภอเมืองจังหวัดสกลนคร จุดที่ 2 คือ เครือข่ายชาวบ้านผู้ไร้สิทธิสกลนคร (อำเภอวาริชภูมิ) จุดที่ 3 คือ ชุมชนโนนหนองลาด อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น จุดที่ 4

จังหวัดเลย และจะวงกลับนำสินค้ากระจายในร้านอาหารต่างๆ ของเครือข่ายเชฟในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (รายละเอียดดังแสดงในภาพที่ 12 และ 13)



ภาพที่ 12 รูปแบบการสั่งซื้อผลผลิตและการจัดส่งผลผลิตตลาดคนกลาง

ภาพที่ 13 รูปแบบการขนส่งผลผลิตโดยเครือข่ายเชฟ

2.2.3 บุคลิกนักนวัตกรรมที่เกิดขึ้นในตลาดคนกลาง

จากการดำเนินงานตลาดคนกลางทำให้เกิดนักนวัตกรรมด้านการจัดการ ที่มีบุคลิกในการประสานงานระหว่างเชฟกับชาวบ้าน มีทักษะในการจัดการผลผลิตที่ได้จากชาวบ้าน เพื่อบรรจุในหีบห่อ เพื่อนำส่งต่อให้เชฟ มีจำนวน 1 คน และนักนวัตกรรมด้านการสนับสนุน มีบุคลิกและทักษะเฉพาะด้าน เช่น การหาของป่า การผลิตแบบปลอดภัย และการแปรรูปผลผลิต มีจำนวน 20 – 25 คน

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร เน้นไปที่การพัฒนารูปแบบตลาด 2 รูปแบบ ดังนี้

1) รูปแบบท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล มีเป้าหมายที่ต้องการลดปริมาณการนำผลิตและเงินตราออกนอกชุมชน แต่ต้องการให้เกิดการสร้างพื้นที่ของความรู้ เรื่องอาหารปลอดภัย วิถีชีวิต วัฒนธรรม สร้างพื้นที่การบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และสร้างพื้นที่การสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน จากเป้าหมายดังกล่าวจึงเกิดแนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล เริ่มจากแนวทางที่ 1 การพัฒนาความรู้และข้อมูลต้นทุนของชุมชน ความต้องการของนักท่องเที่ยว และการออกแบบคู่มือการท่องเที่ยว แนวทางที่ 2 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะวีดีโอและข่าวสารคดี แนวทางที่ 3 การพัฒนานักนวัตกรรมชาวบ้าน โดยการทดลองจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และมีการสรุปบทเรียน เพื่อหาข้อสรุปในการจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล

2) รูปแบบตลาดคนกลาง มีเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เกิดการนำผลผลิตตามฤดูกาลมาสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงสร้างให้เกิดการเชื่อมโยงการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากแปลง จากธรรมชาติ ถึงจานอาหารของผู้บริโภค และต้องการขยายผลรูปแบบตลาดคนกลาง จากเป้าหมายดังกล่าวจึงเกิดแนวทางการพัฒนารูปแบบตลาดคนกลาง เริ่มจากแนวทางที่ 1 การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างเชฟและผู้ผลิต ผู้หา เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเป้าหมาย วิธีคิด และวิธีปฏิบัติ แนวทางที่ 2 การพัฒนาฐานข้อมูล โดยการจัดทำแค็ตตาล็อกอาหารที่มีแต่ละฤดูกาลเป็นคู่มือในการสั่งออเดอร์ แนวทางที่ 3 การปฏิบัติการสั่งซื้อและการจัดส่งผลผลิต โดยให้นักนวัตกรรมที่เป็นกลุ่มชาวบ้านได้ทำหน้าที่รับออเดอร์ ตกลงราคา จัดหาผลผลิต จัดการผลผลิต และจัดส่งผลผลิตให้กับเชฟ

ทั้งนี้ผลการวิจัยข้างต้นมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของเจษฎา นกน้อย และสัญชัย ลั้งแท้กุล (2558) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการควรดำเนินการขนส่งวัตถุดิบด้วยตนเอง ควรมีสถานที่เก็บวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน มีการค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการผลิต ควรมีการวางแผนการผลิต ควรมีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรเพิ่มผู้ขายผลผลิต อบรมเทคโนโลยีใหม่ให้แก่พนักงาน ควรนำหลักการจัดการความรู้มาใช้ ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า รวมถึงยังสอดคล้องกับงานศึกษาของวิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และมลฤดี จันทรัตน์ (2558) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การดำเนินงานและปัญหาของโรงสีข้าวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น โรงสีข้าวชุมชนยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาด การขาย การโฆษณา และบุคลากรยังขาดทักษะในการจัดการและรวบรวมผลผลิต นอกจากนั้นยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ขาดอุปกรณ์เครื่องมือที่มีมาตรฐาน และขาดแคลนเงินลงทุน จึงมีแนวทางการพัฒนาความสามารถพนักงาน การพัฒนาด้านการตลาด การโฆษณา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การหาอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน และการหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติม

บทที่ 6

กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และกระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมระบบตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา เกษตรกรกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้มีการดำเนินงานศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3,4 สามารถนำเสนอผลการศึกษาไว้ในบทนี้ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคและกระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

ในกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มีกระบวนการสำคัญอยู่ 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนทำความเข้าใจในกลุ่มผู้ผลิตเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และขั้นตอนการทำความเข้าใจร่วมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ดังนี้

1.1 ขั้นตอนทำความเข้าใจในกลุ่มผู้ผลิตเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล

เริ่มจากการศึกษาวิจัยในต้นทุนของชุมชน และมีการศึกษารูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่มเดิมของชุมชนที่มีอยู่ เพื่อทำความเข้าใจความหมายของนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche

market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล นอกจากนั้นกลุ่มผู้ผลิตยังมีการให้คำจำกัดความของ “นวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market)” อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล หมายถึง การเชื่อมโยงตั้งแต่กระบวนการผลิตและการหาอาหารที่สอดคล้องกับฤดูกาล วิถีชีวิต และสภาพพื้นที่ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติจะต้องไม่ทำให้เกิดการทำลายให้เกิดความเสียหาย แต่ต้องให้เกิดความยั่งยืน และมีการนำผลผลิตอาหารตามฤดูกาลสร้างให้เกิดมูลค่าที่เพิ่มมากขึ้น แต่ใช้ทรัพยากรให้น้อยที่สุด จำหน่ายผ่านช่องทางตลาดเฉพาะกลุ่มที่ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจ ในที่มาและคุณค่าของอาหาร

1.2 ขั้นตอนการทำความเข้าใจร่วมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล

ในกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ได้มีการดำเนินการสร้างความเข้าใจผ่านกิจกรรม 4 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” โดยมีการให้ความรู้ในการประกอบอาหารตามฤดูกาล จากกลุ่มชาวบ้านหนองแวง กลุ่มชาวบ้านโนนหนองลาด และกลุ่มเชฟ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องอาหารเฉพาะถิ่นตามฤดูกาล ได้แก่ แกงหวายใส่ไก่ แปะซะปลานา และซูซิปลาดุกราดซอสผักกาดฮิ่น ทำให้เป็นที่สนใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมในการซักถามถึงวิธีการปรุง วัตถุดิบที่ใช้ และวิธีการกิน นอกจากนี้ยังมีการเสวนา “บทบาทผู้ผลิต ผู้บริโภค ในการพัฒนาระบบอาหารท้องถิ่น เพื่อสร้างเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น” ซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนถึงแนวคิด มุมมอง ในการแลกเปลี่ยนความรู้เรื่องบทบาทของเครือข่ายผู้ผลิต ผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ที่จะพัฒนาให้เกิดการสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน เช่น การสร้างพื้นที่ตลาดนัดสีเขียว การสร้างการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือการสร้างเครือข่ายผู้ผลิตกับผู้บริโภค

กิจกรรมงานเทศกาลอาหาร ภูมิปัญญา (RICH ภูมิฯ) โดยมีการใช้ความรู้ในการประกอบอาหารของชาวภูไท 14 เมนู เช่น แกงหวาย อ๋อปู แกงหน่อเลา เป็นต้น และสาธิตให้ความรู้การทำอาหารโดยเชฟร้านอาหาร เกี่ยวกับเมนูอาหารตามฤดูกาล เช่น น้ำปลาจากเห็ด ไอศกรีมจากเห็ดไคว้นขนมจากเครือหมาน้อย ซอสพะโล้หมูหัน เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีการเสวนา “สิทธิเชิงซ้อน: การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืน” เป็นการกล่าวถึงมุมมองการใช้ประโยชน์ และดูแลทรัพยากรธรรมชาติร่วมกันระหว่างรัฐ และชาวบ้าน รวมถึงมีการสะท้อนมุมมองในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรธรรมชาติ โดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

กิจกรรมงาน “ของแซ่บอีสาน อาหารท้องถิ่นพื้นบ้านตามฤดูกาล” โดยมีการให้ความรู้ในการทำอาหารอาหารฟิวชั่นแบบง่าย เพื่อผู้บริโภคในตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น สามารถที่จะนำไปทดลองประกอบอาหารเองได้ที่บ้าน โดยเชฟร้านอาหารจากจังหวัดอุดรธานีและเชฟร้านอาหารจังหวัดสกลนคร นอกจากนั้นยังมีการเสวนา “อาหารพื้นบ้านตามฤดูกาลและระบบนิเวศน์อีสาน” เป็นการกล่าวถึงการผลิตแบบปลอดภัย การหาอาหารตามฤดูกาลในนิเวศน์จังหวัดขอนแก่น มุมมองต่อความสำคัญอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลกับชีวิตคนอีสาน และมุมมองต่อการสร้างกระแสและขยายผลการบริโภคอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล

นอกจากนั้นหลังจากการจัดกิจกรรมเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” ได้มีการขยายการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผ่านการสื่อสารของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างเข้าใจให้กับประชาชนทั่วไป เช่น เรื่อง “ชีวิตติดป่า” รายการที่นี่บ้านเรา เรื่อง “เทศกาลกินปลาบ้านโนนหนองลาด จ.ขอนแก่น” รายการข่าวพลเมือง เรื่อง “ท่องเที่ยววิถีชุมชน โนนหนองลาด” รายการข่าวพลเมือง และเรื่อง “อาหารอินเตอร์” รายการภูมิภาค 3.0

ทั้งนี้ การจัดกิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรม สามารถที่จะให้คำจำกัดความของ “นวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market)” อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล หมายถึง รูปแบบการสร้างเศรษฐกิจแบบใหม่ที่เพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับชุมชน ทั้งเรื่องรายได้และการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างชาวบ้านผู้ผลิต ผู้หา เชฟ และผู้บริโภค ผ่านวัฒนธรรมการบริโภคตามฤดูกาลที่ปลอดภัย ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติตามนิเวศน์และต้นทุนที่มีในชุมชนอย่างยั่งยืน

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค มี 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนทำความเข้าใจในกลุ่มผู้ผลิต โดยเริ่มจากการศึกษาวิจัยข้อมูลเรื่องต้นทุนชุมชนและรูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม รวมถึงมีการให้คำจำกัดความของ นวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล 2) ขั้นตอนการทำความเข้าใจร่วมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผ่านการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ 4 ช่องทาง ได้แก่ กิจกรรมงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” กิจกรรมงานเทศกาลอาหาร ภูมิปัญญา (RICH ภูมิฯ) กิจกรรมงาน “ของแซ่บอีสาน อาหารท้องถิ่นพื้นบ้านตามฤดูกาล” และการสื่อสารของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ทั้งนี้ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานศึกษาของเอกพงศ์ จันทร์กล่ำ และกาญจนา แก้วเทพ (2555) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ

การยอมรับของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์" ชี้ให้เห็นว่า การสร้างความเข้าใจและการสร้างการยอมรับภายในองค์กรมีกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารองค์การ โดยใช้กลยุทธ์สื่อบุคคลและสื่อกิจกรรม ส่วนการสื่อสารภายนอกองค์กรให้กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารมวลชน สื่อสารกลุ่มใหญ่ และสื่อสารองค์การ โดยใช้กลยุทธ์สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม หรือสื่อมวลชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก รวมถึงสอดคล้องกับศึกษาของจรัสพงศ์ คลังกรณ์ (2562) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง "แนวทางเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องโมเดล ไทยแลนด์ 4.0" ชี้ให้เห็นว่า อุปสรรคพื้นฐานในการขยายนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือ คำจำกัดความ ที่หลายฝ่ายยังไม่เข้าใจตรงกัน โดยเข้าใจผิดว่าไทยแลนด์ 4.0 เป็นการใช้เทคโนโลยีและอุตสาหกรรมใหม่เข้ามาพัฒนาประเทศ จึงมีการเร่งแก้ไขโดยให้รัฐบาลประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องโมเดลไทยแลนด์ 4.0

2. กระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

2.1 กระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market)

ในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เน้นไปที่กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สร้างนวัตกรรม และกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 กลุ่มผู้สร้างนวัตกรรม ในการแพร่กระจายเพื่อให้เกิดการยอมรับของกลุ่มชาวบ้านทั้ง 2 พื้นที่ ส่วนใหญ่แล้วนวัตกรรมที่เกิดขึ้นเป็นความรู้ใหม่ที่เกิดจากนอกชุมชน เกิดจากพี่เลี้ยงและชาวบ้านได้มีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการสร้างนวัตกรรมขึ้นใน 2 พื้นที่ โดยนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นนวัตกรรมใหม่ ได้ถูกนำมาขยายใน 2 พื้นที่ ส่วนนวัตกรรมตลาดคนกลางเป็นนวัตกรรมเดิมที่เกิดขึ้นอยู่แล้วในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น แต่ถูกแพร่กระจายมายังจังหวัดสกลนคร ทำให้มีการดำเนินการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) จำนวน 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1.ทบทวนตนเอง 2.ชวนไปดูและสร้างการแลกเปลี่ยน 3.ทดลองทำและสรุปผล และ4. ลงมือทำซ้ำ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ทบทวนตนเอง โดยมีการกระตุ้นให้ชาวบ้านได้ศึกษาวิจัย และทบทวนต้นทุนของตนเองในทั้ง 2 พื้นที่ นั้นมีต้นทุนทางสังคมอะไรบ้าง เช่น ทุนวัฒนธรรม ทุนทาง

ธรรมชาติ ทุนสังคม ทุนกายภาพ ทุนมนุษย์ หรือทุนเศรษฐกิจ เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ว่ามีศักยภาพเพียงใดที่จะนำนวัตกรรมมาใช้

2. ชวนไปดูและสร้างการแลกเปลี่ยน ช่วยเพิ่มโอกาสและทางเลือกให้ชาวบ้านตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ โดยมีการพาชาวบ้านไปดูรูปแบบการจัดงาน“มาเด้อ! ชิมข้าวใหม่” และการนำประกอบอาหารของเชฟที่ได้นำวัตถุจากท้องถิ่นมาใช้ในลักษณะ “Chef’s Table” นอกจากนั้นยังมีการสร้างพื้นที่การแลกเปลี่ยนระหว่างเชฟ ชาวบ้าน และผู้บริโภค ผ่านงานประชุมและงานเทศกาล เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนจนนำไปสู่แนวทางการทำงานร่วมกัน

3. ทดลองทำและสรุปผล ชาวบ้านได้มีการทดลองปฏิบัติจัดการท่องเที่ยวใน 2 พื้นที่ เพื่อหาความเป็นไปได้ที่จะนำนวัตกรรมมาใช้จริงในพื้นที่ หลังจากการทดลองทำให้เห็นข้อจำกัดของพื้นที่สกลนครเกี่ยวกับเรื่องกฎหมายการใช้ประโยชน์จากป่าในพื้นที่เขตอุทยานแห่งชาติ ทำให้สามารถดำเนินการท่องเที่ยวในเฉพาะในพื้นที่ขอนแก่น ขณะที่การทดลองตลาดคนกลางได้ถูกนำความรู้และกระบวนการจากกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อนมาแพร่กระจายกับเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิสกลนคร หลังจากการทดลองชาวบ้านสามารถที่จะปฏิบัติซ้ำเดิม

4. ลงมือทำซ้ำ หลังจากการทดลองปฏิบัติการท่องเที่ยวชาวบ้านพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาด ยังไม่มีการลงมือทำซ้ำตลาดการท่องเที่ยว แต่ในเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิสกลนครได้มีการปฏิบัติซ้ำในการทำตลาดคนกลางที่ส่งอาหารให้กับเครือข่ายเชฟ

2.2.2 กลุ่มผู้บริโภค ในการแพร่กระจายเพื่อให้เกิดการยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในมีกระบวนการแพร่กระจายจำนวน 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1.ทำให้รู้จัก และ2.ทดลองเข้าร่วม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ทำให้รู้จัก ในการสร้างความรู้จักให้กับผู้บริโภค เพื่อให้รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมตลาดทั้ง 2 รูปแบบ ได้มีการสร้างความรู้จักผ่านกิจกรรมงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” กิจกรรมงานเทศกาลอาหาร ภูมิปัญญา (RICH ภูมิฯ) กิจกรรมงาน “ของแซ่บอีสาน อาหารท้องถิ่นพื้นบ้านตามฤดูกาล” การสื่อสารของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส การสื่อสารวิดีโอท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเตอร์เน็ต และการให้ความรู้ผ่านแฟนเพจ Face book

2. ทดลองเข้าร่วม การสร้างตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนได้มีการชักชวนลูกค้าเชฟและลูกค้าตลาดนัดสีเขียวจังหวัดขอนแก่นเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการทดลองได้รับการตอบรับจากลูกค้าเชฟและลูกค้าตลาดนัดสีเขียวเป็นอย่างดี

2.2 ปัจจัยในการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market)

สำหรับปัจจัยในการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อผู้รับนวัตกรรม ความเหมาะสมกับการใช้ชีวิต และความยุ่งยากและความง่ายของนวัตกรรม

2.2.1 ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อผู้รับนวัตกรรม ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมของทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งกลุ่มผู้สร้างนวัตกรรม และกลุ่มผู้บริโภค โดยกลุ่มสร้างนวัตกรรมนั้นได้รับประโยชน์จากนวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มโดยเฉพาะตลาดคนกลาง ในการจำหน่ายผลผลิตระหว่างชาวบ้านเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิจังหวัดสกลนครกับเครือข่ายเชฟ ชาวบ้านเกิดรายได้จากการจำหน่ายผลผลิต อาทิตย์ละ 3,000 – 4,000 บาท หรือเดือนละ 24,000 บาท – 32,000 บาท โดยสูญเสียทรัพยากรจำนวนไม่มาก ต่างจากชาวบ้านทั่วไปที่จำหน่ายผลผลิตเพียงอาทิตย์ละ 300 – 400 บาท รวมถึงชาวบ้านทั่วไปจะใช้ทรัพยากรจำนวนมากถึง สาเหตุที่ราคาการรับซื้อผลผลิตของเครือข่ายเชฟมีราคาสูง เพราะเครือข่ายเชฟสามารถที่จะนำวัตถุดิบไปประกอบอาหารตามฤดูกาล ที่มีการขายเรื่องราวความเป็นมาของวัตถุดิบ ทำให้เครือข่ายเชฟสามารถจำหน่ายอาหารได้ในราคาที่สูงจานละ 300 – 350 บาท รวมเป็นคอร์ดละ 1,200 – 1,500 บาทต่อโต๊ะ ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากนวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่ม คือ ได้ทานอาหารตามฤดูกาลที่มีความปลอดภัยที่ไม่มีสารเคมีตกค้างหรือปนเปื้อน นอกจากนั้นผู้บริโภคยังทราบถึงที่มา เรื่องราว วิธีการผลิตเป็นมาและการหาวัตถุดิบอย่างไร รวมถึงผู้บริโภคยังได้ช่วยสนับสนุนให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับชุมชน และผู้บริโภคยังเป็นผู้ช่วยตรวจสอบคุณภาพและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนของชาวบ้าน

2.2.2 ความเหมาะสมกับการใช้ชีวิต การสร้างนวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความสอดคล้อง และเหมาะสมกับการใช้ชีวิตของผู้สร้างนวัตกรรม และผู้บริโภค การสร้างนวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มขึ้นมาได้ เพราะชาวบ้านมีต้นทุนด้านทรัพยากรในพื้นที่ มีทักษะความรู้ในการผลิต และการหา แต่ก็ยังคงเป็นเรื่องยากพอสมควรในการสร้างนวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่ม เพราะความใหม่ของระบบตลาด ทำให้ชาวบ้านต้องปรับตรวจจากผู้ผลิตและผู้หามาเป็นผู้บริการ ขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคในเมือง ที่มีรายได้และมีฐานะพอสมควร ทำให้มีวิถีการใช้ชีวิตที่ต้องการความแปลกใหม่หรือโหยหาความเป็นชุมชนท้องถิ่น และอาหารที่ปลอดภัย โดยเฉพาะการบริโภคอาหารของกลุ่มลูกค้าเชฟ และผู้บริโภคตลาดเขียว กลุ่มคนเหล่านี้จะมีความสนใจในการบริโภคอาหารที่ทำสดใหม่ รู้เรื่องราวที่มาของวัตถุดิบ และคำนึงถึงความปลอดภัยของอาหาร ทำให้การทำตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลเป็นสิ่งที่กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้สนใจและต้องการอย่างยิ่ง

2.2.3 ความยุ่งยากและความง่ายของนวัตกรรม ในการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ปัจจัยที่สำคัญอีกหนึ่งอย่าง คือ ความยุ่งยากและความง่ายของนวัตกรรม ถึงแม้ในปัจจุบันกลุ่มผู้สร้างนวัตกรรมจะยอมรับนวัตกรรม แต่ก็มีความเป็นไปได้สูงที่นวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มจะยุติลง เนื่องจากความยุ่งยากในการบริหารจัดการ และการให้การบริการเพราะที่ผ่านมาชาวบ้านทำหน้าที่เป็นเพียงผู้จัดผลิตและหาผลผลิตให้กับเชฟเท่านั้น นอกจากนั้นด้วยบางพื้นที่ผลผลิตที่เกิดขึ้นถึงแม้จะอยู่ในชุมชน แต่ด้วยกรรมสิทธิ์ การจัดการ และการดูแลตกเป็นของรัฐทำให้เกิดความยุ่งยากพอสมควรที่ชาวบ้านจะเข้าไปใช้ประโยชน์ และความยุ่งยากนี้อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นวัตกรรมตลาดอาหารเฉพาะกลุ่มยุติลง

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า กระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร เน้นไปที่ 2 กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้สร้างนวัตกรรม มีขั้นตอนการแพร่กระจาย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การทบทวนตนเอง ชวนไปดูและสร้างการแลกเปลี่ยน ทดลองทำและสรุปผล และลงมือทำซ้ำ 2)กลุ่มผู้บริโภค มีขั้นตอนการแพร่กระจาย 2 ขั้นตอน ได้แก่ ทำให้รู้จัก และทดลองเข้าร่วม นอกจากนั้นปัจจัยที่เอื้อให้เกิดการแพร่กระจายนวัตกรรม มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อผู้รับนวัตกรรม ความเหมาะสมกับการใช้ชีวิต และความยุ่งยากและความง่ายของนวัตกรรม

ทั้งนี้ผลการวิจัยกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของบรรจง พลไชย (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในชุมชน” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในชุมชน เป็นกระบวนการสื่อสารสร้างการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านสุขภาพ เพื่อนำไปสู่สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี ได้ใช้วิธีการเผยแพร่เป็นรายบุคคล รายกลุ่ม และสื่อสารมวลชน โดยเผยแพร่ในขณะการให้บริการเสริมสร้างสุขภาพ ป้องกันโรค รักษาโรคและฟื้นฟู ทั้งนี้ได้มีการใช้สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อพื้นบ้าน และสื่อกิจกรรม รวมถึงสอดคล้องกับงานศึกษาของบรรจง พลไชย (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในโรงพยาบาล” ชี้ให้เห็น การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในโรงพยาบาล เป็นกระบวนการสื่อสารที่สร้างการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ เน้นการเผยแพร่ให้กับผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และบุคคลทั่วไป โดยมีวิธีการเผยแพร่ด้านสุขภาพในรายบุคคล รายกลุ่ม และเผยแพร่สื่อสารมวลชน ตลอดจนยังสอดคล้องกับงานศึกษาของบรรจง พลไชย และณัติยา พรหมสาขา

ณ สกลนคร (2561) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “สื่อสำหรับเผยแพร่สารสนเทศสุขภาพ” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น สื่อสำหรับเผยแพร่ข่าวสารสารด้านสุขภาพ เป็นช่องทางในการถ่ายทอดสารสนเทศจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและป้องกันโรคของประชาชน เพื่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ตัวอย่างสื่อสำหรับการเผยแพร่มีทั้งเจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน แผ่นพับ จดหมายข่าว วารสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และการจัดหน่วยเคลื่อนที่

นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger, (2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด 2557 และ กาญจนา แก้วเทพ, 2560) ชี้ให้เห็นว่า ขั้นตอนของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ในขั้นตอนของการทำความรู้จัก คือ กระตุ้นให้เกิดความสนใจนวัตกรรม รวมถึงขั้นตอนโน้มน้าว และทำการชักชวนให้เกิดการยอมรับนำนวัตกรรมไปใช้ เพื่อให้เกิดขั้นตอนการตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม และขั้นตอนลงมือทำ เป็นขั้นตอนหลังจากการตัดสินใจ จนนำไปสู่การใช้ ยอมรับ หรือลงมือปฏิบัติตาม

แต่อย่างไรก็ตามผลงานวิจัยไม่สามารถที่จะดำเนินงานไปถึงขั้นตอนยืนยันการใช้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เพราะจะมีผู้รับนวัตกรรมจำนวนน้อยมากที่จะยืนยันการใช้โดยการปฏิบัติซ้ำ ทั้งนี้แต่ละขั้นตอนจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการสื่อสาร การจัดกิจกรรม และมีวิธีการที่เหมาะสม เนื่องเพราะนวัตกรรมรูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม มีความใหม่ต่อผู้บริโภคในสังคมไทย จึงต้องใช้เวลาพอสมควรที่จะดำเนินการในขั้นตอนยืนยันการใช้

ขณะเดียวกันผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยในการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิด Roger, (2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด 2557 และ กาญจนา แก้วเทพ, 2560) ชี้ให้เห็นว่า การที่ผู้รับนวัตกรรมจะยอมรับนวัตกรรม จะต้องอาศัยคุณลักษณะสำคัญ 5 ประการ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ รวมถึงยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของกาศิ งามกมลรัตน์ และคณะ (2559) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “อุปสรรคในการเผยแพร่นวัตกรรมด้านการก่อสร้างในประเทศไทย” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น อุปสรรคในการเผยแพร่นวัตกรรมการก่อสร้าง ได้แก่ สินค้านวัตกรรมมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ขายทั่วไป ผู้ใช้งานไม่รู้จักสินค้านวัตกรรม ขาดความไม่มั่นใจในสินค้านวัตกรรม ผู้ใช้นวัตกรรมไม่เห็นผลตอบแทนที่ตระหนักถึงการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ทำให้การเผยแพร่นวัตกรรมด้านการก่อสร้างเป็นไปอย่างเชื่องช้า รวมถึงถ้า

ผู้ประกอบการไม่มีการประชาสัมพันธ์ และบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จะทำให้การเผยแพร่นวัตกรรมมีความยากขึ้น

บทที่ 7
สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง นวัตกรรมระบบตลาดอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาลเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา เกษตรกรกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร (1) เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น (2) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร (3) เพื่อศึกษากระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และ (4) เพื่อศึกษากระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ ในบทนี้เป็นการนำเสนอบทสรุปของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. สรุปและอภิปรายผล

1.1 บริบทและศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของพื้นที่บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

1.1.1 ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของพื้นที่บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

ประวัติศาสตร์ของ 2 พื้นที่ มีความใกล้เคียงกัน คือ เรื่อง ปัญหาที่ดิน ทำให้เกิดการรวมตัวกันของ 2 พื้นที่ในชื่อ “เครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ” โดยมีนายสวาท อุปฮาด ทำหน้าที่ประสานการทำงานของแกนนำทั้ง 2 พื้นที่ แต่อย่างไรก็ตามในมุมของการสร้างพื้นที่อาหารปลอดภัยทั้ง 2 พื้นที่มีความแตกต่างกันพอสมควร เนื่องจากพื้นที่โนนหนองลาดมีการปรับเปลี่ยนเข้าสู่การผลิตแบบอินทรีย์ได้เร็วกว่าพื้นที่บ้านหนองแวง ที่กำลังตกอยู่ในวังวนของกระแสการพัฒนาที่มีการส่งเสริมการปลูกพืชเชิงเดี่ยว จนทำให้สูญเสียพื้นที่อาหารสำหรับการบริโภคในครัวเรือน

1.1.2 สภาพพื้นที่ของบ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

สภาพพื้นที่ของทั้ง 2 พื้นที่ มีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยพื้นที่โนนหนองลาดมีสภาพนิเวศน์ เป็นพื้นที่ลุ่มปากเขื่อน ส่วนพื้นที่หนองแวงมีสภาพนิเวศน์ เป็นพื้นที่ภู แต่ทั้ง 2 พื้นที่สามารถที่จะเชื่อมโยงกันผ่านการแลกเปลี่ยนทรัพยากร เช่น ในฤดูฝน น้ำท่วมพื้นที่โนนหนองลาด พื้นที่หนองแวงก็จะลงมาช่วยเหลือพื้นที่โนนหนองลาด ด้วยการนำหน่อไม้ กลอย และอาหารจากธรรมชาติมาช่วยเหลือ ส่วนถ้าเกิดภัยแล้งในพื้นที่หนอแวง พื้นที่โนนหนองลาดจะนำข้าว ปลา อาหารจากแปลงผลิตและจากธรรมชาติ ไปช่วยเหลือพื้นที่บ้านหนองแวง

ทั้งนี้ นอกจากการศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชนและสภาพพื้นที่ของทั้ง 2 ชุมชน ยังได้มีการศึกษาต้นทุนทางสังคมใน 5 ด้าน เพื่อนำต้นทุนทางสังคมมายกระดับและพัฒนารูปแบบนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดแนวคิดทุนทางสังคมที่ได้มีการศึกษาในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นทุนมนุษย์ คือ การนำทักษะ ความรู้ ความสามารถประสบการณ์ของมนุษย์ไปใช้สร้างสรรค์และผลิตงาน (อมรา พงศาพิชญ์, 2543) ทุนธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศน์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของประชาชน ทุนการเงิน คือ การไหลเวียนของเงินที่เกิดขึ้นในชุมชน ทั้งเงินที่ไหลเข้ามาในชุมชน เงินที่ไหลออกจากชุมชน และเงินที่หมุนเวียนภายในชุมชน ทุนทางสังคม กลุ่ม องค์กร เครือข่าย หรือสถาบัน ที่มีการร่วมมือ ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างกัน ความไว้เนื้อเชื่อใจ (บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ, 2552) และทุนวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือที่บ่งบอกถึงกระแสค่านิยม ระบบคิด ความเชื่อ ที่กลายเป็นความรู้ ความคุ้นเคยของคนในครอบครัว หรือในชุมชนนั้น (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547) ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

- ทุนทางเศรษฐกิจ

ต้นทุนทางเศรษฐกิจของ 2 พื้นที่ มีความใกล้เคียงกัน คือ มีการปลูกพืชเศรษฐกิจ เพื่อสร้างรายได้ในครัวเรือน แต่พื้นที่โนนหนองลาดมีโอกาสของทางเลือกในการสร้างเศรษฐกิจจากพืชอาหารมากกว่าพื้นที่บ้านหนองแวงที่สูญเสียพื้นที่อาหารไปกับการปลูกพืชเศรษฐกิจ

- ทุนทางธรรมชาติ

ต้นทุนทางธรรมชาติ ทั้ง 2 พื้นที่มีต้นทุนธรรมชาติสูงมาก เพราะที่ผ่านมาทั้ง 2 พื้นที่ สามารถที่จะหาอยู่หากินหรือสร้างรายได้จากการหาอาหารจากธรรมชาติ แต่ปัจจุบันพื้นที่หนองแวงจะสูญเสียสิทธิและขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากพื้นที่บ้านหนองแวงไม่

สามารถนำอาหารจากธรรมชาติออกมาจำหน่ายสร้างรายได้ได้ เนื่องจากอาจจะมีความผิดตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัยมีความขัดแย้งกับงานศึกษาของวรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ (2560) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การจัดการทรัพยากรชุมชนโดยใช้ทุนทางสังคมภายใต้ระบบเกษตรพันธะสัญญา” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น ชุมชนได้นำเอาทุนทางสังคมมาใช้เป็นเครื่องมือรื้อฟื้นภูมิปัญญาท้องถิ่น และทุนอื่น ๆ ที่เคยสืบทอดนำกลับมาใช้ใหม่ โดยใช้ระบบเครือญาติมาเป็นกลไกสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน เพื่อรวมกลุ่มในการทำเกษตรผสมผสาน ควบคู่ไปกับการทำเกษตรเชิงพาณิชย์ในระบบเกษตรพันธะสัญญา ชุมชนมีการกำหนดพันธะร่วมกัน มีการกำหนดแนวทางในการทำเกษตรปลอดภัย รวมถึงมีการสร้างข้อตกลงกฎเกณฑ์ บทลงโทษในการใช้ทรัพยากรป่าไม้ และแหล่งน้ำร่วมกัน เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งอาหารตามธรรมชาติ ตลอดจนมีการนำผลผลิตจากการทำเกษตรผสมผสานมาสร้างมูลค่าผ่านการจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียว

- ทุนสังคม

ต้นทุนทางสังคมของ 2 พื้นที่ มีความแตกต่างกันพอสมควร เพราะพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาดจะมีความสัมพันธ์กันภายในชุมชนพอสมควร เนื่องจากสมาชิกในชุมชนร่วมกันต่อสู้เรื่องปัญหาที่ดินมาด้วยกัน มีความสอดคล้องผลการศึกษาวิจัยข้างต้นยังสอดคล้องกับการศึกษาของกาญจนา สมมิตร (2556) เรื่อง “สถานการณ์ธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้บริบททุนทางสังคมในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น การเกิดธุรกิจเพื่อสังคมในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ เพราะมีทุนสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ที่คนในชุมชนมีความไว้เนื้อเชื่อใจกัน ทุนทางด้านผู้นำ ที่มีความเสียสละ มีความ และมีจิตสาธารณะ ทุนการจัดการบริหารแบบมีส่วนร่วมภายใต้บริบทของคนในชุมชน และทุนด้านปัจจัยเครือข่ายสนับสนุนจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ทั้งนี้ ต่างจากพื้นที่บ้านหนองแวงที่ความสัมพันธ์ไม่ค่อยแน่นแฟ้นกันเท่าที่ควร เนื่องจากการรวมกลุ่มส่วนใหญ่ เป็นการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมเพื่อของบประมาณ รวมถึงมีการดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการกู้ยืมเงิน และดำเนินการเกี่ยวกับการจัดสวัสดิการยามมีผู้เสียชีวิต ทำให้ไม่มีกิจกรรมที่ทำร่วมกันอย่างชัดเจน นอกจากนั้นพื้นที่บ้านหนองแวงมีวิถีการผลิตภาคการเกษตรที่เปลี่ยนไป ส่งผลทำให้วิถีชีวิตชาวบ้านหนองแวงเปลี่ยนไปด้วย เนื่องจากทุกครัวเรือนในชุมชนบ้านหนองแวง ต้องเร่งรีบในการผลิตยางพาราให้ทันต่อความต้องการของตลาด ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนลดลง

- ทุนมนุษย์

ต้นทุนมนุษย์ ทั้ง 2 พื้นที่ มีต้นทุนมนุษย์ที่เหมาะสำหรับใช้เป็นตัวอย่างในการดำเนินชีวิต แต่น่ากังวลที่ต้นแบบที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ เฉพาะในแต่ละด้านจะสูญหายไป เนื่องจากไม่มีการสืบทอดให้กับลูกหลาน

- ทุนวัฒนธรรมด้านการบริโภค

ต้นทุนด้านการบริโภคของทั้ง 2 พื้นที่ มีความแตกต่างกันไปตามสภาพการอยู่และสภาพวิถีการผลิตด้านการเกษตร ในพื้นที่โนนหนองลาดจะติดกับพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เขตเมือง เป็นกลุ่มลูกค้าตลาดเขียวและกลุ่มลูกค้าเชฟ ที่มีความต้องการบริโภคอาหารปลอดภัยและชอบบรรยากาศชนบท ท้องไร่ ท้องนา หรือชอบเมนูอาหารที่มีความแปลกใหม่แตกต่างจากที่ตนเองบริโภค ส่วนพื้นที่หนองแวงผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มคนที่อยู่ในชุมชนและอยู่ใกล้ชุมชน โดยกลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้มีความต้องการซื้ออาหารสำหรับบริโภคในครัวเรือนมากกว่าจะปลูกกินหรือผลิตเอง เนื่องจากวิถีการผลิตที่เปลี่ยนไปที่เน้นการผลิตเพื่อสร้างรายได้แล้วจึงนำเงินมาซื้ออาหารแทนการปลูกกิน มีความสอดคล้องกับการศึกษาของบงกช เจนชัยภูมิ (2560)ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “เรื่องเล่าจากวังเวียง : ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของเมืองวังเวียงมีความเข้มแข็ง เกิดจากความสัมพันธ์ของคนในชุมชนที่ช่วยเหลือกัน และมีความรักในพื้นที่ของตนเอง มีการรวมกลุ่มในการจัดระเบียบการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ ด้วยวัฒนธรรมของเมืองวังเวียงมีความน่าสนใจ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ด้วยการเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้นำกระแสทุนนิยมเข้ามาด้วย ทำให้ชาวบ้านได้ใช้พื้นของวัดเป็นพื้นที่ศูนย์รวมจิตใจ สามารถที่จะดำรงการชีวิตอยู่ได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของชุมชน

1.2 แนวทางการพัฒนานวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

นอกจากต้นทุนทางสังคมทั้ง 5 ด้าน ที่สามารถนำมาออกแบบการพัฒนาระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ฯ ยังได้มีการศึกษารูปแบบตลาดเดิมที่เคยดำเนินการใน 2 พื้นที่ ซึ่งมีรูปแบบตลาดทั้งหมด 4 รูปแบบ ประกอบด้วย ตลาดนัดสีเขียว ตลาดคนกลาง ตลาดเครือญาติ และตลาดเทศกาล ซึ่งมีตลาดที่คล้ายกัน 1 รูปแบบ คือ ตลาดคนกลาง ขณะเดียวกันมีตลาดที่แตกต่างกัน 3 รูปแบบ ได้แก่ ตลาดนัดสีเขียว ตลาดเครือญาติ และตลาดเทศกาล

จากตลาดทั้ง 4 รูปแบบ สามารถที่จะนำรูปแบบตลาด 2 รูปแบบ มาพัฒนาต่อยอดให้เกิดระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ฯ ดังนี้

1) รูปแบบตลาดคนกลาง เป็นรูปแบบตลาดเดิมที่สองพื้นที่คล้ายกัน เพราะทั้งสองพื้นที่ ได้ทำการผลิตและหาอาหารธรรมชาติส่งคนกลางคนเดียวกัน โดยคนกลางจะทำหน้าที่รับออเดอร์จากเชฟ กระจายออเดอร์ให้ชาวบ้าน และรับผลผลิตจากชาวบ้านมาทำการบรรจุหีบห่อและส่งต่อให้เชฟ ทั้งนี้ที่ผ่านมาการสั่งสินค้ายังมีคนกลางเพียงคนเดียวที่ทำหน้าที่จัดการเรื่องออเดอร์และผลผลิตที่ส่งเชฟ รวมถึงสินค้าส่วนใหญ่จะรับจากพื้นที่ขอนแก่นเป็นหลัก เมื่อมีออเดอร์เกินถึงจะสั่งจากพื้นที่สกลนคร

ทั้งนี้ จึงเกิดการพัฒนาแนวทางตลาดคนกลาง โดยมีเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เกิดการนำผลผลิตตามฤดูกาลมาสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงสร้างให้เกิดการเชื่อมโยงการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากแปลง จากธรรมชาติ ถึงจานอาหารของผู้บริโภค และต้องการขยายผลรูปแบบตลาดคนกลาง จากเป้าหมายดังกล่าวจึงเกิดแนวทางการพัฒนารูปแบบตลาดคนกลาง เริ่มจากแนวทางที่ 1 การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างเชฟและผู้ผลิต ผู้หา เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเป้าหมาย วิธีคิด และวิธีปฏิบัติ แนวทางที่ 2 การพัฒนาฐานข้อมูล โดยการจัดทำแค็ตตาล็อกอาหารที่มีแต่ละฤดูกาลเป็นคู่มือในการสั่งออเดอร์ แนวทางที่ 3 การปฏิบัติการสั่งซื้อและการจัดส่งผลผลิต โดยให้นักนวัตกรรมที่เป็นกลุ่มชาวบ้านได้ทำหน้าที่รับออเดอร์ ตกลงราคา จัดหาผลผลิต จัดการผลผลิต และจัดส่งผลผลิตให้กับเชฟ

จากผลการวิจัยที่มีการพัฒนาขยายพื้นที่และเพิ่มนักนวัตกรรมตลาดคนกลาง มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของเจษฎา นกน้อย และสัญชัย ลั้งแท้กุล (2558) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช” ซึ่งได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการควรดำเนินการขนส่งวัตถุดิบด้วยตนเอง ควรมีสถานที่เก็บวัตถุดิบที่ได้มาตรฐาน มีการค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาการผลิต ควรมีการวางแผนการผลิต ควรมีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรเพิ่มผู้ขายผลผลิต อบรมเทคโนโลยีใหม่ให้แก่พนักงาน ควรนำหลักการจัดการความรู้มาใช้ ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่าย และให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า รวมถึงยังสอดคล้องกับงานศึกษาของวิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และมลฤดี จันทรัตน์ (2558) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การดำเนินงานและปัญหาของโรงสีข้าวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น โรงสีข้าวชุมชนยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาด การขาย การโฆษณา และบุคลากรยังขาดทักษะในการจัดการและรวบรวมผลผลิต นอกจากนั้นยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ขาดอุปกรณ์

เครื่องมือที่มีมาตรฐาน และขาดแคลนเงินลงทุน จึงมีแนวทางการพัฒนาความสามารถพนักงาน การพัฒนาด้านการตลาด การโฆษณา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การหาอุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน และการหาแหล่งเงินทุนเพิ่มเติม

2) รูปแบบตลาดเทศกาล เป็นรูปแบบการทำกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเริ่มต้นจากพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาดอยู่ติดบึง ทุกครั้งที่ถึงฤดูน้ำหลาก น้ำก็จะท่วมพื้นที่โนนหนองลาด ทำให้เครือข่ายเชฟ เครือข่ายออฟโรด หรือเครือข่ายตลาดเขียว เข้ามาช่วยเหลือชาวบ้านให้พ้นจากวิกฤตน้ำท่วม โดยช่วยเหลือด้วยแรงงาน เงิน หรือสิ่งของ ต่อมาหลังน้ำท่วมทุกปีชาวบ้านจะเลี้ยงตอบแทนเครือข่ายที่มาช่วยเหลือด้วยอาหารจากแปลงอินทรีย์ และอาหารตามธรรมชาติ

ทั้งนี้ จึงมีการพัฒนาแนวทางตลาดเทศกาล โดยมีเป้าหมายที่ต้องการลดปริมาณการนำผลิตและเงินตราออกนอกชุมชน แต่ต้องการให้เกิดการสร้างพื้นที่ของความรู้ เรื่องอาหารปลอดภัย วิถีชีวิต วัฒนธรรม สร้างพื้นที่การบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และสร้างพื้นที่การสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน จากเป้าหมายดังกล่าวจึงเกิดแนวทางการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล เริ่มจากแนวทางที่ 1 การพัฒนาความรู้และข้อมูลต้นทุนของชุมชน ความต้องการของนักท่องเที่ยว และการออกแบบคู่มือการท่องเที่ยว แนวทางที่ 2 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะวีดีโอและข่าวสารคดี แนวทางที่ 3 การพัฒนานักนวัตกรรมชาวบ้าน โดยการทดลองจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และมีการสรุปบทเรียน เพื่อหาข้อสรุปในการจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล

1.3 กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

ในการสร้างนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และ เกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร กระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยให้ผู้บริโภคและผู้ผลิตได้เกิดความรู้ ความเข้าใจที่ตรงกัน โดยมีกระบวนการทำความเข้าใจร่วมเกี่ยวกับนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) อาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค 2 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนทำความเข้าใจในกลุ่มผู้ผลิต โดยเริ่มจากการศึกษาวิจัยข้อมูลเรื่องต้นทุนชุมชนและรูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม รวมถึงมีการให้คำจำกัดความของ นวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และ 2) ขั้นตอนการทำความเข้าใจร่วมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ผ่านการให้ความรู้และ

ประชาสัมพันธ์ 4 ช่องทาง ได้แก่ กิจกรรมงานเทศกาลกินปลา “วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเครือข่ายความสัมพันธ์” กิจกรรมงานเทศกาลอาหาร ภูมิปัญญา (RICH ภูมิฯ) กิจกรรมงาน “ของแซ่บอีสาน อาหารท้องถิ่นพื้นบ้านตามฤดูกาล” และการสื่อสารของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส

ทั้งนี้ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับผลงานศึกษาของเอกพงศ์ จันทร์กล่ำ และกาญจนา แก้วเทพ (2555) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจการยอมรับของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์” ชี้ให้เห็นว่า การสร้างความเข้าใจและการสร้างการยอมรับภายในองค์กรมีกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารองค์การ โดยใช้กลยุทธ์สื่อบุคคลและสื่อกิจกรรม ส่วนการสื่อสารภายนอกองค์กรให้กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารมวลชน สื่อสารกลุ่มใหญ่ และสื่อสารองค์การ โดยใช้กลยุทธ์สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม หรือสื่อมวลชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก รวมถึงสอดคล้องกับศึกษาของจรัสพงศ์ คลังกรณ์ (2562) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องโมเดล ไทยแลนด์ 4.0” ชี้ให้เห็นว่า อุปสรรคพื้นฐานในการขยายนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือ คำจำกัดความ ที่หลายฝ่ายยังไม่เข้าใจตรงกัน โดยเข้าใจผิดว่าไทยแลนด์ 4.0 เป็นการใช้เทคโนโลยีและอุตสาหกรรมใหม่เข้ามาพัฒนาประเทศ จึงมีการเร่งแก้ไขโดยให้รัฐบาลประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องโมเดลไทยแลนด์ 4.0

1.4 กระบวนการการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ บึงปากเขื่อน อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น และเกษตรกรเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิ อำเภอวาริชภูมิ

กระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เน้นไปที่กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มผู้สร้างนวัตกรรม มีการดำเนินการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) จำนวน 4 ขั้นตอน ได้แก่ ทบทวนตนเอง โดยมีการกระตุ้นให้ชาวบ้านได้ศึกษาวิจัย และทบทวนต้นทุนของตนเองในทั้ง 2 พื้นที่ เพื่อนำมาวิเคราะห์ความเป็นไปได้ว่ามีศักยภาพเพียงใดที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ ต่อจากนั้นจึงชวนไปดูและสร้างการแลกเปลี่ยนโดยมีการพาชาวบ้านไปดูรูปแบบการจัดงาน สร้างพื้นที่การแลกเปลี่ยนระหว่างเชฟ ชาวบ้าน และผู้บริโภค ผ่านงานประชุมและงานเทศกาล เพื่อกับทดลองทำและสรุปผล ชาวบ้านได้มีการทดลองปฏิบัติจัดการท่องเที่ยวใน 2 พื้นที่ และลงมือทำซ้ำ หลังจากการทดลองปฏิบัติการ

ทั้งนี้การดำเนินการแพร่กระจายนวัตกรรมในกลุ่มผู้สร้างมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Roger, (2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด 2557 และ กาญจนา แก้วเทพ, 2560) ชี้ให้เห็นว่า ขั้นตอนของกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ในขั้นตอนของการทำความรู้จัก คือ กระตุ้นให้เกิดความสนใจนวัตกรรม รวมถึงขั้นตอนโน้มน้าว และทำการชักชวนให้เกิดการยอมรับนำนวัตกรรมไปใช้ เพื่อให้เกิดขั้นตอนการตัดสินใจ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม และขั้นตอนลงมือทำ เป็นขั้นตอนหลังจากการตัดสินใจ จนนำไปสู่การใช้ ยอมรับ หรือลงมือปฏิบัติตาม

แต่อย่างไรก็ตามผลงานวิจัยไม่สามารถที่จะดำเนินงานไปถึงขั้นตอนยืนยันการใช้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด เพราะจะมีผู้รับนวัตกรรมจำนวนน้อยมากที่จะยืนยันการใช้โดยการปฏิบัติซ้ำ ทั้งนี้แต่ละขั้นตอนจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการสื่อสาร การจัดกิจกรรม และมีวิธีการที่เหมาะสม เนื่องเพราะนวัตกรรมรูปแบบตลาดเฉพาะกลุ่ม มีความใหม่ต่อผู้บริโภคในสังคมไทย จึงต้องใช้เวลาพอสมควรที่จะดำเนินการในขั้นตอนยืนยันการใช้

2) กลุ่มผู้บริโภค ในการแพร่กระจายเพื่อให้เกิดการยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในมีกระบวนการแพร่กระจายจำนวน 2 ขั้นตอน ได้แก่ ทำให้รู้จัก ได้มีการสร้างความรู้จักผ่านกิจกรรม มีการสื่อสารของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส สื่อสารวิดีโอท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเตอร์เน็ต และการให้ความรู้ผ่านแฟนเพจ Face book และทดลองเข้าร่วม การสร้างตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชนได้มีการชักชวนลูกค้าเชฟและลูกค้าตลาดนัดสีเขียวจังหวัดขอนแก่นเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของบรรจง พลไชย (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในชุมชน” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในชุมชน เป็นกระบวนการสื่อสารสร้างการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมด้านสุขภาพ เพื่อนำไปสู่สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี ได้ใช้วิธีการเผยแพร่เป็นรายบุคคล รายกลุ่ม และสื่อสารมวลชน โดยเผยแพร่ในขณะการให้บริการเสริมสร้างสุขภาพ ป้องกันโรค รักษาโรคและฟื้นฟู ทั้งนี้ได้มีการใช้สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อพื้นบ้าน และสื่อกิจกรรม

นอกจากนั้นยังมีสอดคล้องกับงานศึกษาของบรรจง พลไชย (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในโรงพยาบาล” ชี้ให้เห็น การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในโรงพยาบาล เป็นกระบวนการสื่อสารที่สร้างการเปลี่ยนแปลงในความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ เน้นการเผยแพร่ให้กับผู้ป่วยในและผู้ป่วยนอก เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และบุคคลทั่วไป โดยมีวิธีการเผยแพร่ด้านสุขภาพในรายบุคคล รายกลุ่ม และเผยแพร่สื่อสารมวลชน ตลอดจนยังสอดคล้องกับงานศึกษาของบรรจง พลไชย และณัติยา พรหมสาขา ณ สกลนคร (2561) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “สื่อสำหรับเผยแพร่

สารสนเทศสุขภาพ” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น สื่อสำหรับเผยแพร่ข่าวสารสารด้านสุขภาพ เป็นช่องทางในการถ่ายทอดสารสนเทศจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและป้องกันโรคของประชาชน เพื่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ตัวอย่างสื่อสำหรับการเผยแพร่มีทั้งเจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน แผ่นพับ จดหมายข่าว วารสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และการจัดหน่วยเคลื่อนที่

ขณะเดียวกัน ความสำเร็จที่เกิดขึ้นยังมีปัจจัยในการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) 3 ปัจจัย ดังนี้

1) ประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อผู้รับนวัตกรรมกลุ่มสร้างนวัตกรรมนั้นได้รับประโยชน์จากนวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มโดยเฉพาะตลาดคนกลาง ในการจำหน่ายผลผลิตระหว่างชาวบ้านเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิจังหวัดสกลนครกับเครือข่ายเชฟ ชาวบ้านเกิดรายได้จากการจำหน่ายผลผลิตอาทิตย์ละ 3,000 – 4,000 บาท หรือเดือนละ 24,000 บาท – 32,000 บาท โดยสูญเสียทรัพยากรจำนวนไม่มาก ต่างจากชาวบ้านทั่วไปที่จำหน่ายผลผลิตเพียงอาทิตย์ละ 300 – 400 บาท ความเหมาะสมกับการใช้ชีวิต และความยุ่งยากและความง่ายของนวัตกรรม ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคได้รับประโยชน์จากนวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่ม คือ ได้ทานอาหารตามฤดูกาลที่มีความปลอดภัยที่ไม่มีสารเคมีตกค้างหรือปนเปื้อน นอกจากนั้นผู้บริโภคยังทราบถึงที่มา เรื่องราว วิธีการผลิตเป็นมาและการหาวัตถุดิบ

2) ความเหมาะสมกับการใช้ชีวิต ชาวบ้านมีต้นทุนด้านทรัพยากรในพื้นที่ มีทักษะความรู้ในการผลิต และการหา แต่ก็ยังคงเป็นเรื่องยากพอสมควรในการสร้างนวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่ม เพราะความใหม่ของระบบตลาด ทำให้ชาวบ้านต้องปรับตรวจจากผู้ผลิตและผู้หามาเป็นผู้บริการ ขณะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคในเมือง ที่มีรายได้และมีฐานะพอสมควร ทำให้มีวิถีการใช้ชีวิตที่ต้องการความแปลกใหม่หรือโหยหาความเป็นชุมชนท้องถิ่น และอาหารที่ปลอดภัย

3) ความยุ่งยากและความง่ายของนวัตกรรม ถึงแม้ในปัจจุบันกลุ่มผู้สร้างนวัตกรรมจะยอมรับนวัตกรรม แต่ก็มีความเป็นไปได้สูงที่นวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มจะยุติลง เนื่องจากความยุ่งยากในการบริหารจัดการ และการให้การบริการ เพราะที่ผ่านมาชาวบ้านทำหน้าที่เป็นเพียงผู้จัดผลิตและหาผลผลิตให้กับเชฟเท่านั้น นอกจากนั้นด้วยบางพื้นที่ผลผลิตที่เกิดขึ้นถึงแม้จะอยู่ในชุมชนแต่ด้วยกรรมสิทธิ์ การจัดการ และการดูแลตกเป็นของรัฐทำให้เกิดความยุ่งยากพอสมควรที่ชาวบ้านจะเข้าไปใช้ประโยชน์

ทั้งนี้ ปัจจัยในการแพร่กระจายนวัตกรรมระบบตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) 3 ปัจจัย มีความสอดคล้องกับแนวคิด Roger, (2003 อ้างถึงใน วิยะดา ไทยเกิด 2557 และ กาญจนา แก้ว

เทพ, 2560) ชี้ให้เห็นว่า การที่ผู้รับนวัตกรรมจะยอมรับนวัตกรรม จะต้องอาศัยคุณลักษณะสำคัญ 5 ประการ คุณลักษณะประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ คุณลักษณะที่เข้ากันได้ คุณลักษณะความยุ่งยากซับซ้อน คุณลักษณะสามารถทดลองใช้ได้ และคุณลักษณะสามารถสังเกตได้ รวมถึงยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของกาศิ งามกมลรัตน์ และคณะ (2559) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “อุปสรรคในการเผยแพร่นวัตกรรมด้านการก่อสร้างในประเทศไทย” ซึ่งได้ชี้ให้เห็น อุปสรรคในการเผยแพร่นวัตกรรมการก่อสร้าง ได้แก่ สินค้านวัตกรรมมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ขายทั่วไป ผู้ใช้งานไม่รู้จักสินค้านวัตกรรม ขาดความไม่มั่นใจในสินค้านวัตกรรม ผู้ใช้นวัตกรรมไม่เห็นผลตอบแทนที่ตระหนักถึงการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ทำให้การเผยแพร่นวัตกรรมด้านการก่อสร้างเป็นไปอย่างเชื่องช้า รวมถึงถ้าผู้ประกอบการไม่มีการประชาสัมพันธ์ และบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า จะทำให้การเผยแพร่นวัตกรรมมีความยากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่ชี้ว่า ความยุ่งยากและความง่ายของนวัตกรรม บางพื้นที่ผลผลิตที่เกิดขึ้นถึงแม้จะอยู่ในชุมชน แต่ด้วยกรรมสิทธิ์ การจัดการ และการดูแลตกเป็นของรัฐทำให้เกิดความยุ่งยากพอสมควรที่ชาวบ้านจะเข้าไปใช้ประโยชน์ และไม่สามารถนำอาหารจากธรรมชาติออกมาจำหน่ายสร้างรายได้ได้ เนื่องจากอาจจะมีความผิดตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

ดังนั้น นโยบายหรือคำสั่งจากรัฐส่วนกลางมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะเอื้ออำนวยให้เจ้าหน้าภาครัฐที่ปฏิบัติงานในพื้นที่ ให้สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการศึกษาวิจัยและปฏิบัติการร่วมกับชาวบ้าน เพื่อให้เกิดการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เกิดการสร้างรายได้ในชุมชน เกิดการสร้างความอยู่ดีมีสุขของชาวบ้าน และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อเจ้าหน้าที่ และชาวบ้าน

2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.2.1 จากผลการวิจัยที่ชี้ว่า รูปแบบการทำกิจกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเริ่มต้นจากพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาดอยู่ติดบึง ทุกครั้งที่ถึงฤดูน้ำหลาก น้ำก็จะท่วมพื้นที่โนนหนองลาด ทำให้เครือข่ายเชฟ เครือข่ายออฟโรด หรือเครือข่ายตลาดเขียว เข้ามาช่วยเหลือชาวบ้านให้พ้นจากวิกฤตน้ำท่วม โดยช่วยเหลือด้วยแรงงาน เงิน หรือสิ่งของ ต่อมาหลังน้ำท่วมทุกปีชาวบ้านจะเลี้ยงตอบแทนเครือข่ายที่มาช่วยเหลือด้วยอาหารจากแปลงอินทรีย์ และอาหารตามธรรมชาติ ผนวกกับต้นทุนทางธรรมชาติ ของพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาดมีต้นทุนธรรมชาติสูงมาก สามารถที่จะหาอยู่หากินหรือสร้างรายได้จากการหาอาหารจากธรรมชาติ รวมถึงผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เขตเมือง เป็นกลุ่ม

ลูกค้าตลาดเขียวและกลุ่มลูกค้าเชฟ ที่มีความต้องการบริโภคอาหารปลอดภัยและชอบบรรยากาศชนบท ท้องไร่ ท้องนา หรือชอบเมนูอาหารที่มีความแปลกใหม่แตกต่างจากที่ตนเองบริโภค

ดังนั้น จึงเป็นตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาไปสู่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารในฟาร์มการผลิต ในพื้นที่ชุมชนโนนหนองลาดหรือชุมชนอื่นที่มีความพร้อม โดยชาวบ้านและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการพัฒนา เริ่มจากแนวทางที่ 1 การพัฒนาความรู้และข้อมูลต้นทุนของชุมชน ความต้องการของนักท่องเที่ยว และการออกแบบคู่มือการท่องเที่ยว แนวทางที่ 2 การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ โดยการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในลักษณะวีดีโอและข่าวสารคดี แนวทางที่ 3 การพัฒนานักนวัตกรรมชาวบ้าน โดยการทดลองจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล และมีการสรุปบทเรียน เพื่อหาข้อสรุปในการจัดท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล

2.2.2 จากผลการวิจัยที่ชี้ว่า นวัตกรรมตลาดเฉพาะกลุ่มโดยเฉพาะตลาดคนกลาง ในการจำหน่ายผลผลิตระหว่างชาวบ้านเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิจังหวัดสกลนครกับเครือข่ายเชฟชาวบ้านเกิดรายได้จากการจำหน่ายผลผลิต อาทิตย์ละ 3,000 – 4,000 บาท หรือเดือนละ 24,000 บาท – 32,000 บาท โดยสูญเสียทรัพยากรจำนวนไม่มาก ต่างจากชาวบ้านทั่วไปที่จำหน่ายผลผลิตเพียงอาทิตย์ละ 300 – 400 บาท

ดังนั้น เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ในชุมชน จะต้องมีการขยายนวัตกรรมดังกล่าว โดยส่งเสริมให้ชาวบ้านมีการรวมกลุ่ม และพัฒนาศักยภาพตนเองในด้านการผลิต การจัดการผลผลิต และการตลาด โดยชาวบ้านและหน่วยงานที่เกี่ยวต้องดำเนินการพัฒนารูปแบบตลาดคนกลาง เริ่มจากแนวทางที่ 1 การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างเชฟและผู้ผลิต ผู้หา เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในเป้าหมาย วิธีคิด และวิธีปฏิบัติ แนวทางที่ 2 การพัฒนาฐานข้อมูล โดยการจัดทำแค็ตตาล็อกอาหารที่มีแต่ละฤดูกาลเป็นคู่มือในการสั่งออเดอร์ แนวทางที่ 3 การปฏิบัติการสั่งซื้อและการจัดส่งผลผลิต โดยให้นักนวัตกรรมที่เป็นกลุ่มชาวบ้านได้ทำหน้าที่รับออเดอร์ ตกลงราคา จัดหาผลผลิต จัดการผลผลิต และจัดส่งผลผลิตให้กับเชฟ

2.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยที่ชี้ว่า พื้นที่หนองแวงมีสภาพนิเวศน์ เป็นพื้นที่ภู มีต้นทุนธรรมชาติสูงมาก สามารถที่จะหาอยู่หากินหรือสร้างรายได้จากการหาอาหารจากธรรมชาติ แต่ปัจจุบันพื้นที่หนองแวงจะสูญเสียสิทธิและขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากพื้นที่บ้านหนองแวงไม่สามารถนำอาหารจากธรรมชาติออกมาจำหน่ายสร้างรายได้ได้ เนื่องจากอาจจะมีความผิดตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 แต่เมื่อเปรียบเทียบรายได้ที่เกิดขึ้นระหว่างการขายทั่วไป

และการขายผ่านเชฟ เมื่อขายให้เชฟชาวบ้านเกิดรายได้จากการจำหน่ายผลผลิต อาทิตย์ละ 3,000 – 4,000 บาท หรือเดือนละ 24,000 บาท – 32,000 บาท โดยสูญเสียทรัพยากรจำนวนไม่มาก ต่างจากชาวบ้านทั่วไปที่จำหน่ายผลผลิตเพียงอาทิตย์ละ 300 – 400 บาท แต่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก

ดังนั้น เพื่อให้ลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ กรณีพืชอาหารในป่า ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการผลิตพืชที่มีลักษณะ รสชาติ เหมือนกับพืชอาหารป่า ที่สามารถนำมาปลูกในพื้นที่ของชาวบ้านได้ รวมถึงจะต้องมีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากพืชอาหารดังกล่าว เพื่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้าน และการวิจัยครั้งนี้ควรเป็นการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมระหว่างชาวบ้าน เชฟ พี่เลี้ยงนักวิจัย นักวิชาการ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง

บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. (2560). **การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร : แนวคิดและบทสังเคราะห์.** นนทบุรี : ศูนย์สหวิทยาการชุมชนศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

กาญจนา สมมิตร และคณะ. (2556). สถานการณ์ธุรกิจเพื่อสังคมภายใต้บริบททุนทางสังคมในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น,** 7 (2), 120 – 131.

กาศิ งามกมลรัตน์ และคณะ. (2559). อุปสรรคในการเผยแพร่นวัตกรรมด้านการก่อสร้างในประเทศไทย. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี,** 24 (1), 154 – 168.

จรัสพงศ์ คลังกรณ์. (2562). แนวทางเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องโมเดล ไทยแลนด์ 4.0. **วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ,** 4 (1), 80 – 87.

เจษฎา นกน้อย และสัญชัย ลั้งแท้กุล. (2558). การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช. **วารสารปัญญาภิวัฒน์,** 7 (1), 54 – 66.

ชำนาญ กิ่งสกุล และคณะ. (2560). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสร้างโรงงานสกัดน้ำมันปาล์มแบบไม่ใช้ไอน้ำ : บริษัท ปาล์ม เพรสซิ่ง เทคโนโลยี จำกัด. **วารสารสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ,** 10 (1), 441 – 457.

เทียนชัย กีระนันท์. (2544). **สังคมศาสตร์วิจัย.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรจง พลไชย. (2557). การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในชุมชน. **วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ,** 24 (2), 21 – 38.

_____. (2557). การเผยแพร่สารสนเทศด้านสุขภาพในโรงพยาบาล. **วารสารนักบริหาร,** 34 (2), 58 – 65.

บรรจง พลไชย และณัติยา พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2561). สื่อสำหรับเผยแพร่สารสนเทศสุขภาพ. **วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม,** ฉบับพิเศษการประชุมพยาบาลครั้งที่ 25, 269 – 275.

บัวพันธ์ พรหมพักพิง และคณะ. (2552). **กขคง การระดมศักยภาพชุมชนเพื่อการขับเคลื่อนงานพัฒนาชุมชน : รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์การพัฒนาสมรรถนะขององค์กรปกครองท้องถิ่นและ**

องค์กรชุมชนในการพัฒนาและการใช้ทุนทางสังคมเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน ระยะที่ 2. กลุ่มวิจัยความอยู่ดีมีสุขและการพัฒนาอย่างยั่งยืน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บงกช เจนชัยภูมิ และคณะ. (2560). เรื่องเล่าจากวังเวียง : ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในพื้นที่ท่องเที่ยว. **วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล,** 5 (3), 150 – 159.

ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. (2547). **วาทกรรมทุนทางสังคม.** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยา. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พร้อมสุดา ศรีเนตร. (2560). **ยุทธศาสตร์การดำรงชีพของเกษตรกรที่เข้าและออกจากระบบเกษตรพันธะสัญญาการเลี้ยงปลากระชังในลุ่มน้ำชี.** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ไพรินทร์ พฤตินอก. (2556). กองทุนหมู่บ้าน :ทุนทางสังคมในฐานะกระบวนการขับเคลื่อนกองทุนหมู่บ้านโนนสังข์. **วารสาร Veridian E -Journal,** 5 (3), 126 – 148.

มูลนิธิชีววิถี. (2554). **บทบาทของบรรษัทเกษตรและอาหาร กับการเปลี่ยนแปลงชนบทและสังคมไทย**. ค้นหาเมื่อ 1 มิถุนายน 2561, จาก http://www.biothai.net/node/10889

วรัญญา พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ. (2560). การจัดการทรัพยากรชุมชนโดยใช้ทุนทางสังคมภายใต้ระบบเกษตรพันธะสัญญา. **วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล,** 5 (3), 190 – 283.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2534). **เศรษฐศาสตร์ไม่ยากอย่างที่คิด**. กรุงเทพฯ : นำรักษาการพิมพ์.

วิยะดา ไทยเกิด. (2557). **"ลักษณะการยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจจองที่พักออนไลน์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการจองที่พักออนไลน์ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล".** การค้นคว้าอิสระ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิวัฒน์ ไม้แก่นสาร และมลฤดี จันทรัตน์. (2558). การดำเนินงานและปัญหาของโรงสีข้าวชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารปัญญาภิวัฒน์,** 7 (2), 17 – 27.

ศรีภูพาน สุพรรณไชยมาตย์. (2552). **สัญญาที่ไม่เป็นธรรมในคอนแทรกซ์ฟาร์มมิ่ง : ศึกษากรณีการเลี้ยงไก่เนื้อ.** วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศูนย์ประสานงานวิจัยพื้นท้องถิ่นเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสานตอนกลาง (2558). **พัฒนาโจทย์โครงการวิจัยการพัฒนาและขยายผลฐานการผลิตเพื่อเชื่อมโยงกับตลาดนัดสีเขียวขอนแก่นของกลุ่มเกษตรกรบึงปากเขื่อนตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น.** บันทึกประชุมการพัฒนาโจทย์โครงการวิจัยการพัฒนาและขยายผลฐานการผลิตเพื่อเชื่อมโยงกับตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น ของกลุ่มเกษตรกรบึงปากเขื่อนตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. มหาสารคาม : ศูนย์ประสานงานวิจัยพื้นท้องถิ่นเกษตรกรรมยั่งยืน ภาคอีสานตอนกลาง.

ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเพื่อท้องถิ่นเกษตรกรรมยั่งยืน อีสานตอนกลาง (2561). **บทเรียนพื้นที่บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น.** บันทึกประชุมเวทีถอดบทเรียนพื้นที่บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. มหาสารคาม : ศูนย์วิจัยนวัตกรรมเพื่อท้องถิ่นเกษตรกรรมยั่งยืน อีสานตอนกลาง.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2553**). แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร.** กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

สว่าง แป้นจันทร์ และปุณณมี สัจจกมล. (2559). การประเมินห่วงโซ่คุณค่าตลอดวัฏจักรชีวิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของมะม่วงไทย. **วารสารวิศวกรรมสาร มก.,** 29 (96), 65 – 78.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **ร่างกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579).** ค้นหาเมื่อ 1 มิถุนายน 2561, จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=6362#

อมรา พงศาพิชญ์. (2543). **ธรรมรัฐกับประชาสังคม.** กรุงเทพฯ : สมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย.

เอกพงศ์ จันทร์กล่ำ และกาญจนา แก้วเทพ. (2555). กระบวนการ และกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจการยอมรับของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์. **วารสารนิเทศศาสตร,** 30 (1), 95 – 120.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เอกสารที่เกี่ยวข้อง

คู่มือแค็ตตาล็อกวัตถุดิบอาหารเครือข่ายไทบ้านผู้ไร้สิทธิสกลนคร

บ้านจัดระเบียบ							
ชื่อผลผลิต	**รูปภาพ**	**ที่มา**	**วิธีกิน**	**ฤดูกาล**	**ปริมาณ**	**รสชาด สรรพคุณ**	**เรื่องราว**
หน่อไม้รวก ,		ของป่าภูทบ	ต้ม,แกง,ทำหน่อดอง,หน่อไม้อัด,ส้มหน่อไม้	พ.ค. - ธ.ค.	1000 กก./อาทิตย์	หอมหวาน	หากินบรรพบุรุษแลกข้าวและของใช้ต่าง ๆ
หน่อไม้ไร่,		ของป่าภูทบ	ต้ม,แกง,ทำหน่อดอง,หน่อไม้อัด,ส้มหน่อไม้	พ.ค. - ธ.ค.	1000 กก./อาทิตย์	หอมหวาน	หากินบรรพบุรุษแลกข้าวและของใช้ต่าง ๆ
หน่อไม้เปาะ		ของป่าภูทบ	ต้ม,แกง,ทำหน่อดอง,หน่อไม้อัด,ส้มหน่อไม้	พ.ค. - ธ.ค.	1000 กก./อาทิตย์	หอมหวาน	หากินบรรพบุรุษแลกข้าวและของใช้ต่าง ๆ
เห็ดเผาะ,		ป่าภูทบ	แกง,ผัด,นึ่ง	มิ.ย. - พ.ย.	500 กก./อาทิตย์	หอมหวาน ,ป่นขมบำรุงร่างกาย	กินและขายและแลกข้าว

บ้านจัดระเบียบ							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
ดอกคอนแคน		ป่าภูทบ	แกง	มี.ค. - เม.ย.	50 กก./อาทิตย์	หวานหอม	กินและขายและแลกข้าว
ผึ้ง,น้ำผึ้ง,ลูกผึ้ง		ตามหินลำห้วยภูทบ	นึ่ง,แกง,รังใช้ทำขี้ผึ้ง	ม.ค. - เม.ย.	น้ำผึ้ง 100 ขวด/ปี ขี้ผึ้ง 50 กก./ปี	หอมหวานมัน	กินและขายและแลกข้าว ผึ้งธรรมชาติบินมาทำรังบนต้นโพลงปีละ 200 รัง ที่วัดบ้านฮ่องสิม ช่วงเดือนเมษายน วัดจะประมูลขายรังผึ้งทำเงินเข้าวัด
ยอดคอนแคน		ที่หมู่บ้านจัดระเบียบที่สวน	แกง,ผัด,นึ่ง	พ.ค. - ธ.ค.	40 กก./อาทิตย์	หอมหวานบำรุงร่างกาย	กินและขายแลกของใช้ต่าง ๆ

บ้านจัดระเบียบ							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
ผักหวาน		ที่หมู่บ้านจัดระเบียบที่สวน	แกง,ผัด,นึ่ง	ก.พ. - ธ.ค.	50 กก./อาทิตย์	หวานอร่อย	กินและขายแลกของใช้ต่าง ๆ
ปูสาย		ลำห้วยภูพาน	ต้ม,แกง,นึ่ง,ทำน้ำพริก	พ.ย. - ก.พ.	20 กก.	มัน อร่อย แซ่บ,บำรุงร่างกาย	ส่งขายตามตลาด,กิน
ไก่แจ้ภูพาน		ที่หมู่บ้านจัดระเบียบที่สวน	ลาบ,แกง,นึ่ง,ต้ม	มีตลอดปี	50 กก./เดือน	มัน อร่อย แซ่บ,บำรุงร่างกาย	กินและขายและแลกของใช้ต่าง ๆ
หวายภูพาน			แกง,น้ำพริก,ยำหวาย	มีตลอดปี	50 กก./อาทิตย์	แซ่บ,ขม,หวาน,บำรุงร่างกาย,แก้ความดัน	กินและขายและแลกของใช้ต่าง ๆ
ผักหนาม			นึ่ง,ลวก,ส้มผักหนาม	มีตลอดปี	20 กก./อาทิตย์	หวาน,ดองจะส้มบำรุงร่างกาย	ผักหนามขายกินและขายและแลกของใช้ต่าง ๆ

บ้านจัดระเบียบ							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
ดอกกระเจียวขาว,แดง		ภูทบ	นึ่ง,ลวก,ซุบ	มี.ค. - เม.ย.	50 กก./เดือน	หวาน,หอม	กินและขายและแลกของใช้ต่าง ๆ
กระชายป่า (ขิงป่า)		ป่าภูทบ	น้ำยาขนมจีน,ผัดเผ็ดปลาดุก,ต้มยำ	ก.ค. - พ.ย.	50 กก./เดือน	เผ็ด,หอม,บำรุงร่างกาย,แก้ท้องอืด	กินและขายและแลกของใช้ต่าง ๆ

บ้านหนองแวง,บ้านดงสว่าง,บ้านกุดตากาบ,บ้านขอนขว้าง							
ชื่อผลผลิต	**รูปภาพ**	**ที่มา**	**วิธีกิน**	**ฤดูกาล**	**ปริมาณ**	**รสชาด สรรพคุณ**	**เรื่องราว**
ผักกาดฮ่อง		ห้วยเหล็กไฟบ้านหนองแวง	นึ่ง,ผัด,ลวก	ม.ค. - ก.พ.	10 – 15 กก./อาทิตย์	รสชาติจืดหวาน แก้ท้องอืดยาระบาย	คล้ายผักกาดสอยบ้าน หาตามลำห้วย ,ฮอมห้วย
ผักติ้ว		โคกและภู หนองแวง,หนองแวง	ใส่ต้ม,ซุบ,กินสด	มี.ค. - เม.ย.	10 – 20 กก./อาทิตย์	รสชาติเปรี้ยว,ยาระบาย,แก้ลมพิษ	หาตามโคกภูส่วนใหญ่กินยอด ดอก
ผักออบแอบ		โคกป่าก่อ	แกงใส่เห็ด,ลวก	มิ.ย. - ก.ค.	3 กก./เดือน	รสส้มพอดีแก้ท้องอืด	ปัจจุบันหายาก
ผักรุมโมง		โคกหัวนา	ใส่ต้ม,ซุบ,กินสด	มี.ค. - ก.ค.	10 – 15 กก./เดือน	รสส้มนัว,ยาระบาย,ขับลม	หาตามโคก

บ้านหนองแวง,บ้านดงสว่าง,บ้านกุดตากาบ,บ้านขอนขว้าง							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
ผักกรูด		ห้วยน้ำวิงหลาง	ผัด,นึ่ง,ลวก	ส.ค. - ธ.ค.	20 กก./อาทิตย์	รสจืด	หาตามลำห้วย
ผักหนาม		ตามลำห้วย	ดอง,นึ่ง,ลวก	ตลอดปี	10 กก./เดือน	รสจืด	หาตามลำห้วย
เห็ดไคร		โคกป่าก่อ,โคกกลาง	แกง,ซุบ,นึ่ง	ก.ค. - ก.ย.	1 กก./เดือน	หอม,หวาน	หาตามโคก
เห็ดตาโล้		โคกป่าก่อ	แกง,นึ่ง,ก้อย	ก.ค. - ส.ค.	5 กก./เดือน	หวาน	หาตามโคกและภู
เห็ดโคลน		โคกภูอ่างสอ,ภูมะแงก	แกง,นึ่ง,ซุบ,ผัด	มิ.ย.,ก.ค.,ส.ค.	10 กก./เดือน	หอม,หวาน,เหนียวนุ่ม	หาตามภูดินแดง
เห็ดแป้ง		โคกภูดินแดง	แดง,นึ่ง,ผัด	ก.ค. - ก.ย.	30 กก./เดือน	หอม,หวาน	หาตามดินแดง,หลายจนเตาะทิ้ง
เห็ดละโง้		โคกป่าก่อ,ภูดินแดง	แกง,นึ่ง	มิ.ย. - ก.ค.	10 กก./เดือน	หอม	

บ้านหนองแวง,บ้านดงสว่าง,บ้านกุดตากาบ,บ้านขอนขว้าง							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
เห็ดเผาะ		โคกกลาง	แกง,ต้ม,ผัด,อ่อม	พ.ค. - มิ.ย.	10 กก./เดือน	กรอบ,มัน,นัว	ฝนดีจะออกเยอะมาก มากับลูกเห็บ หาตามโคก
เห็ดแดง		โคกภูดิน,ห้วยบอน	แกง,นึ่ง,ผัด	มิ.ย. - ส.ค.	10 กก./เดือน	รสหวาน,นัว,น้ำสีแดง	หาตามลำห้วย
จักจั่นดง		ภูอ่างสอ,ภูดินแดง	ทอด,คั่ว,แกง,ป่น	มี.ค. - เม.ย.	1000 ตัว/เดือน	มัน,กรอบ	คนไม่ค่อยกินมันเลยมีมาก
เห็ดผึ้งขม		ภูดินแดง,ภูดินดัง	แกง,ก้อย,ต้ม	มิ.ย. - ส.ค.	50 กก./เดือน	ขม อร่อย,เป็นยาแก้ท้องอืด	หาตามภูดินแดง
น้ำผึ้งเดือนห้า		ภูอ่างสอ,ภูดินแดง	ดองยา,กินกับข้าว	เม.ย.	100 กก./เดือน	รสหวาน – เป็นยาอายุวัฒนะ -เป็นสมานแผล	ทุกวันนี้ใช้ไฟล่อมีเฉพาะเดือนห้าถึงจะได้ของดี

บ้านหนองแวง,บ้านดงสว่าง,บ้านกุดตากาบ,บ้านขอนขว้าง							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
ลูกต่อเสือ		ภูอ่างสอ,ภูดินแดง	แกง,นึ่ง,หมก	มิ.ย. - ก.ย.	2 กก./เดือน	รสมัน	เอายากหายากถ้าต่อยถึงตายได้
ผักกาดหญ้า		โคกกลาง	กินสด,รสหอมฉุน	มิ.ย. - ก.ย.	5 กก./เดือน	กลิ่นหอมฉุน เป็นยาปลุกธาตุ	เป็นผักที่เอายากเพราะมีหนาม
ไก่แจ้หูขาว-หูแดง หนองแวง		มีเฉพาะที่หนองแวง	ลาบ,อบ,ตุ๋น,นึ่ง,ย่าง,ต้ม,อ่อม	ตลอดปี	20 กก./เดือน	รสส้ม,เนื้อเหนียวนุ่ม,เนื้อแน่น	ไก่แจ้พันธุ์นี้มีแต่ที่หนองแวงเท่านั้น
หวายวาริช		จากสวนเขตวาริช	แกง,อ่อม,ซุบ,กินสด,เผา	ตลอดปี	50 มัด/เดือน	รสขม,เป็นยาชูกำลัง	เป็นหวายที่กำเนิดในอำเภอวาริช
บอนแดง		มีที่สวนตาเกิน	แกง,อ่อม	ตลอดปี	2 กก./เดือน	รสหวาน,มัน	มีต้นกำเนิดที่บ้านหนองแวง
เผือกหำฮอง		บ้านหนองแวง	นึ่ง,ทำของหวาน	ตลอดปี	2 กก./เดือน	รสมัน,นุ่ม	มีที่อำเภอวาริช

บ้านหนองแวง,บ้านดงสว่าง,บ้านกุดตากาบ,บ้านขอนขว้าง							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
มะขามป้อม		โคกภูอ่าเพีย,ภูดินแดง	กินสด,ดอง	ก.ค. - ธ.ค.	5 กก./เดือน	รสเปรี้ยวหวาน,ชุ่มคอ,ยาระบายอ่อนๆ	
กะบก		หาตามโคกตามภู	คั่ว,กินสด	พ.ย. - ก.พ.	20 กก./เดือน	รสมัน	กินยากหน่อยเพราะต้องทำหลายขั้นตอน
มะกอกป่า		หาตามโคกตามภู	ส่วนผสมปรุงอาหาร	ส.ค. - ธ.ค.	20 กก./เดือน	เปรี้ยวหวาน,เป็นยาระบายอ่อนๆ	เป็นผลไม้ที่เอายากเพราะอยู่ในต้นสูง
มะกอกเลี่ยม		หาตามโคก	ดอง,เชื่อม	ก.ค. - ส.ค.	10 กก./เดือน	เปรี้ยวนิดๆมันหน่อยๆ	เป็นผลไม้ป่าหายาก
พริกขี้หนูภูเขา		สวนสมาชิก	เครื่องปรุงอาหาร	ก.ย. - ธ.ค.	50 กก./เดือน	รสเผ็ดอร่อย	เป็นพริกที่ปลูกในพื้นที่ภูพานเท่านั้น

บ้านหนองแวง,บ้านดงสว่าง,บ้านกุดตากาบ,บ้านขอนขว้าง							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
ขิงแครง		ในป่าภูอ่างสอ	ทำเป็นเครื่องปรุงอาหาร	พ.ค. - ต.ค.	5 กก./เดือน	รสหอมอร่อย	มีในเฉพาะที่เท่านั้น
อีลอก		ในป่าโคกกลาง	ทำอาหาร	มี.ค. - เม.ย.	5 กก./เดือน	รสอร่อย	หายากมาก
กลอย		ในป่าภูอ่างสอ	ทำขนม	ก.ค. – มี.ค.	30 กก./อาทิตย์	รสเมา	ถ้าไม่ผ่านกรรมวิธีจะเป็นพิษต่อร่างกายเมื่อรับประทานเข้าสู่ร่างกาย
ไม้ข้าวหลาม		ในป่าภูอ่างสอ	อุปกรณ์ทำอาหาร	ต.ค. – ก.ค.	466 บั้ง/อาทิตย์	-	นิยมทำหลามข้าวหรือหลามอาหาร

บ้านหนองแวง,บ้านดงสว่าง,บ้านกุดตากาบ,บ้านขอนขว้าง							
ชื่อผลผลิต	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**	**ชื่อผลผลิต**
ดอกคอนแคน		ในป่าภูอ่างสอ	แกง	ก.พ. – มี.ค.	9 กก./อาทิตย์	รสมัน	นิยมแกงใส่หวาย
ผักหวาน		ในป่าภูอ่างสอ	แกง	มี.ค. – เม.ย.	11 กก./อาทิตย์	รสมัน,หวาน	นิยมแกงใส่ไข่มดแดง
ดอกกระเจียว		ในป่าภูอ่างสอ	นึ่ง	มี.ค. – เม.ย.	23 กก./อาทิตย์	รสขม	มีเป็นช่วง
ไข่มดแดง		ในป่าภูอ่างสอ	ก้อย,ต้ม,แกง	มี.ค. – เม.ย.	46 กก./อาทิตย์	รสส้ม	ก้อยต้องไม่ใส่น้ำปลาจะเสียรสชาด
อึ่งอ่าง		ในป่าภูอ่างสอ	ต้ม	มี.ค. – เม.ย.	350 กก./อาทิตย์	รสมัน	มีเป็นช่วงฝนตกใหม่
หอยเกี้ยว		ในป่าภูอ่างสอ	ผัด,อ่อม	พ.ค. – ก.ย.	116 กก./อาทิตย์	รสมัน	เป็นหอยเฉพาะถิ่น
หน่อไม้		ในป่าภูอ่างสอ	นึ่ง,ผัด,แกง,ลวก,ต้ม	เฉพาะเดือน ส.ค.	930 กก./อาทิตย์	รสมัน,หวาน	ออกเยอะจนกินไม่หมด

คู่มือท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นตามฤดูกาล

แผนที่การเดินทาง ไปบ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

แผนที่การเดินทาง ไปชุมชนโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน
หนองแวง-โนนหนองลาด

ค่าสมัครในการเข้าร่วม กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน

* ค่าสมัครในการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน

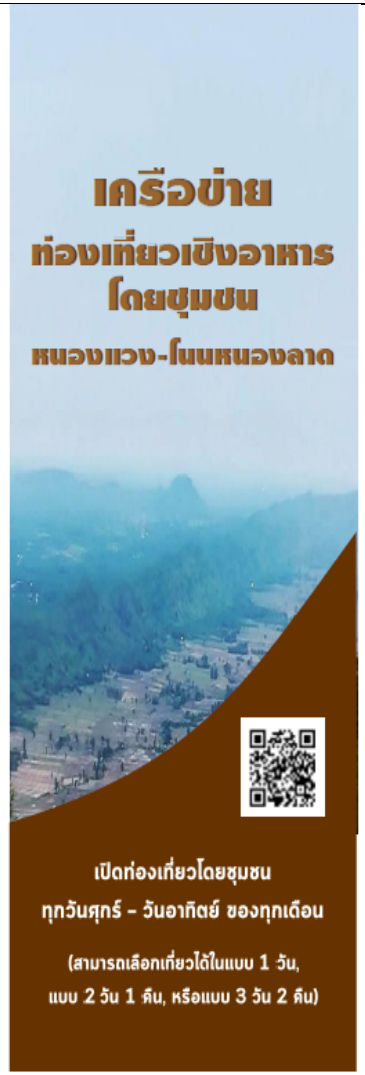
- เที่ยวแบบ 1 วัน
  ค่าสมัครจำนวน 750 บาทต่อ 1 คน
- เที่ยวแบบ 2 วัน 1 คืน
  ค่าสมัครจำนวน 1,500 บาทต่อ 1 คน
- เที่ยวแบบ 3 วัน 2 คืน
  ค่าสมัครจำนวน 2,250 บาทต่อ 1 คน

* สิ่งที่จะได้รับเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน

- ได้รับความรู้ภูมิปัญญาจากชุมชน
- ทานอาหาร(เช้า,เที่ยง,เย็น)
- ได้ท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้เคียง โดยรถนำเที่ยวของชุมชน
- รับของที่ระลึกจากชุมชน
- ที่พักฟรี (บ้านพ่อฮักแม่ฮัก)

เบอร์โทรติดต่อ :
นายสาโรจน์ บังหอม (พื้นที่หนองแวง)
093 - 4837988
นายสวาท อุปฮาด (พื้นที่โนนหนองลาด)
061 - 1439940

เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน
หนองแวง-โนนหนองลาด



ที่มา
เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน หนองแวง-โนนหนองลาด

"เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน หนองแวง-โนนหนองลาด" คือ การรวมตัวของชาวบ้าน 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่บ้านหนองแวง ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และพื้นที่บ้านโนนหนองลาด ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยได้รับการสนับสนุนการทำงานจาก "สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community Based Research Division) " โดยได้มีการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน ในลักษณะ 2 นิเวศน์ ได้แก่ นิเวศน์ภูและนิเวศน์ราบลุ่มแม่น้ำ ที่ชาวบ้านมีวิถีการบริโภคอาหารที่ยึดโยงกับการใช้ประโยชน์จากฐานอาหารในบริเวณใกล้เคียงกับที่ชาวบ้านอาศัยอยู่ เช่น ฐานอาหารจากธรรมชาติ และฐานอาหารจากแปลงการผลิต ล้วนแล้วเป็นอาหารที่มีความปลอดภัย และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

นอกเหนือจากการนำเสนอ เรื่อง การท่องเที่ยวผ่านความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ยังได้มีการนำเสนอต้นทุนทางสังคมด้านอื่นของชุมชนทั้ง 2 พื้นที่ ได้แก่ กิจกรรมด้านวัฒนธรรมความรู้ภูมิปัญญา เช่น วัฒนธรรมการฟ้อนรำภูไท ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่บ้านหนองแวง หรือจะเป็นภูมิปัญญาการผลิตเหล้าพื้นบ้านจากแป้งข้าวพื้นบ้าน ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่บ้านโนนหนองลาด นอกจากนั้นยังมีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ ภูอ่างสอ(สูงสุดในจังหวัดสกลนคร) อนุสรณ์สถานจิตร ภูมิศักดิ์ ศาลเจ้าปู่มเหสักข์ และวัดพระธาตุศรีมงคล อยู่ในบริเวณใกล้เคียงพื้นที่บ้านหนองแวง หรือบึงปากเชื่อน วัดพระธาตุขามแก่น ภู่ประภาชัย และชมรมจูจองอาง อยู่ในบริเวณใกล้เคียงพื้นที่บ้านโนนหนองลาด

เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน
หนองแวง-โนนหนองลาด

พื้นที่ท่องเที่ยว
บ้านหนองแวง
ตำบลวาริช อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

ทริป 1
(เดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม)

- เก็บเห็ด
- ทำนาวาน
- กินอาหารพื้นบ้าน
- ความรู้เรื่อง "เสื้อย้อมคราม"
- ศึกษาธรรมชาติ(ดูนก,ดูลิง)
- ชมทะเลหมอก
- อนุสรณ์สถานจิตร ภูมิศักดิ์
- โหว้พระวัดภูอ่างสอ
- โหว้ศาลเจ้าปู่มเหสักข์
- โหว้พระวัดพระธาตุศรีมงคล

ทริป 2
(เดือนมีนาคม – พฤษภาคม)

- กินอาหารพื้นบ้าน
- เที่ยวข้าวนาวาน
- เที่ยวน้ำตกแม่คำดี(งานประจำปี)
- งานภูไกล่าลึก(งานประจำปี)
- อนุสรณ์สถานจิตร ภูมิศักดิ์
- โหว้พระวัดภูอ่างสอ
- โหว้ศาลเจ้าปู่มเหสักข์
- โหว้พระวัดพระธาตุศรีมงคล
- ความรู้เรื่อง "สมุนไพร"

เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน
หนองแวง-โนนหนองลาด

พื้นที่ท่องเที่ยว
ชุมชนโนนหนองลาด
ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

ทริป 3
(เดือนธันวาคม – กุมภาพันธ์)

- งานกินปลา
- เที่ยวข้าวนาวาน
- ชิมไวน์พื้นบ้าน
- แกงปลา
- ดูกะเลบัวแดง
- โหว้พระธาตุขามแก่น
- นมัสการปรางกู่ประภาชัย
- ชมจูจองอาง
- ความรู้เรื่อง"เกษตรอินทรีย์"
- ความรู้เรื่อง "เครื่องมือหาปลา"

ทริป 4
(เดือนพฤษภาคม – กรกฎาคม)

- ล่องเรือดูนก
- ตกปลาชะโด
- เก็บเห็ด(ระโงก,ไค้,โคน)
- โหว้พระธาตุขามแก่น
- นมัสการปรางกู่ประภาชัย
- ชมจูจองอาง
- กินสเต็กหมูอินทรีย์
- ความรู้เรื่อง "เหล้าพื้นบ้าน"
- ความรู้เรื่อง"เกษตรอินทรีย์"

เครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน
หนองแวง-โนนหนองลาด