



รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั่งยืน
จังหวัดลำพูน”

โดย

กัลยา ใหญ่ประสาน
ศุภราญนิตย์ เล็กสุทธิ
และคณะ

กรกฎาคม 2562

รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมยั่งยืน
จังหวัดลำพูน”

คณะผู้วิจัย

1. นางกัลยา	ใหญ่ประสาน	นายกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมยั่งยืน จ.ลำพูน	หัวหน้าโครงการ
2. นางสาวศราภรณ์	เล็กสุทธิ	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการ	หัวหน้าโครงการ
3. นางสาวพงศ์ศิริ	ปิตรัตน์เจริญกุล	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาคอมพิวเตอร์	นักวิจัยและเลขานุการ
4. นายอดิศักดิ์	จันทร์ราชา	ประธานมูลนิธิสวนพุทธธรรม/อุปนายกสมาคม เครือข่ายเกษตรกรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน	นักวิจัย
5. นายภาณุพงศ์	ไชยวรรณ	ที่ปรึกษานายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดลำพูน	นักวิจัย
6. นางวรรณทิภา	ปัญญากรณ์	กลุ่มเกษตรอินทรีย์ลุ่มน้ำลี้	นักวิจัย
7. นายสมควร	มาจันทร์	กลุ่มจาวสวนอินทรีย์ทุ่งหัวช้าง-ลี้	นักวิจัย
8. นายสุพัฒน์	วงศ์ชัย	กลุ่มจาวสวนอินทรีย์ทุ่งหัวช้าง-ลี้	นักวิจัย
9. นายตระการชัย	ธรรมานวงศ์	กลุ่มจาวสวนอินทรีย์ทุ่งหัวช้าง-ลี้	นักวิจัย
10. นายอินจันทร์	นันทิตถ์	เกษตรกรรุ่นใหม่	นักวิจัย
11. นายศิลาศักดิ์	วินันต์	สื่อภาคประชาชน	นักวิจัย
12. นางมาลัย	วงศ์อำนาจ	ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรพื้นบ้านบ้านสันตติเตา	นักวิจัย
13. นายณรงค์	ทะกาศ	เกษตรกรตำบลทาทุ่งหลวง อำเภอแม่ทา	นักวิจัย
14. นางสาวพฤติพร	จิณา	เกษตรกรคนรุ่นใหม่	นักวิจัย
15. นายวิษณุ	ดวงปิ่น	เกษตรกรคนรุ่นใหม่	นักวิจัย
16. นายสมชาย	ย่องเอื้อง	เกษตรกรคนรุ่นใหม่	นักวิจัย
17. นางพัชรินทร์	ชมชื่น	เกษตรกรคนรุ่นใหม่	นักวิจัย
18. นางสาวอุทัยวรรณ	บุญลอย	เกษตรกรคนรุ่นใหม่	นักวิจัย
19. ดร.ฟ้าวิกร	อินลวง	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาจัดการ	นักวิจัย
20. นางสาวปทุมวัลย์	เตโช	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาจัดการ	นักวิจัย
21. นางอนทัย	เทพปัญญา	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาจัดการ	นักวิจัย
22. นางสาววีรณัฐ	วิจิตร	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาจัดการ	นักวิจัย
23. นายสงกรานต์	อินขัน	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาคอมพิวเตอร์	นักวิจัย
24. นางสาวพงศ์ศิริ	ปิตรัตน์เจริญกุล	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาคอมพิวเตอร์	นักวิจัย
25. นายอำนาจ	พงษ์กลาง	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาคอมพิวเตอร์	นักวิจัย
26. นางผ่องอำไพ	เสนแสง	อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ	นักวิจัย
27. นางกมลวรรณ	ศิริจันทร์ชื่น	อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาบัญชี	นักวิจัย

28. นายทินกร	สาระเวียง	เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยธนบุรี	นักวิจัย
29. นางดวงหทัย	จันทร์ราชา	เกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน	นักวิจัย

ที่ปรึกษาโครงการ

- | | |
|----------------------------|--|
| 1. นายบุญส่ง เวศยาสิรินทร์ | ประธานสถาบันวิจัยหรือศูนย์ |
| 2. นายกำธร ธิฉลาด | อุปนายกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน |
| 3. นายวิเศษ สุจินพรหม | นักวิชาการอิสระ |
| 4. ดร.พันธุ์นิภา แยมชุตติ | ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี (ศูนย์ลำพูน) |

บอกเล่าเพื่อความเข้าใจร่วมกัน

งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเป็นกระบวนการที่คนในชุมชนได้มาร่วมคิดทบทวนสถานการณ์ ตั้งคำถามวางแผน หาข้อมูล ทดลองทำ วิเคราะห์ สรุปผลการทำงานและหาคำตอบเพื่อปรับปรุงงานต่อไป กล่าวคือ งานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเป็นเครื่องมือหนึ่งที่เน้นการให้ “คน” ในชุมชนเข้ามาร่วมในกระบวนการวิจัย ตั้งแต่การเริ่มคิด การตั้งคำถาม การวางแผน และค้นหาคำตอบอย่างเป็นระบบเป็นรูปธรรมโดยเรียนรู้จากการปฏิบัติการจริง (Action Research) อันทำให้ชุมชนได้เรียนรู้ สร้างผลงาน มีความเข้มแข็งในการแก้ปัญหาของตนเองและสามารถใช้กระบวนการนี้ในการแก้ไขปัญหาอื่นๆ ในท้องถิ่นโดยมีกระบวนการศึกษาเรียนรู้อย่างเป็นเหตุเป็นผล ดังนั้น จุดเน้นของงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจึงอยู่ที่ “กระบวนการ” มากกว่า “ผลลัพธ์” เพื่อให้ชาวบ้านได้ประโยชน์จากงานวิจัยโดยตรง และให้งานวิจัยมีส่วนในการแก้ปัญหาของชาวบ้าน รวมทั้งเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นจริงในชุมชน ซึ่งจะต้องอาศัย “เวที” (การประชุม เสวนา พุดคุยถกเถียง) เป็นวิธีการเพื่อให้คนในชุมชน ทั้งชาวบ้าน ครู นักพัฒนา สมาชิกอบต. กรรมการสหกรณ์ ข้าราชการ หรือกลุ่มคนอื่นๆเข้ามาร่วมหา ร่วมใช้ “ปัญญา” ในกระบวนการวิจัย

“กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น” หมายถึง การทำงานอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อตอบ “คำถาม” หรือ “ความสงสัย” บางอย่าง ดังนั้นสิ่งสำคัญคือประเด็น “คำถาม” ต้องคมชัด โดยมีการแยกแยะประเด็นว่า ข้อสงสัยอยู่ตรงไหน มีการหา “ข้อมูล” ก่อนท่ามีการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข้อมูล มีการ “วางแผน” การทำงานบนฐานข้อมูลที่มีอยู่ และในระหว่างลงมือทำมีการ “บันทึก” มีการ “ทบทวน” ความก้าวหน้า “วิเคราะห์” ความสำเร็จและอุปสรรคอย่างสม่ำเสมอ เพื่อ “ถอด” กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นออกมาให้ชัดเจน ในที่สุดก็จะสามารถ “สรุปบทเรียน” ตอบคำถามที่ตั้งไว้ แล้วอาจจะทำใหม่ให้ดีขึ้น ตลอดจนสามารถนำไปใช้เป็นบทเรียนสำหรับเรื่องอื่นๆ หรือพื้นที่อื่นๆ ต่อไป ซึ่งทั้งหมดนี้กระทำโดย “ผู้ที่สงสัย” ซึ่งเป็นคนในท้องถิ่นนั่นเอง ดังนั้นกระบวนการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจึงเป็นงานวิจัยอีกแบบหนึ่งที่ไม่ยึดติดกับระเบียบแบบแผนทางวิชาการมากนัก แต่เป็นการสร้างความรู้ในตัวตนท้องถิ่น โดยคนท้องถิ่น เพื่อคนท้องถิ่น โดยมุ่งแก้ไขปัญหาด้วยการทดลองทำจริง และมีการบันทึกและวิเคราะห์อย่างเป็นระเบียบ การวิจัยแบบนี้จึงไม่ใช่เครื่องมือทางวิชาการ ไม่ใช่ของศักดิ์สิทธิ์ที่ผูกขาดอยู่กับครูบาอาจารย์ แต่เป็นเครื่องมือธรรมดาที่ชาวบ้านก็ใช้เป็น เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

สกว. ฝายวิจัยเพื่อท้องถิ่น ได้ใช้วิธีการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นตามแนวคิดและหลักการดังกล่าวมาแล้วในระยะเวลาหนึ่ง พบว่าชาวบ้านหรือทีมวิจัยส่วนใหญ่สามารถสะท้อนการดำเนินงานด้วยการบอกเล่าได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันก็พบว่า การเขียนรายงานเป็นปัญหาที่สร้างความหนักใจให้แก่ทีมวิจัยเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้น ด้วยความตระหนักถึงสถานการณ์ปัญหาดังกล่าว สกว. ฝายวิจัยเพื่อท้องถิ่น จึงได้ปรับรูปแบบการเขียนรายงานวิจัยให้มีความยืดหยุ่น และมีความง่ายต่อการนำเสนอออกมาในรูปแบบที่นักวิจัยถนัด โดยไม่ยึดติดในเรื่องของภาษาและรูปแบบที่เป็นวิชาการมากเกินไป ซึ่งเป้าหมายสำคัญของรายงานวิจัยยังคงมุ่งเน้นการนำเสนอให้เห็นภาพของกระบวนการวิจัยมากกว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย โดยกลไกสำคัญที่จะช่วยให้ทีมวิจัยมีความสามารถเขียนรายงานที่นำเสนอกระบวนการวิจัยได้ชัดเจนยิ่งขึ้นคือ ศูนย์ประสานงานวิจัย

(Node) ในพื้นที่ซึ่งทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงโครงการวิจัยมาตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบการทำงานวิจัย ดังนั้น Node จะรับรู้พัฒนาการของโครงการวิจัยมาโดยตลอด บทบาทการวิเคราะห์เนื้อหาหรือกิจกรรมของโครงการจึงเป็นการทำ งานร่วมกันระหว่าง Node และนักวิจัย ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวได้นำมาซึ่งการถอดบทเรียนโครงการวิจัย สู่การเขียนมาเป็นรายงานวิจัยที่มีคุณค่าในที่สุด

อย่างไรก็ตาม รายงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น อาจไม่สมบูรณ์แบบดังเช่นรายงานวิจัยเชิงวิชาการ โดยทั่วไปหากแต่ได้คำตอบและเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการวิจัย ซึ่งท่านสามารถเข้าไปค้นหา ศึกษาและเรียนรู้เพิ่มเติมได้จากพื้นที่

สกว. ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น

ชื่อเรื่องวิจัย : การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน

แหล่งทุน : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ปีที่ได้รับทุน : ปี 2560 (วันที่ 1 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2560 - 30 เดือน เมษายน พ.ศ.2562)

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย “การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมเพื่อประเมินประเภทตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรในเครือข่ายฯ และเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ทั้งที่เป็นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ผู้ที่ทำเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ และผู้ที่สนใจในการทำเกษตรอินทรีย์ กลุ่มที่สองคือกลุ่มผู้บริโภคผลผลิตอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดลำพูนครอบคลุมทั้ง 8 อำเภอ มีกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบคือการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้แบบสำรวจข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร และการเก็บข้อมูลเชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์และการจัดเวทีประชุมเพื่อทบทวนข้อมูลเกษตรกร และสมาชิกเครือข่ายฯ ทุนเดิม ศักยภาพ องค์ความรู้ของเกษตรกรในพื้นที่ ซึ่งระยะเวลาในการดำเนินงานโครงการทั้งหมด 18 เดือน โดยแบ่งการทำงานออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2560 – กรกฎาคม 2561 เป็นการดำเนินงานเพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน ได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลและจัดเวทีแลกเปลี่ยนเพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน และระยะที่ 2 ระหว่างเดือนสิงหาคม 2561 – เมษายน 2562 เป็นการดำเนินงานหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน ด้วยการสำรวจข้อมูลผู้บริโภค และการจัดเวทีประชุมร่วมกับองค์กร หน่วยงานท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกพื้นที่ของจังหวัดลำพูน และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ ประเมินประเภทตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรในเครือข่ายฯ

ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน คือการจัดทำตลาดนัดเพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละอำเภอเพื่อให้ผู้บริโภคทุกระดับสามารถเข้าถึงสินค้าเกษตรอินทรีย์ ทั้งนี้ควรต้องมีการจัดทำตลาดซื้อขายสินค้าแบบออนไลน์เพื่อเป็นการขยายช่องทางให้กับผู้บริโภคได้เข้าถึงสินค้าและผู้ผลิตโดยตรง และสนับสนุนให้แต่ละพื้นที่มีร้านอาหารอินทรีย์หรือเมนูอาหารอินทรีย์ประจำท้องถิ่น อีกทั้งควรประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้า จัดกิจกรรมเพื่อ

ขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และจัดเลี้ยงให้มีการใช้
สินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เข้ากับ
ผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั้งในระดับชุมชนและในระดับกว้าง จัดให้มีการรวมหุ้นของสมาชิก
เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนเพื่อจัดการด้านการตลาด สร้างเครือข่ายการตลาดต่างพื้นที่
ต่างภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและจำหน่าย และการจัดทำกรท่องเที่ยววิถีเกษตรอินทรีย์

คำนำ

งานวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน” โครงการได้ถูกกำหนดระยะเวลาดำเนินงาน 2 ปี ซึ่งนักวิจัยก็สามารถทำสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี แม้ว่าตลอดระยะเวลาการทำงานจะมีปัญหาต่าง ๆ อยู่บ้างนั้น แต่ด้วยทางกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้ง มองเห็นประโยชน์และเห็นคุณค่าของงานวิจัยนี้ อุปสรรคและปัญหาต่าง ๆ จึงผ่านไปได้อย่างดีเสมอมา คณะทีมวิจัย รู้สึกเป็นเกียรติและภาคภูมิใจเป็นอย่างยิ่งที่ได้ทำวิจัยร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้การสนับสนุนโครงการ เพราะการเห็นคุณค่าและประโยชน์อย่างยิ่งอันเกิดจากการศึกษาทบทวนข้อมูลปัญหาสถานการณ์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน และ เกษตรกรผู้ผลิตอินทรีย์ทั้ง 8 อำเภอ การหาจุดอ่อนของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูนที่ต้องการพัฒนาให้มีคุณภาพและสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ กลุ่มเครือข่าย ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจ ตลอดจนถึงสรุปผลอย่างใดก็ตาม ผลที่ได้จากการร่วมกันศึกษาของทีมวิจัยและกลุ่มเกษตรกร ก็ยังถือว่าไม่สมบูรณ์ ยังคงต้องอาศัยความเพียรพยายามแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง อันจะนำมาซึ่งการร่วมมือกันแก้ไขพัฒนา และส่งเสริมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต่อไป

งานวิจัยชิ้นนี้เริ่มต้นจากความต้องการของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน มีความต้องการให้กลุ่มเครือข่ายฯ เรียนรู้ร่วมกันเพื่อทบทวนในการจัดการและพัฒนาระบบการทำเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่กระบวนการผลิต การพัฒนามาตรฐาน และที่สำคัญในด้านการพัฒนาตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเป็นบทเรียนให้กับกลุ่มเครือข่าย และพื้นที่อื่นๆ ต่อไป งานวิจัยนี้จึงได้ตอบโจทย์ และใช้การทำงานแบบมีส่วนร่วม เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีส่วนร่วมในพื้นที่ชุมชน “ร่วมกันเรียนรู้” หาทางร่วมกัน ในตอนเริ่มต้นการรวมกลุ่มหรือสร้างคณะทำงานเป็นเรื่องที่ยาก เพราะว่าบางส่วนหรือแทบทั้งหมด ยังไม่เคยทำงานที่มีชาวบ้านเป็นนักวิจัยร่วมด้วย และชาวบ้านส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาขั้นต้น ไม่รู้ว่าการวิจัยทำอะไร ทั้งอาจารย์ และชาวบ้านไม่รู้วิธีการทำงานวิจัยชุมชน แต่ด้วยความมุ่งมั่น ร่วมมือกันทั้งสองฝ่าย จึงทำงานนี้สำเร็จได้ การมีพี่เลี้ยงที่ดีจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) การให้กำลังใจกันและกันทั้งเกษตรกร ชาวบ้านที่ให้คณะทีมวิจัยและคณะทีมวิจัยที่ให้กับเกษตรกร และ ชุมชน ทำให้คณะทีมวิจัยทำงานอย่างมั่นใจและมีความสุข ทุกครั้งที่มีการประชุมหรือออกเก็บข้อมูล เหมือนเราได้ทำงานร่วมกับญาติพี่น้อง และเมื่อเสร็จสิ้นโครงการเราพบว่าความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นมากกว่าผู้ร่วมงานแต่ได้พัฒนาเป็นญาติมิตรที่รัก ห่วงใยและคิดถึงกัน คณะทีมวิจัยได้เข้าใจในความรู้สึกผูกพัน ความรัก และความอบอุ่นของความเป็นชุมชนเป็นอย่างไร คณะที่เกษตรกรและ ชุมชน มีความรู้สึกที่ลดช่องว่างระหว่างสถาบันการศึกษากับชุมชน

นอกจากนี้คณะทีมวิจัยขอขอบพระคุณ ฝ่ายวิจัยท้องถิ่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ได้สนับสนุนทุนการวิจัย และขอขอบคุณ อาจารย์วันเพ็ญ พรินทรากุล พร้อมคณะ ที่ช่วยดูแลและเป็นธุระพี่เลี้ยงให้ ทั้งอาจารย์ที่ให้ข้อคิดที่เป็นปรัชญาในการทำงานชุมชน ติดตามและให้ข้อเสนอแนะการทำงานให้ตลอดเวลาที่ดำเนินโครงการจนจบ ทั้งให้ข้อคิดและข้อเสนอแนะทางคณะทีมวิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางการทำวิจัย และขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิรวมทั้ง สำนักงานเกษตร

จังหวัดลำพูน โรงพยาบาลทุกอำเภอ โรงเรียนนักวิชาการ ปราชญ์อาวุโสทุกท่านที่ได้ให้ข้อมูล และ
ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ขอบพระคุณผู้ประสานงานที่เป็นเพื่อน ช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น
ตลอดเวลา รวมถึงภาคส่วนที่ให้ความร่วมมือแก่โครงการเป็นอย่างดีเสมอมา ทางคณะทีมวิจัยพร้อม
รับข้อเสนอแนะจากทุกฝ่ายที่จะทำให้การวิจัยเกิดความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อ
เกษตรกร ชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องสืบต่อไป

คณะทีมวิจัย

กรกฎาคม 2562

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามวิจัย	7
วัตถุประสงค์	7
พื้นที่ศึกษา	7
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	8
การให้ความหมาย คำสำคัญๆ ของโครงการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น	10
รูปแบบตลาดอินทรีย์.....	13
แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	25
ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์.....	27
เกษตรอินทรีย์ต่างประเทศ	29
เกษตรอินทรีย์ไทย	33
บริบทของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน.....	40
แนวทางการศึกษาหรือกรอบการศึกษาวิจัย.....	44
บทที่ 3 กระบวนการดำเนินการวิจัย	47
ขอบเขตของการวิจัย	47
กระบวนการดำเนินงานวิจัย	50
การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	59
สรุปผลการดำเนินกิจกรรม	61

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการดำเนินการวิจัย	132
ผลการดำเนินการวิจัย	132
- วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิก สมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน	132
- วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของสมาคม เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน.....	169
- วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินประเภทตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมกับ บริบทและศักยภาพเกษตรกรของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัด ลำพูน	198
- วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสมาคม เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน.....	199
บทที่ 5 บทสรุป ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ.....	201
สรุปเนื้อหาทั้งหมดจากผลการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เชื่อมโยงไปสู่วัตถุประสงค์.....	201
สรุปสิ่งที่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ และทีมวิจัยได้เรียนรู้จากกระบวนการวิจัย.....	207
ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน.....	208
ข้อเสนอแนะ.....	208
ข้อคิดเห็น.....	209
บรรณานุกรม.....	211
ภาคผนวก.....	212
แบบสำรวจข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน	213
แบบสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดลำพูน.....	217
ภาพกิจกรรม	222
แผนที่ตลาดอินทรีย์จังหวัดลำพูน.....	231

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.เมือง	133
4.2 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.เวียงหนองล่อง...	135
4.3 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.บ้านธิ	136
4.4 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.ป่าซาง	137
4.5 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.บ้านโฮ่ง	137
4.6 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.ลี้.....	139
4.7 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.แม่ทา.....	140
4.8 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.ทุ่งหัวช้าง	142
4.9 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ	144
4.10 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน จำแนกตามช่วงอายุ	145
4.11 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา	146
4.12 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน	148
4.13 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำเกษตร.....	149
4.14 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์	150
4.15 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามพื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์	151
4.16 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามจำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์	152
4.17 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามอาชีพอื่นนอกจากอาชีพหลัก.....	153
4.18 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพืชอินทรีย์แต่ละชนิด	154
4.19 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามความสมดุลระหว่างรายได้กับรายจ่าย	157
4.20 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามแหล่งเงินที่นำมาลงทุนในการทำเกษตรอินทรีย์	157
4.21 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามแรงงานครอบครัวที่มีหน้าที่ทำเกษตรอินทรีย์	158
4.22 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามการได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ	159
4.23 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามเหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์.....	160

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.24 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามผู้นำการทำเกษตรอินทรีย์.....	161
4.25 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการผลิต	162
4.26 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านต้นทุนการผลิต	164
4.27 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการตลาด	165
4.28 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ	169
4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	170
4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	171
4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	171
4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	172
4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	173
4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว .	174
4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ความเข้าใจในสินค้า เกษตรอินทรีย์.....	175
4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	176
4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็น สินค้าปลอดสารเคมี มีคุณค่าทางอาหารและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ	177
4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบอกกล่าวแนะนำให้ บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	178
4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อทางการตลาดที่มีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	179
4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลแรกในการซื้อสินค้า เกษตรอินทรีย์.....	180
4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการบริโภคสินค้า เกษตรอินทรีย์.....	181

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่นิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	182
4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	183
4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด	184
4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสินค้าเกษตรอินทรีย์ซื้อประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	185
4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแต่ละครั้ง	186
4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	187
4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	188
4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกิจกรรมเสนอขายสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	189
4.50 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	191
4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	192
4.52 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	194
4.53 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	195

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
2.1 รูปแบบพฤติกรรมการณ์ซื้อและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภค	16
2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภค	18
2.3 พื้นที่เกษตรอินทรีย์ไทย	34
2.4 กรอบการศึกษาวิจัย	46
4.1 ร้อยละเพศของสมาชิกเครือข่ายฯ.....	144
4.2 ร้อยละช่วงอายุของสมาชิกเครือข่ายฯ	145
4.3 ระดับการศึกษาของสมาชิกเครือข่ายฯ	147
4.4 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	148
4.5 ประสบการณ์ในการทำเกษตร	149
4.6 ประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์	150
4.7 พื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์	151
4.8 จำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์	152
4.9 อาชีพอื่นนอกเหนือจากอาชีพหลัก	153
4.10 จำนวนเกษตรกรที่ปลูกพืชอินทรีย์แต่ละชนิด	156
4.11 ความสมดุลระหว่างรายได้กับรายจ่าย.....	157
4.12 แหล่งเงินทุนในการทำเกษตรอินทรีย์.....	157
4.13 แรงงานครอบครัวที่มีหน้าที่ทำเกษตรอินทรีย์ (เต็มเวลา)	158
4.14 แรงงานครอบครัวที่มีหน้าที่ทำเกษตรอินทรีย์ (เป็นครั้งคราว)	158
4.15 การได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ	159
4.16 เหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์.....	161
4.17 ผู้แนะนำการทำเกษตรอินทรีย์	162
4.18 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการผลิต	163
4.19 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านต้นทุนการผลิต.....	164
4.20 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการตลาด.....	165
4.21 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ.....	169
4.22 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามช่วงอายุ	170

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
4.23 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ.....	171
4.24 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา	172
4.25 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ.....	173
4.26 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	174
4.27 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว.....	174
4.28 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	176
4.29 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	177
4.30 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าปลอดสารเคมี.....	177
4.31 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามการบอกกล่าวแนะนำให้ผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	178
4.32 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามสื่อทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	179
4.33 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามเหตุผลแรกในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	180
4.34 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามเหตุผลในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์.....	181
4.35 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามแหล่งที่นิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	182
4.36 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	183
4.37 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามช่วงวันที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด	184
4.38 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่เลือกซื้อประจำ	186
4.39 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแต่ละครั้ง	187

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
4.40 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	188
4.41 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าเกษตรอินทรีย์	189
4.42 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามกิจกรรมเสนอขายสินค้าเกษตรอินทรีย์	190
4.43 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านการผลิต	192
4.44 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา	193
4.45 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	195
4.46 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	197

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว จากการศึกษาของสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements - IFOAM) พบว่า ตลาดผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในปี พ.ศ. 2547 น่าจะมีมูลค่าสูงถึง 27,800 ล้านดอลลาร์ (ราว 1.05 ล้านล้านบาท) และมีการขยายตัวประมาณ 7-9 % ซึ่งการเจริญเติบโตของตลาดเริ่มจะลดลง จากเดิมในช่วงที่ผ่านมา ที่เคยขยายตัวปีละ 10-15 % โดยตลาดใหญ่จะอยู่ในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ซึ่งรวมกันมีส่วนแบ่งราว 96% ของ ตลาดเกษตรอินทรีย์โลก

ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศกำลังพัฒนา ดูเหมือนกำลังเริ่มเติบโตขึ้นเช่นกัน แม้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนาจะมีกำลังซื้อค่อนข้างต่ำ รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากนัก แต่ก็พบว่า ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศเริ่มขยายตัวขึ้นอย่าง รวดเร็ว ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตและผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศเหล่านี้ต้องการหา แหล่งในการระบายผลผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากตลาดส่งออก (ทั้งผลผลิตที่เกินความต้องการส่งออก และผลผลิตในระยะปรับเปลี่ยน) เพื่อสร้างเสถียรภาพทางการตลาด ทำให้การพัฒนาตลาดในประเทศเหล่านี้มีลักษณะแบบตลาดที่เกิดจากแรงผลักดันจาก ผู้ผลิต มากกว่าเป็นตลาดที่พัฒนาจากความ ต้องการของผู้บริโภค

แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศเหล่านี้มักจะต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ “ธรรมชาติ” “อนามัย” “ปลอดสารเคมี” หรือแม้แต่เกษตรอินทรีย์ที่ไม่มีการรับรองมาตรฐาน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสับสนระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างมาตรฐานเหล่านี้ ปัญหาดังกล่าวน่าจะเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนา ตลาดเกษตรอินทรีย์ในระยะยาว ของประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งควรจะมีการจัดทำมาตรการที่เหมาะสม เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ในประเทศไทย ตลาดเกษตรอินทรีย์น่าจะเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2533/34 โดยกระแสความตื่นตัวด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค โดยเฉพาะการบริโภค "อาหารเพื่อสุขภาพ" ที่ผู้บริโภคตื่นตัวเกี่ยวกับความเชื่อมโยงของการรักษาสุขภาพและการบริโภค อาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ จนทำให้ "ธุรกิจอาหารสุขภาพ" เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ได้เริ่มเปิดตัวขึ้น โดยร้านค้าแรกๆ ที่เปิดดำเนินการ คือ ร้านกรีนการ์ด ในช่วงหลังจากนั้น คือระหว่างปี พ.ศ. 2535-40 ถือได้ว่าเป็นยุคทองของ ร้านสุขภาพ ประมาณว่า มีร้านค้าขนาดเล็กที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพ ทั่วประเทศไม่น้อยกว่า 100 ร้าน แต่อย่างไรก็ตาม หน่วยงานราชการในขณะนั้นมีนโยบายในการส่งเสริม "อาหารปลอดภัย" (เช่น ผักอนามัย ผักปลอดภัยจากสารพิษ) ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสนระหว่าง ความแตกต่างของผลผลิตอาหารปลอดภัย กับเกษตรอินทรีย์ ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศมี

การเติบโตได้ค่อนข้างช้า ผนวกกับการวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในช่วงปี พ.ศ. 2541 ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ประสบกับภาวะซบเซาไประยะหนึ่ง ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวตั้งแต่ว่างปี พ.ศ. 2546 เมื่อมีการจัดประชุมนานาชาติเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) และองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization - FAO) โดยมูลนิธิสายใยแผ่นดินและกรีนเนทเป็นเจ้าภาพหลัก การมีกิจกรรมเกษตรอินทรีย์ระหว่างประเทศในครั้งนั้นกระตุ้นให้เกิดความสนใจ ทั้งในการผลิต การบริโภค และการผลักดันนโยบายด้านเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ส่งผลให้มีการฟื้นตัวของตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยสำคัญอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการขยายตัวของตลาดเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น เช่น การใช้ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) และของกรมวิชาการเกษตร ซึ่งทำให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์กับผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยได้สะดวกมากขึ้นมีผู้ประกอบการค้าปลีกเฉพาะทาง ที่มีนโยบายการตลาดเกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะ เช่น ร้านเลมอน ฟาร์มผู้ประกอบการค้าปลีกขนาดใหญ่ โดยเฉพาะโมเดิร์นเทรด ได้เริ่มเห็นแนวโน้มทิศทางของตลาดเกษตรอินทรีย์ จึงได้เริ่มนำสินค้าออร์แกนิกมาจำหน่าย เช่น Carrefour, Top, Emporium และ Siam Paragon กรีนเนท/มูลนิธิสายใยแผ่นดิน ประเมินการว่า ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2548 น่าจะมีมูลค่าราว 494.5 ล้านบาท

เกษตรกรในจังหวัดลำพูนที่ทำการเกษตรแบบยั่งยืน (เกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน เกษตรทฤษฎีใหม่ เกษตรปลอดภัย และวนเกษตร) ที่มีเพียงร้อยละ 0.20 เมื่อเทียบกับเกษตรกรทั้งหมดของจังหวัดลำพูนทั้งหมด ที่ผ่านมาได้มีการดำเนินโครงการวิจัยเพื่อท้องถิ่นหลายโครงการ โดยการสนับสนุนจากศูนย์ประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจังหวัดลำพูน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น ได้เกิดองค์ความรู้และข้อค้นพบต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะการดำเนินโครงการวิจัยในประเด็นหนี้สินของเกษตรกรที่ค้นพบว่า สาเหตุของการเกิดหนี้สินของเกษตรกรส่วนใหญ่มาจากการลงทุนด้านการเกษตร ที่เกิดจากค่าใช้จ่ายในการผลิตพืชเชิงเดี่ยวมีต้นทุนที่สูงขึ้นจากราคาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยเคมี และยาฆ่าแมลงที่นับวันจะมีราคาเพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาผลผลิตกลับลดลง การใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานานก็มีส่วนทำให้เกษตรกรหลายรายเกิดความเจ็บป่วย เกิดผลกระทบต่อผลผลิตที่ขาดการดูแลอย่างต่อเนื่อง การดำเนินโครงการวิจัยของเกษตรกรที่ได้มีการทบทวนบทเรียนการทำการเกษตรของตนเอง และร่วมกันหาทางออกด้วยการทำการเกษตรแบบผสมผสานแทนการทำเกษตรเชิงเดี่ยว ปรับเปลี่ยนวิถีการผลิตจากเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ พึ่งตนเองให้มากที่สุดเพื่อลดต้นทุนการผลิต ลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอกจนสามารถทำการผลิตแบบอินทรีย์ที่ได้ปฏิเสธการใช้สารเคมีอย่างสิ้นเชิง สามารถคัดค้านสารอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีอย่างได้ผล จนสามารถได้รับใบรับรองแปลงเกษตรกรรมมาตรฐาน จาก สมาคมมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ(มอน.) ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (IFOAM) สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand: มกท.) และสามารถนำผลผลิต เช่น ลำไย พืชผัก สมุนไพร ส่งตลาดทั้งภายในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและได้ราคาที่เป็นธรรม ส่งผลให้เกษตรกรหลายรายพ้นจากภาวะหนี้สินของตัวเองได้ จนนำไปสู่การเชื่อมโยงกับเครือข่ายเกษตรกรรมแบบ

ยั่งยืนทั้งในระดับจังหวัดและระดับภาครวมตัวกัน และได้ดำเนินการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในนาม “สมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน : Sustainable Agricultural Lamphun Network” โดยจุดเริ่มต้นของการรวมตัวเกษตรกรที่เกิดจากกลุ่มเกษตรกรจำนวน 4 กลุ่ม เมื่อปี 2554 จนถึงปัจจุบันมีกลุ่มเกษตรกรที่เป็นแหล่งเรียนรู้ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนทั้งหมดจำนวน 20 กลุ่ม/แหล่งเรียนรู้ มีผลผลิตที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในหลายระดับ เช่น ผลไม้อินทรีย์ ข้าวอินทรีย์ ข้าวกล้องอินทรีย์ ข้าวกล้องงอกอินทรีย์ พืชผักอินทรีย์ (ผักสลัด ผักพื้นบ้าน พืชผักอื่นๆ) สมุนไพรอินทรีย์ เป็นต้น ปัจจุบันเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน มีอยู่ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับเกษตรอินทรีย์เต็มรูปแบบ และระดับระยะการปรับเปลี่ยนเพื่อเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์เต็มรูปแบบ ซึ่งมีการจัดการระบบผลิตและการจัดการกลุ่มของสมาชิกในเครือข่าย โดยเครือข่ายมีการจัดการระบบผลิตและการจัดการกลุ่มของสมาชิกในเครือข่ายกระจายทั้ง 8 อำเภอในจังหวัดลำพูน

ทั้งนี้ สมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนได้มีการประชุมเครือข่ายเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2558 ได้มีการวิเคราะห์ร่วมกันเพิ่มเติมเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2559 ที่ผ่านมามีพบว่า เกษตรกรมีองค์ความรู้ด้านเกษตรกรรมยั่งยืน ผู้ผลิตมีความรู้ด้านการผลิตมีซึ่งมีงานวิจัยรองรับฐานข้อมูล ลดการฉีดยาฆ่าแมลง และมีการใช้เครื่องตัดหญ้าแทน การรับรู้ถึงพืชผักกับสารตกค้าง การมองเห็นถึงความสำคัญของการเกษตร เรื่องของความปลอดภัยมีมาตรฐานการผลิต มีสื่อ การประชาสัมพันธ์มีการรณรงค์มากขึ้น และคนลำพูนเริ่มเข้าใจถึงภัยของสารพิษและหันมาสนใจพืชอินทรีย์มากขึ้น มีความรู้เฉพาะด้านเกษตรกรรมยั่งยืน มีฐานผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ได้รับการยอมรับมาตรฐาน ผลผลิตมีความหลากหลาย สร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ มีกลุ่มองค์กรเครือข่าย มีกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจสินค้าอินทรีย์ การรวมกลุ่มของเกษตรกร มีเครือข่ายตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงระดับสากล และมีเวทีในการหารือ ส่งผลให้จังหวัดลำพูนมีโอกาสในการสนับสนุนด้านเกษตรเกษตรอินทรีย์ ตามกระแสการดูแลสุขภาพไปสู่ความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งสถาบันการศึกษา และ หน่วยงานวิชาการให้ความสนใจเรื่องเกษตรอินทรีย์ และ อันตรายจากสารเคมี

ปัจจุบันสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ยังพบว่ามีจุดอ่อนหลายประการที่ต้องพัฒนาและปรับปรุงคือ คนในพื้นที่ไม่ค่อยทำการผลิตเกษตรอินทรีย์ คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยให้ความสนใจทำให้ไม่มีคนหน้าใหม่เข้ามาและการสืบทอดแนวคิดการทำเกษตรอินทรีย์เป็นไปได้ยาก การเพิ่มเครือข่ายจำนวนสมาชิกมีน้อย ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคเนื่องจากยังไม่มีความรู้ด้านความพอเพียง การตลาดไม่ทั่วถึง ตลาดในท้องถิ่นมีน้อย ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์น้อยและไม่ต่อเนื่อง ปริมาณผลผลิตราคาผลผลิต ไม่แตกต่างจากพืชผักทั่วไป และยังพบอีกว่าอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมาคือ ด้านการพัฒนาเครือข่ายมีน้อย ขาดการประชุม ขาดการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างเข้มข้น การเชื่อมกับเครือข่ายอื่นๆ น้อย อีกทั้งเกษตรกรยังคงใช้สารเคมีเนื่องจากการทำเกษตรกรรมยั่งยืนเห็นผลช้า และการโฆษณาสารเคมีไม่มีการควบคุม ค่านิยมผู้บริโภคยึดติดกับการรับประทานพืชผักที่มีลักษณะสวยงาม ในด้านมาตรฐานอินทรีย์ใช้เวลาและความอดทนเนื่องจากมีขั้นตอนการได้มาซึ่งใบรับรองมาตรฐานยาก ปัญหาภัยธรรมชาติ สภาพอากาศเปลี่ยน ทำให้มีผลกระทบต่อการทำเกษตรอินทรีย์

ดังนั้นการดำเนินงานเพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบเครือข่ายทั้งหมดด้านการเกษตรกรรมยั่งยืนของจังหวัดลำพูน จึงต้องอาศัยหลักแนวทางการดำเนินงาน Thailand 4.0 ซึ่งเป็นโมเดลการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการพัฒนาเกษตรกรที่ทันสมัย (Smart Farmers) การยกระดับภาคเกษตรด้วยการขับเคลื่อนเกษตรกรที่ทันสมัย คือ เกษตรกรที่ใช้การตลาดนำการผลิต มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ รู้จักใช้การบริหารจัดการและเทคโนโลยี ทั้งในการผลิต การแปรรูป และบริการแปลงออกเป็นโมเดลธุรกิจทางการเกษตรสมัยใหม่ มีความเป็นผู้นำ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกและให้ความสำคัญกับความยั่งยืน การพัฒนาระบบนิเวศน์เพื่อการพัฒนา (Smart Farmers) ได้แก่ 1) การศึกษาและการฝึกอบรม คือการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติ การปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนของกรอบความคิด ทักษะ และพฤติกรรม 2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ประกอบไปด้วย กองทุนระหว่างการศึกษา กองทุนกู้ยืมเพื่อสมาร์ฟาร์มเมอร์ (ก.ย.ส.) และกองทุนระหว่างผู้ประกอบการอาชีพ ได้แก่ Risk Management และ Mitigation, Angel Fund และ Venture Capital Fund 3) ข้อมูลและระบบสารสนเทศทางการเกษตร (Big Data) ประกอบด้วย ศูนย์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของพื้นที่ผลิต ศูนย์ข้อมูลประมาณการผลผลิตสินค้าเกษตร ศูนย์ข้อมูลสถานะการตลาดและการค้า ศูนย์ข้อมูลบัญชีรายชื่อ Smart Farmers และผู้ประกอบการด้านต่างๆ ศูนย์ข้อมูลบัญชีรายชื่อหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่ให้บริการสนับสนุนข้อมูลขั้นตอนด้านต่างๆ ตลอดห่วงโซ่ และระบบบริหารจัดการความรู้ด้านการเกษตร 4) การเชื่อมโยงห่วงโซ่ผู้ผลิตสู่ห่วงโซ่ผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เช่น สายพันธุ์ เมล็ดพันธุ์ ช่วงการเพาะปลูก เช่น Feed Technology เครื่องจักรกลการเกษตรสำหรับเกษตรกรรายย่อย Precision Farming ทุนยนต์เพื่อการเกษตร ภาคเกษตรหลังการเก็บเกี่ยว เช่น ระบบการคัดคุณภาพ Food Processing Technology บรรจุภัณฑ์ ลอจิสติกส์ทั้งระบบ Cool Chain และ Cold Chain การเก็บรักษาและระบบการตรวจสอบย้อนกลับ Zero-Waste Technologies การตลาด เช่น E-Commerce และ 5) การพัฒนา Platform for Collaboration ประกอบด้วย พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการแบ่งปันข้อมูลและความรู้ พัฒนาระบบสหกรณ์แบบใหม่ที่เป็น Marketing Arms ให้กับเกษตรกรที่เป็น Smart Farmer และการพัฒนาคัลเลสเตอร์ พัฒนาระบบการเงินและบัญชีสหกรณ์ สนับสนุน Smart Farmer ให้เป็นผู้บริหารสหกรณ์ พัฒนากลไกโครงสร้างแบบ JA (Japan Agricultural Cooperative) Group (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

ธุรกิจที่เป็นทางเลือกของประชาชน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันลดความเหลื่อมล้ำ และส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น เครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม เครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ กลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่าสามพราน ตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop เครือข่ายคุณค่ายางพาราไทย 4 เครือข่ายคุณค่าข้าวหอมมะลิสหกรณ์ไทย โดยข้อสรุปได้ดำเนินการในรูปของศูนย์เรียนรู้ มีชีวิต (Living Learning Center) เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้สู่สาธารณะชน นอกจากนั้นยังมีศูนย์สารสนเทศสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์เป็นกลไกสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แก่ผู้สนใจในวงกว้าง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และวารสารคนสหกรณ์ ข้อค้นพบจากการวิจัยชี้ให้เห็น ช่องว่างในการพัฒนาประเทศระหว่างนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่มีต่อกลุ่มเป้าหมายเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. ขาดกลไกและระบบการจัดการเรียนรู้เพื่อสร้างสมรรถนะการแข่งขัน ที่สามารถเข้าถึง และสร้างความเข้าใจแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ให้ปรับเปลี่ยนทัศนคติ วิธีคิด ความรู้และ ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพอย่างชาญฉลาด มีอำนาจต่อรอง สามารถเชื่อมต่อตลาดได้อย่างเป็น ธรรมและเท่าเทียม และมีความเข้าใจในการสืบทอดอาชีพอย่างมั่นคงและก้าวไกล

2. ขาดสถาบันที่เข้มแข็ง ในการทำหน้าที่เป็นกลไกในการจัดการธุรกิจ เพื่อสร้างคุณค่าและ สร้างมูลค่าเพิ่มให้การประกอบอาชีพและการยกระดับการชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีแก่เกษตรกรและ ผู้ประกอบการรายย่อย

3. โครงสร้างการตลาด สำหรับปัจจัยการผลิตและผลผลิตทางการเกษตร ไม่เอื้อต่อเกษตรกร และผู้ประกอบการรายย่อย อันเนื่องมาจากนโยบายเดิม ข้อตกลงการค้าเสรี กฎหมาย และกฎระเบียบที่ เปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการทุนข้ามชาติรายใหญ่ ที่มีความสามารถในการลงทุนในเทคโนโลยีที่มีความ ได้เปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาความ เหลื่อมล้ำ

4. ขาดการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอาชีพและ การยกระดับสมรรถนะในการแข่งขันแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยอย่างเป็นรูปธรรมโดยพบว่า การแบ่งส่วนราชการและภารกิจของหน่วยงานรัฐ ในการส่งเสริมเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยยัง แยกกันระหว่างการส่งเสริมเทคโนโลยีการผลิต การส่งเสริมมาตรฐานการผลิต การส่งเสริมการตลาด ภายในประเทศและการตลาดต่างประเทศ ซึ่งเป็นช่องว่าง (Gaps) ในเชิงนโยบายและการปฏิบัติสู่การบรรลุ เป้าหมายของยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข และที่สำคัญการชี้วัดการดำเนินการกิจ ของหน่วยงานรัฐ ยังมุ่งเน้นไปที่ตัวเลขเชิงปริมาณ มิได้มองในเชิงคุณภาพ ตัวอย่างเช่น กรณี การส่งเสริม การทำนา GAP แก่เกษตรกร ในหน่วยงานส่วนใหญ่มีการบูรณาการความร่วมมือกันก็จริงแต่ไปเพิ่มเรื่อง จำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมเรื่อง GAP เพียง 3 วันแต่ไม่มีกลไกการติดตามส่งเสริม และให้ การรับรองมาตรฐานแก่เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรมสถานการณ์ดังกล่าวเป็นกรณีตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นการเกิด ช่องว่างระหว่างนโยบายและการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยนสู่การปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นประชาชนทั้งประเทศส่วนใหญ่ ยังไม่ตระหนักเห็นความสำคัญในเรื่อง การบริโภคอาหารปลอดภัย เพราะขาดการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากการบริโภคอาหาร ปนเปื้อนสารเคมีที่ส่งผลต่อสุขอนามัยและโรคภัยไข้เจ็บ ดังสถิติการตายของคนไทยด้วยโรคมะเร็งสูงเป็น อันดับหนึ่งในรอบ 30 ปี ซึ่งเป็นสัญญาณว่าสังคมไทยกำลังผจญกับความเสี่ยงด้านสารเคมีและมลพิษ และ พบว่าผู้ป่วยที่มี 5 สาเหตุจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลสูงขึ้นทุกปี ไม่น้อยกว่า ปี ละ 400,000 คน (อำพล จินดาวัฒนะ, 2551: 37) แต่พบว่าคนไทยส่วนใหญ่ยังคงบริโภคพืชผักผลไม้ โดยทั่วไปมากกว่า สินค้าอาหารปลอดภัย เนื่องจากมีราคาถูกกว่าและมีจำหน่ายในตลาดทั่วไปมากกว่า

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และจุดอ่อนของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูนที่ ต้องการพัฒนาให้มีคุณภาพและสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ กลุ่มเครือข่าย ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจมากขึ้น จึงมีแนวทางที่จะใช้เครื่องมืองานวิจัยเพื่อท้องถิ่นมาสร้างการเรียนรู้

ร่วมกันเพื่อทบทวนในการจัดการและพัฒนาระบบการทำเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่กระบวนการผลิต การพัฒนา
มาตรฐาน และที่สำคัญในด้านการพัฒนาตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน
จังหวัดลำพูนการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเป็นบทเรียนให้กับกลุ่มเครือข่ายและพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

คำถามวิจัย

1. ปัญหา และศักยภาพของเกษตรกร และสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัด
ลำพูน เป็นอย่างไร
2. การพัฒนาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัด
ลำพูนเป็นอย่างไร
3. แนวทางเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน
จังหวัดลำพูนเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน
จังหวัดลำพูน
2. เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัด
ลำพูน
3. เพื่อประเมินประเภทตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพเกษตรกรของ
สมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
4. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

พื้นที่ศึกษา

พื้นที่การศึกษา 8 อำเภอ ในจังหวัดลำพูน ได้แก่

- อ.เมืองลำพูน
- อ.ป่าซาง
- อ.บ้านธิ
- อ.แม่ทา
- อ.บ้านโฮ่ง
- อ.เวียงหนองล่อง
- อ.ทุ่งหัวช้าง
- อ.ลี้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เชิงงานวิจัย

1.1 องค์ความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์ของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

1.2 แนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน และแนวทางการเพิ่มมูลค่าการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในแบบที่ผู้บริโภคยอมรับ

1.3 แนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

2. เชิงพัฒนา

2.1 รูปแบบการสื่อสารทางสังคมของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

2.2 เกษตรกร และสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนมีการพัฒนาการทำเกษตรอินทรีย์ ที่มีมาตรฐานการรับรอง เกิดแบรนด์หรือตราสัญลักษณ์ที่เป็นตัวแสดงถึงความเป็นมาตรฐานของผลผลิตด้านเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ที่มีกระบวนการ ขั้นตอนที่สามารถบ่งบอกถึงคุณภาพเกิดเป็นเกณฑ์มาตรฐานการรับรองคุณภาพที่เป็นที่ยอมรับ

2.3 เกิดรูปแบบของการจัดการตลาดที่หลากหลาย ของเกษตรกรและสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ผู้ประกอบการและผู้บริโภคทุกระดับ สามารถเข้าถึงได้

2.4 เกิดรูปแบบการสื่อสารภายในและภายนอกกลุ่มสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน โดยนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกและนำไปสู่การตัดสินใจ การติดตามงาน การแก้ไขงาน

2.5 สมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น และมีหน่วยงานองค์กรให้การสนับสนุนเกิดแนวทางการจัดทำแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่จังหวัดลำพูน

การให้ความหมายคำสำคัญๆ ของโครงการวิจัย

เครือข่ายฯ หมายถึง สมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

เกษตรอินทรีย์ หมายถึง การทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ บนพื้นที่การเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้างและหลีกเลี่ยงจากการปนเปื้อนของสารเคมีทางดิน ทางน้ำ และทางอากาศเพื่อส่งเสริมความอุดมสมบูรณ์ของดิน ความหลากหลายทางชีวภาพ ในระบบนิเวศน์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมให้กลับคืนสู่สมดุลธรรมชาติโดยไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์หรือสิ่งที่ได้มาจากการตัดต่อ

รูปแบบการตลาด 4.0 หมายถึง ยุค “Marketing Evolution for People” หรือที่เรียกว่า “ยุคแห่งวิวัฒนาการตลาดเพื่อปวงชน” เป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทางด้านการตลาดอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน และ ผู้บริโภคมีบทบาทสำคัญยิ่งกว่ายุคใดๆ ที่ผ่านมา โดยมีเทรนด์เด่นๆ 3 ด้านด้วยกัน คือ ด้านผู้บริโภค ด้านเทคโนโลยีและข้อมูล และด้านการสื่อสาร

บทที่ 2

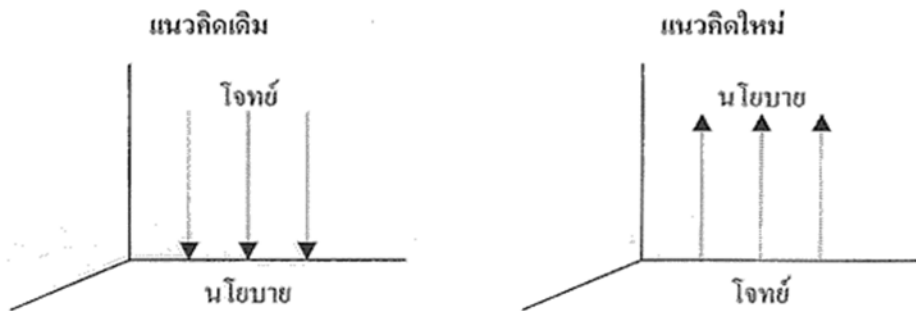
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัย การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยังยืน จังหวัดลำพูน ครั้งนี้ ทีมวิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย โดยมีประเด็นสำคัญในการศึกษา 7 ประเด็น สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. แนวคิดงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น
2. รูปแบบตลาดอินทรีย์
3. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
5. ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์
6. เกษตรอินทรีย์ต่างประเทศ
7. เกษตรอินทรีย์ไทย
8. บริบทของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยังยืนจังหวัดลำพูน
9. แนวทางการศึกษาหรือกรอบการศึกษาค้นคว้าวิจัย

1. แนวคิดงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จึงพยายามสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ในการสนับสนุนงานวิจัย คือ “ไม่ว่าเรื่องอะไรก็ตาม ที่จะทำวิจัย โจทย์ควรมาจากชุมชนท้องถิ่นแล้วก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในชุมชน ทำให้คนในชุมชน ได้เรียนรู้และเก่งขึ้น” บนฐานคิดตามความหมาย การวิจัยของ ศาสตราจารย์เฮนรี่ จามริกที่ได้กล่าวไว้ว่า “วิจัยที่แท้จริงนั้น จะต้องเป็นการวิจัยที่หมายความถึงการแสวงคำตอบที่เป็นระบบเปิด .. และเรื่องของการพัฒนาจะต้องตั้งโจทย์ที่เป็นระบบเปิด เพราะฉะนั้น นอกจากเข้าใจปัญหาและมองแนวทางในการแก้ปัญหา ... เราก็มียุทธศาสตร์ ในการวิจัยนั้นซึ่งได้ชี้ช่องทางให้เราเห็นถึง .. แนวทางการพัฒนา หมายความว่า เป็นการพัฒนาต่อไป ... เป็นการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ขึ้นอยู่กับศักยภาพของท้องถิ่นโดยเฉพาะ ... การทำงานวิจัยในรูปแบบนี้ .. เราจะต้องมองเงื่อนไข ศักยภาพ เพื่อที่จะให้ท้องถิ่นสามารถพัฒนาตัวเองต่อไปได้” ท้ายที่สุดแล้ว เมื่อมีงานวิจัยมีข้อมูลและประสบการณ์จากหลายๆ พื้นที่ หลายๆ ชุมชนทั่วประเทศเพียงพอ ก็คาดว่าจะสามารถนำไปสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ เพื่อผลักดันสู่การเปลี่ยนแปลงนโยบายในระดับภาค ระดับประเทศ ทำให้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นคลี่คลายในที่สุด



- รูปแบบการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น
- การวิจัยเพื่อท้องถิ่นสามารถดำเนินการได้ 2 ลักษณะใหญ่ๆ ดังนี้

1. การวิจัยแบบเต็มรูปแบบ (PAR)

เป็นงานวิจัยที่มีลักษณะสมบูรณ์แบบตามแนวความคิดการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ทั้งในเชิงเนื้อหา และในเชิงกระบวนการภายใต้หลักการว่า “เป็นปัญหาของชาวบ้าน ชาวบ้านเป็นทีมวิจัยและมีปฏิบัติการเพื่อแก้ปัญหา” กล่าวคือ มีการสร้างความรู้ จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชุมชนสั่งสมมา และจากบทเรียนการทำงาน of ท้องถิ่นในอดีตเพื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการทดลอง แก้ปัญหาของตนเอง ทั้งระดับบุคคล ครอบครัวกลุ่มคน ชุมชน ท้องถิ่น และระดับเครือข่าย ผ่านการวางแผน ดำเนินการ ติดตามประเมิน สรุปผล และรับผิดชอบร่วมกันของชุมชน โดยใช้ระยะเวลาดำเนินการไม่เกิน 2 ปีงานวิจัยแบบนี้มี 2 ลักษณะ กล่าวคือ

1.1 การวิจัยที่เน้นกระบวนการแก้ปัญหาสังคมในทุกประเด็น

เป็นการศึกษาในเชิงกระบวนการเคลื่อนไหว ของชุมชนท้องถิ่น ในบริบทหนึ่งๆ ต่อการแก้ปัญหาต่างๆที่ชุมชนท้องถิ่น ร่วมกันดำเนินการ ได้แก่ ชุมชนกับการจัดการปัญหาต่างๆที่ชุมชนท้องถิ่น ร่วมกันดำเนินการ ได้แก่ ชุมชนกับการจัดการปัญหาต่างๆ การรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายปัญหาหรืออาชีพ การเรียนรู้และการศึกษาทางเลือกซึ่งสามารถใช้เกณฑ์การสนับสนุนตามปกติ ของ สกว.ภาค ที่มีอยู่แล้ว

1.2 การวิจัยที่เน้นการทดลองเปรียบเทียบและทดสอบปัจจัยต่างๆ

เป็นการศึกษาเพื่อที่จะทดลองทดสอบทางเลือกจากหลายๆ ทางเลือก เพื่อที่จะหาทางเลือกที่มีประสิทธิภาพคุ้มค่าและคุ้มค่าที่สุดของชุมชน โดยเน้นการพึ่งตนเองเป็นหลัก ได้แก่การทดลองปัจจัยต่างๆ ในการผลิต การแปรรูป และการตลาด โดยเน้นทางเลือกอาชีพเป็นหลักโดยพัฒนาเกณฑ์การสนับสนุน ที่เหมาะสมกับแต่ละประเด็น ที่ต้องการทดลองเงื่อนไขของแต่ละท้องถิ่น และกลุ่มชาติพันธุ์

2. การวิจัยทางเลือกใหม่เพื่อท้องถิ่น

เป็นงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นรูปแบบใหม่ที่พัฒนามาจากแบบแรก เพื่อให้เหมาะสม กับความต้องการ และสอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น และกลุ่มคนซึ่งหลากหลายระดับ หรือเพื่อให้ท้องถิ่น

สามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสม เป็นการเริ่มต้นทดลอง ทำงานวิจัยอย่างง่าย ๆ โดยใช้ระยะเวลาดำเนินการไม่มากนัก ประมาณ 3 – 6 เดือน หรือไม่เกิน 1 ปี มีหลายทางเลือกดังนี้

2.1 การวิจัยเบื้องต้น เป็นกระบวนการพัฒนาโจทย์วิจัย และการรวบรวมความรู้ รวมถึงการเตรียมชุมชนเตรียมทีมวิจัยชาวบ้าน เพื่อวางแผน และแก้ปัญหาในเบื้องต้น หรือพัฒนาไปสู่งานวิจัยเต็มรูปแบบต่อไป เช่น การถอดความรู้จากงานพัฒนาในอดีตที่สำเร็จมาแล้วการรวบรวมข้อมูลความรู้เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนา เป็นต้น

2.2 การวิจัยที่เน้นการถอดความรู้และรวบรวมองค์ความรู้ จากการทำงานพัฒนาของชุมชน เป็นเรื่องที่ชุมชนอยากรู้ อยากรวบรวมความรู้ของตนเอง และชุมชนร่วมกันทำงานวิจัยโดยไม่ได้มุ่งแก้ปัญหาชุมชนมากนัก เช่นการวิจัยเพื่อรวบรวมความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และประชาชนชาวบ้านการศึกษารวบรวมความรู้ ประเพณี 12 เดือนการศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เป็นต้น

2.3 การวิจัยเชิงความร่วมมือเป็นการสนับสนุน การสร้างความรู้ ร่วมกับหน่วยงาน หรือภาคีอื่นๆเพื่อให้เกิดความร่วมมือ ในการทำงานเพื่อชุมชนท้องถิ่น เป็นความร่วมมือทั้งในแง่การมีเป้าหมายเพื่อท้องถิ่น ความร่วมมือของคนหรือทีมงาน การสนับสนุนปัจจัยและทุนดำเนินการร่วมกัน งานวิจัยลักษณะนี้ จะมุ่งสร้างวิธีการทำงานที่เป็นทางเลือกใหม่ ของภาคีภายนอก ร่วมกับคนท้องถิ่น ต่อการพัฒนาและแก้ปัญหาท้องถิ่น โดยมุ่งสร้างสิ่งต่อไปนี้ เช่นการสร้างกลไกความร่วมมือการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่นการสร้างเครื่องมือ/ตัวชี้วัดการพัฒนาและการแก้ปัญหาท้องถิ่นการประเมินผลการทำงานร่วม การเชื่อมความรู้ระหว่างหน่วยงาน เป็นต้น

ทั้งนี้การวิจัยทางเลือกใหม่ทั้งสามลักษณะ เป็นการทำวิจัยในเบื้องต้น เพื่อพัฒนาความพร้อมของประเด็นศึกษา หรือกลุ่มคน โดยคาดหวังว่า จะนำไปสู่การทำวิจัยแบบเต็มรูปแบบต่อไป

2. รูปแบบตลาดอินทรีย์

การตลาดผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์สามารถจำแนกได้เป็น 4 รูปแบบดังนี้

1. การตลาดระบบสมาชิก เป็นรูปแบบการตลาดที่เก่าแก่ที่สุดของขบวนการเกษตรอินทรีย์ที่เชื่อมต่อโดยตรงระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภค เช่น ระบบ TEIKEI ในประเทศญี่ปุ่น หรือระบบ Community Support Agriculture (CSA) และระบบ BOX ในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ระบบตลาดนี้มีหลักการพื้นฐานว่า ผู้บริโภคตกลงกับเกษตรกรผู้ผลิต ในการซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตได้ตามฤดูกาล โดยผู้บริโภคจะชำระเงินล่วงหน้าให้กับเกษตรกร หลังจากเก็บเกี่ยว ผลผลิตจะถูกจัดส่งไป ณ จุดกระจายย่อยตามที่ตกลง แล้วสมาชิกผู้บริโภคที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงจะเป็นผู้มารับผลผลิตด้วยตนเอง การตลาดระบบนี้ เกษตรกรจะมีหลักประกันทาง เศรษฐกิจ และมีโอกาสในการสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภค ส่วนผู้บริโภคเองก็สามารถไป เยี่ยมเยือนฟาร์มเกษตรกร เพื่อดูการผลิต หรือช่วยเกษตรกรทำงานในฟาร์มก็ได้ การตลาดในระบบนี้มีผลดี ในแง่ของความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตและ ผู้บริโภค แต่ข้อจำกัดก็คือ เกษตรกรต้องมีฟาร์มที่อยู่ไม่ห่างจากเมืองใหญ่มากนัก และจำเป็นต้องมีรถยนต์สำหรับใช้ในการขนส่งเอง นอกจากนี้การตลาดระบบสมาชิกใช้ได้กับฟาร์มที่ปลูกผักเกษตรอินทรีย์เป็นหลัก (แต่ก็อาจ

มีผลผลิตอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น ข้าว ไม้ผล ไข่ไก่) ในขณะที่เกษตรกรอินทรีย์ที่ผลิตข้าว ธัญพืช หรืออาหารแปรรูป จะไม่สามารถใช้การตลาดในระบบนี้ได้ ในประเทศไทย มีกลุ่มผู้ผลิต "ชมรมผู้ผลิตเกษตรกรอินทรีย์สุพรรณบุรี" ที่ดำเนินการตลาดในแนวทางนี้อยู่ในปัจจุบัน

2. ตลาดนัด ตลาดนัดส่วนใหญ่จะอยู่ในท้องถิ่นหรือหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด โดยส่วนใหญ่มักจัดในสถานที่ที่มีผู้บริโภคอยู่หนาแน่น เช่น โรงพยาบาล ในเขตสถานที่ราชการ หรืออาจเป็นที่ว่าง ที่ผู้บริโภคสะดวกในการมาหาซื้อผลผลิต ตลาดนัดนี้มักจะเปิดเฉพาะวันที่แน่นอน แต่ไม่เปิดทุกวัน เช่น ทุกวันศุกร์ หรือวันเสาร์ โดยมากจะเปิดขายเพียงครั้งวัน หรืออาจนานทั้งวันเลยก็ได้ โดยผู้ผลิตต้องมีมาจากหลากหลายกลุ่ม เพื่อจะได้มีผลผลิตที่หลากหลายมาจำหน่ายตลาดนัดเกษตรกรอินทรีย์ในประเทศไทยที่น่าสนใจ คือ ที่ "กาดนัดเกษตรกรอินทรีย์" ที่ตลาดเจจิง จังหวัดเชียงใหม่

3. การตลาดช่องทางเฉพาะ เป็นการตลาดที่ดำเนินการโดยผู้ประกอบการที่มีนโยบายในด้านเกษตรกรอินทรีย์ อาหารสุขภาพและผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน สามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม หรือซูเปอร์มาร์เก็ตเกษตรกรอินทรีย์ การตลาดในลักษณะนี้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่าการตลาดระบบสมาชิก และมีผลผลิตที่หลากหลายจากเกษตรกรที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเฉพาะทาง รวมทั้งอาจมีการแปรรูป ผลิตภัณฑ์แบบง่ายๆ มากกว่าด้วยตัวอย่างของการตลาดเฉพาะทางในประเทศไทย คือ ร้านเลมอนฟาร์ม, ร้านโทสบาย เป็นต้น

4. การตลาดทั่วไป ในหลายประเทศที่ตลาดเกษตรกรอินทรีย์ได้พัฒนาไประดับหนึ่ง จะพบว่าช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรกรอินทรีย์จะขยายไปสู่ระบบตลาดทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโมเดิร์นเทรดที่เป็นซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ที่เป็นเช่นนี้เพราะ เมื่อความต้องการผลิตภัณฑ์เริ่มขยายตัวชัดเจน ผู้ประกอบการค้าปลีกในตลาดทั่วไปย่อมเห็นโอกาสในทางการค้า และปรับตัวเพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาด และสร้างภาพพจน์ให้กับหน่วยงานของตน การเข้ามาของตลาดประเภทนี้จะทำให้เกิดการแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะการริเริ่มหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทั้งจากภายในประเทศหรือต่างประเทศ รวมไปถึงการแข่งขันทางราคาด้วย

3. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

3.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้ในการค้นหาวิธีการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าสิ่งนั้นจะสนองความต้องการของตัวผู้บริโภคเอง (Schiffman and Kanuk. 1994: 5) หรือหมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk. 1987) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้

เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

แองเจิล, คอลแลต และแบลคเวลล์ (Engel, Kollat and Blackwell. 1968: 5) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

การศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคต้องมีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

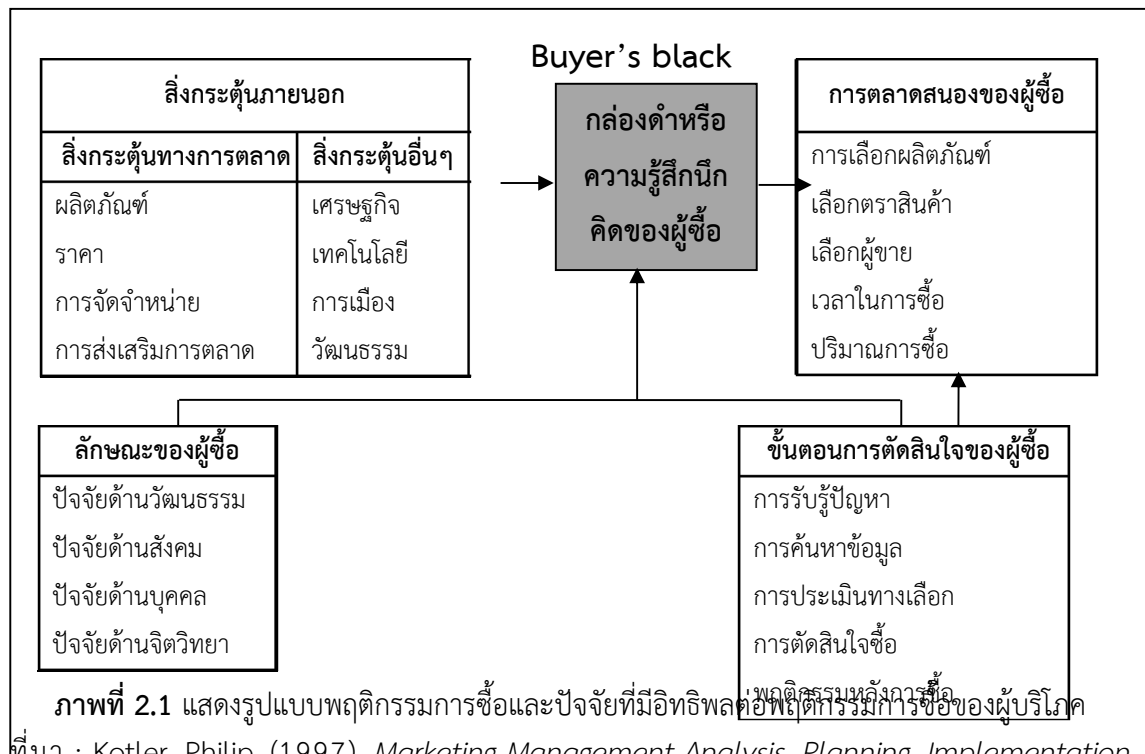
คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO? WHAT? WHY? WHO? WHEN? WHERE? และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ

ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อทราบลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ ซึ่งเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการซื้อ
- 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อต้องการได้ จากผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกี่ยวกับคุณสมบัติหรือประโยชน์ของสิ่งนั้น
- 3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) วัตถุประสงค์ในการซื้อของผู้บริโภคว่าจะซื้อเพื่ออะไร เช่น ซื้อตามญาติหรือเพื่อนฯ
- 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) บทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้
- 5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) โอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงวันใด ของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน
- 6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) ช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ร้านสะดวกซื้อ
- 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก ตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

3.2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของ ผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision)



ที่มา : Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*. P.172. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster Company.

จากภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่าจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกายของคนและสิ่งกระตุ้นจากภายนอกนั้นการตลาดจะต้องสนใจ และจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจให้เกิดความต้องการที่จะซื้อสินค้าซึ่งอาจใช้เหตุจูงใจด้านการใช้เหตุผล หรือด้านจิตวิทยา (อารมณ์) ก็ได้ สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุม และต้องจัดให้มีเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบให้ตัวผลิตภัณฑ์ มีสวยงามเพื่อกระตุ้น ความ ต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น มีการโฆษณา สัมภาษณ์การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การ ซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic)

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and political)

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

1.3 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อนั้นมีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่างๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

1.4 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Buyer decision process) ประกอบด้วย ขั้นตอนการรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้ซื้อเอง และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3. การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น เลือกผลิตภัณฑ์อาหารเข้า มีทางเลือกคือ นม ขนมหั้ว

3.2 การเลือกตราสินค้า เช่น ถ้าผู้บริโภคเลือกนมสดกล่อง จะเลือกยี่ห้อเมจิ

3.3 การเลือกผู้ขาย เช่น ผู้บริโภคเลือกห้างสรรพสินค้าใดหรือร้านค้าใกล้บ้านร้านใด

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาในการซื้อนมสดกล่อง

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ เช่น ผู้บริโภคจะเลือกที่จะซื้อหนึ่งกล่อง หรือหนึ่งโหล

3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาด คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อ และความรู้สึกนึก

คิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์อย่างมากสำหรับนักการตลาด คือทราบความต้องการ และลักษณะของผู้บริโภค เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

วัฒนธรรม				
วัฒนธรรม	สังคม	บุคคล	จิตวิทยา	ผู้บริโภค
วัฒนธรรมย่อย (Subculture)	กลุ่มอ้างอิง (Reference)	อายุและวงจรชีวิต	การรับรู้	
ชนชั้นทางสังคม (Social Class)	ครอบครัว (Family)	อาชีพ	การเรียนรู้	
	บทบาทและสถานะ (Role & Statuses)	ปัจจัยทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ การมองตนเอง	ความเชื่อและทัศนคติ	

ภาพที่ 2.2 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่มา : Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management: analysis, planning, implementation, and control*. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster company.

จากภาพที่ 2.2 แสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค 4 ประการได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยาโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture factor)

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมเป็นสัญลักษณ์ และเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยมนุษย์ได้ให้การยอมรับและถูกถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนด และควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง (Stanton and Futrell, 1987) ค่านิยมในวัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องคำนึงถึงเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมนั้นๆ และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น ไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด ตัวอย่าง การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในสังคมไทย

- สตรีมีบทบาทในสังคมมากขึ้น เช่น บทบาททางการเมือง และทำงานมากขึ้น และมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้น

- มนุษย์คำนึงถึงคุณภาพชีวิต
- บุคคลมีความห่วงใยในสุขภาพของตนเอง
- มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่อยู่อาศัย
- ทศนคติต่อเรื่องเพศเปลี่ยนแปลง
- บุคคลต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น
- บุคคลต้องการความเพลิดเพลินและพักผ่อนเนื่องจากการทำงานหนัก

ในปัจจุบันด้านวัฒนธรรมนี้ นักการตลาดต้องศึกษาถึงค่านิยมในวัฒนธรรม (Cultural value) ซึ่งหมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในสังคมประกอบด้วย

- ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคม (People's views of themselves)
- ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อสังคมอื่น (People's views of others)
- ค่านิยมของบุคคลที่มีต่อองค์การ (People's views of organization)
- ค่านิยมของบุคคลต่อสังคม (People's views of society)
- ค่านิยมของบุคคลต่อธรรมชาติ (People's views of nature)
- ค่านิยมของบุคคลต่อมวลมนุษยชาติ (People's views universe)

นักการตลาดต้องศึกษาเกี่ยวกับค่านิยมในวัฒนธรรมต่างๆ แล้วกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่นำไปใช้มากคือ กลยุทธ์การโฆษณา

วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลในสังคม ยกตัวอย่างเช่น ลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

2. วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึง วัฒนธรรมภายในกลุ่มของแต่ละกลุ่มโดยมีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ภายในสังคมขนาดใหญ่และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ ลักษณะวัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย

2.1 กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality groups) ได้แก่ ไทย, จีน, อังกฤษ, อเมริกัน เป็นต้น แต่ละเชื้อชาติมีการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน

2.2 กลุ่มศาสนา (Religious groups) กลุ่มศาสนาต่างๆ ได้แก่ ชาวพุทธ ชาวคริสต์ ชาวอิสลาม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีประเพณีและข้อห้ามที่แตกต่างกัน จึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภค

2.3 กลุ่มสีผิว (Racial groups) กลุ่มสีผิวต่าง ๆ เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง แต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกัน

2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical areas) หรือท้องถิ่น (Region) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ทำให้เกิดลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกัน

2.5 กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มผู้ใช้แรงงาน กลุ่มเจ้าของกิจการ กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มพนักงาน กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มวิชาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ นักกฎหมาย ครู

2.6 กลุ่มย่อยด้านอายุ (Age) เช่น เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่วัยทำงาน และผู้สูงอายุ

2.7 กลุ่มย่อยทางเพศ (Sex) ได้แก่ เพศหญิง และเพศชาย

3. ชั้นของสังคม (Social Class)

ชั้นสังคมเป็นลำดับขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน และบุคคลสามารถเปลี่ยนชั้นของสังคมให้สูงขึ้น หรือต่ำลงได้ โดยลักษณะชั้นของสังคมสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับและเป็นกลุ่มย่อยได้ 6 ระดับนักการตลาดพบว่า ชั้นของสังคมมีประโยชน์มากสำหรับการแบ่งส่วนตลาดสินค้า การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ การโฆษณา การให้บริการ และกิจการทางการตลาดต่างๆ แต่ละชั้นของสังคมจะแสดงความแตกต่างกันในด้านการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ และการบริโภคผลิตภัณฑ์

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social factor)

ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับโดยกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง

กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

2.1.1 กลุ่มปฐมภูมิ (Primary groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน

2.1.2 กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำภายในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพ และร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิง จะมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่มทางด้านพฤติกรรม และการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติ และแนวความคิดของบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นต่างจากกลุ่มอิทธิพล นักการตลาดจึงสมควรที่จะต้องทราบว่า กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างไร เช่น การเผยแพร่ศาสนาคริสต์แก่กลุ่มวัยรุ่นจะใช้นักร้องชั้นนำของไทยที่วัยรุ่นชื่นชอบมาร้องเพลงเผยแพร่ศาสนา

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลภายในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้จึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว ดังนั้นการขายสินค้าอุปโภคบริโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรปซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลากหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัวกลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาท และสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิดีโอของครอบครัวหนึ่ง จะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิด ผู้มีอิทธิพลซื้อ ผู้ตัดสินใจซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors)

ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนในด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุ วงจรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล ดังนี้

3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 15 ปี, 16-30 ปี, 31-45 ปี, 46-60 ปี และ 60 ปีขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น และรายการพักผ่อนหย่อนใจ

3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความต้องการทัศนคติและค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วยขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคแตกต่างกันที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพต่างๆของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มข้าราชการจะต้องการรถยนต์ของประเทศญี่ปุ่นที่ประหยัดน้ำมันและราคาพอสมควร ในขณะที่นักธุรกิจจะต้องการรถยนต์จากประเทศแถบยุโรปที่ดูหรูหรามีระดับและราคาแพง เป็นต้น ดังนั้นนักการตลาดจะต้องศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใดเพื่อที่จะนำมาจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

3.4 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic circumstances) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออม และอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้คนมีรายได้ลดลง กิจกรรมจะต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลัง รวมถึงวิธีการต่างๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินหมุนเวียน

3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

3.6 ค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และ รูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ค่านิยม หรือคุณค่า (Value) หมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคล หรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึงอัตราส่วนของผลประโยชน์ที่รับรู้ต่อราคาสินค้า ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิตในโลก โดยแสดงออกในรูป กิจกรรม (Activities), ความสนใจ (Interests), ความคิดเห็น (Opinions) หรือ AIOs

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factor)

ปัจจัยทางจิตวิทยาการเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายใน

ประกอบด้วยการตั้งใจ, การรับรู้, การเรียนรู้, ความเชื่อถือ, ทศนคติ, บุคลิกภาพ, แนวความคิดของตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 138 - 144)

4.1 การตั้งใจ (Motivation) หมายถึง พลังที่มีอยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคล ปฏิบัติ (Stanton and Futrell, 1987, p. 649) การตั้งใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจาก ปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม สังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้กระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้ (Perception) การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกจัดประเภท ตีความ และรับรู้ข้อมูลหรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่ได้พบเห็นหรือได้รับเมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นจากประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ไม่ว่าจะเป็นการได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น การสัมผัส หรือได้ลิ้มรสก็ตาม ผู้บริโภคแต่ละคนจะเกิดการรับรู้ และตีความข้อมูลด้วยความรู้สึกส่วนตัวของคนที่มีต่อลักษณะทางกายภาพของสิ่งเร้าความสัมพันธ์ของสิ่งเร้า กับสิ่งแวดล้อม และเงื่อนไขของแต่ละบุคคล

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและความโน้มเอียง ของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น และ จะเกิดการตอบสนอง ซึ่งก็คือ ทฤษฎี สิ่งกระตุ้น และการตอบสนอง นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก หรือจัดการส่งเสริมการขาย (สิ่งกระตุ้น) เพื่อให้บุคคล เกิดการตัดสินใจ ซื้อและใช้สินค้าเป็นประจำ (การตอบสนอง) การเรียนรู้เกิดจากอิทธิพลหลายอย่าง เช่น ทศนคติ ความ เชื่อถือ และประสบการณ์ในอดีตอย่างไรก็ตามสิ่งกระตุ้นนั้น จะมีอิทธิพลที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ต้องมี คุณค่าในสายตาลูกค้า เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยแจกของตัวอย่าง จะมีอิทธิพลทำให้เกิด การเรียนรู้ คือ การทดลองใช้ได้ดีกว่าการจัดกิจกรรมการแถม เพราะการแถมนั้นลูกค้าต้องเสียเงินเพื่อซื้อ สินค้า ถ้าลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ก็จะไม่เกิดการทดลองใช้สินค้าที่แถม

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก ประสบการณ์ในอดีต เช่น

4.5 ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินระดับความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ของบุคคลในเรื่องความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 1997, p. 188) หรือหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่จะมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Stanton and Futrell, 1987, p. 126) ทศนคติเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อความเชื่อ และความเชื่อก็มีอิทธิพล ต่อทศนคติ จากการศึกษาพบว่าทศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กันนักการ ตลาดจึงต้องศึกษาว่าทศนคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไร และเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดทศนคติ เกิดจาก ข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือเกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตที่เกี่ยวกับตัวของสินค้า หรือความนึก คิด และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน ดารา เป็นต้น ถ้านักการตลาดต้องการ ให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของเขา นักการตลาดมีทางเลือก คือ

4.5.1 สร้างทศนคติของผู้บริโภคให้สอดคล้องกับสินค้าของธุรกิจ

4.5.2 พิจารณาว่าทศนคติของผู้บริโภคเป็นอย่างไร แล้วจึงทำการพัฒนาสินค้าให้ สอดคล้อง กับทศนคติของผู้บริโภค โดยทั่วไปการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับทศนคติ ทำได้ง่ายกว่าการ

เปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในสินค้า เพราะต้องใช้เวลาและใช้เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร จึงจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลได้ นักการตลาดต้องยึดหลักองค์ประกอบของการเกิดทัศนคติ ซึ่งมี 3 ส่วน คือ

- ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) ประกอบด้วยความรู้หรือความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค
- ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ซึ่งอาจเป็นความพอใจและไม่พอใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- ส่วนของพฤติกรรม (Behavior component) หมายถึง แนวโน้มของการกระทำของบุคคลที่เกิดขึ้นจากทัศนคติ หรือเป็นการกำหนดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้า เช่น กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการแลกซื้อตามที่เสนอเงื่อนไข

4.6 บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยา ที่แตกต่างกันของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มเหมือนเดิม และสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจของ ฟรอยด์ (Freud's theory of motivation) มีข้อสมมติว่า อิทธิพลด้านจิตวิทยา ซึ่งกำหนดพฤติกรรมมนุษย์แรงจูงใจ (Motives) และบุคลิกภาพ (Personality) ส่วนใหญ่เป็นส่วนที่อยู่ภายในจิตใต้สำนึก (Unconscious) ซึ่งเป็นตัวที่กำหนดบุคลิกภาพ ได้แก่ อิด (Id) อีโก้ (Ego) ซูเปอร์อีโก้ (Superego) ทฤษฎีนี้ได้นำไปใช้ในการกำหนดบุคลิกภาพของผู้บริโภคด้วย ฟรอยด์พบว่าบุคลิกภาพของมนุษย์และพฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยความนึกคิดพื้นฐาน ทั้ง 3 ระดับนี้

4.7 แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่น (สังคม) มีความคิดเห็นต่อตนอย่างไร มี 4 กรณี ดังนี้

4.7.1 แนวคิดของตนเองที่แท้จริง (Real self) หมายถึง ความคิดที่บุคคลมองตนเองที่แท้จริง

4.7.2 แนวคิดของตนเองในอุดมคติ (Ideal self) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลใฝ่ฝันอยากให้เป็นเช่นนั้น บุคคลจึงมักทำพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความคิดในอุดมคติ

4.7.3 แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) มองตนเองที่แท้จริง (Real other) หมายความว่า บุคคลนึกเห็นภาพลักษณ์ว่าบุคคลอื่นมองตนเองที่แท้จริงว่าเป็นอย่างไร

4.7.4 แนวคิดของตนเองที่ต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดเกี่ยวกับตนเองในอุดมคติ (Ideal other) หมายถึง การที่บุคคลต้องการให้บุคคลอื่น (สังคม) คิดถึงเขาในแง่ใด ดังนั้น นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้อ คือ ปัจจัยภายนอก อันเป็นผลมาจาก ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายใน รวมทั้งลักษณะส่วนบุคคลปัจจัยเหล่านี้มีประโยชน์ต่อการพิจารณาลักษณะความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อตัวผลิตภัณฑ์ โดยจะนำไปใช้ในการปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจในด้านราคา การจัดช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์, ฟิลลิป (2546: 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจกิจการผสมผสานเครื่องมือที่มีเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าเป็น “4 P’s” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หรือ Marketing Mix นั้น หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย เพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

4.1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านการให้บริการ ซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P’s ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1) **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2) **ด้านราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบคุณค่าของบริการกับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอการบริการให้ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง และช่องทางในการนำเสนอการบริการ

4) **ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

4.2 STP Marketing

STP Strategy หรือ STP คือ กลยุทธ์ในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย ย่อมาจาก Segmentation, Targeting, และ Positioning

STP Marketing เป็นสิ่งที่ควรเลือกก่อนที่จะทำกลยุทธ์การตลาดอื่นๆ เพราะ STP จะเป็นตัวที่กำหนดทิศทางกลยุทธ์อื่นๆของแบรนด์เรา เพื่อที่จะช่วยให้เราสามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างถูกต้องทาง

ประโยชน์หลักๆ จาก STP คือ เมื่อเราต้องการจะทำ Promotion เราจำเป็นต้องรู้ก่อนว่าลูกค้าเราเป็นกลุ่มไหน เราถึงจะทำ Promotion ให้ถูกใจลูกค้าของเราได้

STP มาภาษาอังกฤษ 3 คำ ได้แก่ Segmentation การแบ่งส่วนการตลาด Target การเลือกเป้าหมาย และ Positioning กำหนดจุดยืนของแบรนด์

Segmentation คือ การแบ่งส่วนการตลาดสามารถแบ่งได้จาก

- Demographic (ประชากรศาสตร์) แบ่งด้วย อายุ เพศ การศึกษา รายได้ สถานภาพ ตัวอย่างเช่น เพศชาย
- Psychological (จิตวิทยา) แบ่งด้วย บุคลิก ความชอบ Lifestyle ตัวอย่างเช่น Lifestyle ชอบออกกำลังกาย รักสุขภาพ
- Geographic (ภูมิศาสตร์) แบ่งด้วยภูมิศาสตร์ด้านต่างๆ เช่น ภูมิภาค จังหวัด สภาพอากาศ ในเมือง-นอกเมือง ตัวอย่างเช่น อยู่ในภาคกลาง
- Behavioral (พฤติกรรมศาสตร์) แบ่งด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ความถี่ในการซื้อ จำนวนที่ใช้แต่ละครั้ง ตัวอย่างเช่น ซื้อ 1 ครั้งต่อสัปดาห์

เราจะแบ่ง Segmentation ด้วยวิธีเดียวหรือหลายวิธีร่วมกันก็ได้ เช่น แบ่งด้วย เพศ ภูมิภาค และ Lifestyle

Targeting คือ การเลือกกลุ่มเป้าหมาย ว่าเราจะจับลูกค้ากลุ่มไหน (จะขายใคร)

- Mass Market เลือกตลาดใหญ่ที่ครอบคลุมทุก Segment (ต้องเป็นบริษัทใหญ่น้อยถึงจะทำแบบนี้ได้)
- Segment Market: เลือกมาจาก Segment ที่แบ่งไว้ เช่น แบ่งด้วยเพศ แล้วเลือกเป้าหมายเป็นเพศหญิงจากที่แบ่งไว้ตอน ทำ Segmentation ด้านบน เราจะเลือก เพศชาย ภาคกลาง ที่มี Lifestyle ชอบออกกำลังกาย
- Niche Market เลือกตลาดเฉพาะกลุ่ม เป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็กเฉพาะทาง เช่น สายการบินที่ขายเฉพาะ Flight ส่วนตัวเท่านั้น

Positioning เป็นการกำหนดจุดยืนของ Brand เป็นการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เราเลือกไว้เมื่อตอน Target

ซึ่งหลักๆ แล้ว Positioning จะถูกแบ่งออกเป็น 2 ด้าน

จุดยืนด้านอารมณ์ (Emotional): เน้นด้านภาพลักษณ์ บรรยากาศ และอารมณ์

จุดยืนด้านการใช้งาน (Functional): เน้นเกี่ยวกับคุณภาพ ฟังก์ชันต่างๆ ในการใช้งาน รวมทั้งความคุ้มค่าที่ได้รับ

5. ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากพิษภัยที่ได้รับจากอาหารมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นสารพิษตกค้างในผักผลไม้ หรือสารเคมีที่ใส่เสริมเข้าไปเพื่อยืด อายุของอาหาร

เช่น พอร์มาลิน, บอแรกซ์ (น้ำประสานทอง/ผงกรอบ), สารฟอกขาว และสีสังเคราะห์ เป็นต้น ในประเทศไทย มีผลิตภัณฑ์ที่อ้างว่าเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์อยู่ค่อนข้างมาก อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์จำนวนไม่น้อยที่ระบุว่า เป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษปลอดสารเคมีปลอดภัยจากสารพิษ และไร้สารพิษ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ มีความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มาตรฐานการรับรอง เพราะมาตรฐานการผลิตเหล่านี้อนุญาตให้มีการใช้สารเคมีเกษตร ไม่ว่าจะเป็นสารเคมีฆ่าแมลง สารป้องกันกำจัดเชื้อรา สารเคมีกำจัดวัชพืช และปุ๋ยเคมีในส่วนของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้น ยังสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ผลผลิตอินทรีย์ยังไม่รับรองตามมาตรฐาน

ผู้ผลิตเริ่มต้นทำการผลิตตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ โดยอยู่ในระยะพัฒนาการผลิต แต่ ยังไม่ได้สมัครขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานตรวจสอบรับรอง มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ แต่มีการตรวจ สอบภายในระดับกลุ่มด้วยตัวเอง

2. ผลผลิตอินทรีย์ระยะปรับเปลี่ยน

พื้นที่การผลิตที่ขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานตรวจสอบและรับรอง มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่เชื่อถือได้ และได้รับการรับรองว่าระบบการผลิตอยู่ในระหว่าง “ระยะปรับเปลี่ยน” ซึ่งถือเป็นช่วงการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมและความอุดมสมบูรณ์ของดินและช่วงสลายตัวของสารเคมีเกษตร ที่อาจตกค้างมาก่อน โดยทั่วไป ช่วงระยะการปรับเปลี่ยนของการผลิตพืชล้มลุก (ผักและพืชไร่) จะใช้เวลา 12 - 24 เดือน ส่วนการผลิตไม้ยืนต้น มีช่วงระยะการปรับเปลี่ยนจะใช้เวลา 18 - 36 เดือน

3. ผลผลิตอินทรีย์รับรองมาตรฐาน

ผลผลิตที่ได้จากระบบการผลิตที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่มีการใช้สารเคมีสังเคราะห์ สารเคมีทางการเกษตรและปุ๋ยเคมี รวมถึงเป็นระบบที่เกื้อกูลต่อสิ่งแวดล้อม โดยพื้นที่ทำการผลิตได้รับการตรวจสอบ และรับรองจากหน่วยตรวจสอบรับรองมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์ และผ่านระยะปรับเปลี่ยนแล้ว (ออนไลน์) แหล่งที่มา: <http://www.greennet.or.th/article/413> (3 มีนาคม 2560)

เกษตรอินทรีย์ไทยในปี พ.ศ. 2559 ได้ขยายตัวต่อเนื่องอีกครั้ง โดยในปี 2558 มีการขยายตัวสูง ถึง 21% ซึ่งการขยายตัวส่วนใหญ่เกิดขึ้นในส่วนของข้าวออร์แกนิก (28%) และพืชผสมผสาน (187%) ซึ่ง ถ้าวัดย้อนหลังกลับไป 5 ปี เกษตรอินทรีย์ไทยมีการเจริญเติบโตเฉลี่ย 6.37% และ 10.14% เมื่อวัดย้อนหลัง กลับไป 10 ปี การขยายตัวของพื้นที่เกษตรอินทรีย์นี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการสำรวจข้อมูลที่ดีขึ้น และ อีกส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยด้านนโยบายและตลาด ที่มีการยกเลิกนโยบายประกันราคาข้าวในช่วงต้นปี 2557 ซึ่งเริ่มทำให้ราคาข้าวเปลือกทั่วไปปรับตัวลดลง โดยเฉพาะในช่วงปลายปี 2559 ที่ราคาข้าวเปลือกน่าจะ ตกต่ำสุดในรอบเกือบ 10 ปี ซึ่งน่าจะทำให้ในปี 2561 มีเกษตรกรที่ปลูกข้าวหันมาปรับเปลี่ยนเป็นเกษตร อินทรีย์มากขึ้น ในขณะเดียวกัน ตลาดออร์แกนิกในประเทศและต่างประเทศก็ได้เหมือนจะยังคงขยาย ตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ขบวนการเกษตรอินทรีย์ไทยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาค่อนข้างคึกคัก

ในส่วนของภาครัฐ ความพยายามในการผลักดันแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตร อินทรีย์แห่งชาติ (ที่สิ้นสุดลงตั้งแต่ปี 2554) ก็ยังไม่ได้มีความคืบหน้าแต่อย่างใด แต่แม้ว่า การปราศจาก

แผนดังกล่าวแทบจะไม่ได้มีผลต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศ ทั้งนี้ก็เพราะเกษตรอินทรีย์ไทยขับเคลื่อนโดยภาคเอกชนและประชาสังคมเป็นหลัก トラบใดที่ภาคเอกชนและประชาสังคมยังมีความพร้อมและความเข้มแข็ง เกษตรอินทรีย์ไทยก็ยังคงขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง สิ่งที่น่าเป็นกังวลมากกว่าก็คือบรรยากาศ/สภาพแวดล้อมทางนโยบาย เช่น ความพยายามผลักดันให้มีการอนุญาตทดลองปลูกพืชตัดแปลงพันธุกรรมในช่วงปลายปี 2558, การตรวจพบการปนเปื้อนสารเคมีการเกษตรในสินค้าเกษตรทั่วไป (เกษตรดีที่เหมาะสม - GAP) และเกษตรอินทรีย์ ที่ได้รับการตรวจรับรองมาตรฐานโดยหน่วยงานภาครัฐ การจัดทำร่างข้อกำหนดมาตรฐานบังคับฉลากเกษตรอินทรีย์ ปัจจัยเหล่านี้ค่อนข้างจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในประเทศค่อนข้างมาก

6. เกษตรอินทรีย์ต่างประเทศ

ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศกำลังพัฒนา ดูเหมือนกำลังเริ่มเติบโตขึ้นเช่นกัน แม้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนาจะมีกำลังซื้อค่อนข้างต่ำ รวมทั้งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากนัก แต่ก็พบว่า ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศเริ่มขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะผู้ผลิตและผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศเหล่านี้ต้องการหาแหล่งในการระบายผลผลิตเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากตลาดส่งออก (ทั้งผลผลิตที่เกินความต้องการส่งออก และผลผลิตในระยะปรับเปลี่ยน) เพื่อสร้างเสถียรภาพทางการตลาด ทำให้การพัฒนาตลาดในประเทศเหล่านี้มีลักษณะแบบตลาดที่เกิดจากแรงผลักดันจากผู้ผลิต มากกว่าเป็นตลาดที่พัฒนาจากการต้องการของผู้บริโภค

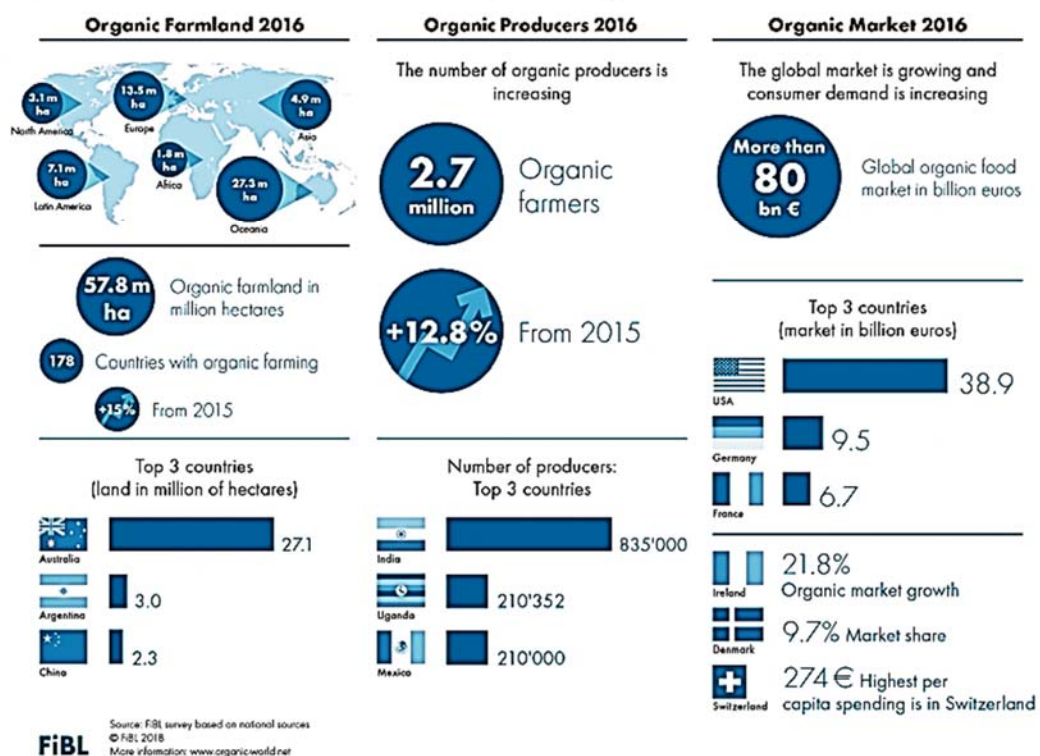
แต่อย่างไรก็ตาม ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศเหล่านี้มักจะต้องแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ “ธรรมชาติ” “ออร์แกนิก” “ปลอดสารเคมี” หรือแม้แต่เกษตรอินทรีย์ที่ไม่มีการรับรองมาตรฐาน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสับสนระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างมาตรฐานเหล่านี้ ปัญหาดังกล่าวน่าจะเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาตลาดเกษตรอินทรีย์ในระยะยาว ของประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งควรจะมีการจัดทำมาตรการที่เหมาะสม เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว

จากรายงานการศึกษาฉบับล่าสุด ปี 2018 “The World of Organic Agriculture” (จากข้อมูลสิ้นปี 2016) ตีพิมพ์ FiBL และ สหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM – Organics International) แสดงถึงแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าออร์แกนิกกำลังเพิ่มขึ้น มีเกษตรกรที่หันมาทำเกษตรอินทรีย์มากขึ้น มีพื้นที่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มากขึ้น และจากรายงานมีประเทศมากถึง 178 ประเทศที่มีการทำเกษตรอินทรีย์ พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นเป็น 57.8 ล้านเฮกตาร์ มูลค่าตลาดเกษตรอินทรีย์ใกล้แตะ 9 หมื่นล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ โดยการสำรวจครั้งนี้ได้รับการสนับสนุน

จาก Swiss State Secretariat for Economic Affairs (SECO) International Trade Centre (ITC) และบริษัท NürnbergMesse ผู้จัดงาน BIOFACH (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์, 2561)

ตลาดเกษตรอินทรีย์โลกเติบโตอย่างต่อเนื่อง Ecovia Intelligence บริษัทวิจัยการตลาดได้ประมาณการการเติบโตของตลาดโลกในส่วนของอาหารออร์แกนิกสูงถึง 89.7 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2016 (มากกว่า 80 พันล้านยูโร) ประเทศสหรัฐอเมริกาคือผู้นำตลาดอันดับหนึ่ง ด้วยมูลค่า 38.9 พันล้านยูโรตามมาด้วย เยอรมนี (9.5 พันล้านยูโร) ฝรั่งเศส (6.7 พันล้านยูโร) และจีน (5.9 พันล้านยูโร) โดยในปี 2016 นั้นตลาดหลักๆ มีอัตราการเติบโตเป็นเลขสองหลัก ตลาดสินค้าออร์แกนิกของฝรั่งเศสนั้นเติบโตถึง 22 เปอร์เซ็นต์ การใช้จ่ายซื้อสินค้าออร์แกนิกสูงสุดต่อผู้บริโภคคือชาวสวิสเซอร์แลนด์ (274 ยูโร) และเดนมาร์กเป็นประเทศที่มีส่วนแบ่งตลาดสินค้าออร์แกนิกสูงสุด (9.7 เปอร์เซ็นต์ของตลาดอาหารโดยรวม)

The World of Organic Agriculture 2016



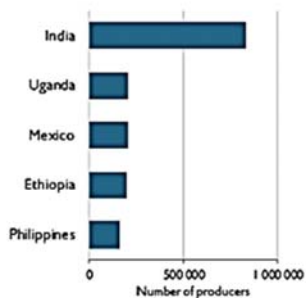
ที่มา : สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. (2561). รายงาน The World of Organic Agriculture 2018. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2561, จาก <http://actorganic-cert.or.th/th/world-of-organic2018/>

จากรายงาน ในปี 2016 มีผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกมากถึง 2.7 ล้านคน โดยประเทศอินเดีย กำลังกลายเป็นประเทศที่มีจำนวนผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์สูงสุด (835,200 คน) ตามมาด้วย อุกันดา (210,352 คน) และเม็กซิโก (210,000 คน)

ORGANIC PRODUCERS 2016



The country with the most organic producers is India, followed by Uganda and Mexico.



The five countries with the largest numbers of organic producers 2016



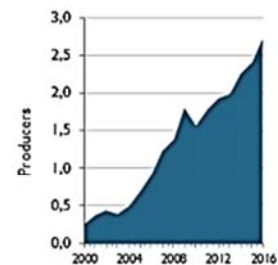
More than 84% of the producers are in Asia, Africa, and Latin America.



Distribution of organic producers by region 2016



There has been an increase in the number of producers by more than 300'000, or over 13% since 2015.



Development of the number of organic producers 2000-2016

FiBL

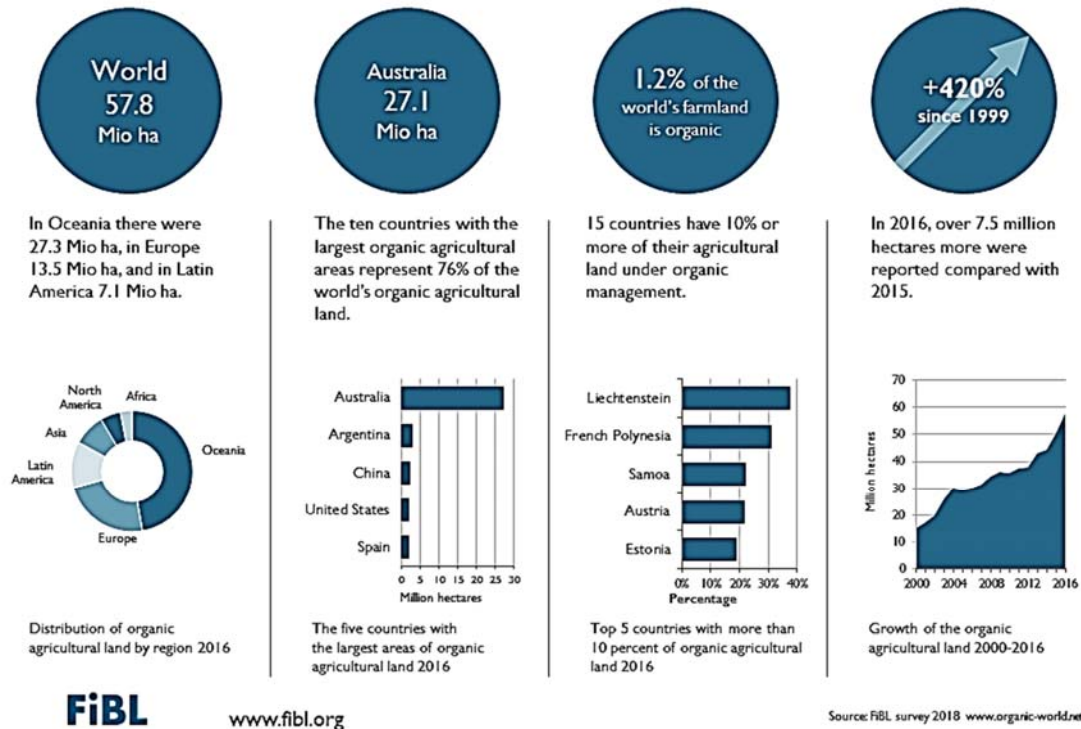
www.fibl.org

Source: FiBL survey 2018 www.organic-world.net

ที่มา : สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. (2561). รายงาน The World of Organic Agriculture 2018. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2561, จาก <http://actorganic-cert.or.th/th/world-of-organic2018/>

พื้นที่ฟาร์มเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นถึง 15 % เป็น 58 ล้านเฮกตาร์ ณ สิ้นปี 2016 มีพื้นที่ที่ได้รับการจัดการฟาร์มแบบอินทรีย์รวมทั้งสิ้น 57.8 ล้านเฮกตาร์ เพิ่มขึ้นจากปี 2015 ถึง 7.5 ล้านเฮกตาร์ เป็นการเติบโตที่ใหญ่ที่สุดเท่าที่เคยมีการบันทึกมา ประเทศออสเตรเลียเป็นประเทศที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ใหญ่ที่สุด (27.2 ล้านเฮกตาร์) ตามมาด้วย อาร์เจนตินา (3 ล้านเฮกตาร์) และ จีน (2.3 ล้านเฮกตาร์) เกือบครึ่งหนึ่งของพื้นที่เกษตรกรรมอินทรีย์ของโลกอยู่ในทวีป Oceania (27.3 ล้านเฮกตาร์) ตามมาด้วย ทวีปยุโรป (23 เปอร์เซ็นต์; 13.5 ล้านเฮกตาร์) และละตินอเมริกา (12 เปอร์เซ็นต์; 7.1 ล้านเฮกตาร์).

ORGANIC FARMLAND 2016



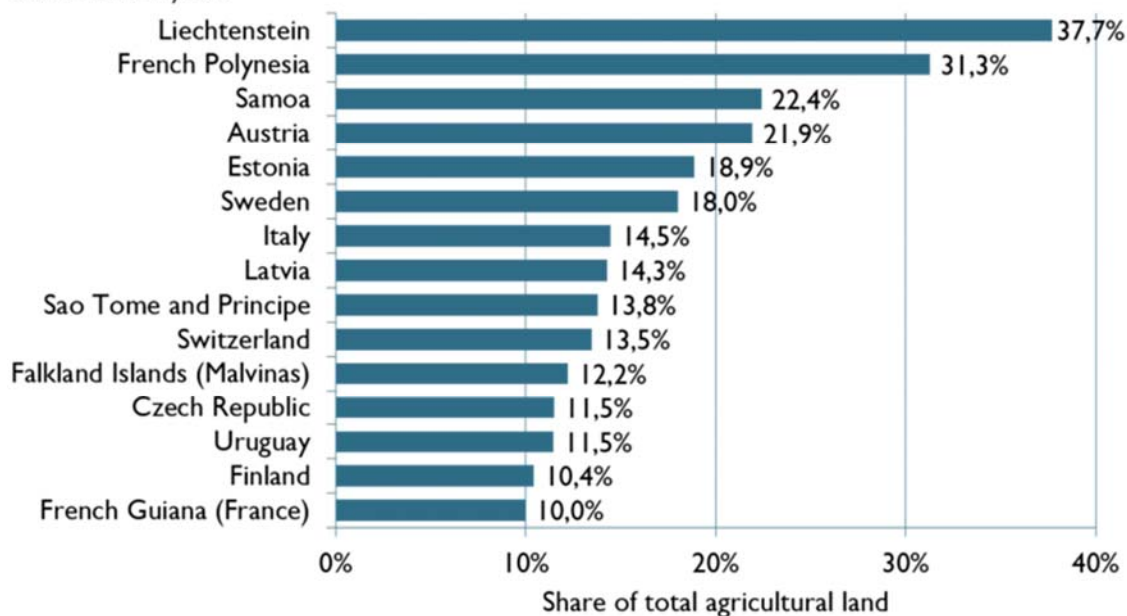
ที่มา : สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. (2561). รายงาน The World of Organic Agriculture 2018. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2561, จาก <http://actorganic-cert.or.th/th/world-of-organic2018/>

พื้นที่ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่เกษตรทั้งหมดมากกว่าหรือเท่ากับ 10 เปอร์เซ็นต์ พบว่ามี 15 ประเทศที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ถึง 10 เปอร์เซ็นต์หรือมากกว่า ประเทศที่มีส่วนแบ่งพื้นที่ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่เกษตรทั้งหมดสูงสุด ได้แก่ ประเทศ ลิกเตนสไตน์ (37.7 เปอร์เซ็นต์), หมู่เกาะเฟรนช์พอลินีเชีย (31.3 เปอร์เซ็นต์) และ ประเทศซามัว (22.4 เปอร์เซ็นต์)

Countries with an organic share of at least 10 percent of the agricultural land 2016

FiBL

Source: FiBL survey 2018

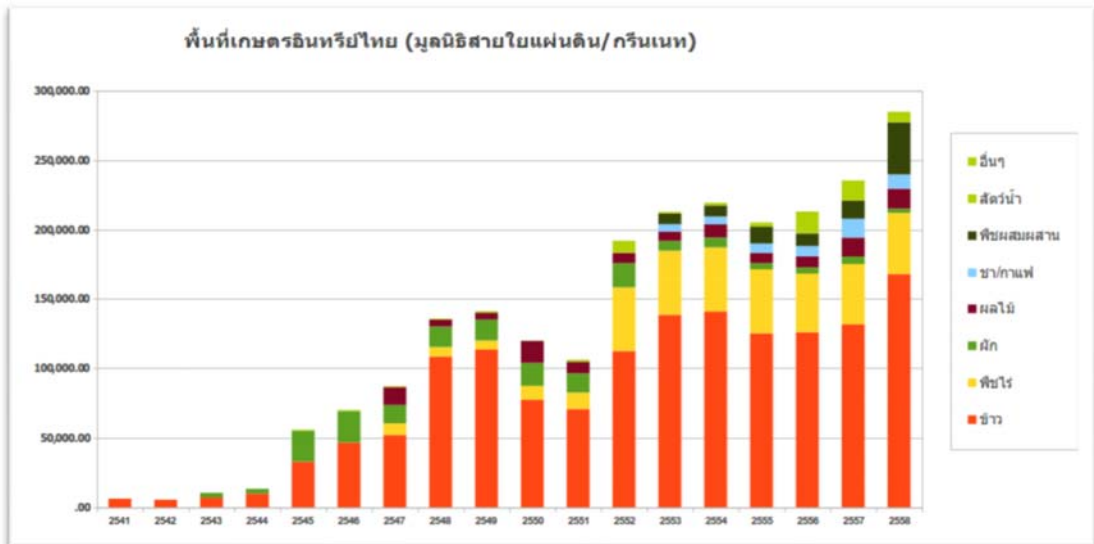


ที่มา : สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. (2561). รายงาน The World of Organic Agriculture 2018. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2561, จาก <http://actorganic-cert.or.th/th/world-of-organic2018/>

7. เกษตรอินทรีย์ไทย

จากการสำรวจข้อมูลโดยมูลนิธิสายใยแผ่นดิน/กรีนเนท1 พื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 235,523.35 ไร่ ในปี พ.ศ. 2557 เป็น 284,918.44 ไร่ ในปี พ.ศ. 2558 (เพิ่มขึ้น 20.97%)

ในส่วนของจำนวนฟาร์มเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในช่วงเวลาดังกล่าวก็ขยับเพิ่มขึ้นจาก 9,961 ฟาร์มในปี พ.ศ. 2557 เป็น 13,154 ฟาร์ม ในปี พ.ศ. 2558



ภาพที่ 2.3 แสดงพื้นที่เกษตรอินทรีย์ไทย

ที่มา : กรีนเนท. (2559). ภาพรวมสถานการณ์เกษตรอินทรีย์ไทย 2559.

สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2560, จาก <http://www.greenet.or.th/article/411>

ตลาดเกษตรอินทรีย์ไทย

หลังจากที่สำนักงานปลัด กระทรวงพาณิชย์ ได้สนับสนุนให้มีการศึกษาตลาดออร์แกนิกในประเทศไทยในปี 2557 (รายงานเผยแพร่ในปลายปี 2558) ก็ยังไม่ได้มีการสำรวจตลาดอีก ทำให้ไม่มีข้อมูลใหม่เกี่ยวกับสถานการณ์ตลาดเกษตรอินทรีย์ไทย

ในรายงานการศึกษาตลาดพบว่า ตลาดสินค้าออร์แกนิกไทยในปี 2557 มีมูลค่ารวม 2,331.55 ล้านบาท โดย 1,187.10 ล้านบาท เป็นตลาดส่งออก (77.9%) และ 514.45 ล้านบาทเป็นตลาดในประเทศ (22.06%) โดยช่องทางตลาดออร์แกนิกในประเทศที่ใหญ่ที่สุด คือ โมเดิร์นเทรด (59.48%) รองลงมาคือ ร้านกรีน (29.47%) และร้านอาหาร (5.85%) โดยการส่งออกนั้น ในปี 2557 ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเป็นสินค้าออร์แกนิกส่งออกที่สำคัญที่สุดของประเทศ โดยมีมูลค่าสูงถึง 1,201.00 ล้านบาท/ปี (66.1%) รองลงมาคือ ข้าว ออร์แกนิก ซึ่งมีมูลค่าส่งออกราว 552.25 ล้านบาท (30.4%) โดยตลาดออร์แกนิกในภูมิภาคยุโรปเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดในทุกหมวดสินค้า รองลงมาคือ อเมริกาเหนือ ส่วนตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและอาเซียน เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ ส่วนตลาดออร์แกนิกในประเทศไทยมีจุดจำหน่ายปลีก (Sale point) สินค้าออร์แกนิกประมาณ 251 แห่ง โดยช่องทางของโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีอยู่ 8 บริษัท 171 จุดจำหน่าย เป็นช่องทางที่มีจำนวนมากที่สุด มีสินค้าออร์แกนิก 150 – 1,500 รายการในจุดจำหน่าย มีมูลค่าการขายรวม 306 ล้านบาท/ปี รองลงมาคือช่องทางร้านกรีน ซึ่งมีจุดจำหน่าย 33 แห่ง มีรายการสินค้าออร์แกนิกเฉลี่ย 229 รายการ มียอดขายรวม 151.62 ล้านบาท/ปี

นอกจากข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับตลาดเกษตรอินทรีย์ไทยแล้ว ผลการศึกษาอีกเรื่องที่น่าสนใจมากก็คือ ระดับการรับรู้และความเข้าใจของผู้บริโภค ผู้บริโภคในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเคยได้ยินเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ (92% ที่สุ่มสัมภาษณ์ทั่วประเทศ) แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกษตรอินทรีย์อย่างไม่ถูกต้อง (มีผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑลเพียง 10.9% และผู้บริโภคทั่วประเทศเพียง 6.51% ที่เข้าใจเกษตรอินทรีย์ถูกต้อง ที่สามารถตอบคำถามความเข้าใจเรื่องเกษตรอินทรีย์ถูกเกินครึ่งหนึ่งของคำถาม) ประเด็นปัญหาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเข้าใจคลาดเคลื่อนและเข้าใจผิดพลาด คือ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์เหมือนกันกับมาตรฐานปลอดภัยจากสารพิษ ผักอนามัย ผักปลอดสารพิษ พีชไฮโดรโปนิกเป็นเกษตรอินทรีย์ โลโก้ Q เป็นโลโก้ของสินค้ารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และเกษตรอินทรีย์อนุญาตให้ใช้จีเอ็มโอ (กรีนเนท, 2559)

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยต่างๆ พบงานวิจัยที่เกี่ยวกับผู้บริโภคออร์แกนิกในประเทศไทย 8 งานวิจัย ซึ่งมีช่วงระยะเวลาในการศึกษาที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีขอบเขตในการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่แตกต่างกันดังนี้

ปี พ.ศ.	ขอบเขตการศึกษา	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	ผู้วิจัย
2542 - 2543	เชียงใหม่	390	Sangkumchaliang and Huang (2012)
2547	กรุงเทพฯ	400	รัชดา สิริภาณุพงศ์ (2547)
2548	กรุงเทพฯ	110	กัลยาณี กุลชัย และพีรชัย กุลชัย (2549)
2548	กรุงเทพฯ	848	Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook, Vogl (2008)
2554	กรุงเทพฯ	385	Till Ahnert (2011)
2554	กรุงเทพฯ	23	มูลนิธิสายใยแผ่นดิน (2554)
2556	กรุงเทพฯ	650	ศูนย์วิจัยเอแบค (2556)
2556	กรุงเทพฯ	400	ปิลันธนา แป้นปลื้ม (2557)

งานศึกษาของ Sangkumchaliang and Huang (2012) เป็นการศึกษาในช่วงระหว่างปลายปี 2542 ต่อดันปี 2543 โดยการสุ่มสัมภาษณ์ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 390 คน ผลการศึกษพบว่า 36.0% ของผู้ที่สุ่มสำรวจไม่เคยได้รับรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ 30.2% ระบุว่า เคยได้ยิน แต่ไม่เคยซื้อ และ 36.1% ที่เคยได้ยินและซื้อสินค้าออร์แกนิก ปัจจัยส่วนตัว/ครอบครัวที่สำคัญของผู้ซื้อ คือ เพศ ระดับการศึกษา การมีเด็กในครอบครัว ในขณะที่ระดับรายได้ไม่ค่อยมีความสำคัญในการเลือกซื้อเท่าใดนัก และเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกก็คือ ปลอดภัยจากเคมีกำจัดศัตรูพืช (90%) มีความปลอดภัยกว่าเพราะมีการตรวจสอบรับรอง (88%) มีความสดกว่า (64%) และมีรสชาติดีกว่า (50%) แต่ประเด็นที่น่าเป็นห่วงมากก็คือ 71% ของผู้บริโภคที่บอกว่า เคยได้ยินเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ยอมรับว่า รู้เรื่องเกษตรอินทรีย์น้อยมาก รวมทั้งมีผู้บริโภค 26.8% ที่คิดว่า ไม่มีความแตกต่างระหว่างสินค้าออร์แกนิกและสินค้าปลอดภัย และ 23.4%

ไม่ทราบว่ามี ความแตกต่างระหว่างสินค้า 2 ประเภทนี้ หรือในอีกนัยหนึ่ง มีผู้บริโภคเพียงครึ่งหนึ่ง (49.8%) เท่านั้นที่รู้ว่ามี ความแตกต่างระหว่างสินค้าออร์แกนิกและสินค้าปลอดภัย

ในงานศึกษาของรัชดา สิริภาณพงศ์ (2547) ที่ทำการสำรวจผู้บริโภคผักออร์แกนิกและผักปลอดภัย จากสารพิษจำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพ พบว่า ปัจจัยส่วนตัว เช่น อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ส่วนตัว รายได้ครอบครัว ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับผักอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับการบริโภค ผักอินทรีย์อย่างมีนัยสำคัญส่วนปัจจัยด้านการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อนั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญมากที่สุด

กัลยาณี กุลชัย และพีรชัย กุลชัย (2549) ทำการสำรวจเฉพาะผู้บริโภคผักออร์แกนิก 110 คน ในเขตกรุงเทพ พบว่า ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผักมาประกอบอาหารเองเป็นประจำ และส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคที่ เลือกซื้อผักออร์แกนิกมานานกว่า 4 ปี โดยจะเลือกซื้อผักอินทรีย์ที่มีฉลากแสดงว่าเป็นผักอินทรีย์เป็น ลำดับแรก และเหตุผลสามลำดับแรกของการเลือกซื้อผักอินทรีย์ คือ ความปลอดภัยจากสารเคมี สุขภาพ ของครอบครัว และเชื่อว่าผักอินทรีย์สะอาด

การศึกษาของ Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook, Vogl (2008) ที่ทำการสำรวจ ผู้บริโภค 848 คนในกรุงเทพฯ และพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงและมีรายได้สูง (ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ กันเองอยู่แล้ว) จะมีแนวโน้มในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกมากกว่า รวมทั้งผู้บริโภคที่มีอายุมาก รวมทั้ง มีครอบครัวที่มีเด็ก ผู้บริโภคกว่าครึ่งหนึ่งที่รู้จักตรารับรองของผักปลอดภัยจากสารพิษ และมีเพียง 10% ที่รู้จักตรารับรองเกษตรอินทรีย์ แต่ที่น่าตกใจก็คือ มีผู้บริโภคมากกว่าครึ่งหนึ่งที่คิดว่า ตรารับรองอาหารอนามัย และปลอดภัยจากสารพิษก็คือตรารับรองเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลของการสำรวจความเข้าใจของ ผู้บริโภค ที่ 46% ของผู้บริโภคเข้าใจว่า ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และปลอดภัยจากสารพิษนั้นไม่แตกต่างกัน

ส่วนการศึกษาของ Till Ahnert (2011) จาก German-Thai Chamber of Commerce ที่ได้ สัมภาษณ์ผู้บริโภค 385 คน ในห้างท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ตและเซนทรัลพลาซ่า พบว่า ผู้บริโภคราว 62% เคยได้ยินเกี่ยวกับสินค้าออร์แกนิก และ 80% ของผู้บริโภคในกลุ่มนี้ เลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก โดยกว่า 90% เลือกซื้อเพราะเหตุผลด้านความปลอดภัยในการบริโภคอาหารออร์แกนิก ซึ่งเหตุผลนี้เป็นปัจจัยสำคัญ ของผู้บริโภคในทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะกลุ่มที่มีระดับรายได้ที่ต่างกัน อายุ สถานภาพการแต่งงาน และเพศ ส่วน เหตุผลลำดับรองลงมาในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกคือเรื่อง การรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้สุขภาพดี มั่นใจ ในสินค้าเกษตรอินทรีย์ และเหมาะกับการปรุงอาหารที่บ้าน โดยผู้บริโภคออร์แกนิกจำแนกแยกแยะผลิตภัณฑ์ ออร์แกนิกกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปผ่านทางป้ายสินค้าในร้านขายปลีก การแสดงฉลาก และตรารับรองมาตรฐาน เกษตรอินทรีย์

ในการสำรวจความรับรู้ของพนักงานในเครือบริษัทปูนซิเมนต์ไทย ที่สนใจในเรื่องสุขภาพ จำนวน 23 คน 25 มีนาคม 2554 โดยความร่วมมือระหว่างมูลนิธิปูนซิเมนต์ไทยและมูลนิธิสายใยแผ่นดิน พบว่า มี ผู้บริโภคที่สนใจในเรื่องสุขภาพเพียง 19.3% ที่เข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้อง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เข้าใจว่า อาหารปลอดภัย (เช่น เกษตรปลอดสารพิษ ไร้สารพิษ ปลอดภัยจากสารพิษ ปลอดสารเคมี) ไม่ต่าง ไปจากเกษตรอินทรีย์ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่สับสนระหว่างตรารับรองมาตรฐาน โดยเฉพาะตรารับรอง

อาหารปลอดภัย (ตรารับรอง Q) ที่ผู้บริโภคเกือบครึ่งหนึ่งเข้าใจว่าเป็นตรารับรองเกษตรอินทรีย์ ส่วนเหตุผลในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกที่สำคัญคือ ความปลอดภัยด้านสารเคมีการเกษตร ความปลอดภัยด้านฮอร์โมน/ยาปฏิชีวนะ (ปศุสัตว์ สัตว์ปีก สัตว์น้ำ) และเพราะอาหารออร์แกนิกมีคุณค่าทางโภชนาการมากกว่า โดย 39% ของผู้บริโภคจะซื้ออาหารออร์แกนิกเดือนละ 1 – 2 ครั้ง และกว่าครึ่งของผู้บริโภคได้เลือกซื้ออาหารออร์แกนิกเพิ่มขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา

ในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน ปี 2556 ศูนย์วิจัยเอแบค นิวัตกรรมทางสังคม การจัดการ และธุรกิจ (SIMBA) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ไทยรัฐออนไลน์ 2556 และ Digital Media 2556) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุมากกว่า 18 ปี จำนวน 650 ตัวอย่าง ภายใต้การศึกษา “ออร์แกนิกไลฟ์สไตล์ของคนกรุง” และพบว่า มีผู้บริโภคมากถึง 86.9% ที่ระบุว่า เคยบริโภคอาหารออร์แกนิก โดย 21.7% รับประทานเป็นประจำหรือทุกวัน 42.8% รับประทานเป็นบางครั้ง และ 35.5% นานๆ ครั้ง นอกจากนี้ 56.3% ของกลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจว่า อาหารออร์แกนิกเป็นอาหารที่ไม่มีสารเคมีปนเปื้อน เจือปนและปลอดภัยกับร่างกาย แต่ขณะเดียวกัน เหตุผลหลักในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกกลับเป็นเพราะคุณค่าทางอาหารที่ครบถ้วน (69.8%) เพื่อสุขภาพของตนและคนในครอบครัว (55.2%) และมีรสชาติที่อร่อย (28.3%) โดยสินค้าที่ผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อมากที่สุดคือ ผักและผลไม้ (87.5%) ไข่หรือเนื้อสัตว์ (32.5%) นมหรือเครื่องดื่ม (21.8%) และอาหารแห้ง (11.1%) และช่องทางการขายในกลุ่มไฮเปอร์มาร์เก็ต เป็นที่ที่ผู้บริโภคเลือกไปซื้อหาอาหารออร์แกนิกมากที่สุด (36.0%) รองลงมาคือ ตลาดสด (21.5%) ซูเปอร์มาร์เก็ต (18.7%) ร้านเพื่อสุขภาพ (12.9%) และร้านสะดวกซื้อ (10.9%) ส่วนสื่อที่ผู้บริโภคในกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารออร์แกนิกมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ (70.6%) นิตยสาร (46.5%) และหนังสือพิมพ์ (34.5%)

ปัทมธนา แปนปลื้ม (2557) ได้สัมภาษณ์ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 400 คน เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ และพบว่า ผู้บริโภคที่สํานวยการซื้อผักสด โดยจะซื้อประมาณ 3 – 4 ชนิดต่อครั้ง และมีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม่เกิน 499 บาทต่อครั้ง โดยมักซื้อสินค้าในวันอาทิตย์ที่ ซูเปอร์มาร์เก็ต เฉลี่ย 2 – 4 ครั้งต่อเดือน ใช้ระยะเวลาในการซื้อไม่เกิน 30 นาที และปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ

เมื่อนำรายละเอียดผลการศึกษาของงานวิจัยข้างต้นนี้มาเปรียบเทียบกับกัน ก็จะสามารถเห็นภาพบางอย่างของผู้บริโภคออร์แกนิกไทยในปัจจุบันได้ดังนี้ (กรีนเนท. ผู้บริโภคออร์แกนิกในประเทศไทย. (บทวิเคราะห์))

1. ปัจจัยส่วนตัวที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกนั้น ดูเหมือนว่า ปัจจัยเรื่องการศึกษาและอายุเพียง 2 ปัจจัยที่น่าจะมีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อและบริโภค ในขณะที่ปัจจัยเรื่องรายได้ อาชีพ และการมีเด็กในครอบครัวยังไม่ชัดเจนมากนัก ส่วนขนาดของครอบครัวและการมีผู้ป่วยในครอบครัว ดูเหมือนจะไม่ได้เป็นปัจจัยส่วนตัวที่สำคัญแต่อย่างใด

ผู้วิจัย	ปัจจัยส่วนตัวที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก					
	อายุ	อาชีพ	การศึกษา	รายได้	ขนาดของ	มีเด็กใน

					ครอบครัว	ครอบครัว	ครอบครัว
Sangkumchaliang and Huang (2012)	--	--	มีนัยสำคัญมาก	มีนัยสำคัญน้อย	--	มีนัยสำคัญมาก	--
กัลยาณีกุลชัย และพีรชัย กุลชัย (2549)	--	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	--	น้อยมาก
รัชดา สิริภาณุพงศ์ (2547)	มี	มี	มี	มี	--	--	--
Roitner-Schobesberger, Damhofer, Somsook, Vogl (2008)	มี	--	มี	มี	--	มีน้อย	--
Till Ahnert (2011)	ไม่มี	--	--	ไม่มี	--	--	--
ปัทมธนา แป้นปลื้ม (2557)	มี	ไม่มี	มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี

2. ผู้บริโภคมากกว่าครึ่งหนึ่ง และอาจมากถึงสองในสาม ที่น่าจะรู้จักและเคยได้ยินเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ แต่มีเพียงหนึ่งในสามหรือครึ่งหนึ่งของผู้บริโภคเหล่านี้ที่เลือกซื้อสินค้าออร์แกนิก ยิ่งไปกว่านั้น มีไม่ถึงครึ่งหนึ่งของผู้บริโภคที่ซื้อ ที่ได้เลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกจริง เพราะส่วนใหญ่มีความเข้าใจผิดว่าเกษตรดีที่เหมาะสม/ผลิตภัณฑ์อาหารปลอดภัยไม่แตกต่างไปจากเกษตรอินทรีย์

ผู้วิจัย	ขอบเขตการศึกษา	สัดส่วนผู้รู้จักเกษตรอินทรีย์	สัดส่วนผู้เลือกซื้ออาหารออร์แกนิก	สัดส่วนผู้บริโภคเข้าใจถูกต้อง
Sangkumchaliang and Huang (2012)	เชียงใหม่ 2542-2543	90%	36.1%	49.8%
รัชดา สิริภาณุพงศ์ (2547)	กรุงเทพฯ	--	34.3%	--
Roitner-Schobesberger, Damhofer, Somsook, Vogl (2008)	กรุงเทพฯ	67%	39.3%	54%
Till Ahnert (2011)	กรุงเทพฯ	62%	49.6%	--
มูลนิธิสายใยแผ่นดิน (2554)	กรุงเทพฯ	--	--	19.3%
ศูนย์วิจัยเอแบค (2556)	กรุงเทพฯ	--	86.9%	--

3. เหตุผลในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิกจะเป็นเหตุผลในเรื่องของสุขภาพเป็นหลัก แต่เหตุผลรองลงมาดูเหมือนจะมีความแตกต่างกันมากของในแต่ละกรณีศึกษา

งานวิจัย	เหตุผลในการเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก							
	สุขภาพ	สิ่งแวดล้อม	กระแสนิยม	บริโภคตามคนใกล้ชิด	ติดต่อผู้ผลิต	โภชนาการ	ความสด	รสชาติดี

Sangkumchaliang and Huang (2012)	97%	--	30%	--	--	--	64%	50%
กัลยาณีกุลชัย และพีรชัย กุลชัย (2549)	ใช่	--	--	--	--	--	ใช่	--
รัชดา สิริภานุพงศ์ (2547)	70.1	7.3	17.5	25.5	--	--	--	--
Roitner-Schobesberger, Darnhofer, Somsook, Vogl (2008)	ใช่	--	--	--	--	--	--	--
Till Ahnert (2011)	ใช่	ใช่	--	--	--	--	--	--
ศูนย์วิจัยเอแบค (2556)	55.2%	--	--	--	--	69.8%	--	28.3%

8. บริบทของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

วิสัยทัศน์ เป็นองค์กรเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ของคนลำพูนเพื่อความเป็นอยู่ที่ดี
(มีสุขภาพะ อย่างยั่งยืน)

พันธกิจ

1. การส่งเสริมสนับสนุนระบบเกษตรอินทรีย์ (องค์ความรู้ พัฒนาระบบข้อมูล พัฒนามาตรฐาน ขยายสมาชิก ขยายพื้นที่ พัฒนาเครือข่าย)
2. การสื่อสารสาธารณะ สื่อสารทางสังคม (การประชาสัมพันธ์ สร้างความเข้าใจ การสื่อสารทางสังคม)

3. การจัดการตลาดและเครือข่ายผู้บริโภค
4. การขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ “เกษตรอินทรีย์”

เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ที่เกิดจากกลุ่มเกษตรกรจำนวน 4 กลุ่ม เมื่อปี 2554 จนถึงปัจจุบันมีกลุ่มเกษตรกรที่เป็นแหล่งเรียนรู้ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนทั้งหมดจำนวน 20 กลุ่ม/แหล่งเรียนรู้ ได้แก่ (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2559)

1. ศูนย์เรียนรู้เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ลุ่มน้ำลี้ 2 อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน
2. ศูนย์เรียนรู้เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ลุ่มน้ำลี้ 3 อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน
3. เครือข่ายเกษตรกรลุ่มน้ำปิงห่าง (กลุ่มเกษตรกร 84 ครัวเรือนเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลอุโมงค์ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน)
4. ศูนย์เรียนรู้สหวิถีสหวิทย์เพื่อชุมชนยั่งยืนโขงสาละวิน ตำบลเหมืองง่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
5. มูลนิธิสวนพุทธธรรม บ้านหนองเหียง ตำบลหนองหาน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
6. ศูนย์เรียนรู้ชุมชนเกษตรธรรมชาติแสงจันทร์ (ศูนย์ไต้เตียน) ตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน
7. ศูนย์การเรียนรู้สมุนไพรพื้นบ้านบ้านสันตติเต่า ตำบลบ้านโฮ้ง อำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน
8. กลุ่มศูนย์เรียนรู้ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง 2 ตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
9. ศูนย์การเรียนรู้เกษตรกรรมยั่งยืนตำบลศรีเตี้ย อำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน
10. ศูนย์เรียนรู้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง บ้านวังมุย ตำบลประตูป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
11. กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ บ้านป่ายาง ตำบลริมปิง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

- 12.ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงกลุ่มเพื่อนน้ำมิตร บ้านพันตาเก็น ตำบลต้นธง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- 13.ศูนย์การเรียนรู้เกษตรกรรมยั่งยืนวังสะแกง ตำบลหนองล่อง อำเภอเวียงหนองล่อง จังหวัดลำพูน
- 14.กลุ่มเกษตรกรดำเนินงานตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ตำบลทาทุ่งหลวง ตำบลทาภาศ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน
- 15.กลุ่มหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงบ้านห้วยไซสุขสวัสดิ์ ตำบลห้วยยาบ อำเภอบ้านธิ จังหวัดลำพูน
- 16.ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงชาติพันธุ์มอญหนองตู่ ตำบลบ้านเรือน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน
- 17.ศูนย์การเรียนรู้เกษตรกรรมรุ่นใหม่อินจันทร บ้านป่าตึงงาม ตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- 18.ศูนย์การเรียนรู้เครือข่ายคนรุ่นใหม่ลุ่มน้ำแม่ทา(สวนป่านานา) ตำบลทาชุมเงิน อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน
- 19.ศูนย์การเรียนรู้ลำสะพุน บ้านทุ่งยาว อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- 20.ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์บ้านป่าตึงงาม ตำบลตะเคียนปม อำเภอทุ่งหัวช้าง จังหวัดลำพูน

ปัจจุบันเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ยังพบว่า มีจุดอ่อนหลายประการที่ต้องพัฒนาและปรับปรุงคือ คนในพื้นที่ไม่ค่อยทำการผลิตเกษตรอินทรีย์ คนรุ่นใหม่ไม่ค่อยให้ความสนใจทำให้ไม่มีคนหน้าใหม่เข้ามาและการสืบทอดแนวความคิดการทำเกษตรอินทรีย์เป็นไปได้ยาก การเพิ่มเครือข่ายจำนวนสมาชิกมีน้อย ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคเนื่องจากยังไม่มีความรู้ด้านความพอเพียง การตลาดไม่ทั่วถึง ตลาดในท้องถิ่นมีน้อย ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์น้อยและไม่ต่อเนื่อง ปริมาณผลผลิต ราคาผลผลิตไม่แตกต่างจากพืชผักทั่วไป และยังพบอีกว่าอุปสรรคในการดำเนินงานที่ผ่านมาคือ ด้านการพัฒนาเครือข่ายมีน้อย ขาดการประชุม ขาดการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างเข้มข้น การเชื่อมกับเครือข่ายอื่นๆ น้อย อีกทั้งเกษตรกรยังคงใช้สารเคมีเนื่องจากการทำเกษตรกรรมยั่งยืนเห็นผลช้า และการโฆษณาสารเคมีไม่มีการควบคุม ค่านิยมผู้บริโภคยึดติดกับการรับประทานพืชผักที่มีลักษณะสวยงาม ในด้านมาตรฐานอินทรีย์ใช้เวลาและความอดทนเนื่องจากมีขั้นตอนการได้มาซึ่งใบรับรองมาตรฐานยาก ปัญหาภัยธรรมชาติสภาพอากาศเปลี่ยนแปลง ทำให้มีผลกระทบต่อการทำเกษตรอินทรีย์

ดังนั้นการดำเนินงานเพื่อพัฒนาและปรับปรุงระบบเครือข่ายทั้งหมดด้านการเกษตรกรรมยั่งยืนของจังหวัดลำพูน จึงต้องอาศัยหลักแนวทางการดำเนินงาน Thailand 4.0 ซึ่งเป็นโมเดลการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ด้วยการพัฒนาเกษตรกรที่ทันสมัย (Smart Farmers) การยกระดับภาคเกษตรด้วยการขับเคลื่อนเกษตรกรที่ทันสมัย คือ เกษตรกรที่ใช้การตลาดนำการผลิต มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ รู้จักใช้การบริหารจัดการและเทคโนโลยี ทั้งในการผลิต การแปรรูป และบริการ

แปลงออกเป็นโมเดลธุรกิจทางการเกษตรสมัยใหม่ มีความเป็นผู้นำ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกและให้ความสำคัญกับความยั่งยืน การพัฒนาระบบนิเวศน์เพื่อการพัฒนา (Smart Farmers) ได้แก่ 1) การศึกษาและการฝึกอบรม คือการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งในด้านทฤษฎีและปฏิบัติ การปรับเปลี่ยนทั้งในส่วนของกรอบความคิด ทักษะ และพฤติกรรม 2)การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ประกอบไปด้วย กองทุนระหว่างการศึกษา กองทุนกู้ยืมเพื่อสมาร์ฟาร์มเมอร์ (ก.ย.ส.) และกองทุนระหว่างผู้ประกอบการอาชีพ ได้แก่ Risk Management และ Mitigation, Angel Fund และ Venture Capital Fund 3)ข้อมูลและระบบสารสนเทศทางการเกษตร (Big Data) ประกอบด้วย ศูนย์ข้อมูลด้านความเหมาะสมของพื้นที่ผลิต ศูนย์ข้อมูลประมาณการผลผลิตสินค้าเกษตร ศูนย์ข้อมูลสถานะการตลาดและการค้า ศูนย์ข้อมูลบัญชีรายชื่อ Smart Farmers และผู้ประกอบการด้านต่างๆ ศูนย์ข้อมูลบัญชีรายชื่อนหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่ให้บริการสนับสนุนข้อมูลขึ้นตอนด้านต่างๆ ตลอดห่วงโซ่ และระบบบริหารจัดการความรู้ด้านการเกษตรกร 4) การเชื่อมโยงห่วงโซ่ผู้ผลิตสู่ห่วงโซ่ผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยการผลิต เช่น สายพันธุ์ เมล็ดพันธุ์ ช่วงการเพาะปลูก เช่น Feed Technology เครื่องจักรกลการเกษตรสำหรับเกษตรกรรายย่อย Precision Farming ทุนยนต์เพื่อการเกษตร ภาคเกษตร หลังการเก็บเกี่ยว เช่น ระบบการคัดคุณภาพ Food Processing Technology บรรจุภัณฑ์ ลอจิสติกส์ทั้งระบบ Cool Chain และ Cold Chain การเก็บรักษาและระบบการตรวจสอบย้อนกลับ Zero-Waste Technologies การตลาด เช่น E-Commerceและ 5)การพัฒนา Platform for Collaboration ประกอบด้วย พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อการแบ่งปันข้อมูลและความรู้ พัฒนาระบบสหกรณ์แบบใหม่ที่เป็น Marketing Arms ให้กับเกษตรกรที่เป็น Smart Farmer และการพัฒนาคลัสเตอร์ พัฒนาระบบการเงินและบัญชีสหกรณ์ สนับสนุน Smart Farmer ให้เป็นผู้บริหารสหกรณ์ พัฒนากลไกโครงสร้างแบบ JA (Japan Agricultural Cooperative) Group (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

ธุรกิจที่เป็นทางเลือกของประชาชน ในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันลดความเหลื่อมล้ำและส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อาทิเช่น เครือข่ายคุณค่าข้าวคุณธรรม เครือข่ายคุณค่าผลไม้คุณภาพ กลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่าสามพราน ตัวแบบธุรกิจ Farmer Shop เครือข่ายคุณค่ายางพาราไทย 4 เครือข่ายคุณค่าข้าวหอมมะลิสหกรณ์ไทย โดยข้อสรุปได้ดำเนินการในรูปของศูนย์เรียนรู้ มีชีวิต (Living Learning Center) เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้สู่สาธารณะชน นอกจากนั้นยังมีศูนย์สารสนเทศสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์เป็นกลไกสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แก่ผู้สนใจในวงกว้าง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและวารสารคนสหกรณ์ ข้อค้นพบจากการวิจัยชี้ให้เห็น ช่องว่างในการพัฒนาประเทศระหว่างนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่มีต่อกลุ่มเป้าหมายเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1. ขาดกลไกและระบบการจัดการเรียนรู้เพื่อสร้างสมรรถนะการแข่งขัน ที่สามารถเข้าถึงและสร้างความเข้าใจแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ให้ปรับเปลี่ยนทัศนคติ วิธีคิด ความรู้และประสบการณ์ในการประกอบอาชีพอย่างชาญฉลาด มีอำนาจต่อรอง สามารถเชื่อมต่อตลาดได้อย่างเป็นธรรมและเท่าเทียม และมีความเข้าใจในการสืบทอดอาชีพอย่างมั่นคงและก้าวไกล

2. ขาดสถาบันที่เข้มแข็ง ในการทำหน้าที่เป็นกลไกในการจัดการธุรกิจ เพื่อสร้างคุณค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มให้การประกอบอาชีพและการยกระดับการชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย

3. โครงสร้างการตลาด สำหรับปัจจัยการผลิตและผลผลิตทางการเกษตร ไม่เอื้อต่อเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย อันเนื่องมาจากนโยบายเดิม ข้อตกลงการค้าเสรี กฎหมาย และกฎระเบียบที่เปิดโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการทุนข้ามชาติรายใหญ่ ที่มีความสามารถในการลงทุนในเทคโนโลยีที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาความเหลื่อมล้ำ

4. ขาดการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอาชีพและการยกระดับสมรรถนะในการแข่งขันแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยอย่างเป็นรูปธรรมโดยพบว่าการแบ่งส่วนราชการและภารกิจของหน่วยงานรัฐ ในการส่งเสริมเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อยยังแยกกันระหว่างการส่งเสริมเทคโนโลยีการผลิต การส่งเสริมมาตรฐานการผลิต การส่งเสริมการตลาดภายในประเทศและการตลาดต่างประเทศ ซึ่งเป็นช่องว่าง (Gaps) ในเชิงนโยบายและการปฏิบัติสู่การบรรลุเป้าหมายของยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ต้องเร่งปรับปรุงแก้ไข และที่สำคัญการชีวิตการดำเนินภารกิจของหน่วยงานรัฐ ยังมุ่งเน้นไปที่ตัวเลขเชิงปริมาณ มิได้มองในเชิงคุณภาพ ตัวอย่างเช่น กรณี การส่งเสริมการทำนา GAP แก่เกษตรกร ในหน่วยงานส่วนใหญ่มีการบูรณาการความร่วมมือกันก็จริงแต่ไปเพิ่มเรื่องจำนวนเกษตรกรที่เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมเรื่อง GAP เพียง 3 วันแต่ไม่มีกลไกการติดตามส่งเสริม และให้การรับรองมาตรฐานแก่เกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรมสถานการณ์ดังกล่าวเป็นกรณีตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นการเกิดช่องว่างระหว่างนโยบายและการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การปรับเปลี่ยนสู่การปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5. กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นประชาชนทั้งประเทศส่วนใหญ่ ยังไม่ตระหนักเห็นความสำคัญในเรื่องการบริโภคอาหารปลอดภัย เพราะขาดการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากการบริโภคอาหารปนเปื้อนสารเคมีที่ส่งผลต่อสุขภาพและโรคภัยไข้เจ็บ ดังสถิติการตายของคนไทยด้วยโรคมะเร็งสูงเป็นอันดับหนึ่งในรอบ 30 ปี ซึ่งเป็นสัญญาณว่าสังคมไทยกำลังเผชิญกับความเสี่ยงด้านสารเคมีและมลพิษ และพบว่าผู้ป่วยที่มี 5 สาเหตุจากสารเคมีกำจัดศัตรูพืชที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลสูงขึ้นทุกปี ไม่น้อยกว่าปี ละ 400,000 คน (อำพล จินดาวัฒนะ, 2551: 37) แต่พบว่าคนไทยส่วนใหญ่ยังคงบริโภคพืชผักผลไม้โดยทั่วไปมากกว่า สินค้าอาหารปลอดภัย เนื่องจากมีราคาถูกกว่าและมีจำหน่ายในตลาดทั่วไปมากกว่า

จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และจุดอ่อนของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนที่ต้องการพัฒนาให้มีคุณภาพและสามารถเอื้อประโยชน์ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ กลุ่มเครือข่าย ผู้บริโภค ผู้ประกอบการและผู้ที่สนใจมากขึ้น จึงมีแนวทางที่จะใช้เครื่องมืองานวิจัยเพื่อท้องถิ่นมาสร้างการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อทบทวนในการจัดการและพัฒนากระบวนการทำเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่กระบวนการผลิต การพัฒนามาตรฐาน และที่สำคัญในด้านการพัฒนาตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน การสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเป็นบทเรียนให้กับกลุ่มเครือข่ายและพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

9. แนวทางการศึกษาหรือกรอบการศึกษาวิจัย

9.1 แนวทางการศึกษา

9.1.1 ระยะที่ 1 (พฤศจิกายน 2560 – กรกฎาคม 2561)

- 1) ประชุมคณะทำงาน
- 2) ทบทวนเอกสารสถานการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ของไทยและต่างประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนของจังหวัดลำพูน และศึกษากระบวนการสร้างความเชื่อมั่นของเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์และแนวโน้มการอยู่รอดของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แต่ละประเภท

- ศึกษาข้อมูลสถานการณ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ที่เกษตรกรจำเป็นต้องรู้เท่าทันข้อมูลเพื่อนำมาวางแผน

- 3) เวิร์กช็อปจังหวัดแลกเปลี่ยนการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ในการบริหารจัดการฟาร์มตั้งแต่กระบวนการผลิต (ต้นน้ำ) การพัฒนาคุณภาพการผลิต (กลางน้ำ) และด้านการจัดการตลาดและผู้บริโภค (ปลายน้ำ)

- 4) เวิร์กช็อปอำเภอ 4 ครั้งๆ ละ 2 อำเภอ ในการทบทวนข้อมูลปัญหา สถานการณ์ การบริหารจัดการฟาร์มตั้งแต่กระบวนการผลิต(ต้นน้ำ) การพัฒนาคุณภาพการผลิต (กลางน้ำ) และด้านการจัดการตลาดและผู้บริโภค (ปลายน้ำ) (โซนละ 2 อำเภอ คือ โซน 1 เมือง บ้านธิ โซน 2 ป่าซาง แม่ทา โซน 3 บ้านโฮ้ง เวียงหนองล่อง โซน 4 ลี้ ห่มข้าวช้าง)

- 5) การสำรวจเกษตรกร ผู้สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เพื่อทบทวนข้อมูลเกษตรกร และสมาชิกเครือข่ายฯ ทุนเดิม ศักยภาพ องค์ความรู้ของเกษตรกรในพื้นที่

- 6) การเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่างๆ ที่ทางศูนย์ประสานงานฯ จัด เช่น การพัฒนาศักยภาพ เครื่องมืองานวิจัย เวิร์กช็อปงานวิจัย เวิร์กช็อปนำเสนอรายงานความก้าวหน้าให้กับ สกว. ส่วนกลาง เป็นต้น

- 7) การประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้) สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

- 8) สรุปบทเรียนการดำเนินโครงการวิจัย และกำหนดแนวทางการดำเนินงานระยะที่ 2

- 9) จัดทำรายงานความก้าวหน้าระยะที่ 1

9.1.2 ระยะที่ 2 (สิงหาคม 2561 – เมษายน 2562)

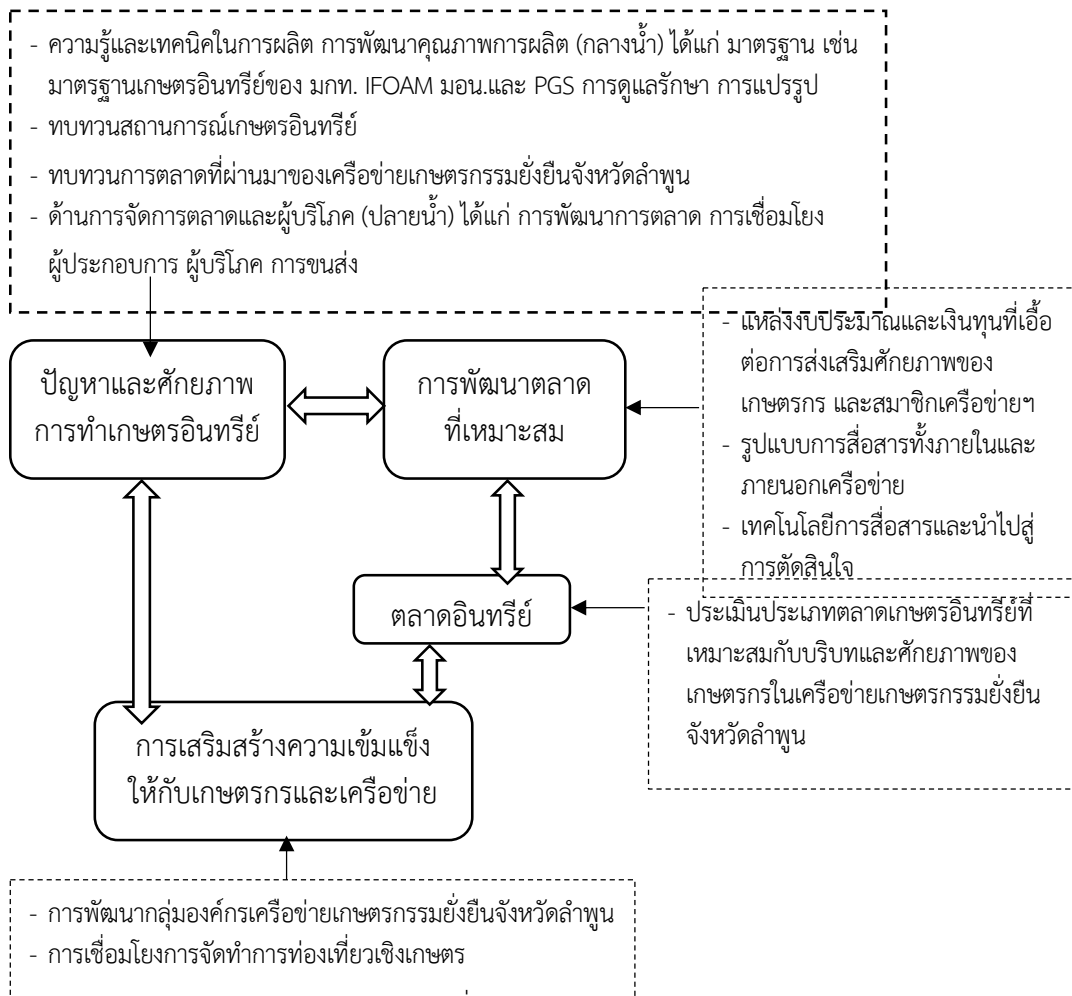
- 1) ประชุมคณะทำงาน
- 2) การสำรวจผู้ประกอบการ ผู้บริโภค โรงเรียน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และตลาดอินทรีย์ของเกษตรกร ในการวางแผนแนวทางการเชื่อมโยงด้านตลาดเกษตรอินทรีย์

- 3) เวิร์กช็อปจังหวัดการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกร เพื่อหาแนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

- กระบวนการสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์

- กระบวนการสร้างเครือข่ายภาคีที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์
 - กระบวนการเติมความรู้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ทุกมิติ ทั้งนี้ เพื่อให้รู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เกษตรอินทรีย์
- 4) การจัดเวทีแลกเปลี่ยนผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ ในการหารือหรือการเชื่อมโยงด้านการตลาด
 - 5) การพัฒนามาตรฐานการผลิต การอบรม การตรวจแปลงโดยรัฐ การรับรองกันเอง (ค่าใช้จ่าย เช่น การตรวจแปลง) เพื่อเกิดข้อตกลงในการกำหนดมาตรฐานของกลุ่ม และสร้างการยอมรับในวงกว้างมากขึ้น โดยการรับรองจากหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง
 - 6) การออกแบบและผลิตสื่อของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน เพื่อหารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมในการทำเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายโดยนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกและนำไปสู่การตัดสินใจ การติดตามงาน การแก้ไขงาน
 - 7) การส่งเสริมความรู้เรื่องการกินอาหารอินทรีย์เช่นรณรงค์ทำอาหารกินเองเพื่อสร้างอาหารใหม่ๆทั้งนี้เพื่อนำสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค
 - 8) การเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์ประสานงานประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจังหวัดลำพูน และหน่วยงานภาคีอื่น ๆ ที่จัดขึ้น เช่น งานอบรมพัฒนาทักษะ การเขียนรายงาน งานช่วง/มหกรรม และเวทีนำเสนอรายงานฉบับสมบูรณ์
 - 9) การประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง
 - 10) สรุปบทเรียนโครงการวิจัย
 - 11) นำเสนอข้อมูลสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง
 - 12) จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

9.2 กรอบการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 2.4 กรอบการศึกษาวิจัย

บทที่ 3

กระบวนการดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัย การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยังยืน จังหวัดลำพูน ครั้งนี้ ทีมวิจัยมีกระบวนการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
2. กระบวนการดำเนินงานวิจัย
3. การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
4. สรุปผลการดำเนินกิจกรรม

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย

1.1.1 เกษตรกร

1) สมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยังยืนจังหวัดลำพูน จำนวน 247 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

- กลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์เต็มรูปแบบ
- กลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในระยะปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์

2) เกษตรกรที่ทำการเกษตรแบบอินทรีย์ และเกษตรกรที่สนใจในการทำเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดลำพูน

1.1.2 ผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน ครอบคลุมพื้นที่ 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองลำพูน อำเภอป่าซาง อำเภอบ้านธิ อำเภอแม่ทา อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอเวียงหนองล่อง อำเภอทุ่งหัวช้าง และอำเภอลี้

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากสูตรการคำนวณของทาโร่ ยามะเน่ (Taro Yamane, 1973) ใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) จากประชากรจังหวัดลำพูนทั้งหมด 405,918 คน (ข้อมูลจากการสืบค้น ณ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2560, สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง, 2556) โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณดังนี้

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยกำหนด N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด

$$n = \frac{405,918}{1 + 405,918(0.05)^2}$$

$$= \frac{405,918}{1,014.795}$$

$$= 399.61$$

ดังนั้นจึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในจังหวัดลำพูนจำนวน 400 คน แล้วนำมาแบ่งกลุ่ม
จำแนกตามอำเภอทั้ง 8 อำเภอ ได้ดังนี้

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

1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.2.1 ทบทวนสถานการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ของไทยและต่างประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับ
บริบทและศักยภาพของเกษตรกรในสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนของจังหวัดลำพูน และศึกษา
กระบวนการสร้างความเชื่อมั่นของเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์และแนวโน้มการอยู่
รอดของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แต่ละประเภท

- ศึกษาข้อมูลสถานการณ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ที่เกษตรกรจำเป็นจะต้องรู้เท่าทันข้อมูล
เพื่อนำมาวางแผน

1.2.2 ศึกษาและวิเคราะห์การทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัย
ยืนจังหวัดลำพูน ในการบริหารจัดการฟาร์มตั้งแต่กระบวนการผลิต(ต้นน้ำ) ได้แก่ ความรู้และเทคนิคใน
การผลิต การพัฒนาคุณภาพการผลิต(กลางน้ำ) ได้แก่ มาตรฐาน เช่น มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของ มกท.

IFOAM มอน.และ PGS การดูแลรักษา การแปรรูป และด้านการจัดการตลาดและผู้บริโภค(ปลายน้ำ) ได้แก่ การพัฒนาการตลาด การเชื่อมโยงผู้ประกอบการ ผู้บริโภค การขนส่ง

- วิเคราะห์ต้นทุนการผลิต / ขนส่ง / บรรจุภัณฑ์

1.2.3 การศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดที่เหมาะสมของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งจังหวัดลำพูน ได้แก่ แหล่งงบประมาณและเงินทุนที่เอื้อต่อการส่งเสริมศักยภาพของเกษตรกร และสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งจังหวัดลำพูนการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่เพื่อกระจายผลิตภัณฑ์อินทรีย์สู่ผู้บริโภค เช่น โรงเรียน สถานศึกษา การทำ CSR ของบริษัทเอกชน โรงพยาบาล และอื่นๆ เพื่อให้สมาคมเครือข่าย ยกย่องการดำเนินงานด้านการตลาด ศึกษาวิธีการเข้าถึงผู้บริโภค เกิดขบวนการศึกษาเรียนรู้ขึ้น ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อพัฒนาสมาคมเครือข่ายไปสู่แนวทางการค้าที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค

- ศึกษาตลาดที่จำหน่ายเกษตรอินทรีย์มีจำนวนเท่าไรขายได้เท่าไรจะอยู่รอดหรือไม่อย่างไรและเลือกวิเคราะห์ให้มียุทธศาสตร์ในอนาคตได้อย่างไรรวมถึงการทำตลาดที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตรอินทรีย์แต่ละประเภทและต้องเลือกการสื่อสารที่เหมาะสม

- ศึกษามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ให้กับสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งจังหวัดลำพูนที่จะต้องเพิ่มการศึกษาระบบการจัดการฟาร์มและเน้นเรื่องการบริหารจัดการฟาร์มอินทรีย์ (การบริหารจัดการตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว) และการแปรรูปที่เหมาะสมกับพืชชนิดนั้นๆ ทั้งนี้จะเป็นเป็นความสัมพันธ์ของการสร้างมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรและสมาคมเครือข่าย

- ศึกษามาตรฐานอินทรีย์ที่แท้จริงของไทยกับของต่างประเทศเหมือนหรือต่างกันอย่างไร แต่ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายนั้นคือตลาดกลุ่มใดทั้งนี้เพื่อจะได้สร้างมาตรฐานรองรับให้ตรงจุด รวมถึงควรหากระบวนการสร้างความเชื่อมั่นของเกษตรอินทรีย์และควรสร้างเครือข่ายเพื่อรองรับของการทำเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากหากมีพื้นที่เพาะปลูกที่แตกต่างกันนั้น หรือพื้นที่เกษตรอินทรีย์ติดกับเกษตรเคมีก็จะทำให้เกษตรอินทรีย์เป็นอินทรีย์ไม่แท้จริง

1.2.4 ศึกษารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมในการทำเกษตรอินทรีย์ของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งจังหวัดลำพูนได้แก่ รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกสมาคมเครือข่ายโดยนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกและนำไปสู่การตัดสินใจ การติดตามงาน การแก้ไขงาน

1.2.5 ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งจังหวัดลำพูน

- กระบวนการสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์

- กระบวนการสร้างเครือข่ายภาคีที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์

- กระบวนการเติมความรู้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรอินทรีย์ทุกมิติ ทั้งนี้ เพื่อให้รู้ทันความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เกษตรอินทรีย์

1.3 ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินงาน

ระยะเวลาการดำเนินงาน จำนวน 18 เดือน แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 2 ระยะ

- ระยะที่ 1 เดือนพฤศจิกายน 2560 – กรกฎาคม 2561
- ระยะที่ 2 เดือนสิงหาคม 2561 – เมษายน 2562

2. กระบวนการดำเนินงานวิจัย

ทีมวิจัยได้วางแผนการดำเนินงานออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

2.1 ระยะที่ 1 ดำเนินงานระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2560 ถึง เดือนกรกฎาคม 2561 มีแผนการดำเนินงาน ดังนี้

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอน/ เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย
1. ประชุม คณะทำงาน	เพื่อสร้างความ เข้าใจ และ กำหนดแนว ทางการ ดำเนินงาน ร่วมกัน	จัดเวทีประชุม	- เกิดความ เข้าใจร่วมกัน ในทีมวิจัย - ทราบผลการ ดำเนินที่ผ่าน มา ปัญหา อุปสรรคใน การทำงาน - ได้แผนการ ดำเนินงาน ต่อไป	อย่างน้อย เดือนละครั้ง	ทีมวิจัย ที่ ปรึกษา และผู้ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน
2. การประชุม ออกแบบการ เก็บข้อมูล สมาชิก เกษตรกร ยั่งยืนจังหวัด ลำพูน	- เพื่อ ออกแบบการ เก็บข้อมูล สมาชิก เกษตรกร ยั่งยืนจังหวัด ลำพูน	จัดเวทีประชุม	- ได้แบบเก็บ ข้อมูลสมาชิก เกษตรกร ยั่งยืนจังหวัด ลำพูน	เดือนที่ 1	ทีมวิจัยและ ตัวแทน เกษตรกร
3. การลงพื้นที่ สัมภาษณ์ และ จัดเก็บข้อมูล	- เพื่อลงพื้นที่ สัมภาษณ์ จัดเก็บข้อมูล	- แบบ สัมภาษณ์ - ประชุมกลุ่ม	- ข้อมูล เกษตรกรใน สมาคม	เดือนที่ 2-3	ทีมวิจัย

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอน/ เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย
จัดเก็บข้อมูล เกษตรกร	ในพื้นที่	ย่อย -การทำแผนที่ เครือข่าย เกษตรกร ยั่งยืนจังหวัด ลำพูน	เครือข่าย เกษตรกร ยั่งยืนจังหวัด ลำพูน - ทบทวนการ ทำ เกษตรกร ของสมาชิก		
5. การสำรวจ ความต้องการ ผู้บริโภค กิจกรรม - การออกแบบ สำรวจ - เก็บสำรวจ ข้อมูล	- เพื่อสำรวจ ข้อมูลความ ต้องการของ ผู้บริโภค	จัดเวทีประชุม ทีมงาน ออกแบบ สำรวจ	- ได้ข้อมูล ความต้องการ ผู้บริโภค	เดือนที่ 4	ผู้บริโภค ทีมวิจัย
6.การสรุป วิเคราะห์ ข้อมูลภาพรวม จังหวัด	- เพื่อสรุป วิเคราะห์ข้อมูล เห็นภาพรวม ของสมาชิก และความ ต้องการ ผู้บริโภคในการ วางแผนการ ดำเนินงาน	เวทีสรุป	- ได้ข้อมูลที่เป็น หมวดหมู่และ นำไปใช้ ประโยชน์ได้	เดือนที่ 5	ทีมวิจัย
7.การสร้าง/ กำหนดเกณฑ์ มาตรฐานการ รับรอง คุณภาพ	- เพื่อวางแผน ทางการสร้าง/ กำหนดเกณฑ์ มาตรฐานการ รับรองคุณภาพ	จัดเวทีประชุม	- เกณฑ์ มาตรฐานการ รับรองคุณภาพ ของสมาคม เครือข่าย	เดือนที่ 6	เกษตรกร ผู้บริโภค ผู้รู้ หน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง ทีม

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอน/ เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย
	ของสมาคม เครือข่าย เกษตรกรรม ยั่งยืนจังหวัด ลำพูน		เกษตรกรรม ยั่งยืนจังหวัด ลำพูน		วิจัยและผู้สนใจ
8.การพัฒนา แบรนด์ หรือ ตราสัญลักษณ์ ของสมาคม เครือข่าย	- เพื่อพัฒนา แบรนด์หรือ ตราสัญลักษณ์ ของสมาคม เครือข่าย	เวทีประชุม	- ได้แบรนด์ หรือตรา สัญลักษณ์ของ สมาคม เครือข่าย	เดือนที่ 4-6	ทีมวิจัย แกน นำสมาคม เครือข่ายฯ
9.การเข้าร่วม พัฒนา ศักยภาพและ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์ ประสานงานฯ จัด	- เพื่อพัฒนา ทักษะการทำงาน วิจัย และ แลกเปลี่ยน เปลี่ยนเรียนรู้กับ โครงการอื่น ๆ	เข้าร่วมเวที	- ได้ แลกเปลี่ยนกับ โครงการอื่น ๆ	ตลอดโครงการ	ทีมวิจัย
10. การ ประสานความ ร่วมมือกับ หน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง	- เพื่อประสาน ความร่วมมือ กับหน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง	ประสานงาน	- ได้รับความ ร่วมมือจาก หน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง	เดือนที่ 1-8	หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง
11. สรุป บทเรียน โครงการวิจัย และกำหนด แนวทางการ ดำเนินงาน ระยะต่อไป	- เพื่อสรุป บทเรียนการ ดำเนินโครงการ - เพื่อให้ชุมชน มีส่วนร่วมใน การกำหนดทิศ ทางการ	เวทีประชุม	- บทเรียนการ ดำเนิน โครงการ - แผนการ ดำเนินงาน ระยะที่ 2	เดือนที่ 7	แกนนำชุมชน ทีมวิจัย ที่ ปรึกษา และผู้ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 60 คน

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอน/ เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย
	ดำเนินงาน อย่างเหมาะสม				
12.จัดรายงาน ความก้าวหน้า ระยะที่ 1	เพื่อสรุปผล การดำเนินงาน ในระยะที่ 1	จัดทำรายงาน	- รายงาน ความก้าวหน้า ระยะที่ 1	เดือนที่ 8	ทีมวิจัย

2.1.1 ประชุมคณะทำงาน เพื่อสร้างความเข้าใจ และกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน

2.1.2 ทบทวนเอกสารสถานการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ของไทยและต่างประเทศเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนของจังหวัดลำพูน และศึกษากระบวนการสร้างความเชื่อมั่นของเกษตรกรอินทรีย์ รวมทั้งสร้างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์และแนวโน้มการอยู่รอดของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์แต่ละประเภท

- ศึกษาข้อมูลสถานการณ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ที่เกษตรกรจำเป็นต้องรู้เท่าทันข้อมูลเพื่อนำมาวางแผน

2.1.3 เวทีระดับจังหวัดเพื่อแลกเปลี่ยนการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ในการบริหารจัดการฟาร์มตั้งแต่กระบวนการผลิต (ต้นน้ำ) การพัฒนาคุณภาพการผลิต (กลางน้ำ) และด้านการจัดการตลาดและผู้บริโภค (ปลายน้ำ)

2.1.4 เวทีโซนอำเภอ 4 ครั้ง ๆ ละ 2 อำเภอ ในการทบทวนข้อมูลปัญหา สถานการณ์ การบริหารจัดการฟาร์มตั้งแต่กระบวนการผลิต (ต้นน้ำ) การพัฒนาคุณภาพการผลิต (กลางน้ำ) และด้านการจัดการตลาดและผู้บริโภค (ปลายน้ำ) (โซนละ 2 อำเภอ คือ โซน 1 เมือง บ้านธิ โซน 2 ป่าซาง แม่ทา โซน 3 บ้านโฮ้ง เวียงหนองล่อง โซน 4 ลี้ หุ่งหัวข่าง)

2.1.5 การสำรวจเกษตรกร ผู้สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เพื่อทบทวนข้อมูลเกษตรกร และสมาชิกเครือข่ายฯ ทุนเดิม ศักยภาพ องค์กรความรู้ของเกษตรกรในพื้นที่

2.1.6 การเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์ประสานงานฯ จัด เช่น การพัฒนาศักยภาพ เครื่องมืองานวิจัย เวทีห้วงงานวิจัย เวทีการนำเสนอรายงานความก้าวหน้าให้กับ สกว. ส่วนกลาง เป็นต้น

2.1.7 การประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้) สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัด

2.1.8 สรุปบทเรียนการดำเนินโครงการวิจัย และกำหนดแนวทางการดำเนินงานระยะที่ 2

2.1.9 จัดทำรายงานความก้าวหน้าระยะที่ 1

2.2 ระยะที่ 2 ดำเนินงานระหว่างเดือนสิงหาคม 2561 ถึง เดือนเมษายน 2562

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอน/ เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย
1. ประชุมทีม วิจัย	เพื่อสร้างความ เข้าใจ และ กำหนดแนว ทางการ ดำเนินงาน ร่วมกัน	จัดเวทีประชุม	- เกิดความ เข้าใจร่วมกัน ในทีมวิจัย - ทราบผลการ ดำเนินที่ผ่าน มา ปัญหา อุปสรรคใน การทำงาน - ได้แผนการ ดำเนินงาน ต่อไป	1 เดือน/ครั้ง รวม 8 ครั้ง	ทีมวิจัย ที่ ปรึกษา และผู้ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 30 คน
2. การสร้าง มาตรฐาน ราคากลาง ให้กับผลิตผล	- เพื่อสร้าง มาตรฐานราคา กลางให้กับ ผลิตผล	เวทีประชุม ข้อมูลจาก ระยะที่ 1	- ได้มาตรฐาน ราคากลาง ให้กับผลิตผล เครือข่าย เกษตรกรรม ยั่งยืนจังหวัด ลำพูน	เดือนที่ 9-10	เกษตรกร ผู้บริโภค หน่วยงาน องค์กร ทีม วิจัย และผู้ ที่สนใจ
3. พัฒนา แหล่งจำหน่าย และช่องทาง การจำหน่าย ผลผลิตที่ เข้าถึงผู้บริโภค ทุกระดับ	- เพื่อพัฒนา แหล่งจำหน่าย และช่องทาง การจำหน่ายที่ เข้าถึงผู้บริโภค ทุกระดับ	- เวทีประชุม - ทดลองเปิด ช่องการ จำหน่าย	- ได้แนวทาง การพัฒนา แหล่งจำหน่าย - ได้ช่องการ การจำหน่าย ผลผลิตที่ เข้าถึงผู้บริโภค ทุกระดับ	เดือนที่ 10-13	เกษตรกร ผู้บริโภค ทีม วิจัย หน่วยงาน องค์กร และผู้ ที่เกี่ยวข้อง
4.การประชุม หารือพัฒนา รูปแบบการ	- เพื่อพัฒนา รูปแบบการ สื่อสารทั้ง	การจัดเวที ประชุม	- ได้แนวทาง ในการจัดการ ด้านการตลาด	เดือนที่ 13-14	ทีมวิจัย ชุมชน แกนนำ เกษตรกร

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอน/ เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย
สื่อสารทั้ง ภายในและ ภายนอก เครือข่ายด้วย เทคโนโลยีการ สื่อสาร	ภายในและ ภายนอก เครือข่ายด้วย เทคโนโลยีการ สื่อสาร		เพื่อเพิ่มมูลค่า ลำไยแปรรูป เหี่ยวป่าเส้า		หน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง
5.การจัดทำ สื่อสารใน รูปแบบที่วางไว้	- เพื่อออกแบบ และจัดทำ สื่อสารใน รูปแบบที่วางไว้	การออกแบบ สื่อ	- ได้สื่อรูปแบบ ต่าง ๆ ที่ใช้ สื่อสารทั้ง ภายในและ ภายนอก เครือข่าย	ตลอดโครงการ	ทีมวิจัย ทีมสื่อ
6.ทดลองใช้ และสรุปผล	- เพื่อนำสื่อที่ ได้ไปทดลองใช้	ทดลองใช้ เว็บไซต์สรุปผล	- บทเรียนการ ใช้สื่อ	ตลอดโครงการ	เกษตรกร ผู้บริโภค หน่วยงาน องค์กร กลุ่ม พื้นที่ที่สนใจ
7.การเข้าร่วม พัฒนา ศักยภาพและ กิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์ ประสานงานฯ จัด	- เพื่อพัฒนา ทักษะการ ทำงานวิจัย และ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ กับโครงการ อื่น ๆ	เข้าร่วมเวที	- ได้ แลกเปลี่ยนกับ โครงการอื่น ๆ	ตลอดโครงการ	ทีมวิจัย
8. การ ประสานความ ร่วมมือกับ หน่วยงาน องค์กรที่	- เพื่อประสาน ความร่วมมือ กับหน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง	ประสานงาน	- ได้รับความ ร่วมมือจาก หน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง	ตลอดโครงการ	หน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอน/ เครื่องมือ	ผลที่คาดว่าจะ ได้รับ	ระยะเวลา	กลุ่มเป้าหมาย
เกี่ยวข้อง					
9. สรุป บทเรียน โครงการวิจัย	- เพื่อสรุป บทเรียนการ ดำเนิน โครงการ - เพื่อให้ชุมชน มีส่วนร่วมใน การกำหนดทิศ ทางการ ดำเนินงาน อย่างเหมาะสม	เวทีประชุม	- บทเรียนการ ดำเนิน โครงการ - แผนการ ดำเนินงาน ระยะที่ 2	เดือนที่ 15	แกนนำชุมชน ทีมวิจัย ที่ ปรึกษา และผู้ ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 50 คน
10. นำเสนอ ข้อมูลสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง	- เพื่อนำเสนอ ข้อมูลจาก โครงการวิจัยสู่ ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่ เกี่ยวข้อง - เพื่อ ตรวจสอบ ความถูกต้อง ชัดเจน และ เติมเต็มข้อมูล ให้มีความ สมบูรณ์มากขึ้น	เวทีการ ประชุม	- ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เข้า ร่วมมีความ เข้าใจ และให้ ข้อคิดเห็น เพิ่มเติมแก้ไข ให้มีความ สมบูรณ์มาก ขึ้น	เดือนที่ 16	แกนนำชุมชน ทีมวิจัย หน่วยงาน องค์กร และผู้ ที่เกี่ยวข้อง
11. จัดรายงาน ฉบับสมบูรณ์	เพื่อสรุปผล การดำเนินงาน โครงการ	จัดทำรายงาน	- รายงานวิจัย ฉบับสมบูรณ์	เดือนที่ 16	ทีมวิจัย

2.2.1 ประชุมคณะทำงาน เพื่อสร้างความเข้าใจ และกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน

2.2.2 การสำรวจผู้ประกอบการ ผู้บริโภค โรงเรียน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และตลาดอินทรีย์ของเกษตรกร ในการวางแผนแนวทางการเชื่อมโยงด้านตลาดเกษตรอินทรีย์

2.2.3 เวทีระดับจังหวัดการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกร เพื่อหาแนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร และเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

- กระบวนการสร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์
- กระบวนการสร้างเครือข่ายภาคีที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรอินทรีย์
- กระบวนการเติมความรู้ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรอินทรีย์ทุกมิติ ทั้งนี้ เพื่อให้รู้เท่าทันความเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เกษตรกรอินทรีย์

2.2.4 การจัดเวทีแลกเปลี่ยนผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ ในการหารือการเชื่อมโยงด้านการตลาด

2.2.5 การพัฒนามาตรฐานการผลิต การอบรม การตรวจแปลงโดยรัฐ การรับรองกันเอง (ค่าใช้จ่าย เช่น การตรวจแปลง) เพื่อเกิดข้อตกลงในการกำหนดมาตรฐานของกลุ่ม และสร้างการยอมรับในวงกว้างมากขึ้น โดยการรับรองจากหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้อง

2.2.6 การออกแบบและผลิตสื่อของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน เพื่อหารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมในการทำเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายโดยนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกและนำไปสู่การตัดสินใจ การติดตามงาน การแก้ไขงาน

2.2.7 การส่งเสริมความรู้เรื่องการกินอาหารอินทรีย์เช่นรณรงค์ทำอาหารกินเองเพื่อสร้างอาหารใหม่ๆทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.2.8 การเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์ประสานงานประสานงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นจังหวัดลำพูน และหน่วยงานภาคีอื่น ๆ ที่จัดขึ้น เช่น งานอบรมพัฒนาทักษะ การเขียนรายงานงานช่วง/มหกรรม และเวทีนำเสนอรายงานฉบับสมบูรณ์

2.2.9 การประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง

2.2.10 สรุปบทเรียนโครงการวิจัย

2.2.11 นำเสนอข้อมูลสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง

2.2.12 จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

3. การเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูล

ข้อมูลเบื้องต้น ได้จากการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานในด้านบริบท กระบวนการทำเกษตรอินทรีย์ และศักยภาพของเกษตรกรในสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนของจังหวัดลำพูน โดยมีสมาชิกสมาคม

เครือข่ายทั้งหมด 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองลำพูน อำเภอป่าซาง อำเภอบ้านธิ อำเภอแม่ทา อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอเวียงหนองล่อง อำเภอทุ่งหัวช้าง และอำเภอลี้

3.2 เครื่องมือและข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การจัดเวทีสัมมนาระดมความคิดเห็น โดยการประชุมกลุ่ม

3.2.2 แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรในพื้นที่ และข้อมูลผู้บริโภคในจังหวัดลำพูน โดยนักวิจัย สมาชิกสมาคมเครือข่ายฯ และนักศึกษาศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี จังหวัดลำพูน เข้ามามีส่วนร่วมในการสำรวจข้อมูล

3.2.3 สร้างแผนที่จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพื้นที่การทำเกษตรอินทรีย์ในแต่ละอำเภอให้สอดคล้องกับความเป็นจริง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 การเก็บข้อมูลเบื้องต้นจากเวทีสัมมนา/แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระดมสมองผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสถานการณ์ปัจจุบัน สาเหตุ เงื่อนไข ปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการทำเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดลำพูน

3.3.2 การเก็บข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรในพื้นที่ ได้แก่ ชื่อ ที่อยู่ จำนวนพื้นที่ในการทำเกษตร เอกสารสิทธิ์ จำนวนและชนิดของพืชที่ปลูก มาตรฐาน การตลาด งบประมาณและแหล่งงบประมาณที่นำมาดำเนินการ เหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์ และปัญหาที่พบในการทำเกษตรอินทรีย์

3.3.3 การเก็บข้อมูลผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ การรับข้อมูลข่าวสาร การแนะนำ เหตุผลในการซื้อสินค้า เหตุผลในการบริโภค แหล่งที่นิยมซื้อสินค้า ความถี่ในการซื้อสินค้า วันที่ซื้อสินค้ามากที่สุด สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อเป็นประจำ ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ปัจจัยการเลือกซื้อสินค้า ด้านการผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3.3.4 การหาแนวทางในการบริหารจัดการฟาร์มเกษตรอินทรีย์ การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ รูปแบบการตลาดที่เหมาะสม และการพัฒนาสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดเวทีสัมมนา โดยประยุกต์ใช้แนวทาง 6 ขั้นตอนของเมาสตากาส (Moustakas, 1994 อ้างอิงจาก สมศักดิ์ บุญสาร, 2546) ดังนี้

1) การถอดความข้อมูล (Data Transcribing) ด้วยการอ่านและทำความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของสมาชิกกองทุนฯ

2) การจัดการข้อมูล (Data Managing) โดยบันทึกความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของสมาชิกกองทุนฯ ในไฟล์คอมพิวเตอร์ จัดหมวดหมู่ของคำตอบแบบคร่าวๆ ตามกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ และส่วนข้อมูลที่ยังไม่มีหมวดหมู่ชัดเจน หรือมีความหมายไม่ชัดเจน จะถูกบันทึกแยกไว้ก่อนเพื่อการทำทำความเข้าใจขั้นต่อไป

การอ่านและการบันทึก (Reading and Recording) ในขั้นตอนนี้จะเป็นการอ่านทบทวนข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของสมาชิกกองทุนฯ ซึ่งความคิดเห็นเหล่านี้จะได้รับการบันทึกไว้ในไฟล์ด้วย

3) การอธิบาย (Describing) เป็นขั้นตอนที่นำกรอบแนวคิดในการศึกษามาช่วยในการอธิบายความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของสมาชิกกองทุนฯ โดยกรอบแนวคิดในการศึกษาจะช่วยให้เห็นความสัมพันธ์ของตัวแปรมากยิ่งขึ้น

4) การจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Classifying) นำข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของสมาชิกกองทุนฯ มาจัดเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน โดยพิจารณาจัดเป็นหมวดหมู่ตามมิติตัวแปรของการศึกษา

5) การตีความหมายข้อมูล (Interpreting) ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจะเขียนบรรยายถึงประเด็นความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของสมาชิกกองทุนฯ ที่เกิดขึ้น โดยใช้ความรู้ความเข้าใจของผู้วิจัย จากนั้นได้นำข้อมูลคำตอบของกลุ่มตัวอย่างที่ได้แปลผลแล้วไปอธิบายให้ผู้เชี่ยวชาญของการวิจัยครั้งนี้ทราบ เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

4. สรุปผลการดำเนินกิจกรรม

4.1 สรุปผลการดำเนินกิจกรรม ระยะที่ 1

4.1.1 กิจกรรมที่ 1 ประชุมคณะทำงาน

หลักสำคัญที่ทีมวิจัยดำเนินการตลอดทั้งโครงการคือ การประชุมคณะทำงานเพื่อสร้างความเข้าใจ และกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน รวมทั้งร่วมกันพิจารณาและหาแนวทางการแก้ไข ปัญหา/อุปสรรค ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานโครงการ ซึ่งการทำงานในช่วงระยะที่ 1 ได้มีการประชุมคณะทำงาน รวม 10 ครั้ง โดยในแต่ละครั้งสรุปประเด็นสำคัญจากการดำเนินงาน ดังนี้

1) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 1

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันพุธ ที่ 1 พฤศจิกายน 2560
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 25 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความเข้าใจและกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : การดำเนินโครงการวิจัยการพัฒนาแบบการตลาด ให้แก่นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
2. ผลการประชุม : ผู้ร่วมประชุมเข้าใจร่วมกันในทีมวิจัยเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และแนวทางการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย/วัตถุประสงค์
3. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น : เกิดความล่าช้าในการประชุมเนื่องจากสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ พื้นที่ห่างไกลได้รับผลกระทบจากการเดินทาง
4. ข้อคิดเห็น ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม
 - นัดหมายการประชุมล่วงหน้าและมีการแจ้งเตือนก่อนวันประชุมอย่างน้อย 1 สัปดาห์ โดยมีการกำหนดตัวแทน/ผู้ประสานงานแต่ละอำเภอ
5. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
 - วางแผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการ



2) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 2

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันพฤหัสบดี ที่ 16 พฤศจิกายน 2560
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 25 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์ เพื่อวางแผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการ

วิธีการ/ขั้นตอน

1. จัดเวทีการประชุม
2. ประชุมวางแผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการ

ผลการประชุม :

1. กำหนดแผน/ตารางกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2
 - ประชุมออกแบบการเก็บข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จ.ลำพูน
 - วางแผนการลงพื้นที่ สัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลเกษตรกร
 - กำหนดผู้รับผิดชอบหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ได้

กำหนดให้เก็บข้อมูลทุกอำเภอในจังหวัดลำพูน ดังนี้

พื้นที่	ผู้รับผิดชอบ
อำเภอเมืองลำพูน	ทีมนักวิจัยจาก ม.ธนบุรี (ลำพูน)
อำเภอบ้านธิ	นางกัลยา ไชยประสาน และนายอดิศักดิ์ จันทราชา
อำเภอป่าซาง	นายอินจันทร์ นันจิตศักดิ์ และนางสาวพุดทิพร จินา
อำเภอเวียงหนองล่อง	นายสมชาย ย่องเยื้อง และนางสาวอุทัยวรรณ บุญลอย
อำเภอบ้านโฮ่ง	นางมาลัย วงศ์อำนาจ นายวิษณุ ดวงปัน และนายศิลาศักดิ์ วินันต์
อำเภอแม่ทา	นางสาวพุดทิพร จินา นางวรรณา ปัญญากร นายศิลาศักดิ์ วินันต์ นางมาลัย วงศ์อำนาจ และนายวิษณุ ดวงปัน
อำเภอลี้	นายสุพัฒน์ วงศ์ชัย นางวรรณา ปัญญากร และนายตระการชัย ธรรมานวงศ์
อำเภอทุ่งหัวช้าง	นายสมควร มาจันทร์ นายตระการชัย ธรรมานวงศ์ และนายสุพัฒน์ วงศ์ชัย

- ลงพื้นที่สัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลเกษตรกร
 - วิเคราะห์สรุปผลการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น
 - ได้ผู้รับผิดชอบในแต่ละพื้นที่
 - การติดต่อสื่อสารบางพื้นที่มีปัญหาเนื่องจากสัญญาณโทรศัพท์ยังไม่ครอบคลุม
 3. ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม

- คุณกัลยา ใหญ่ประสาน ประธานเครือข่ายฯ ได้ให้ข้อคิดเห็นว่า การลงพื้นที่หรือการประชุมแต่ละครั้งสมาชิกที่อยู่ไกลการเดินทางค่อนข้างยากและลำบากส่งผลให้ขาดผู้ประชุมในพื้นที่ดังกล่าว เสนอให้ใช้ตัวแทนหรือผู้ประสานงานของแต่ละพื้นที่รับผิดชอบในการร่วมกิจกรรมต่างๆ ของโครงการ

4. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- พิจารณาเครื่องมือ/แบบสำรวจข้อมูล



3) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 3

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันจันทร์ ที่ 4 ธันวาคม 2560
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 25 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพิจารณาเครื่องมือการเก็บข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

2. เพื่อกำหนดการจัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทุณเดิม ความต้องการสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

วิธีการ/ขั้นตอน

1. พิจารณา : ออกแบบและพิจารณาแบบสำรวจข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
2. การจัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทุณเดิม ความต้องการของสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันรวมทั้งเพื่อสะท้อนให้ทราบถึงปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ผลของการประชุม

- 1) ได้แผนการสำรวจข้อมูลและการลงพื้นที่รวมทั้งได้มีมติให้
 - จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์
 - จัดทำแผ่นพับข้อมูล

2) การถอดบทเรียนจากสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เพื่อให้ได้เทคนิคการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรแต่ละคน

3) ผลการพิจารณาแบบฟอร์มการสำรวจข้อมูล

แบบสำรวจผู้ผลิต/เกษตรกร : ทำการเก็บข้อมูลเฉพาะเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ และผู้ที่อยู่ในช่วงปรับเปลี่ยนจากเกษตรที่ใช้สารเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งผู้ที่สนใจ ทั้งนี้ เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาทำเกษตรอินทรีย์

4) การจัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทุนเดิม ความต้องการของสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกเครือข่ายฯ โดยได้กำหนดให้มีเวทีแลกเปลี่ยนในวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2560

5) บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น

เกษตรกรในพื้นที่ยังไม่ค่อยเข้าใจเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ที่แท้จริง และการได้รับการรับรองมาตรฐาน เช่น บางพื้นที่เกษตรกรเข้าใจว่าการไม่ใช้สารเคมีหรือยาฆ่าแมลงคือการทำเกษตรอินทรีย์ ซึ่งในพื้นที่ที่มีการฉีดยาฆ่าหญ้าทุกหลังคาเรือน และบางคนก็เข้าใจว่าผักที่ขึ้นตามรั้วบ้านคือผักอินทรีย์เพราะไม่ได้ใส่ปุ๋ยหรือยาฆ่าแมลง เป็นต้น

6) ข้อคิดเห็น ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม

- ควรจัดให้มีกิจกรรมพบปะระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อหาแนวทางและแผนงานร่วมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

- Output งานวิจัยเมื่อจบโครงการ Mapping Organic Lamphun

7) แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- สรุปผลการพิจารณาแบบสำรวจข้อมูลผู้ผลิต/เกษตรกร

- ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นนำมาประมวลผลเพื่อวางแผนการปฏิบัติงาน

เชิงลึก

- ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงาน



4) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 4

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันศุกร์ ที่ 8 ธันวาคม 2560
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. สรุปผลการพิจารณาแบบสำรวจข้อมูลผู้ผลิต/เกษตรกร วางแผนการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นนำมาประมวลผลเพื่อวางแผนการปฏิบัติงานเชิงลึก
2. เตรียมความพร้อมการจัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทุนเดิม ความต้องการสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : นำเสนอแบบสำรวจข้อมูลผู้ผลิต (ที่แก้ไข)
2. พิจารณา :
 - พิจารณาแบบสำรวจข้อมูลทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิต/เกษตรกร พร้อมทั้งร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงานการลงพื้นที่เก็บข้อมูล
 - กำหนดการจัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทุนเดิม ความต้องการของสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ผลของการทำกิจกรรม

1. มีมติเห็นชอบตามแบบสำรวจข้อมูลที่ได้ปรับแก้ล่าสุดให้นำไปเก็บ/สำรวจข้อมูลได้
2. วางแผนการสำรวจข้อมูลและการลงพื้นที่ด้วยการกำหนดวันที่เก็บข้อมูล ดังนี้

วันที่/พื้นที่	
- 13 ธ.ค. 60	อ.บ้านโฮ้ง อ.เวียงหนองล่อง
- 14 ธ.ค. 60	อ.ทุ่งหัวช้าง อ.ลี้
- 19 ม.ค. 61	อ.แม่ทา อ.ป่าซาง
- 22 ม.ค. 61	อ.เมือง อ.บ้านธิ

3. คุณกัลยา ไหญ่ประสาน นายกสมาคมเครือข่ายฯ แนะนำเกี่ยวกับการลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลว่าควรมีการแนะนำ/ชี้แจงให้กับผู้ตอบแบบสอบถามหรือสัมภาษณ์ได้เข้าใจจุดประสงค์ของการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ และสำหรับการเก็บข้อมูลในส่วนของสมาชิกเครือข่ายฯ การสัมภาษณ์ต้องพยายามถอดบทเรียนจากสมาชิกเครือข่ายฯ เพื่อให้ได้เทคนิคการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรแต่ละคน

4. กำหนดการเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทุนเดิม ความต้องการของสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน วันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2561 ณ ห้องประชุมชั้น 1 มจร.วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน

- 08.30 – 09.00 น. ลงทะเบียน
- 09.00 – 09.30 น. กล่าวต้อนรับ/ชี้แจงวัตถุประสงค์
- 09.30 – 11.00 น. ผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหน้าพื้นที่และข้อค้นพบ
“จุดอ่อน จุดแข็ง”
- 11.00 – 12.00 น. วิทยากร คุณสุภา ไยเมือง จากมูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน
แห่งประเทศไทย
- 12.00 – 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 – 14.00 น. วิทยากร ดร.ชมชวน บุญระหงส์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- 14.00 – 15.00 น. วิทยากร ดร.ไพสิฐ พาณิชย์กุล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 15.00 – 15.30 น. สรุปเวทีเสวนา
5. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น
- ได้แผนปฏิบัติการในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล
 - ได้กำหนดการจัดเวทีเสวนาฯ
6. ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และการดำเนินการกิจกรรม
- ควรมีการประสานวิทยากรล่วงหน้าและจัดทำหนังสือเชิญ
7. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
- ลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามแผนที่วางไว้
 - จัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทวนเดิม ความต้องการสมาชิกเครือข่าย

เกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน





5) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 5

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันพุธ ที่ 9 มกราคม 2561
- เวลา 09.00 – 16.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบผลการดำเนินการลงพื้นที่ที่ผ่านมา ปัญหา อุปสรรคในการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ และจัดเก็บข้อมูลเกษตรกร
2. ออกแบบและพิจารณาแบบสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขต จังหวัดลำพูน เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ :
 - ผลการลงพื้นที่ที่สะท้อนถึงปัญหา อุปสรรค
 - ผลการจัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทนเดิม ความต้องการสมาชิกเครือข่าย เกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
2. พิจารณา :
 - พิจารณาร่วมกันในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์หรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด
 - พิจารณาข้อคำถามและรายละเอียดแบบสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตจังหวัดลำพูน

ผลของการทำกิจกรรม

1. จากการลงพื้นที่ในช่วงแรก (อ.บ้านโฮ้ง อ.เวียงหนองล่อง อ.ทุ่งหัวช้าง และ อ.ลี้) ทำให้พบปัญหา/อุปสรรค คือ ช่วงระยะเวลาที่ลงพื้นที่ไม่เหมาะสมทำให้บางแห่งไม่พบกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ตอบแบบสำรวจ ดังนั้นที่ประชุมจึงได้ร่วมกันระดมความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหา/อุปสรรค ซึ่งสรุปผลการเสนอแนะ/ข้อแนะนำ เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาลงพื้นที่เก็บข้อมูลคือนอกจากจะแจ้ง

กำหนดการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลให้กลุ่มเป้าหมายทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์แล้ว ต้องสอบถามช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายสะดวกพอที่จะสามารถให้ข้อมูลได้ด้วย

2. มอบหมายให้ตัวแทนแต่ละพื้นที่ประชาสัมพันธ์และแจ้งไปยังกลุ่มเป้าหมายแต่ละพื้นที่เกี่ยวกับการดำเนินงานลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล พร้อมทั้งกำหนดช่วงเวลาที่เหมาะสมในการลงพื้นที่

3. การลงพื้นที่เก็บข้อมูล อ.เมือง อ.บ้านทา อ.บ้านโฮ้ง อ.เวียงหนองล่อง อ.ทุ่งห้วยช้าง และ อ.ลี้ จะต้องลงพื้นที่เก็บข้อมูลซ้ำในส่วนข้อมูลที่ยังขาดหรือไม่สมบูรณ์

4. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น
- การลงพื้นที่เก็บข้อมูลนอกจากจะกำหนดวันที่จะลงพื้นที่แล้วยังต้องดูช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมด้วย

5. ข้อคิดเห็น ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม
- การวางแผนการลงพื้นที่ควรต้องมีการพิจารณาให้รอบด้านไม่ว่าจะเป็นด้านของผู้เก็บข้อมูล ด้านของผู้ตอบแบบสำรวจ และการนำเอาการพยากรณ์อากาศในพื้นที่มาร่วมพิจารณาเพื่อกำหนดด้วย

6. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
- ลงพื้นที่เก็บข้อมูลเกษตรกรรมตามแผนที่วางไว้
- วางแผนการลงพื้นที่เก็บสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน



6) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 6

ระยะเวลาดำเนินการกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันอาทิตย์ ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบผลการดำเนินการลงพื้นที่และสัมภาษณ์เกษตรกร
2. เพื่อกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน

พร้อมทั้งวางแผนการลงพื้นที่

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : ผลการลงพื้นที่และสัมภาษณ์เกษตรกร
2. พิจารณา : พิจารณาร่วมกันในการกำหนดระยะเวลา กลุ่มเป้าหมาย สถานที่

สำหรับการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเขตจังหวัดลำพูน

ผลของการทำกิจกรรม

1. ผลการดำเนินการลงพื้นที่ที่และสัมภาษณ์เกษตรกรแสดงผลในบทที่ 4
2. กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคให้แล้วเสร็จภายในสิ้นเดือน

มีนาคม 2561 โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทั้ง อาชีพ ระดับการศึกษา และวัยวุฒิ เพื่อจะได้ทราบพฤติกรรมที่แท้จริงและครอบคลุม

3. สรุปผลที่ได้จากการจัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทุนเดิม ความต้องการสมาชิก

เครือข่ายฯ

3.1 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกสมาคมเครือข่ายฯ

- 1) การใช้น้ำหมักชีวภาพ และการใช้พืชผักสีเหลืองในการหมักเพื่อกำจัดศัตรูพืช
- 2) การทำสมาร์ทฟาร์ม เพื่อควบคุมระบบเกษตรด้วยมือถือ
- 3) คำว่า “ปลูกทุกอย่างที่กิน” ยังไม่ตอบโจทย์ด้านพาณิชย์ จึงเปลี่ยนแนวคิด

ใหม่เป็น “ท่านอยากกินอะไรบอกจะปลูกให้”

- 4) ข้อจำกัดของเกษตรกร ได้แก่ เวลา พื้นที่ เงินทุน ตลาด และการควบคุม

ทรัพยากรที่เป็นต้นทุนไม่ได้

3.2 ทิศทางเกษตรอินทรีย์และการขับเคลื่อน

- 1) หลายประเทศมีการขยายตัวด้านเกษตรอินทรีย์
- 2) การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ และ

สร้างความหลากหลายทางชีวภาพ

3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 มีการกำหนดพื้นที่เกษตรกรรมยั่งยืน และพรบ. เกษตรยั่งยืน

3.3 การขับเคลื่อนและการตลาด

1) การขับเคลื่อนโดยผลักดันให้เกษตรกรผสมผสานแทนการทำเกษตรเชิงเดี่ยว เพื่อลดปัญหาเรื่องหนี้ และสร้างนโยบายของตัวเองเพื่อกำหนดอนาคตของตนเอง

2) การตลาด

- ทุกคนต้องได้กินผลผลิตอินทรีย์มากกว่าการทำเพื่อการพาณิชย์
- การตลาดที่เป็นธรรม “ระบบผลิต-ตลาดแนวนอน”
- จัดสร้างกองทุนสวัสดิการชุมชน
- สร้างวงจรการเชื่อมโยง สุขภาพ-เกษตรอินทรีย์-การท่องเที่ยว
- คุณสมบัติของผลผลิตเกษตรอินทรีย์ พืชผลแต่ละชนิดมีความเหมาะสมกับการทำอาหารที่แตกต่างกัน
- การเชื่อมโยงระหว่าง ชนบท-เมือง
- รูปแบบการตลาดมีหลากหลาย แต่จุดหลักคือการรวมกลุ่มและสามารถกำหนดราคาให้เอง “ตลาดแบบมีส่วนร่วม” คล้ายกับ “ตลาดชาวนาของญี่ปุ่น”
- จัดรูปแบบการจำหน่ายแบบใหม่ เช่น ตู้ขายสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบหยอดเหรียญ
- ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกับสินค้าทั่วไป มีวางจำหน่ายในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า หรือร้านขายของชำ

- การรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อจัดการด้านการตลาดที่หลากหลาย

3.4 ปัญหาเกษตรอินทรีย์ที่พบในปัจจุบัน

1) คนในชุมชนไม่สนใจซื้อหรือบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มคนที่ทำงานประจำ เช่น ครู ข้าราชการ เป็นต้น

2) ความต่อเนื่องของผลผลิตอินทรีย์มีผลกระทบมาจากสภาพภูมิอากาศและความหลากหลายของผลผลิตที่มีให้เลือกค่อนข้างน้อย

3) คนระดับล่างมีระยะเวลาจำกัดในการเลือกซื้อผลผลิตเนื่องจากเวลาส่วนใหญ่หมดไปกับการทำงาน

4) การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทำได้ยาก

5) จุดด้อยของเกษตรอินทรีย์ คือ แรงผลผลิตไม่ได้ ต้องเป็นไปตามฤดูกาล จึงส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของผลผลิต

- ควรเริ่มจากตนเองก่อนแล้วค่อยขยายไปในเชิงพาณิชย์เพื่อลดความเสี่ยง
- ผู้ผลิตและผู้บริโภคไม่เชื่อมโยงกันหรือไม่ได้พูดคุยกัน

4. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น

- การลงพื้นที่เก็บข้อมูลนอกจากจะกำหนดวันที่จะลงพื้นที่แล้วยังต้องดูช่วงระยะเวลาที่เหมาะสมด้วย
 - ชุมชนยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง จึงส่งผลให้เกษตรกรยังคงใช้สารเคมีในการทำเกษตร
 - คนรอบข้างมีผลต่อการตัดสินใจทำเกษตรอินทรีย์ และสวนเกษตรข้างเคียงยังใช้สารเคมี
 - ขาดเงินทุนหรืองบประมาณในการทำเกษตร
 - การทำเกษตรอินทรีย์ได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่แปรปรวน ขาดแคลนน้ำ
5. ข้อคิดเห็น ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม
- การวางแผนการลงพื้นที่ควรต้องมีการพิจารณาให้รอบด้านไม่ว่าจะเป็นด้านของผู้เก็บข้อมูล ด้านของผู้ตอบแบบสำรวจ และการนำเอาการพยากรณ์อากาศในพื้นที่มาร่วมพิจารณาเพื่อกำหนดด้วย

ข้อคิดเห็น แรงจูงใจ หรือข้อสนับสนุนในการทำเกษตรอินทรีย์

- 1) จุดหลักคือด้านสุขภาพของคนในครอบครัวที่เป็นแรงผลักดันให้ต้องหันมาสนใจและจริงจังกับการทำเกษตรอินทรีย์
- 2) เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในครัวเรือน
- 3) สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ปลอดภัย สารเคมี มีระบบนิเวศที่สมบูรณ์
- 4) อาหารปลอดภัยทั้งต่อตนเองและคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

- 1) ควรมีเวทีสำหรับผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อมีส่วนร่วมในการหาแนวทางการแก้ปัญหาเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์และผลผลิต
- 2) ควรมีเวทีสำหรับสมาชิกในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อเครือข่ายที่เข้มแข็ง และการเยี่ยมเยียนสมาชิกเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจ
- 3) จัดทำระบบฐานข้อมูลเครือข่าย ทั้งในระดับชุมชน ตำบล อำเภอ และจังหวัด เพื่อให้เห็นภาพการขับเคลื่อน/การเคลื่อนไหวในทุกระดับ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกัน
- 4) การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่ตรงความต้องการของตลาด
- 5) การตลาดแนวใหม่สำหรับเกษตรอินทรีย์
- 6) สร้างกลไกการแลกเปลี่ยนระหว่างผลผลิตทางการเกษตรกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เช่น ค่าเทอม ค่ารักษาพยาบาล ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

6. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- ลงพื้นที่เก็บข้อมูลเกษตรกรตามแผนที่วางไว้
- วางแผนการลงพื้นที่เก็บสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน



7) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 7

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันที่ 27 มีนาคม 2561
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบผลการดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค
2. เพื่อพิจารณาการเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์

ประสานงานฯ จัด

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : ผลการลงพื้นที่เก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค
2. พิจารณา : พิจารณาการเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางศูนย์

ประสานงานฯ จัด

ผลของการทำกิจกรรม

1. ผลการดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคแสดงผลในหัวข้อผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์

2. พิจารณาการเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมของสมาชิกเครือข่ายฯ ที่ทางศูนย์ประสานงานฯ จัด

- เรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดเกษตรอินทรีย์ยุคใหม่ ด้วยเทคโนโลยี” วันที่ 2 มิถุนายน 2561 ร่วมกับมหาวิทยาลัยธนบุรี (ศูนย์ลำพูน) และกลุ่มเครือข่ายฯ

- เรื่อง “ช่วงฝน สืบฮีต สานฮอย ฮ้อยก่ำกิด คนฮักหละปูน ฝนจาวบ้านงานวิจัยท้องถิ่น” วันอังคาร ที่ 19 มิถุนายน 2561

3. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น

- ทราบผลพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการตลาดที่เหมาะสม

4. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- การสรุปวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมของจังหวัดทั้งในส่วน of สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ และผู้บริโภค



8) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 8

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันที่ 19 เมษายน 2561
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 25 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

เพื่อสรุปวิเคราะห์ข้อมูลภาพรวมความต้องการของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ และผู้บริโภคในการวางแผนการดำเนินงาน และหาแนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดที่เหมาะสม

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจงให้ทราบและทำความเข้าใจ : ผลวิเคราะห์ภาพรวมระดับจังหวัด

2. พิจารณา : นำข้อมูลความต้องการของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ และผู้บริโภคนำมาพิจารณาแนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดที่เหมาะสม

ผลของการทำกิจกรรม

1. จากผลการวิเคราะห์ภาพรวมระดับจังหวัดทำให้ทราบว่าปัจจุบันผลผลิตของสมาชิกสมาคมเครือข่ายยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด รวมทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายยังมีไม่มาก และในด้านของผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเน้นที่คุณภาพหรือดูจากการรับรองเป็นหลัก จากนั้นจึงได้ร่วมกันพิจารณาแนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดที่เหมาะสม

2. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น

- สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม การแปรรูป และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

3. ข้อคิดเห็น ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม

- ปัญหาหลักคือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภัยธรรมชาติ ที่มีความรุนแรงมากขึ้น และการระบาดของศัตรูพืช สร้างความเสียหายต่อการเพาะปลูก

4. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- การสร้าง/กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการรับรองคุณภาพเกษตรอินทรีย์



9) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 9

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันที่ 24 พฤษภาคม 2561

- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน

- จำนวนผู้เข้าร่วม 24 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้าง/กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการรับรองคุณภาพเกษตรอินทรีย์

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : เกณฑ์และการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

2. พิจารณา : เกณฑ์การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แก่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ
ผลของการทำกิจกรรม

1. จากผลการสำรวจและสัมภาษณ์สมาชิกสมาคมเครือข่ายฯ พบว่ามีสมาชิกหลายคนที่ไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เนื่องจากมีขั้นตอนกระบวนการในการขอค่อนข้างมาก จึงทำให้สมาชิกละเลยและไม่สนใจที่จะขอใบรับรองดังกล่าว ดังนั้น ที่ประชุมจึงได้พิจารณาร่วมกันเกี่ยวกับเกณฑ์การพิจารณาเพื่อขอใบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ความรู้และทำความเข้าใจแก่สมาชิกทั้งนี้ได้มีมติที่ประชุมให้มีการจัดเวทีเพื่อวางแผนทางการสร้าง/กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการรับรองคุณภาพของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนโดยสมาชิกมีส่วนร่วม และได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยธนบุรี (ศูนย์ลำพูน) ในการจัดทำแอนิเมชันเกี่ยวกับความสำคัญในการขอใบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพื่อกระตุ้นและให้สมาชิกได้เห็นความสำคัญ (อยู่ระหว่างดำเนินการจัดทำแอนิเมชัน)

2. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น

- สมาชิกไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการขอใบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

3. ข้อคิดเห็น ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม

-

4. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- การพัฒนาแบรนด์ หรือตราสัญลักษณ์ของเครือข่าย



10) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 10

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันที่ 20 มิถุนายน 2561

- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน

- จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย สมาคมเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

- เพื่อการพัฒนาแบรนด์ หรือตราสัญลักษณ์ของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน
- สรุปผลการดำเนินงานโครงการวิจัยระยะที่ 1

วิธีการ/ขั้นตอน

แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : ความสำคัญของการมีแบรนด์หรือตราสัญลักษณ์

1. พิจารณา : แบรนด์หรือตราสัญลักษณ์ของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน

ผลของการทำกิจกรรม

1. มติที่ประชุมเห็นชอบให้เชิญสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ทุกพื้นที่ร่วมกันพิจารณาและออกแบบแบรนด์หรือตราสัญลักษณ์ของเครือข่ายฯ ในวันที่ 10 กรกฎาคม 2561
2. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
 - การสรุปผลรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานระยะที่ 1 และวางแผนการดำเนินงานระยะที่ 2



4.1.2 กิจกรรมที่ 2 ทบทวนเอกสารสถานการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ของไทยและต่างประเทศ

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- เดือนพฤศจิกายน 2561
- ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธนบุรี (ลำพูน), ห้องสมุด มจร.ลำพูน และการสืบค้นข้อมูลออนไลน์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลสถานการณ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ที่เกษตรกรจำเป็นต้องรู้เท่าทันข้อมูลเพื่อนำมาวางแผนเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของสมาชิกเกษตรกรรมยั่งยืนของจังหวัดลำพูน

2. ศึกษากระบวนการสร้างความเชื่อมั่นของเกษตรกรอินทรีย์ รวมทั้งศึกษาการสร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์และแนวโน้มการอยู่รอดของตลาดสินค้าเกษตรกรอินทรีย์แต่ละประเภท

ผลของการทำกิจกรรม

ทำให้ทราบว่าแนวโน้มทั้งด้านการทำเกษตรอินทรีย์และด้านการบริโภคผลผลิตจากเกษตรกรอินทรีย์สูงขึ้นทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ สามารถนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ไปสร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกร และแนวโน้มการส่งเสริมให้มีเกษตรกรรุ่นใหม่มากขึ้น

4.1.3 กิจกรรมที่ 3 การลงพื้นที่ สัมภาษณ์ และจัดเก็บข้อมูลเกษตรกร

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- เดือนธันวาคม 2561 – มกราคม 2562
- ทุกอำเภอในพื้นที่จังหวัดลำพูน
- จำนวนสมาชิกสมาคมฯ ทั้งหมดทุกอำเภอ 247 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา
2. เพื่อทราบข้อมูลสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิก ได้แก่ ขนาดครอบครัว ประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์ จำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์ พืชที่ปลูก รายได้ งบประมาณที่นำมาลงทุนในการทำเกษตรอินทรีย์ เหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์ และสาเหตุที่ทำให้เกษตรกรหันมาทำเกษตรอินทรีย์
3. เพื่อทราบข้อมูลปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ของสมาชิก ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต และปัญหาด้านการตลาด

ผลของการทำกิจกรรม

นำผลข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของสมาชิก และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์วางแผนการพัฒนา/แนวทางส่งเสริมสมาชิก

ปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินงาน

ในช่วงแรกพบปัญหา/อุปสรรคในการลงพื้นที่ คือ ช่วงระยะเวลาที่ลงพื้นที่ไม่เหมาะสม ทำให้บางแห่งไม่พบกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ตอบแบบสำรวจ นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้ไม่สมบูรณ์โดยเฉพาะในเรื่องของงบประมาณในการดำเนินการทำเกษตรอินทรีย์

วิธีการแก้ปัญหา

1. ทีมวิจัยจึงต้องลงพื้นที่เก็บข้อมูลซ้ำเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และสามารถนำมาวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนารูปแบบตลาดและความต้องการที่เหมาะสมต่อไป
2. การลงพื้นที่เก็บข้อมูล นอกจากจะแจ้งกำหนดการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลให้กลุ่มเป้าหมายทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 1 สัปดาห์แล้ว ต้องสอบถามช่วงเวลาของกลุ่มเป้าหมายสะดวกพอที่จะสามารถให้ข้อมูลได้ด้วย

4.1.4 กิจกรรมที่ 4 เวทีโซนอำเภอในการทบทวนข้อมูลปัญหา สถานการณ์

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- เดือนธันวาคม 2561 – มกราคม 2562
- พื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมแบ่งเป็น 4 โซน (โซนละ 2 อำเภอ คือ โซน 1 เมือง บำนิ โซน 2 ป่าซาง แม่ทา โซน 3 บ้านโฮ้ง เวียงหนองล่อง โซน 4 ลี้ หุ่งหัวช้าง)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทบทวนข้อมูลปัญหา สถานการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ในแต่ละพื้นที่
2. เพื่อศึกษาด้านการบริหารจัดการฟาร์ม ตั้งแต่กระบวนการผลิต (ต้นน้ำ) การพัฒนาคุณภาพการผลิต (กลางน้ำ) และด้านการจัดการตลาดและผู้บริโภค (ปลายน้ำ)

ผลของการทำกิจกรรม

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน ทั้ง 4 โซน พบว่า ทุกอำเภอมมีปัญหา ดังนี้

1. ด้านการผลิต : เนื่องจากการผลิตของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ยังเป็นการผลิตในครัวเรือนหรือมีขนาดเล็ก สมาชิกยังไม่สามารถผลิตในระดับเกษตรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ และเนื่องจากเกษตรอินทรีย์ ไม่ใช่สารเคมีในกระบวนการผลิตจึงทำให้ผลผลิตไม่ได้มาตรฐานเท่ากับการใช้สารเคมี ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค การทำเกษตรอินทรีย์ยังไม่ได้รับการตอบสนองจากคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาสานต่อกระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์เท่าที่ควร เพราะการทำเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานต้องมียุทธศาสตร์ประกอบหลายประการ โดยเฉพาะต้องได้มาตรฐานตามหลักวิชาการ และต้องใช้เวลาในกระบวนการจัดการในระบบเกษตรอินทรีย์มากพอสมควร ทำให้คนรุ่นใหม่มองว่าไม่คุ้มค่ากับการลงทุน จึงทำให้คนรุ่นใหม่เข้าไปสู่ระบบโรงงานอุตสาหกรรมจนกลายเป็นค่านิยมในพื้นที่

ตัวแทนสมาชิก อ.หุ่งหัวช้าง ได้ให้ข้อมูลว่า ลักษณะของพื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ลาดชันและอยู่ห่างไกลทำให้การบริหารจัดการในระบบอินทรีย์มีความยุ่งยากกว่าปกติ และพื้นที่ส่วนใหญ่ยังเสียดกับสารเคมีทางการเกษตร หากมีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ใกล้เคียงกับพื้นที่ที่มีการใช้สารเคมี ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดการปนเปื้อนสูง

ตัวแทนสมาชิก อ.บ้านทา ได้ให้ข้อมูลว่า ผู้บริโภคมักบอกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีไม่หลากหลายทำให้ผู้บริโภคยังจำกัดเฉพาะกลุ่ม สมาชิกบางคน คุณกรณิการ์ ต้นเส้า ได้สนใจทำเกษตรอินทรีย์ในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยมองกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค เป็นกลุ่มที่รักธรรมชาติ ชอบอาหารปลอดภัยต่อสุขภาพชอบความเป็นธรรมชาติ การทำตลาดโดยใช้ช่องทาง Online ทั้ง Facebook Line และ Website การสร้างเรื่องราวให้น่าสนใจ และได้กล่าวว่าอยากให้สมาชิก ท่านอื่นมีจุดยืนในตัว

ผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ส่งเสริมในเรื่องการแปรรูป สร้างแบรนด์ให้เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และยังบอกว่า ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ต้องมีเรื่องราว (Story) และทำตลาดให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค

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

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบ้านธิ ให้ข้อมูลว่า การผลิตพืชผักปลอดภัยในท้องถิ่นต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคท้องถิ่น และ ภาครัฐ ควรมีการส่งเสริมให้พืชผักเข้าไปในโรงพยาบาล โรงเรียน และหน่วยงานราชการในท้องถิ่นเป็นหลัก

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบางช้างได้ให้ข้อมูลว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้ และขาดความมั่นใจที่จะผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งต้องอาศัยความอดทนและมีพื้นที่รูปธรรมที่บริหารจัดการในระบบเกษตรอินทรีย์ให้เป็นพื้นที่ดูงาน

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบ้านโฮ่งให้ข้อมูลว่าในพื้นที่มีการใช้สารเคมีอันตรายทางการเกษตรอย่างแพร่หลาย และมีการทำเกษตรพันธสัญญา เช่น หอมแดง กระเทียม ลำไย ทำให้เกษตรกรที่จะปรับเปลี่ยนมาเป็นระบบอินทรีย์ทำได้ยาก เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สารเคมี

ตัวแทนสมาชิกอำเภอเถิน ให้ข้อมูลว่า พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าและทำสวนลำไยเป็นหลัก นิยมใช้สารเคมีอันตรายทางการเกษตรมาใช้ในการกระบวนการผลิตซึ่งเห็นว่าจะจะมีการจำกัดการนำสารเคมีเข้ามาใช้พื้นที่ และควรส่งเสริมเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ให้มีการพัฒนาองค์ความรู้ การรวมกลุ่มตลอดจนถึง การตลาดแบบยั่งยืน

ตัวแทนทีมวิจัย ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรสร้างองค์ความรู้ให้กับสมาชิก ในการผลิตเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมให้สมาชิกเข้าสู่กระบวนการผลิตอย่างมีคุณภาพและได้รับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) ด้านราคา (Price) ควรมีการพิจารณาราคาที่เหมาะสมต่อปริมาณผลผลิตที่ขายและราคาเหมาะสมต่อคุณภาพสินค้า

3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ควรหารูปแบบตลาดให้หลากหลายโดยการเพิ่มช่องทาง การจัดจำหน่ายของสมาชิกให้หลากหลายมากขึ้น ควรพิจารณาในด้านระยะทาง หรือการเดินทาง ไปยังจุดจำหน่าย/ตลาด ควรมีความสะดวกสบายในการเดินทางไปซื้อ อาจจะพิจารณาพื้นที่ที่เหมาะสมหรือทำเลที่เหมาะสมแก่การจัดเป็นจุดจำหน่าย การจัดภูมิทัศน์เพื่อความดึงดูดตลาดให้ผู้บริโภคเข้าไปซื้อ แสดงระยะเวลา/จำนวนวันที่เปิดจำหน่าย ช่วงเวลาที่เปิดจำหน่าย มีความเพียงพอของตลาดและแหล่งจำหน่ายมีป้ายแสดงให้เห็นชัดเจน

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งตลาดอย่างสม่ำเสมอ อธิบายของผู้จำหน่าย

2. ด้านการตลาด : หลายอำเภอมีพื้นที่อยู่ห่างไกลชุมชนมีผลต่อการเดินทางเมื่อนำผลผลิตไปขาย เช่น ผักกินใบมักมีปัญหา เสียหายได้ง่าย ได้แก่ พริก มะเขือ พืชล้มลุก ตลาดไม่แน่นอน รวมทั้งผู้บริโภคมักจะมองว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูง ขณะเดียวกันผู้บริโภคยังขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร

4.1.5 กิจกรรมที่ 5 การจัดเวทีระดับจังหวัด แลกเปลี่ยนการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรและสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันจันทร์ ที่ 26 กุมภาพันธ์ 2561
- เวลา 09.00 – 16.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 30 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตร

อินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
2. เพื่อทราบสรุปผลการจัดเวทีแลกเปลี่ยนสถานการณ์ ทunes ความต้องการสมาชิก

เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

วิธีการ/ขั้นตอน

- 1) เวทีแลกเปลี่ยน : สมาชิกฯ แลกเปลี่ยนสถานการณ์ Tunes และความต้องการ
- 2) พิจารณา : ทิศทางเกษตรอินทรีย์และการขับเคลื่อน ได้แก่ ทิศทางเกษตรอินทรีย์ การขับเคลื่อนและการตลาด และปัญหาเกษตรอินทรีย์ที่พบในปัจจุบัน

ผลของการทำกิจกรรม

- 1) การแลกเปลี่ยนสถานการณ์ Tunes และความต้องการของสมาชิก
 - การใช้น้ำมันชีวภาพ และการใช้พืชผักสีเหลืองในการหมักเพื่อกำจัดศัตรูพืช
 - การทำสมาร์ทฟาร์ม เพื่อควบคุมระบบ/กระบวนการเพาะปลูกทางการเกษตรด้วยมือถือ
 - คำว่า “ปลูกทุกอย่างที่กิน” ยังไม่ตอบโจทย์ด้านพาณิชย์ จึงเปลี่ยนแนวคิดเป็น “ท่านอยากกินอะไรบอกจะปลูกให้”
 - ข้อจำกัดของเกษตรกร คือ เวลา พื้นที่ เงินทุน และการตลาด รวมทั้งการควบคุมทรัพยากรที่เป็นต้นทุนไม่ได้
- 2) ทิศทางเกษตรอินทรีย์และการขับเคลื่อน
 - หลายประเทศมีการขยายตัวด้านเกษตรอินทรีย์
 - การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ การสร้างความหลากหลายทางชีวภาพ

- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 มีการกำหนดที่เกษตรกรรมยั่งยืน
- พรบ. เกษตรกรรมยั่งยืน

3) การขับเคลื่อนและการตลาด

- การขับเคลื่อน โดยผลักดันให้ทำเกษตรผสมผสานแทนการทำเกษตรเชิงเดี่ยว เพื่อลดปัญหาเรื่องหนี้สิน และสร้างนโยบายของตัวเองเพื่อกำหนดอนาคตของตนเองได้

- การตลาด

- ทุกคนต้องได้กินผลผลิตอินทรีย์มากกว่าการทำเพื่อการพาณิชย์
- การตลาดที่เป็นธรรม “ระบบผลิต-ตลาดแนวนอน”
- จัดสร้างกองทุนสวัสดิการชุมชน
- สร้างวงจรการเชื่อมโยง สุขภาพ-เกษตรอินทรีย์-การท่องเที่ยว
- คุณสมบัติของผลผลิตเกษตรอินทรีย์ พืชผลแต่ละชนิดมีความเหมาะสมกับการ

ทำอาหารที่แตกต่างกัน

○ การเชื่อมโยงระหว่าง ชนบท-เมือง

○ รูปแบบการตลาดมีหลากหลาย แต่จุดหลักคือ การรวมกลุ่มและสามารถกำหนดราคาได้เอง “ตลาดแบบมีส่วนร่วม” คล้ายกับ “ตลาดขาวนาของญี่ปุ่น”

○ จัดรูปแบบการจำหน่ายแบบใหม่ เช่น ผู้ขายสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบหยอดเหรียญ

○ ราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่แตกต่างกับสินค้าทั่วไป มีวางจำหน่ายในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็น ห้างสรรพสินค้า หรือร้านขายของชำ

○ การรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อจัดการด้านการตลาดที่หลากหลาย

4) ปัญหาเกษตรอินทรีย์ที่พบในปัจจุบัน

- คนในชุมชนไม่สนใจซื้อหรือบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มคนที่ทำงานประจำ เช่น ครู ข้าราชการ เป็นต้น

- ความต่อเนื่องของผลผลิตอินทรีย์มีผลกระทบมาจากสภาพภูมิอากาศ และความหลากหลายของผลผลิตที่มีให้เลือกค่อนข้างน้อย

- คนระดับล่างมีระยะเวลาจำกัดในการเลือกซื้อผลผลิตเนื่องจากเวลาส่วนใหญ่หมดไปกับการทำงาน

- การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทำได้ยาก

- จุดด้อยของเกษตรอินทรีย์ คือ เร่งผลผลิตไม่ได้ ต้องเป็นไปตามฤดูกาล จึงส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องของผลผลิต

○ ควรเริ่มจากตนเองก่อนแล้วค่อยขยายไปในเชิงพาณิชย์ เพื่อลดความเสี่ยง

○ ผู้ผลิตและผู้บริโภค ไม่เชื่อมโยงกันหรือไม่ได้พูดคุยกัน

บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น

1) ชุมชนยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง จึงส่งผลให้เกษตรกรยังคงใช้สารเคมีในการทำเกษตร

2) คนรอบข้างมีผลต่อการตัดสินใจทำเกษตรอินทรีย์ และสวนเกษตรข้างเคียงยังใช้สารเคมี

3) ขาดเงินทุนหรืองบประมาณในการทำการเกษตร

4) การทำเกษตรได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่แปรปรวน ขาดแคลนน้ำ

ข้อคิดเห็น ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม

1) ข้อคิดเห็น แรงจูงใจ หรือข้อสนับสนุนในการทำเกษตรอินทรีย์

- ประเด็นหลักคือด้านสุขภาพของคนในครอบครัวที่เป็นแรงผลักดันให้ต้องหันมาสนใจและจริงจังกับการทำเกษตรอินทรีย์

- เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในครัวเรือน

- สิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ปลอดภัยสารเคมี มีระบบนิเวศที่สมบูรณ์

- อาหารปลอดภัยทั้งต่อตนเองและคนในชุมชน

2) ข้อเสนอแนะ

- ควรมีเวทีสำหรับผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อมีส่วนร่วมในการหาแนวทางการแก้ปัญหาเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์และผลผลิต

- ควรมีเวทีสำหรับสมาชิกในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อเครือข่ายที่เข้มแข็ง และการเยี่ยมเยียนสมาชิกเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจ

- จัดทำระบบฐานข้อมูลเครือข่าย ทั้งในระดับชุมชน ตำบล อำเภอ และจังหวัด เพื่อให้เห็นภาพการขับเคลื่อน/การเคลื่อนไหวในทุกระดับ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกัน

- การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่ตรงความต้องการของตลาด

- การตลาดแนวใหม่สำหรับเกษตรอินทรีย์

- สร้างกลไกการแลกเปลี่ยนระหว่างผลผลิตทางการเกษตรกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน เช่น ค่าเทอม ค่ารักษาพยาบาล ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

4.1.6 กิจกรรมที่ 6 การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- เดือนธันวาคม 2561 – มกราคม 2562

- ทุกอำเภอในพื้นที่จังหวัดลำพูน

- จำนวน 400 ราย (ได้จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดลำพูน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ขนาดครอบครัว

2. เพื่อทราบข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านเกษตรอินทรีย์ อิทธิพลที่มีผลต่อซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ เหตุผล

สำคัญในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ แหล่งที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ความถี่ในการซื้อ สินค้าอินทรีย์ที่นิยมซื้อ และวิธีการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ผลของการทำกิจกรรม

นำผลข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคเขตจังหวัดลำพูน

4.1.7 กิจกรรมที่ 7 การเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่างๆ ที่ทางศูนย์ประสานงานฯ จัด

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- ตลอดทั้งโครงการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาศักยภาพสมาชิก

ผลของการทำกิจกรรม

1) กลุ่มเครือข่ายฯ ร่วมกับมหาวิทยาลัยธนบุรี (ศูนย์ลำพูน) อบรมให้ความรู้แก่สมาชิกและนักศึกษา เรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดเกษตรอินทรีย์ยุคใหม่ ด้วยเทคโนโลยี” ในวันเสาร์ที่ 2 มิถุนายน 2561 ณ ห้องประชุมศุภชัย ชั้น 2 มหาวิทยาลัยธนบุรี (ศูนย์ลำพูน) โดยมีเนื้อหาสำคัญเกี่ยวกับการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งประเด็นหลักของการอบรม คือ

- ส่งเสริมให้สมาชิกทำตลาดซื้อขายสินค้าออนไลน์เป็นการเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต
- สร้างแนวทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้าเป็นการนำเสนอจุดเด่นและความเป็นมาของสินค้าที่จะช่วยให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญและสนใจสินค้ามากขึ้น





2) สมาชิกกลุ่มเครือข่ายร่วมจัดนิทรรศการ รายงานผลการดำเนินงานโครงการวิจัย ระยะที่ 1 ในงาน “ช่วงพญา สืบฮีต สานฮอย ฮ้อยกำกิด คนฮักทะเลปูน ฃญาจาวบ้าน งานวิจัยท้องถิ่น” วันอังคาร ที่ 19 มิถุนายน 2561 ณ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย (วิทยาลัยสงฆ์ ลำพูน) ซึ่งในงานกลุ่มเครือข่ายและนักวิจัยได้มีโอกาสดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับโครงการวิจัยอื่นๆ พร้อมทั้งรายงานผลการดำเนินกิจกรรมที่ผ่านมาในช่วงระยะที่ 1 เสนอกับคณะกรรมการจาก สกว.





3) กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน เข้าร่วมโครงการ “ขับเคลื่อนเกษตรกรรมยั่งยืนเชิงพื้นที่” เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ วิทยาลัยบริหารศาสตร์ โดยจุดสำคัญคือร่วมแสดงความคิดเห็นในร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาระบบเกษตรกรรมยั่งยืน พ.ศ. 2561



4.1.8 กิจกรรมที่ 8 การเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่างๆ ที่ทางศูนย์ประสานงานฯ จัด ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- ดำเนินกิจกรรมเป็นเวลา 2 วัน คือ วันที่ 24 และ 9 สิงหาคม 2561 (รอดำเนินการ)
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 50 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ คณาจารย์ และนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์ : เพื่อวางแผนทางการสร้าง/กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการรับรองคุณภาพของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

เบื้องต้นสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ มีการรวมตัวและประชุมหารือเกี่ยวกับการสร้างและกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการรับรองคุณภาพเกษตรอินทรีย์ภายในกลุ่มเพื่อผลักดันไปสู่การขอใบรับรองระดับชาติและนานาชาติ ในการนี้ที่ประชุมได้ร่วมกันพิจารณาถึงหลักเกณฑ์ในการรับรองภายในกลุ่ม คือ หลักการผลิตพืชอินทรีย์

1. เลือกพื้นที่ที่ไม่เคยทำการเกษตรเคมีมาไม่น้อยกว่า 3 ปี
2. เป็นพื้นที่ที่ค่อนข้างดอนและโล่งแจ้ง
3. อยู่ห่างจากโรงงานอุตสาหกรรม
4. อยู่ห่างจากแปลงที่ใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมี
5. ห่างจากถนนหลวงหลัก
6. มีแหล่งน้ำที่ปลอดภัย

เกษตรกรที่สนใจปลูกพืชแบบอินทรีย์ มีหลักการเป็นเกษตรอินทรีย์และมีการปฏิบัติในการจะเป็นเกษตรอินทรีย์ อย่างเต็มตัวคือ

1. การเลือกพื้นที่สำหรับทำเกษตรอินทรีย์ ควรเลือกพื้นที่เหมาะสม โดยอยู่ห่างโรงงานห่างแปลงปลูกที่ใช้สารเคมี มีแหล่งน้ำสะอาด ไม่มีสารพิษเจือปน ศึกษาประวัติพื้นที่ เช่น เคยปลูกพืชอะไร การใช้ปุ๋ยและสารเคมี ย้อนหลังอย่างน้อย 3 ปี

2. เลือกปลูกพืชให้เหมาะกับดิน โดยให้พิจารณาว่าดินมีทั้งดินร่วน ดินเหนียว หน้าดิน หน้าดินลึก ดินเป็นกรด ดินเป็นด่าง ดินเค็ม เป็นต้น จึงควรพิจารณาเลือกปลูกพืชที่ขึ้นอยู่เดิม สังเกตจากพืชที่ขึ้นอยู่เดิม เก็บตัวอย่างดิน น้ำ ไปทำการวิเคราะห์

3. การวางแผนจัดการในการทำเกษตรอินทรีย์ วางแผนป้องกันสารพิษจากภายนอก ทั้งทางน้ำและทางอากาศ การป้องกันทางน้ำโดนชุดครอบแปลง การป้องกันทางอากาศโดยปลูกพืชกันชน ทั้งไม้ทรงสูง ทั้งไม้ทรงสูง ทรงสูงปานกลางต้นเตี้ย บนคันกันน้ำรอบแปลง วางแผนป้องกันภายในจัดระบบการระบายน้ำ การเก็บรักษาเครื่องมือ อุปกรณ์ และการเข้าออกไร่นา วางแผนระบบการปลูกพืช เลือกฤดูปลูกที่เหมาะสมใช้พันธุ์พืชที่ต้านทานโรค-แมลง พืชบำรุงดิน พืชไล่แมลง

4. การเลือกพันธุ์ปลูก ในการปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์ คำนึงถึงสภาพดิน สภาพภูมิอากาศ ความต้านทานต่อ โรค-แมลง และวัชพืช ความหลากหลายของชนิดพืชในแปลง ไม่ใช่พืชจีเอ็มโอ (พืชที่มาจากการตัดต่อสารพันธุกรรม) ควรเป็นเมล็ดพันธุ์พืชที่มาจากการปลูกแบบอินทรีย์

5. การปรับปรุงบำรุงดินในแบบเกษตรอินทรีย์ เลือกพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของดินสูง (ห้ามตัดไม้ทำลายป่า) ถ้าดินเป็นกรดจัดใส่หินปูนบดลดความเป็นกรด ปลูกพืชตระกูลถั่วและไถกลบ ได้แก่ โสน ถั่วพุ่ม ถั่วพราง ถั่วมะแฮะ เป็นต้น (โสนควรปลูกในนา ถั่วต่าง ๆ ควรปลูกในไร่) ใส่ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก เศษซากพืช เพื่อช่วยปรับโครงสร้างดิน และให้ธาตุอาหารพืช ดินขาดฟอสฟอรัสให้ใช้ปุ๋ยหินฟอสเฟต ดินขาดโพแทสเซียม ให้ใช้ปุ๋ยมูลค่างควา เกลือโพแทสเซียมธรรมชาติ และขี้เถ้าถ่าน

ขั้นตอนการทำแปลง

1. เก็บตัวอย่างดิน ดินบนและดินล่างอย่างละ 1 กิโลกรัม นำไปวิเคราะห์พร้อมกัน หาชนิดและปริมาณธาตุอาหารที่อยู่ในดิน

2. แหล่งน้ำจะต้องเป็นแหล่งน้ำอิสระเก็บตัวอย่างน้ำ 1 ลิตร นำไปวิเคราะห์เพื่อหาสารปนเปื้อนที่ขัดต่อหลักการผลิตพืชอินทรีย์

3. เมื่อทราบข้อมูลของดินและน้ำแล้วว่าไม่มีพิษต่อการปลูกพืชอินทรีย์ ก็เริ่มทำการวางรูปแบบแปลงผลิตพืชอินทรีย์ การวางแบบแปลงจะต้องทำการขุดร่องล้อมรอบแปลง เพื่อเป็นการคักน้ำหรือป้องกันน้ำที่มีสารปนเปื้อนไหลบ่ามาท่วมแปลงในฤดูฝน ร่องควรแปลงควรงว้าง 2 เมตร ลึก 1 เมตร พร้อมทั้งทำการปลูกหญ้าแฝกริมร่องโดยรอบทั้งด้านในและด้านนอก รากหญ้าแฝกจะเป็นกำแพงกรองน้ำเสียให้กลายเป็นน้ำดี ซึมเข้าไปในดินที่ปลูกพืชอินทรีย์ ส่วนใบของหญ้าแฝกก็ตัดไปใช้ปรับสภาพดินหรือใช้คลุมแปลงพืชผักอินทรีย์ต่อไป

4. ในการเตรียมแปลงในครั้งแรกอนุโลมให้ใช้รถไถเดินตามได้ แต่ในครั้งต่อไปให้ใช้คนขุดพรวนดิน ถ้าใช้รถไถบ่อย ๆ แล้วมลพิษจากเครื่องยนต์จะตกค้างอยู่ในดิน และจะปฏิบัติกิจกรรมที่เป็นพิษต่อพืชจึงต้องระวัง ห้ามสูบบุหรี่ในแปลงพืชอินทรีย์ ในการเตรียมแปลงจะต้องทำการไถพรวนให้พื้นที่ในแปลงโล่งแจ้ง พร้อมทั้งจะวางรูปแบบแปลงในการวางรูปแบบแปลงจะต้องวางไปตามตะวันเนื่องจากพืชใช้แสงแดดปรุงอาหารและแสงแดดจะช่วยฆ่าเชื้อโรค แปลงที่จะปลูกพืชผักนั้นความกว้างไม่ควรเกิน 1 เมตร ส่วนความยาวตามความเหมาะสมของพื้นที่ ส่วนพื้นที่ที่ยังทำแปลงปลูกพืชผักไม่ทันก็ให้นำเอาพืชตระกูลถั่ว เช่น ถั่วเขียวหรือถั่วมะแฮะ มาหว่านคลุมดินเพื่อทำเป็นปุ๋ยพืชสดเป็นการปรับปรุงดินไปพร้อมกับเป็นการป้องกันแมลงที่จะวางไข่ในพวงหญ้าด้วย

5. เมื่อเตรียมแปลงแล้วก็หันมาทำการปลูกพืชสมุนไพรไล่แมลงก่อนที่จะปลูกพืชหลักคือพืชผักต่าง ๆ (เสริมกับการป้องกัน) ทางน้ำ ทางอากาศ และทางพื้นดิน พืชสมุนไพรที่กับแมลงรอบนอกเช่น สะเดา ชะอม ตะไคร้หอม ข่า ปลูกห่างกัน 2 เมตร โดยรอบพื้นที่ ส่วนต้นด้านในกันแมลงในระดับต่ำ โดยปลูกพืชสมุนไพรเตี้ยลงมาเช่น ดาวเรือง กะเพรา โหระพา ตะไคร้หอม พริกต่าง ๆ ปลูกห่างกัน 1 เมตร และที่จะลืมไม่ได้คือจะต้องปลูกตะไคร้หอมทุก ๆ 3 เมตร แซมโดยรอบพื้นที่ด้านในด้วย

6. หลังจากปลูกพืชสมุนไพรเพื่อกันแมลงแล้วก็ทำการยกแปลงเพื่อปลูกพืชผัก แต่ก่อนที่จะปลูกจะต้องทำการปรับสภาพดินในแปลงปลูก โดยการใส่ปุ๋ยคอก (ขี้วัว) การใส่ปุ๋ยคอกนั้นจะใส่มากน้อยขึ้นอยู่กับความอุดมสมบูรณ์ของดินที่จะทำแปลงปลูกพืชอินทรีย์ (ขี้วัวต้องเป็นวัวที่กินพืชตามธรรมชาติ) ทำการพรวนคลุกกันให้ทั่วทั้งไว้ 7 วัน ก่อนปลูก การปลูกให้ปลูกพืชสมุนไพรกันแมลงที่ขอบแปลงก่อน เช่น กุ้ยฉ่าย ขึ้นฉ่าย และระหว่างแปลงก็ทำการปลูกกะเพรา โหระพา พริกต่าง ๆ เพื่อป้องกันแมลงก่อนที่จะทำการปลูกพืชผัก พอครบกำหนด 7 วันพรวนดินอีกครั้งแล้วนำเมล็ดพันธุ์พืชมาหว่าน แต่เมล็ดพันธุ์พืชส่วนใหญ่เป็นเมล็ดพันธุ์ที่คลุกสารเคมี จึงต้องนำเอาเมล็ดพันธุ์ผักมาล้าง โดยการนำน้ำที่มีความร้อน 50 – 55 องศาเซลเซียส วัตถุประสงค์ด้วยความรู้สึกของเราเองคือเอาน้ำจุ่มลงไปถนอมความร้อนได้ก็ให้นำเมล็ดพันธุ์พืชแช่ลงไปนาน 30 นาทีแล้วจึงนำขึ้นมาคลุกกับกากสะเดา หรือสะเดาผงแล้วนำไปหว่านลงแปลงที่เตรียมไว้คลุมฟางและรดน้ำ ก่อนรดน้ำทุกวันควรขยี้ใบตะไคร้หอมแล้วใช้ไม้เล็ก ๆ ตีใบกะเพรา โหระพา ข่า ฯลฯ เพื่อให้เกิดกลิ่นจากพืชสมุนไพรออกไล่แมลง ควรพ่นสารสะเดาอย่างต่อเนื่องทุก ๆ 3 – 7 วันกันก่อนแก่ ถ้าปล่อยให้โรคแมลงมาแล้วจะแก้ไขไม่ทันเพราะว่าไม่ได้ใช้สารเคมี ควรดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิดพอถึงอายุเก็บเกี่ยวควรเก็บเกี่ยวผลผลิต ถ้าทิ้งไว้จะสิ้นเปลืองสารสมุนไพรในการปลูกพืชอินทรีย์ในระยะแรกผลผลิตจะได้้น้อยกว่าพืชเคมีประมาณ 30 – 40% แต่ราคานั้นมากกว่าพืชเคมี 20 – 50% ผลดีคือทำให้สุขภาพของผู้ผลิตดีขึ้น

ไม่ต้องเสียค่ายา (รักษาคน) สิ่งแวดล้อมก็ดีด้วย รายได้ก็เพิ่มกว่าพืชเคมีหากทำอย่างยั่งยืน อย่างต่อเนื่อง ผลผลิตจะไม่ต่างกับการปลูกพืชเคมีเลย

7. หลักจากที่ทำเก็บเกี่ยวพืชแรกไปแล้วไม่ควรปลูกพืชชนิดเดียวกับพืชแรก เช่น ในแปลงที่ 1 ปลูกผักกาดเขียวปลีได้ผลผลิตดี หลังเก็บผลผลิตไปแล้วปลูกซ้ำอีกจะไม่ได้อะไรเลย ควรปลูกสลับชนิดกัน เช่น ปลูกผักกาดเขียวปลี แล้วตามด้วยผักบุ้งจีนเก็บผักบุ้งจีนแล้วตามด้วยผักกาดหัว เก็บผักกาดหัวแล้วตามด้วยผักปวยเล้ง เก็บปวยเล้งตามด้วยตั้งโอ้ ทำเช่นนี้ทุก ๆ แปลงที่ปลูกแล้วจะได้ผลผลิตดี

8. การปลูกพืชอินทรีย์ ปลูกได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน แต่จะต้องปลูกพืชสมุนไพรก่อนและต่อเนื่อง แล้วต้องปลูกพืชสลับลงในแปลงพืชผักเสมอ ต้องทำให้พืชสมุนไพรต่าง ๆ เกิดการซ้ำจะได้มีกลิ่น ไม่ใช่ปลูกเอาไว้เฉย ๆ การปลูกพืชแนวตั้งคือพืชที่ขึ้นค้ำ เช่น ถั่วฝักยาว มะระจีน ฯลฯ และแนวนอนคือพืชผักต่าง ๆ เช่น คื่นช่าย กะหล่ำปลี ปวยเล้ง ตั้งโอ้ ฯลฯ ควรทำเช่นนี้ทุกครั้งที่ปลูกพืชในแปลงเกษตรอินทรีย์

การปลูกพืชสมุนไพรในแปลงเพื่อไล่แมลงยังสามารถนำเอาพืชสมุนไพรเหล่านี้ไปขายเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่งด้วย หลังจากทำการเก็บเกี่ยวพืชผักแล้วควรรีบทำความสะอาดแปลงไม่ควรทิ้งเศษพืชที่มีโรคแมลงไว้ในแปลง ให้รีบนำไปทำลายนอกแปลงส่วนเศษพืชที่ไม่มีโรคแมลงก็ให้สับลงแปลงเป็นปุ๋ยต่อไป

4.1.9 กิจกรรมที่ 9 การพัฒนาแบรนด์ หรือตราสัญลักษณ์ของสมาคมเครือข่ายฯ

วัตถุประสงค์ : เพื่อพัฒนาแบรนด์ หรือตราสัญลักษณ์ของเครือข่าย และประชุมสรุปผล การทำรายงานการดำเนินงานระยะที่ 1

จากการประชุมที่มววิจัยเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2561 ได้หารือเกี่ยวกับการพัฒนาแบรนด์ หรือตราสัญลักษณ์ของเครือข่ายโดยได้มีมติให้เชิญสมาชิกทุกคนทุกพื้นที่ อาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี (ศูนย์ลำพูน) เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ซึ่งได้จัดขึ้นในวันที่ 10 กรกฎาคม 2561 ณ สวนพุทธธรรมจังหวัดลำพูน พร้อมทั้งจัดทำรายงานผลการดำเนินงานระยะที่ 1



4.1.10 กิจกรรมที่ 10 การประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง

ร่วมมือกับเครือข่ายสนับสนุนการแบนสารพิษอันตรายร้ายแรง เกี่ยวกับ “ยุติ
ผลประโยชน์ทับซ้อน เรียกร้องความโปร่งใสของคณะกรรมการวัตถุอันตราย”

เข้าร่วมรับฟังการอภิปรายและรับฟังคำแถลงการณ์ จากเครือข่ายสนับสนุนการ
แบนสารพิษอันตรายร้ายแรง และเรียกร้องความรับผิดชอบของรัฐบาล โดยขอยกเลิกพาราควอต คลอร์ไพ
ริฟอส และจำกัดการใช้ไกลโฟเซต เมื่อวันอังคารที่ 22 พฤษภาคม 2561 เวลา 09.00-12.00 น. ณ
โรงแรมตรัง ถ.วิสุทธิกษัตริย์ กรุงเทพฯ ตามกำหนดการ ดังนี้

- 09.00 - 09.30 น. สรุปสถานการณ์ที่สำคัญหลังจากมติกระทรวงสาธารณสุขเสนอให้แบนสารพิษที่มีความเสี่ยงสูงโดย ปรกชล อุทัยพรย์ เครือข่ายเตือนภัยสารเคมีกำจัดศัตรูพืช (Thai-PAN)
- 09.30 – 12.00 น. เวทีอภิปราย “การมีส่วนได้เสียและความขัดแย้งทางผลประโยชน์ในการพิจารณา(ไม่)แบนสารพิษอันตราย” โดย ดร.มานะ นิมิตรมงคล องค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน/วิฑูรย์ เลี่ยนจำรูญ มูลนิธิชีววิถี (BioThai)/บุญยืน ศิริธรรม สหพันธ์องค์กรผู้บริโภค / สุรัชย์ ตรงนาม มูลนิธินิติธรรมสิ่งแวดล้อม / ดำเนินรายการโดย กรรณิการ์ กิจติเวชกุล
- 14.00 น.-14.30 น. แลกเปลี่ยนเครือข่ายภาคประชาชน และยื่นจดหมายถึงประธานกรรมการวัตถุอันตราย ณ กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



4.2 สรุปผลการดำเนินงานระยะที่ 2

4.2.1 กิจกรรมที่ 1 ประชุมทีมวิจัย (จำนวน 11 ครั้ง)

1) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 1

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

- วันศุกร์ ที่ 10 สิงหาคม 2561
- เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
- จำนวนผู้เข้าร่วม 25 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสรุปผลการดำเนินงานระยะที่ 1
2. วางแผนการดำเนินงาน/ชี้แจงรายละเอียดการทำกิจกรรมในระยะที่ 2

วิธีการ/ขั้นตอน

6. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : สรุปผลการดำเนินโครงการวิจัยการพัฒนา
รูปแบบการตลาด ระยะที่ 1 ให้แก่นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน



7. ผลการประชุม : ผู้ร่วมประชุมรับทราบ พร้อมทั้งทบทวนปัญหา อุปสรรค การดำเนินงานที่ผ่านมา เพื่อร่วมกันแก้ไขและวางแผนการดำเนินงานในระยะที่ 2 เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย/วัตถุประสงค์

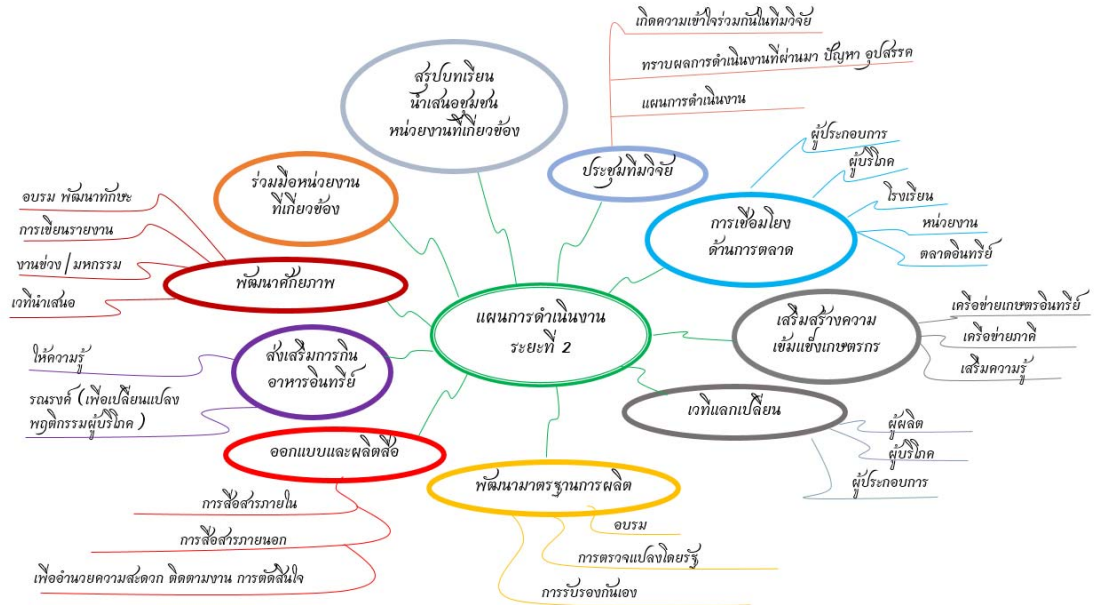
8. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น : บางพื้นที่ขาดการประสานงานกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเวทีทำให้ได้ข้อมูลเพียงบางส่วนในมุมมองเฉพาะองค์กรหรือหน่วยงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่เข้าร่วมเวทีเท่านั้น

9. ข้อคิดเห็น ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะต่อการดำเนินกิจกรรม

- จัดทำรายการชื่อหน่วยงาน องค์กร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดเพื่อนัดหมายล่วงหน้า และมีการแจ้งเตือนก่อนวันประชุมอย่างน้อย 1 สัปดาห์ โดยมีการกำหนดตัวแทน/ผู้ประสานงานแต่ละอำเภอ

10.แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- วางแผนการดำเนินกิจกรรม/โครงการระยะที่ 2



2) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 2

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันเสาร์ ที่ 29 กันยายน 2561
2. เวลา 09.00 – 16.00 น. ณ ภูดินพรรณไม้ อำเภอบ้านทา จังหวัดลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยชนบุรี

วัตถุประสงค์ เพื่อวางแผนการดำเนินกิจกรรมและกำหนดแนวทางการสร้างมาตรฐาน

ราคากลางให้กับผลิตผลของกลุ่มเครือข่ายฯ และพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตผลที่เข้าถึงผู้บริโภคในทุกระดับ

วิธีการ/ขั้นตอน

3. จัดเวทีการประชุม

4. ประชุมวางแผนการดำเนินงานกิจกรรม/โครงการ

ผลการประชุม :

5. กำหนดแผน/ตารางกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 หาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสม

- วางแผนการลงพื้นที่ จัดเวทีสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลการเชื่อมโยงด้านการตลาดในแต่ละอำเภอ

- กำหนดปฏิทินการลงพื้นที่จัดเวทีกับเกษตรกร หน่วยงาน องค์กรในพื้นที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกอำเภอในจังหวัดลำพูน ดังนี้

วันที่	พื้นที่	สถานที่
25 ตุลาคม 2561	อำเภอบ้านโฮ่ง	โรงพยาบาลบ้านโฮ่ง
22 พฤศจิกายน 2561	อำเภอบ้านธิ	สวนสมุนไพรอำเภอบ้านธิ
27 ธันวาคม 2561	อำเภอทุ่งหัวช้าง, อำเภอลี้	สำนักงานเกษตรอำเภอทุ่งหัวช้าง
21 มกราคม 2562	อำเภอป่าซาง, อำเภอเวียงหนองล่อง	ไร่อิงตะวัน
26 กุมภาพันธ์ 2562	อำเภอแม่ทา	โรงพยาบาลอำเภอแม่ทา
18 มีนาคม 2562	อำเภอเมืองลำพูน	สถาบันวิจัยหิรัญชัย

- ลงพื้นที่จัดเวทีสัมภาษณ์และรวบรวมข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงด้านการตลาด และพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคในทุกระดับ

- วิเคราะห์สรุปผลการเก็บรวบรวมข้อมูล

6. บทเรียนที่ได้ ปัญหา/อุปสรรค/ผลกระทบที่เกิดขึ้น

- ได้กำหนดการลงพื้นที่เพื่อจัดเวทีเชื่อมโยงด้านการตลาดในแต่ละพื้นที่

- การติดต่อประสานงานบางพื้นที่มีปัญหาเนื่องจากสัญญาณโทรศัพท์ยังไม่

ครอบคลุม



3) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 3

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันศุกร์ ที่ 5 ตุลาคม 2561
2. เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

3. เพื่อวางแผนการลงพื้นที่จัดเวทีประชุมเชื่อมโยงตลาดและพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตผลในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง

วิธีการ/ขั้นตอน

พิจารณา :

1. รายละเอียดการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง เกี่ยวกับการเชื่อมโยงตลาดและการพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตผลที่เข้าถึงผู้บริโภคในทุกระดับ
 2. รายละเอียดการจัดทำสื่อโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี (ลำพูน)
 - 2.1 ออกแบบฐานข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
 - 2.2 ออกแบบ Application การขายสินค้าผลิตผลเกษตรอินทรีย์ออนไลน์
 - 2.3 ออกแบบสื่อแอนิเมชันประชาสัมพันธ์ ด้านการรับสมัครสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ
- สื่อสื่อแอนิเมชันการให้ความรู้ในการความสำคัญของการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และสื่อการรณรงค์การบริโภคผลิตผลจากเกษตรอินทรีย์

ผลของการประชุม

- 8) แผนการจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง
 - จัดทำหนังสือเชิญผู้เข้าร่วมเวทีประชุม
- 9) การจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง ได้กำหนดให้มีเวทีประชุมในวันพฤหัสบดี ที่ 25 ตุลาคม 2561
- 10) ข้อมูลรายละเอียดการจัดทำสื่อโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี (ลำพูน)
- 11) แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
 - สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง
 - ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงาน



4) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 4

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันพุธ ที่ 14 พฤศจิกายน 2561
2. เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 25 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย

เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวางแผนการจัดเวทีประชุมการสร้างมาตรฐานราคากลางให้กับผลิตผลเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดลำพูน

วิธีการ/ขั้นตอน

1. พิจารณา : รายละเอียดเกี่ยวกับผลผลิตเกษตรอินทรีย์แต่ละชนิดที่ควรพิจารณา กำหนดมาตรฐานราคากลางในพื้นที่จังหวัดลำพูน
2. รายละเอียดการจัดเวทีประชุม รวมทั้งรายชื่อผู้เข้าร่วมเวทีในทุกพื้นที่ของจังหวัด

ผลของการประชุม

- 1) แผนการจัดเวทีประชุมในการกำหนดมาตรฐานราคากลางของผลิตผลเกษตรอินทรีย์
 - จัดทำหนังสือเชิญผู้เข้าร่วมเวทีประชุม
 - จัดทำกรอบชนิดผลผลิตที่จะกำหนดมาตรฐานราคากลาง
- 2) ผลการพิจารณาชนิดผลผลิตที่ควรกำหนดมาตรฐานราคากลาง
- 3) การจัดเวทีประชุมเพื่อกำหนดมาตรฐานราคากลางให้กับผลิตผลเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดลำพูนได้กำหนดให้มีเวทีประชุมในวันอังคาร ที่ 27 พฤศจิกายน 2561
- 4) แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
 - สรุปผลการกำหนดราคากลางให้กับผลิตผลเกษตรอินทรีย์
 - ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงาน



5) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 5

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันพฤหัสบดี ที่ 13 ธันวาคม 2561
2. เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย
เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

3. สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง
4. สรุปผลการกำหนดราคากลางให้กับผลิตผลเกษตรอินทรีย์
5. เพื่อวางแผนการลงพื้นที่จัดเวทีประชุมเชื่อมโยงตลาดและพัฒนาแหล่งจำหน่าย/
ช่องทางการจำหน่ายผลิตผลในพื้นที่อำเภอลี้และทุ่งหัวช้าง

วิธีการ/ขั้นตอน

3. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ่ง
และสรุปผลการกำหนดราคากลางให้กับผลิตผลเกษตรอินทรีย์

4. พิจารณา :

- รายละเอียดการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอลี้ และทุ่งหัวช้าง เกี่ยวกับการ
เชื่อมโยงตลาดและการพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตผลที่เข้าถึงผู้บริโภคในทุกระดับ
- กำหนดการจัดเวทีประชุม

ผลของการทำกิจกรรม

- 1) แผนการจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอลี้ และทุ่งหัวช้าง
 - จัดทำหนังสือเชิญผู้เข้าร่วมเวทีประชุม
- 2) การจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอลี้และทุ่งหัวช้าง ได้
กำหนดให้มีเวทีประชุมในวันพฤหัสบดี ที่ 27 ธันวาคม 2561
- 3) แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอสี และทุ่งหัวช้าง
- ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงาน

6) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 6

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันศุกร์ ที่ 4 มกราคม 2562
2. เวลา 09.00 – 16.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอสี และทุ่งหัวช้าง
2. เพื่อวางแผนการลงพื้นที่จัดเวทีประชุมเชื่อมโยงตลาดและพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตผลในพื้นที่อำเภอป่าซาง และเวียงหนองล่อง
3. เพื่อวางแผนการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร ร้านค้าออนไลน์ การสร้างกลุ่มตลาดออนไลน์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ครั้งที่ 1

วิธีการ/ขั้นตอน

3. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ :
 - สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอสี และทุ่งหัวช้าง
4. พิจารณา :
 - รายละเอียดการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอป่าซาง และอำเภอเวียงหนองล่องเกี่ยวกับการเชื่อมโยงตลาดและการพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตผลที่เข้าถึงผู้บริโภคในทุกระดับ
 - กำหนดการจัดเวทีประชุม
 - แผนการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร ร้านค้าออนไลน์ การสร้างกลุ่มตลาดออนไลน์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ครั้งที่ 1

ผลของการทำกิจกรรม

- 1) แผนการจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอป่าซาง และอำเภอเวียงหนองล่อง
 - จัดทำหนังสือเชิญผู้เข้าร่วมเวทีประชุม
- 2) การจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอป่าซาง และเวียงหนองล่องได้กำหนดให้มีเวทีประชุมในวันจันทร์ ที่ 21 มกราคม 2562

3) แผนการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร ร้านค้าออนไลน์ การสร้างกลุ่มตลาดออนไลน์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ครั้งที่ 1 โดยกำหนดให้มีการจัดอบรมในวันอาทิตย์ที่ 13 มกราคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยธนบุรี (ลำพูน)

4) แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป

- สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอป่าซาง และเวียงหนองล่อง
- สรุปผลการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform ครั้งที่ 1
- ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงาน



7) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 7

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันอังคาร ที่ 29 มกราคม 2562
2. เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอป่าซาง และเวียงหนองล่อง
2. เพื่อสรุปผลการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform ครั้งที่ 1
3. เพื่อวางแผนการลงพื้นที่จัดเวทีประชุมเชื่อมโยงตลาดและพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อำเภอบ้านทา

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ :
 - สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอป่าซาง และเวียงหนองล่อง
 - สรุปผลการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform ครั้งที่ 1
2. พิจารณา :

- รายละเอียดการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอบ้านทา เกี่ยวกับการเชื่อมโยงตลาดและการพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เข้าสู่ผู้บริโภคในทุกระดับ
- กำหนดการจัดเวทีประชุม
- การจัดอบรมการใช้ Platform ครั้งที่ 2

ผลของการทำกิจกรรม

- 1) แผนการจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอบ้านทา
 - จัดทำหนังสือเชิญผู้เข้าร่วมเวทีประชุม
- 2) การจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอบ้านทา ได้กำหนดให้มีเวทีประชุมในวันจันทร์ ที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562
- 3) แผนการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร ร้านค้าออนไลน์ การสร้างกลุ่มตลาดออนไลน์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ครั้งที่ 1 โดยกำหนดให้มีการจัดอบรมในวันพุธที่ 27 มีนาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน)
- 4) แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
 - สรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอบ้านทา
 - ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงาน



8) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 8

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันจันทร์ ที่ 11 กุมภาพันธ์ 2562
2. เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสรุปผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอบ้านทา

2. เพื่อวางแผนการลงพื้นที่จัดเวทีประชุมเชื่อมโยงตลาดและพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตผลในพื้นที่อำเภอเมือง

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : สรุปลผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอบ้านทา
2. พิจารณา :
 - รายละเอียดการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอเมือง เกี่ยวกับการเชื่อมโยงตลาดและการพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลิตผลที่เข้าถึงผู้บริโภคในทุกกระดับ
 - กำหนดการจัดเวทีประชุม

ผลของการทำกิจกรรม

- 1) แผนการจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอเมือง
 - จัดทำหนังสือเชิญผู้เข้าร่วมเวทีประชุม
- 2) การจัดเวทีประชุมเพื่อเชื่อมโยงการตลาดในพื้นที่อำเภอเมือง ได้กำหนดให้มีเวทีประชุมในวันจันทร์ ที่ 18 มีนาคม 2562
- 3) แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
 - สรุปลผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอเมือง
 - สรุปลผลการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform ครั้งที่ 2
 - ร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนแผนการปฏิบัติงาน

9) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 9

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันอังคาร ที่ 26 กุมภาพันธ์ 2562
2. เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 25 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสรุปลผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอเมือง
2. เพื่อสรุปลผลการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform ครั้งที่ 2
3. เพื่อวางแผนและกำหนดการเปิดตลาดร้านค้าวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มเครือข่ายฯ

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : สรุปลผลการจัดเวทีประชุมในพื้นที่อำเภอเมือง สรุปลผลการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform ครั้งที่ 2
2. พิจารณา : สรุปลข้อมูล/รายละเอียดการนำเสนอข้อมูลโครงการวิจัยสู่ชุมชนหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง

ผลของการทำกิจกรรม

1. ผลการจัดอบรมและปฏิบัติการทดลองใช้ Platform
2. กำหนดการนำเสนอข้อมูลโครงการวิจัยสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง ในวันพุธ ที่ 10 เมษายน 2562 ณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน)
3. กำหนดประชุมเพื่อสรุปบทเรียนที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัย ในวันศุกร์ ที่ 19 เมษายน 2562 ณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน)
4. แนวทาง/ทิศทางการดำเนินงานครั้งต่อไป
 - วางแผนการนำเสนอข้อมูลโครงการวิจัยสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง



10) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 10

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันพุธ ที่ 6 มีนาคม 2562
2. เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสรุปผลการดำเนินการเปิดตลาดร้านค้าวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มเครือข่ายฯ
2. เพื่อวางแผนการนำเสนอข้อมูลโครงการวิจัยสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : ผลการเปิดตลาดร้านค้าวิสาหกิจชุมชนของสมาคมเครือข่ายฯ
2. พิจารณา : แผนการนำเสนอข้อมูลโครงการวิจัยสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง

ผลของการทำกิจกรรม

1. ผลการเปิดตลาดร้านค้าวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มเครือข่ายฯ
2. สรุปกำหนดการ/แผนการนำเสนอข้อมูลโครงการวิจัยสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง



11) ประชุมทีมวิจัย ครั้งที่ 11

ระยะเวลาดำเนินกิจกรรม (วัน/เวลา/สถานที่)

1. วันพุธ ที่ 27 มีนาคม 2562
2. เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัย มจร.ลำพูน
3. จำนวนผู้เข้าร่วม 20 คน ประกอบด้วย หัวหน้าโครงการ นักวิจัย กลุ่มเครือข่าย
เกษตรอินทรีย์ และคณาจารย์มหาวิทยาลัยธนบุรี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสรุปผลการดำเนินกิจกรรมโครงการทั้งหมด สรุปบทเรียนที่ได้จากการดำเนิน
โครงการวิจัย และจัดทำรายงานผลการวิจัย

วิธีการ/ขั้นตอน

1. แจ้งให้ทราบและทำความเข้าใจ : กำหนดการส่งรายงานผลโครงการวิจัยในวัน
อังคาร ที่ 30 เมษายน 2562
2. พิจารณา : สรุปบทเรียนที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัย และจัดทำรายงาน
ผลการวิจัย

ผลของการทำกิจกรรม

1. สรุปบทเรียนที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัย
2. รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์



4.2.2 กิจกรรมที่ 2 การสร้างมาตรฐานราคากลางให้กับผลิตผล

จัดเวทีประชุมในการสร้างมาตรฐานราคากลางให้กับผลิตผลเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน โดยนำข้อมูลการสำรวจจากระยะที่ 1 มากำหนดกรอบผลิตผลที่ควรกำหนดราคากลางเพื่อเป็นมาตรฐานให้กับกลุ่มเครือข่าย ในวันอังคาร ที่ 27 พฤศจิกายน 2561 ณ สวนพุทธธรรมลำพูน โดยมีเกษตรกร ผู้บริโภค หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง ทีมวิจัย และผู้สนใจเข้าร่วมจำนวน 50 คน โดยมีกระบวนการดังนี้ 1) โดยมีการจัดทำกรอบชนิดผลผลิตที่จะกำหนดมาตรฐานราคากลาง 2) ร่วมกันพิจารณาชนิดผลผลิตที่ควรกำหนดมาตรฐานราคากลาง ได้มาตรฐานราคากลางของผลิตผลเกษตรอินทรีย์แบ่งออกเป็นพืชผัก และผลไม้ ดังนี้

1) พืชผัก

ชื่อผลิตผล	หน่วยนับ	ราคา/หน่วย (บาท)
ผักเสี้ยว	1 ก.ก.	50.-
ชะอม	1 ก.ก.	50.-
คะน้า	1 ก.ก.	70.-
ผักกาดกวางตุ้ง	1 ก.ก.	50.-
ผักกาดฮ่องเต้	1 ก.ก.	50.-
ยอดผักหวานป่า	1 ก.ก.	180.-
มะเขือยาว	1 ก.ก.	40.-
มะเขือจ้าวพระยา	1 ก.ก.	40.-
ผักเชียงดา	1 ก.ก.	50.-
มะนาว	1 ก.ก.	40.-
เลม่อน	1 ก.ก.	50.-

ชื่อผลิตภัณฑ์	หน่วยนับ	ราคา/หน่วย (บาท)
มะเขือเทศสีดา	1 ก.ก.	40.-
ถั่วฝักยาวสีม่วง	1 ก.ก.	60.-
หอมแดง (สด)	1 ก.ก.	30.-
หอมแดง (แห้ง)	1 ก.ก.	60.-
ถั่วฝักยาว	1 ก.ก.	60.-
ถั่วพู	1 ก.ก.	60.-
กระเจี๊ยบเขียว	1 ก.ก.	60.-
ตะไคร้	1 ก.ก.	10.-
ชุดผักเครื่องแกงแค	1 กำ	20.-
ผักกาดขาว	1 ก.ก.	30.-
พริกขี้หนู	1 ก.ก.	70.-
ตำลึง	1 ก.ก.	40.-
ฟักเขียว	1 ก.ก.	15.-
ฟักทอง	1 ก.ก.	20.-
ฟักทองญี่ปุ่น	1 ก.ก.	25.-
แตงกวา, แตงร้าน	1 ก.ก.	20.-
เบบี๋แครอท	1 ก.ก.	40.-
ชาโยเต้	1 ก.ก.	25.-
ผักบุ้งจีน	1 ก.ก.	15.-
คื่นฉ่าย	1 ก.ก.	70.-
ผักชี	1 ก.ก.	50.-
ผักสลัด	1 ก.ก.	50.-

2) ผลไม้

ชื่อผลิตภัณฑ์	หน่วยนับ	ราคา/หน่วย (บาท)
เสาวรส	1 ก.ก.	35.-
มะละกอฮอลแลนด์	1 ก.ก.	30.-

ชื่อผลิตภัณฑ์	หน่วยนับ	ราคา/หน่วย (บาท)
มะม่วงเขียวมรกต	1 ก.ก.	30.-
มะม่วงจินหงษ์	1 ก.ก.	50.-
มะม่วงอาทุ	1 ก.ก.	60.-
มะม่วงน้ำดอกไม้	1 ก.ก.	60.-
มะยงชิด	1 ก.ก.	80.-
มะปรางหวาน	1 ก.ก.	80.-
มะม่วงโชคอนันต์	1 ก.ก.	30.-
กล้วยน้ำว้า	1 ก.ก.	60.-
กล้วยนาค	1 ก.ก.	80.-
กล้วยเล็บมือนาง	1 ก.ก.	60.-
กล้วยหิน	1 ก.ก.	50.-
มะพร้าวน้ำหอม	1 ก.ก.	20.-
มะละกอแขกดำ	1 ก.ก.	30.-



4.2.3 กิจกรรมที่ 3 พัฒนาแหล่งจำหน่ายและช่องทางการจำหน่ายผลผลิตที่เข้าถึงผู้บริโภค ทุกระดับ

จัดเวทีประชุมแต่ละพื้นที่ทุกอำเภอในจังหวัดลำพูน เกี่ยวกับการเชื่อมโยงตลาดและการพัฒนาแหล่งจำหน่าย/ช่องทางการจำหน่ายผลผลิตที่เข้าถึงผู้บริโภคในทุกระดับ โดยได้จัดเวทีประชุมทั้งหมดจำนวน 6 ครั้ง ดังนี้

วันที่	พื้นที่	สถานที่
25 ตุลาคม 2561	อำเภอบ้านโฮ่ง	โรงพยาบาลบ้านโฮ่ง

วันที่	พื้นที่	สถานที่
22 พฤศจิกายน 2561	อำเภอบ้านธิ	สวนสมุนไพรอำเภอบ้านธิ
27 ธันวาคม 2561	อำเภอทุ่งหัวช้าง, อำเภอสี	สำนักงานเกษตรอำเภอทุ่งหัวช้าง
21 มกราคม 2562	อำเภอป่าซาง, อำเภอเวียงหนองล่อง	ไร่อิงตะวัน
26 กุมภาพันธ์ 2562	อำเภอแม่ทา	โรงพยาบาลอำเภอแม่ทา
18 มีนาคม 2562	อำเภอเมืองลำพูน	สถาบันวิจัยหิรัญชัย

จากการจัดเวทีประชุมโดยมีผู้บริโภคร่วม หน่วยงาน องค์กรท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกพื้นที่ สรุปได้ว่า

อำเภอบ้านโฮ่ง : หน่วยงานองค์กรท้องถิ่น ภาครัฐ ให้ความสำคัญในการบริโภคผลผลิตจากเกษตรอินทรีย์ ด้านการตลาดในชุมชนมีตลาดชุมชนรองรับทำให้ประชาชนทั่วไปหรือผู้บริโภคทั่วไปเข้าถึงผลผลิตได้ง่าย มีการส่งเสริมการตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่ายโดยได้รับการสนับสนุนสถานที่จากโรงพยาบาลบ้านโฮ่ง โดยเกษตรกรสามารถนำผลผลิตมาจำหน่ายในสถานที่ที่โรงพยาบาลจัดไว้ให้ได้ทุกวัน อำเภอบ้านโฮ่งมีแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ให้ความสำคัญกับการรับประทานผลผลิตที่ได้มาจากเกษตรอินทรีย์โดยนาร่องด้วยการพัฒนาอาหารปลอดภัยแก่เด็กเล็ก โดยศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านโฮ่ง

หน่วยงานทั้งภาครัฐ ท้องถิ่น และ โรงพยาบาลบ้านโฮ่ง มีความพยายามที่จะใช้ความร่วมมือของคณะกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตระดับอำเภอ (พชอ.) เข้ามาสนับสนุนให้ความสำคัญกับการบริโภคผลผลิตจากเกษตรอินทรีย์นับตั้งแต่การผลิตในครัวเรือน ปลูกฝังเด็กให้ปลูกกินก่อน ตัวอย่างเช่น โรงเรียนห้วยแพ่ง มีแนวทางส่งเสริมยุวเกษตรกรทำเกษตรอินทรีย์ ผลิตสารชีวภัณฑ์เริ่มจากการจัดการขยะ นำขยะไปหมักปุ๋ย มี 5 ฐานเรียนรู้ 1. ฐานศาสตร์พระราชา 2. สวนครัวปลอดสาร 3. ขยะ 4. ประมง ปลาบ 5. ปุ๋ยหมัก เป็น Zero Eco School. จากต้นแบบนี้มีแนวทางขยายสู่ทุกโรงเรียน นายแพทย์คะนอง ถนอมทรัพย์ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลบ้านโฮ่ง ให้ข้อมูลเห็นว่า 25 ปีที่เข้ามาบริหารงาน พบสาเหตุการเสียชีวิตของผู้ป่วยสูงสุดคือ “มะเร็ง” สารเคมีทำให้เกิดความดัน เบาหวาน และ โรคมะเร็ง โรงพยาบาลบ้านโฮ่งจึงมีนโยบายทำอาหารปลอดภัย โดย

1. ตรวจร้านค้า ผู้บริโภค
2. สนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์ร่วมกับ องค์กรบริหารส่วนตำบลเวียงกานต์
3. ลดการใช้สารเคมี

จัดให้มีหน่วยสาธิตปลูกอาหารให้ชาวบ้าน กันพื้นที่ 3 ไร่ทำฟาร์มตัวอย่างมีทั้งมะม่วง บ่อปลา สมุนไพร ทำปุ๋ยจากเศษใบไม้ และ เคยจัดงานวันเกษตรอินทรีย์ โดยมีเกษตรกรนำผักปลอดภัยมาจำหน่ายทุกวันใช้มาตรฐาน Q ช่วงหลังหยุดไปเพราะไม่มีเกษตรกรมาจำหน่าย ปัจจุบันมีชมรมผู้สูงอายุมาเปิดตลาดจำหน่ายของผู้สูงอายุสาธารณะทุกวันพุธ เคยทำโครงการร่วมกับ องค์กรบริหารส่วนจังหวัดลำพูน เชิญกลุ่มเกษตรกรมาตรวจเลือดพบว่ามีการใช้สารเคมีในเลือดสูงร่วมกับ พชอ. ไร่พื้นที่ต้นแบบเป็นศูนย์สมุนไพรอินทรีย์สู่ โรงพยาบาล สต. ทุกแห่งในอำเภอบ้านโฮ่ง ครัวโรงพยาบาลมีค่าใช้จ่ายอาหารคนละ

70 บาท 3 มื้อ มีเอกชนรับเหมาทำอาหาร ถ้าเป็นเกษตรกรอินทรีย์จะรับราคาเช่นนี้ได้หรือไม่ ส่วนร้านอาหารบางร้าน และ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของ อำเภอบ้านโฮ่งมีแนวทางปลูกผักหลังร้าน ประยุกต์ใช้ชีวภาพ ไม่ใช้ผงชูรสใช้ ผง “ล้าล่า” ที่ผลิตจากวัตถุดิบสมุนไพรอินทรีย์ในชุมชนทดแทน ผลิตโดยสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมียั่งยืนอำเภอบ้านโฮ่ง ถือว่าเป็นการนำวัตถุดิบมาแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย

อำเภอบ้านธิ : เป็นพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งในการส่งเสริมและสนับสนุนครอบคลุมทั้งเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรกรอินทรีย์ และผู้บริโภค มีการสร้างภาคีเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์เนื่องจากแต่ละหมู่บ้านมีสภาพพื้นที่แตกต่างกัน มีศูนย์เรียนรู้และผลิตสารชีวภัณฑ์ในการกำจัดศัตรูพืช หน่วยงาน องค์กรท้องถิ่นให้ความสำคัญและสนับสนุนงบประมาณในการก่อสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้ารวมทั้งจัดทำเป็นช่วงวัฒนธรรมให้กับชุมชน ด้านการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มักได้รับการบอกต่อจากผู้บริโภคจนเป็นที่รู้จัก

มีแนวทาง “เกาะเกียวยั่งยืน” ผู้บริหารเทศบาลตำบลบ้านธิหนุนการสร้างภาคีเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ มีแผนงานทำศูนย์จำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่นที่ JJ MARKET เชียงใหม่ เป็นช่วงวัฒนธรรมเปิดให้พี่น้องเกษตรกรขายผักปลอดสารพิษฟรี ผู้อำนวยการโรงเรียนเทศบาลตำบลบ้านธิ เร่งสร้างเครือข่ายเกษตรกรให้โรงเรียนเป็นตลาดแห่งแรกในการรับซื้อผักปลอดสารพิษมีแผนการรับซื้อและทำตลาดร่วมกัน แม้ว่า โรงเรียนจะมี 36 ฐานการเรียนรู้แต่ก็ไม่เพียงพอกับการผลิต จำนวนนักเรียนมีมากถึง 300 กว่าคน คุณครูมีประสบการณ์ตรง พบว่า เด็กนักเรียนประสบป่วยเป็นไต (ตัวบวม) ต้องไปหาหมอทุก 3 เดือน ล่าสุดพบว่ามียุทธินักเรียนประถม 3 คน เป็นทั้งโนและเบาหวาน ทำให้ตระหนักว่า โภชนาการเกษตรอินทรีย์จะตอบโจทย์สุขภาพดีของนักเรียนได้ เน้นว่าต้องใช้การบริหารจัดการ “พหุปัจจัย” คนผลิตต้องยืนอยู่ได้ โรงเรียนได้นำโครงการพระราชดำริของสมเด็จพระเทพฯ ที่เผยแพร่เมนู School Lunch คำนวณแคลอรีอาหารให้แม่ครัว คุณครูของโรงเรียนเรียนรู้จากงบประมาณ 20 บาทต่อคนต่อวันสามารถจัดการอาหารตามโครงการ และทดลองสร้างระบบอาหารโดยรับซื้อผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์มาได้ 2 เดือนกว่าแล้ว เกษตรกรที่สามารถผลิตผัก ผลไม้ เข้าสู่โรงเรียนมี 2 รายคือ 1. ศูนย์เรียนรู้ ดิน ปุ๋ย ชุมชน มีนายประวิทย์ แปงคำเป็นหัวหน้า และ 2. ศูนย์บริหารจัดการศัตรูพืช มีนายจำลองอุตะมะ ดวงแจ่ม ผลิตสารชีวภัณฑ์ใช้ระบบ PGS (Participatory Guarantee System) ควบคุมดูแลการผลิตของกลุ่ม สาธารณสุขของเทศบาลจัดซื้อเครื่องมือตรวจสุ่มผลิตภัณฑ์ ศูนย์เด็กเล็กมีโครงการโภชนาการส่งเสริมการรับประทานผักผลไม้โดยใช้สื่อชุด เอมีเนชั่นประกอบ

อำเภอด่านช้าง และอำเภอเวียงหนองล่อง : หน่วยงาน องค์กรท้องถิ่นมักใช้วิธีการจ้างเหมาในการทำอาหารไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน หรือโรงพยาบาล จึงไม่สามารถควบคุมวัตถุดิบให้เป็นอินทรีย์ทั้งหมดได้ ผลผลิตอินทรีย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ สินค้าส่วนใหญ่ส่งออกนอกพื้นที่เนื่องจากคนในชุมชนยังไม่เห็นความสำคัญในการบริโภคผลผลิตอินทรีย์จนกว่าจะได้รับผลกระทบหรือมีปัญหาเรื่องสุขภาพ หน่วยงานองค์กรท้องถิ่นเริ่มให้ความสำคัญ นำร่องโดยโรงพยาบาลมีการส่งเสริมให้ปรุงอาหารด้วยผลผลิตจากอินทรีย์ และสนับสนุนสถานที่ในการจำหน่ายสินค้าเกษตรทุกวันพุธ โรงเรียนมีการ

ส่งเสริมให้นักเรียนได้เรียนรู้วิธีการปลูกและการใช้อุปกรณ์การเกษตร แต่กำลังการผลิตในโรงเรียนมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการนำมาทำเป็นอาหารกลางวันของเด็ก

เกษตรกรจากเวียงหนองล่อง คุณสุดสวาท ลังกาพันธ์ จากบ้านเหล่าดู่ ทำเกษตรอินทรีย์ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 มีประสบการณ์ในต้นปี 2562 ไปช่วยเพื่อนเกษตรกรที่ปลูกฝรั่งห่อลูก ผลที่ไม่คาดคิดต้องไปพักรักษาอาการติดเชื้อในกระแสเลือดที่มือ และแขนอยู่โรงพยาบาล 5 วัน โดยคนที่รับจ้างฉีดพ่นด้านโรคให้เจ้าของสวนฝรั่งว่าสารฉีดพ่นนั้นคือหัวแลนเนท(ชนิดร้านแรง) ที่มีจำหน่ายหลังร้านค้าสารเคมีทั่วไปในอำเภอ เป็นการสร้างจิตสำนึกผู้เข้าร่วมที่ให้ตระหนักต่อการผลิตและ บริโภคอาหารจาก เกษตรอินทรีย์ โรงเรียนธรรมสาธิต อำเภอป่าซาง มีพื้นที่โรงเรียน 28 ไร่ มีนักเรียนกว่า 800 คน ระดับอนุบาล 200 กว่าคน ระดับประถมศึกษา 400 กว่าคน ระดับมัธยมศึกษา 200 กว่าคน อยากจะเป็นโรงเรียนปลอดสารเคมี แต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจและขาดการบริหารจัดการ เครือข่ายเกษตรกร ปลอดภัย อำเภอป่าซางผลิตพืชผักได้หลากหลายชนิด มีทั้งผักกาดฮ่องเต้ กระน้ำ เชียงดา ชะอม ถั่วพู ถั่วฝักยาว กระเจียบเขียว ฯลฯ แต่ไม่มีตลาดจุดจำหน่ายผักปลอดภัยในอำเภอป่าซางจึงได้เข้าร่วม โครงการจำหน่ายพืชผักปลอดภัยของสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูน ที่เปิดตลาดหน้าศาลากลางจังหวัดลำพูนทุกวันอังคาร และ วันศุกร์

อำเภอลี่ : เกษตรกรและผู้สูงอายุในพื้นที่มีการรวมกลุ่มในการทำเกษตรอินทรีย์ หน่วยงาน องค์กรท้องถิ่นให้การสนับสนุน มีการบริหารจัดการด้านผลผลิตและช่องทางการจำหน่าย รวมทั้งส่งเสริมให้เด็กนักเรียนได้บริโภคผลผลิตอินทรีย์

โรงเรียนบ้านแม่หวาง อำเภอลี่ และ โรงพยาบาลทุ่งหัวช้าง ให้ข้อมูลว่าระบบการจ้างเหมาอาหารที่โรงเรียนได้รับอัตรา 20 บาท/คน/ต่อวัน และ โรงพยาบาลได้รับ 70 บาท/คน/วัน นั้นไม่สามารถรับซื้อพืชผักเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรได้ นายสมควร มาจันทร์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ทุ่งหัวช้าง ได้เสนอความเห็นไปถึงแม่ตลาดจากผู้ประกอบการที่ส่งไปขายภายนอกจะให้ราคาสูงกว่าในท้องถิ่นแต่หากทางโรงพยาบาลทุ่งหัวช้าง หรือ ทางโรงเรียนในชุมชนต้องการรับซื้อผลผลิตของเครือข่ายเกษตรกรที่ยั่งยืนในพื้นที่อำเภอลี่ และ อำเภอทุ่งหัวช้างแล้ว ทางกลุ่มเกษตรกรในที่นี้จะลดราคาให้ถูกลง เพื่อให้สามารถจัดซื้อได้ ปัจจุบันนี้กลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์ทุ่งหัวช้างได้นำผลผลิตไปจัดจำหน่ายที่โรงพยาบาลทุ่งหัวช้างทุกวันพุธ และยังมีผู้ประกอบการเข้ามารับซื้อ เช่น มีบริษัท Fair Trade มาตรวจแปลงและเจรจาซื้อพืชเครื่องแกงปรุงรส เช่น ชিং ข่า ตะไคร้ กระเทียม หอมแดง โดยทำมาตรฐาน USDA ให้แก่กลุ่มเกษตรกรที่ผ่านการตรวจได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ข้อเสนอของกลุ่มเกษตรกรลี่-ทุ่งหัวช้าง คือ เกษตรกรควรทำมาตรฐาน PGS รับรองกันเองแบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 16 ข้อ และตลาดของเครือข่ายควรมี Organic center ศูนย์รวบรวมและจำหน่ายผลิตเกษตรอินทรีย์ให้กับเกษตรกรในเครือข่ายอย่างเป็นระบบ

ที่อำเภอลี่มีโรงเรียนชุมชนบ้านแม่ตืน โรงเรียนมีนโยบายให้นักเรียนได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยโดยคุณครูเป็นแม่ครัวเองและรับซื้อผักจากเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ อำเภอลี่ และ อำเภอทุ่งหัวช้างเป็นประจำ

อำเภอป่าซาง : เกษตรกรผู้ผลิตอินทรีมีน้อย ขาดการส่งเสริมการตลาดและการสร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรี ขาดสถานที่และจุดจำหน่ายสินค้าเกษตรกรอินทรี หน่วยงาน องค์กรท้องถิ่นมีการดำเนินงานเกี่ยวกับเกษตรกรอินทรีแต่ยังคงพบปัญหาเนื่องจากการทำเกษตรกรอินทรีใช้เวลานานและได้ผลผลิตน้อยกว่าการใช้สารเคมี โรงเรียนมีการส่งเสริมให้นักเรียนปลูกผักอินทรีแต่กำลังมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ

อำเภอเวียงหนองล่อง : เกษตรกรในพื้นที่ที่ทำเกษตรกรอินทรีมีน้อยเนื่องจากยังขาดความรู้ความเข้าใจผนวกกับขาดต้นทุนและสภาพเศรษฐกิจในครัวเรือนไม่เอื้ออำนวยทำให้ต้องใช้สารเคมีเพราะได้ผลผลิตสูงกว่า ขาดแหล่งจำหน่าย และยังไม่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงาน องค์กรท้องถิ่นเท่าที่ควร

อำเภอแม่ทา : มีการรวมกลุ่มเกษตรกรหรือผู้ผลิตหลายกลุ่ม รวมทั้งส่งเสริมให้เกษตรกรได้รับการรับรองเกษตรกรอินทรี แต่ยังคงขาดการรวบรวมข้อมูลผู้ผลิต ผลผลิต และแหล่งผลิตในชุมชน ขาดการเชื่อมโยงกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิต และผู้ผลิตด้วยตนเอง มีจุดจำหน่ายสินค้าทั้งที่ได้รับการสนับสนุนสถานที่จากโรงพยาบาลและจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรแต่ยังไม่ได้รับความสนใจขาดการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ที่ดี

กลุ่มเกษตรกรสร้างสุข ตำบลทาปลาดุก และ ทาสบเส้าอำเภอแม่ทา เป็นกลุ่มใหญ่และได้รับงบประมาณสนับสนุนการทำวิจัยเพื่อท้องถิ่น(สกว.) ได้รวมตัวกันโดยมีการกิจส่งเสริมการทำเกษตรกรอินทรีส่งเสริมการรวมกลุ่มสร้างเครือข่าย และ การทำมาตรฐานต้องการมีพี่เลี้ยงและหน่วยงานที่หนุนช่วยทำงานแบบบูรณาการร่วมมือกันเชื่อมโยงกลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรกรอินทรีไปสู่โรงเรียน ให้นักเรียนได้กินอาหารจากพืชผักปลอดภัย และต้องการขยายตลาดสู่โรงครัวของโรงพยาบาลเพื่อให้ผู้ป่วยมีอาหารที่ปลอดภัยรับประทาน แต่ทางโรงพยาบาลแม่ทาชี้แจงว่า มีจำนวนผู้ป่วยเข้ารับการรักษาน้อย และค่าใช้จ่ายด้านอาหารผู้ป่วยมีอัตราเพียง 70 บาทต่อคนต่อวัน จะไม่คุ้มค่าในการจัดส่ง แต่ทางโรงพยาบาลยินดีให้เกษตรกรเข้าไปจำหน่ายผลผลิตได้ ในวันที่แพทย์นัดตรวจผู้ป่วยเบาหวาน และ ความดัน ซึ่งจะมีผู้มาใช้บริการจำนวนมากทุกวันพฤหัสบดี และ วันศุกร์ ส่วนกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคม SE แม่ทา เครือข่ายนิเวศน์ลุ่มน้ำ ยินดีเป็นผู้ประสานเชื่อมโยงตลาดผลผลิต และผลิตภัณฑ์แปรรูปของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีอำเภอแม่ทา สู่ผู้บริโภคและผู้ประกอบการหลายช่องทาง

อำเภอเมือง : มีการพัฒนารูปแบบผลิตผลทางการเกษตร มีแหล่งจำหน่ายสินค้าเกษตรกรหลายพื้นที่ หน่วยงาน องค์กรท้องถิ่นให้ความสำคัญ มีการเปิดตลาดเกษตรกรในความรับผิดชอบของกรมส่งเสริมการเกษตรทุกวันอังคารและวันศุกร์ เวลา 07.00 – 15.00 น. บริเวณด้านหน้าศาลาประชาคมศาลากลางจังหวัดลำพูน โดยมีเกษตรกรเข้าร่วมเปิดร้านจำหน่ายสินค้าจำนวน 25 ราย เป็นเกษตรกรรายเดี่ยว 21 ราย Young Smart Farmer 1 ราย และ Smart Farmer 2 ราย สินค้าที่นำมาจำหน่ายแบ่งออกเป็น ข้าว ร้อยละ 4 พืชผักและผลไม้ ร้อยละ 84 และสินค้าเกษตรแปรรูป ร้อยละ 48 สินค้าส่วนใหญ่ที่นำมาจำหน่ายได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้าแล้ว คิดเป็นร้อยละ 92 และอยู่ระหว่างรอดำเนินการขอใบรับรองอีกร้อยละ 8 ทั้งนี้การเปิดตลาดเกษตรกรได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารตลาด ดังนี้

1. นายเอนก	นันทะพงษ์	ประธาน
2. นายพิมล	กันทะวงศ์	รองประธาน
3. นางสาวปรีศนา	พูนไชยศรี	กรรมการ/เหรัญญิก
4. นายไพโรบล	ศรีสว่าง	กรรมการ
5. นายชัตต์	ปิยะเลิศลักษณ์	กรรมการ
6. นายณัฐพงษ์	บุตรนุชิต	กรรมการ
7. นายไฟฟ้า	ทาเจริญศักดิ์	กรรมการ
8. นายสิทธิพล	โพธิ์พาด	กรรมการ
9. นายวิกร	ไวว่อง	กรรมการ
10. นายณัฐวุฒิ	สัทธาสุจริตกุล	กรรมการ
11. นางนิตศรี	วุฒิแฉม	กรรมการ
12. นางนิภาพรรณ	ส่วนสวัสดิ์	กรรมการ
13. นายสุวัฒน์	พหุสัจธรรม	กรรมการ

ระเบียบข้อบังคับตลาดเกษตรกร/ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้จังหวัดลำพูน

1. สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และปลอดภัยต่อผู้บริโภค และได้รับรองมาตรฐาน
2. ผู้ค้า/ผู้ประกอบการที่จะมาจำหน่ายสินค้าต้องเป็นสมาชิกตลาด โดยต้องมาลงทะเบียนกับคณะกรรมการตลาด
3. สินค้าที่จำหน่ายต้องเป็นสินค้าที่ลงทะเบียนไว้เท่านั้น หากมีการปรับเปลี่ยนชนิดสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายต้องแจ้งให้คณะกรรมการตลาดทราบ
4. การกำหนดราคาขายให้เป็นไปตามราคากลางที่คณะกรรมการตลาดกำหนด หรือตามราคากลางของตลาดทั่วไป ห้ามขายตัดราคาระหว่างสมาชิกตลาดด้วยกัน
5. การจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ให้เข้ามาจัดเตรียมพื้นที่ไม่เกินเวลา 07.30น. หากไม่สามารถเข้ามาจัดเตรียมสินค้าภายในเวลาที่กำหนดให้แจ้งให้คณะกรรมการตลาดทราบล่วงหน้า
6. กรณีที่ผู้ค้าไม่สามารถมาจำหน่ายสินค้าในครั้งใดได้ ให้แจ้งคณะกรรมการตลาดทราบล่วงหน้าทุกครั้ง หากไม่สามารถเข้ามาจำหน่ายสินค้าและไม่แจ้งให้คณะกรรมการตลาดทราบเกิน 3 ครั้งถือว่าสละสิทธิ์ในการจำหน่ายสินค้าภายในตลาด
7. กรณีที่มีการตรวจพบว่าสินค้าที่นำมาจำหน่ายไม่ได้คุณภาพ มาตรฐาน และไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคมีสารพิษตกค้าง ปนเปื้อน
 - ตรวจพบครั้งที่ 1 ให้คณะกรรมการว่ากล่าวตักเตือน

- ตรวจพบครั้งที่ 2 ดำเนินการตัดซื้อออกจากการเป็นสมาชิกตลาด

8. การรับผู้ค้ารายใหม่ ต้องพิจารณาจากพื้นที่ที่มีอยู่ก่อนโดยให้ผู้ค้ารายเดิมลงขายให้เต็มพื้นที่ก่อน หากมีพื้นที่ว่างจึงจะสามารถเข้าจำหน่ายได้ในพื้นที่ว่าง โดยคณะกรรมการตลาดจะเป็นผู้พิจารณาพิจารณาเป็นรายๆ ตามความเหมาะสม

9. การเปิดจำหน่ายสินค้าจะเปิดเป็นประจำทุกวันอังคาร และวันศุกร์ หากวันเปิดตลาดวันใดตรงกับวันหยุดราชการให้เลื่อนการเปิดตลาดให้เป็นไปตามมติของคณะกรรมการตลาดกำหนด

10. ให้สมาชิกตลาดร่วมกันดูแล บำรุงรักษาวัสดุอุปกรณ์ของตลาดที่ได้นำมาใช้

11. ให้ดูแลเก็บขยะ รักษาความสะอาดบริเวณพื้นที่ที่ตนเองจำหน่าย ให้เรียบร้อยหลังจากการเปิดจำหน่ายสินค้าในแต่ละครั้ง

จากการเปิดตลาดตลาดทำให้พบสภาพปัญหา คือ เป็นตลาดชั่วคราว เวลาไม่มียา ฝน และแดด ไม่มีกำบังหรือที่หลบให้ผู้จำหน่ายและผู้ซื้อ ที่จอดรถยนต์มีจำกัด การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง และไม่สามารถแบ่งโซนสินค้าแต่ละชนิดได้เนื่องจากผู้ค้าแต่ละรายจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลาย ดังนั้นจึงแผนในการพัฒนา คือ จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การจัดตลาดให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น สนับสนุนบรรจุกฎหมายของตลาดอบรมให้ความรู้การผลิตให้ได้มาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตรอินทรีย์ การแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า มาตรฐานการผลิตอาหารสำเร็จรูปเพื่อจำหน่าย และการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงความสำคัญและความแตกต่างของสินค้าเกษตรทั่วไป สินค้าเกษตรปลอดภัย และณรงค์ให้เห็นถึงความสำคัญของการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าเกษตรอินทรีย์





4.2.4 กิจกรรมที่ 4 การพัฒนารูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร

การพัฒนารูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี (ลำพูน) ในการออกแบบและผลิตสื่อของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมในการทำเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ได้แก่ รูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายโดยนำเอาเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเป็นตัวช่วยเพื่ออำนวยความสะดวกและนำไปสู่การตัดสินใจ การติดตามงาน การแก้ไขงาน ดังนี้

1. พัฒนารูปแบบข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

1.1 ฐานข้อมูลสมาชิก เป็นฐานข้อมูลที่เก็บข้อมูลต่างๆ ของสมาชิก (เกษตรกร)

1.1.1 ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ชื่อ-สกุล เพศ วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ รูปถ่ายหน้าตรง การศึกษา การติดต่อสื่อสาร (เบอร์โทรศัพท์, อีเมล, ไลน์, เฟซบุ๊ก ฯลฯ) อาชีพหลัก อาชีพเสริม

1.1.2 ข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่าย ได้แก่ รหัสสมาชิก วันที่สมัครสมาชิก ตารางงานกิจกรรม/ประชุม รายการเข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มเครือข่าย

1.1.3 ข้อมูลด้านการเกษตร ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำเกษตร (เดือน ปีที่เริ่มทำ) ประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์ (เดือน ปีที่เริ่มทำ) พื้นที่ที่ใช้ในการทำเกษตรอินทรีย์ (พื้นที่

นา พื้นที่สวน หรือทั้งสอง) จำนวนพื้นที่ที่ใช้ในการทำเกษตรอินทรีย์ (กี่ไร่) พืชที่ปลูกแบบอินทรีย์ (กี่ชนิด อะไรบ้าง)

1.1.4 ข้อมูลด้านมาตรฐานและการรับรองเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มอน. IFOAM อื่นๆ) โดยลงรายละเอียดการรับรอง และวันที่หมดอายุการรับรอง หรือไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

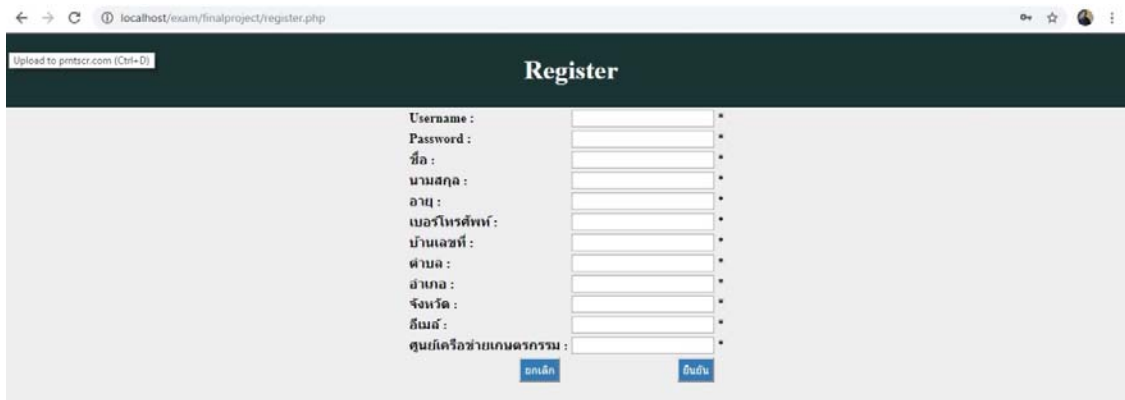
1.2 ระบบฐานข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มผลิตผลเกษตรอินทรีย์

1.2.1 สามารถวิเคราะห์ระยะเวลาในการปลูกพืชผักเกษตรอินทรีย์แต่ละชนิด

1.2.2 สามารถคาดการณ์จำนวนผลผลิตที่จะออกจำหน่ายในแต่ละรอบ

1.3 แอปพลิเคชัน

เป็นระบบออนไลน์ที่สมาชิกสามารถอัปโหลดข้อมูลสินค้าเกษตรอินทรีย์ของตนเองโดยระบบจะมีการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับ ผลผลิตเกษตรอินทรีย์แต่ละชนิดจะแสดงที่มาของผลผลิต ระบบการเพาะปลูก พื้นที่เพาะปลูก ชื่อเกษตรกร (สมาชิก) ที่ปลูก การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ กำลังการผลิตที่ออกแต่ละวัน/สัปดาห์/เดือน ราคาจำหน่าย การติดต่อซื้อผลผลิต



localhost/exam/finalproject/register.php

Upload to pmtcr.com (Ctrl+D)

Register

Username :

Password :

ชื่อ :

นามสกุล :

อายุ :

เบอร์โทรศัพท์ :

บ้านเลขที่ :

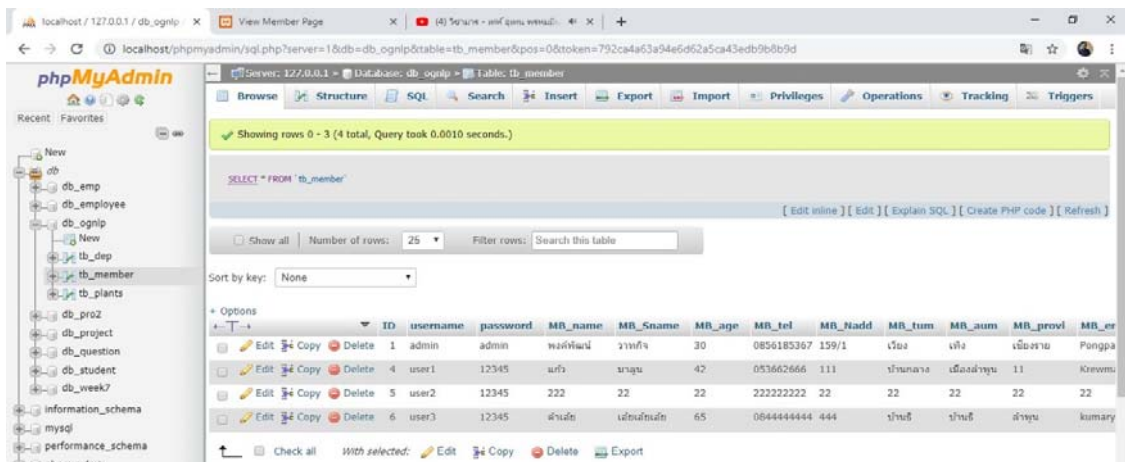
ตำบล :

อำเภอ :

จังหวัด :

อีเมล :

ศูนย์เครือข่ายเกษตรกรรม :



localhost / 127.0.0.1 / db_ognip

View Member Page

localhost/phpmyadmin/sql.php?server=1&db=db_ognip&table=tb_member&pos=0&token=792ca4653a94e6d62a5ca43edb9b0b9d

Server: 127.0.0.1 Database: db_ognip Table: tb_member

Showing rows 0 - 3 (4 total, Query took 0.0010 seconds.)

SELECT * FROM 'tb_member'

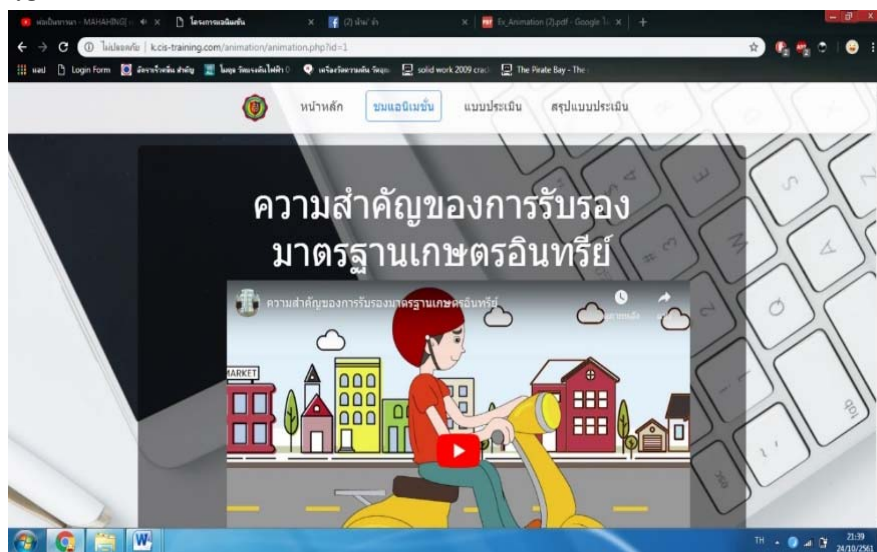
Sort by key: None

ID	username	password	MB_name	MB_Sname	MB_age	MB_tel	MB_Nadd	MB_tum	MB_aum	MB_provi	MB_cr	MB_er
1	admin	admin	พงศ์พันธ์	ราชกิจ	30	0850185367	159/1	เวียง	เทิง	เชียงราย	Pongpa	
4	user1	12345	นภวิ	นภูน	42	053662666	111	บ้านกลาง	เมืองสาขุ	11	Krewmu	
5	user2	12345	222	22	22	222222222	22	22	22	22	22	
6	user3	12345	คำมัย	เคอเคอเคอ	65	0844444444	444	บ้านธิ	บ้านธิ	ลำพูน	kumary	

2. พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์

2.1 สื่อแอนิเมชันในการส่งเสริมให้สมาชิกเห็นความสำคัญของการรับรองมาตรฐาน

เกษตรอินทรีย์



2.2 สื่อแอนิเมชันในการประชาสัมพันธ์เครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เพื่อรับสมัครสมาชิกเกษตรกรและผู้สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายฯ



2.3 สื่อเอกสารในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมให้ประชาชนทั่วไปได้เห็นความสำคัญ และสนใจที่จะบริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์



"สุขภาพดี อาหารปลอดภัย"

สิ่งแวดล้อมสะอาด ด้วยการกินผลผลิตอินทรีย์"

กระแสรักสุขภาพ ทำให้คนหันมาใส่ใจกับการเลือกซื้อ เลือกบริโภคอาหารมากขึ้น วัตถุดิบประเภทผัก ผลไม้ จึงถูกคัดสรรเป็นพิเศษ อย่าง ผักปลอดสารพิษ ไร้สารเคมีตกค้าง เริ่มถูกมองข้าม เพราะผู้บริโภคไม่มั่นใจในความปลอดภัยจากสารเคมี เกษตรทางเลือกหรือ เกษตรอินทรีย์ จึงเป็นความสนใจของผู้บริโภค ทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับชั้น



บริโภค.....

ว่างจาก.....

สุขภาพ.....

ดูแลของ.....




เกร็ดสาระน่ารู้



ชื่อพืช	ผลไม้	ผัก	สมุนไพร	พืชไร่	พืชสวน	พืชไร่	พืชสวน
ผลไม้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ผัก	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สมุนไพร	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พืชไร่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พืชสวน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พืชไร่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พืชสวน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พืชไร่	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
พืชสวน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

เกษตรอินทรีย์

คือการทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ บนพื้นที่การเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้างและพืชผักเลี้ยงจากสารเป็นอันตรายต่อคนและสัตว์ และทางจากเพื่อส่งเสริมความอุดมสมบูรณ์ของดินและความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศและพื้นที่ปลูกพืชอินทรีย์ให้กลับคืนสู่ธรรมชาติโดยไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์หรือที่ได้มาจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ใช้วิธีการผลิตที่เน้นการจัดการอย่างเป็นระบบในการผลิตภายใต้มาตรฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ได้ผลผลิตสูงและปลอดภัยต่อสุขภาพและปลอดภัย โดยมีขั้นตอนการผลิตตั้งแต่การปลูก การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว และการแปรรูป

[illegible]

สุขภาพดี อาหารปลอดภัย สิ่งแวดล้อมสดใส
ด้วยการกินผลผลิตอินทรีย์

SWOT

Strengths

- ผลผลิตปลอดภัยไร้โรค
- ไร้สารปนเปื้อนและยาฆ่าแมลง
- ผลผลิตอินทรีย์มีรสชาติอร่อยได้แก่ผลไม้ ผัก และข้าว

Weaknesses

- ครัวเรือนเกษตรกรอินทรีย์มีจำนวนน้อย
- พื้นที่ปลูกอินทรีย์มีขนาดเล็ก ขาดความรู้ในการขยายพื้นที่

Opportunities

- รัฐบาลได้มีนโยบายส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์
- ภาครัฐได้มีโครงการส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์
- ตลาดผู้บริโภคอินทรีย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

Threats

- ผลผลิตอินทรีย์มีต้นทุนการผลิตสูงกว่าผลผลิตเกษตรเคมี

4.2.5 กิจกรรมที่ 5 การเข้าร่วมพัฒนาศักยภาพและกิจกรรมต่างๆ ที่ทางศูนย์ประสานงานจัด

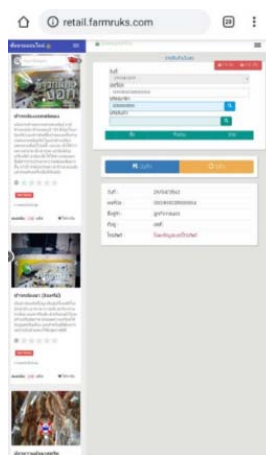
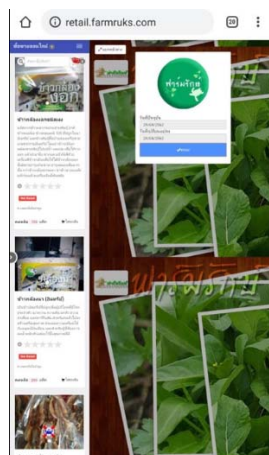
1) กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการเกษตรอินทรีย์ยุคใหม่ ในวันอาทิตย์ที่ 13 มกราคม 2562 ณ ห้องประชุมสุขชัย ชั้น 2 อาคารมหาวิทยาลัยธนบุรี (ศูนย์ลำพูน) การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการในครั้งนี้ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากวิทยากร คณาจารย์ มหาวิทยาลัยธนบุรี ทีมวิจัย กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน และตัวแทนเกษตรกรคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจเข้าร่วมประชุม จำนวนทั้งสิ้น 8 อำเภอ ในเขตจังหวัดลำพูน เป็นระยะเวลา 1 วัน เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรได้พัฒนาศักยภาพทั้งในด้านการคิดค้นทุนและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการด้านการเกษตรยุคใหม่ โดยมีกำหนดการ ดังนี้

- | | |
|------------------|--|
| 08.30 – 09.00 น. | ลงทะเบียน |
| 09.00 – 09.15 น. | อ.สราญนิตย์ เล็กสุทธิ หัวหน้าโครงการวิจัย “โครงการพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน”
กล่าวรายงาน |
| 09.15 – 09.30 น. | ดร.พันธนิภา แยมขุติ ผู้อำนวยการศูนย์การศึกษามหาวิทยาลัยธนบุรี (ศูนย์ลำพูน) และที่ปรึกษาโครงการวิจัย “โครงการพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน”
กล่าวเปิดงานการประชุมเชิงปฏิบัติการ “ด้านการจัดการเกษตรอินทรีย์ยุคใหม่” พร้อมทั้งให้เทคนิคการบริหารจัดการเกษตรอินทรีย์ยุคใหม่ แก่ผู้เข้าร่วมประชุม |
| 09.30 – 11.00 น. | อบรมเทคนิคการคิดค้นทุนในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดย อ.เจนจิรา แก้วเวียง และ อ.วรศักดิ์ หงส์สุวรรณ อาจารย์สาขาการบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี |
| 11.00 – 12.00 น. | นาวาตรีสถาพร สกลทัศน์ แนะนำการเรียนรู้การจัดรูปแบบการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกเครือข่ายด้วยเทคโนโลยีการสื่อสาร |
| 12.00 – 13.00 น. | วิทยากรร่วมถ่ายภาพกับผู้เข้าร่วมประชุมและพักรับประทานอาหารกลางวัน |
| 13.00 – 16.00 น. | ฝึกปฏิบัติการสื่อสารภายในและภายนอกด้วยโปรแกรม/แอปพลิเคชันที่ช่วยบริหารจัดการทั้งในด้านการบัญชี/งบประมาณ ด้านการจัดการฟาร์ม และด้านการตลาด ณ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ชั้น 4 อาคารมหาวิทยาลัยธนบุรี |

- 16.00 – 16.30 น. กล่าวเปิดการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดย คุณอดิศักดิ์ จันทะราชา
ประธานมูลนิธิสวนพุทธธรรม/อุปนายกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรม
ยั่งยืนจังหวัดลำพูน พร้อมทั้งมอบของที่ระลึกแก่วิทยากร นาวาตรี
สถาพร สกลทัศน์
- วิทยากรและผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมถ่ายภาพก่อนกลับ



2) อบรมการฝึกปฏิบัติการด้านการตลาดออนไลน์ ในวันพุธ ที่ 27 มีนาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน) โดยได้รับเกียรติจาก นาวาตรีสภาพร สกลทัศน์ เป็นวิทยากรอบรมการใช้งานแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์ให้กับสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ทั้งนี้ สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ได้เปิดร้านค้าออนไลน์ในนามของกลุ่มโดยใช้ชื่อว่า “ร้านเกษตรยั่งยืนลำพูน” และมีมติให้คุณอดิศักดิ์ จันทะราชา ประธานมูลนิธิสวนพุทธธรรม/อุปนายกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรม ยั่งยืนจังหวัดลำพูน เป็นแอดมินในการดำเนินงานและบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ของกลุ่ม



3) งานสมัชชาเกษตรกรกรมยั่งยืนประเด็น “พันธกรรมพื้นบ้านและความมั่นคงทางอาหาร” ระหว่างวันที่ 24-25 เมษายน 2562 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

สมาคมเครือข่ายเกษตรกรกรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนได้เดินทางไปร่วมงานตามคำเชิญของมูลนิธิเกษตรกรกรมยั่งยืนแห่งประเทศไทย โดยนางกัลยา ใหญ่ประสาน เป็นหัวหน้าคณะ ได้นำพันธ์ข้าวลิ้มหมา (เบอม่่งซู) จากบ้านปกากะญอบ้านห้วยเหี้ยะ ตำบลทาแม่ลอบอำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน ไปประกอบอาหารให้ผู้เข้าร่วมในงานชิม และแจกเมล็ดพันธ์ข้าวไร่พื้นบ้านของชาวปกากะญอที่เชื่อว่าอร่อยจนเจ้าของลิ้มให้หมากินนี้ให้เกษตรกรที่สนใจนำไปทดลองปลูกในงานนี้นอกจากการนิทรรศการแสดงผลผลิต องค์ความรู้ของเกษตรกรเครือข่ายเกษตรกรกรมทางเลือกภาคอีสาน ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคเหนือ และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วยังมี Work shop การแปรรูปข้าวเป็นสับ ฯลฯ และกิจกรรมที่สำคัญที่สุดคือ การจัดประชุมสมัชชาเกษตรกรกรมยั่งยืนภาคอีสานประเด็น พันธกรรมพื้นบ้านและความมั่นคงด้านอาหาร ซึ่งได้ประยุกต์รูปแบบวิธีการจัดตามกระบวนการจัดทำนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วมของสำนักงานสมัชชาสุขภาพแห่งชาติที่เน้นความร่วมมืออย่างสร้างสรรค์และสมานฉันท์จนได้มติขับเคลื่อนของสมัชชาประกาศต่อที่ประชุมที่มี รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ นายวิวัฒน์ ศัลยกำธร เป็นประธานในที่ประชุม

กิจกรรมในงานเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ห้องย่อยแนวทางการขับเคลื่อนให้เกษตรกรสามารถคัดเลือกเก็บเมล็ดพันธ์ุและจำหน่ายได้เอง มีการแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธ์ุพื้นบ้านแจกจ่ายให้เครือข่ายเกษตรกรผู้เข้าร่วมงานนำไปขยายเพาะปลูกและนำเมล็ดพันธ์ุกลับและนำมาแลกเปลี่ยนกันอีกครั้งต่อไป



4.2.6 กิจกรรมที่ 6 การประสานความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง

1) กิจกรรม “บุญตานข้าวใหม่ ปู่จาพระธาตุเจ้าหริภุญชัย” เพื่อฟื้นฟู สืบสานประเพณี ตานข้าวใหม่เมืองพะเยาและทำบุญทอดผ้าป่าสามัคคีสมทบกองทุนบุญข้าวใหม่หริภุญชัย ระหว่างวันที่ 19-20 มกราคม 2562 ณ วัดพระธาตุหริภุญชัย วรมหาวิหาร ร่วมกับ 36 องค์กร เช่น มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย (วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน) วัดพระธาตุหริภุญชัย วรมหาวิหาร และสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูน เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนได้ร่วมเวทีเสวนา เรื่อง “วิถีข้าว วิถีชีวิต” เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ดำเนินรายการ โดย อาจารย์นพพร นิลณรงค์ มีผู้ร่วมเสวนาคือ

- นางสุภา ไยเมือง มูลนิธิเกษตรกรรมยั่งยืน (แห่งประเทศไทย)
- นางกัลยา ใหญ่ประสาน นายกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
- นายจรรุญ พญาเทพ กลุ่มผู้ผลิตข้าวปลอดภัยตำบลป่าสัก
- นางปวีณา แสนอินตะ เกษตรกร (ชาวนาอินทรีย์) จากอำเภอทุ่งหัวช้าง
- ศ.สุริชัย หวันแก้ว สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อาจารย์อนุวัต เชื้อเย็น คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- เกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูน
- ผู้อำนวยการ ศูนย์เมล็ดพันธุ์ข้าวเชียงใหม่



2) กิจกรรมการฝึกอบรมหลักสูตร “การพัฒนาเกษตรกรในการทำเกษตรอินทรีย์แบบยั่งยืนตามวิถีพุทธธรรม” ร่วมกับสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูน ในวันที่ 17-18 ธันวาคม 61 ณ สวนพุทธธรรมจังหวัดลำพูน ตามโครงการพัฒนาศักยภาพเกษตรกร งบประมาณยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ จังหวัดลำพูน ปี 2561-2564 มีเกษตรกรเข้าร่วมอบรม 50 คน โดยมีวิทยากรเป็นปราชญ์เกษตรดีเด่นด้านกลุ่มและเครือข่ายคือ นายสมควร มาจันทร์ และปราชญ์ดีเด่นด้านผู้ทรงภูมิปัญญาและมีคุณูปการต่อการเกษตรไทยคือ นางวรรณนิภา ปัญญาภรณ์ ทั้งสองท่านได้รับรางวัลจากจังหวัดลำพูนในปี 2561 ซึ่งในการอบรมมีการเรียนรู้กระบวนการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว การคัดบรรจุสินค้าเกษตรอินทรีย์ การบริหารจัดการศัตรูพืชโดยวิธีชีววิถี การจัดการดินและปุ๋ยในระบบเกษตรอินทรีย์ การบริหารจัดการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ การเข้าสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์และการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (PGS)



4.2.7 กิจกรรมที่ 7 นำเสนอข้อมูลโครงการวิจัยสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้อง

ดำเนินการเสนอข้อมูลโครงการวิจัยสู่ชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องในวันพุธ ที่ 10 เมษายน 2562 ณ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย (วิทยาลัยสงฆ์ลำพูน) ได้จัดเวทีบูรณาการร่วมกับสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดลำพูนที่ได้เชิญเครือข่ายเกษตรกรรมอินทรีย์ และหน่วยงานภาคีที่เกี่ยวข้องทั่วทั้งจังหวัดลำพูน เข้าร่วมการเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ “แนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน” สรุปผลได้ดังนี้ นายพิรุณ จัทรธรรม ผู้จัดการบริษัทประชารัฐสามัคคี จำกัด มีปัญหาที่ผ่านยังหาผลผลิตเกษตรอินทรีย์จริงไม่พบ มีแต่ผลผลิตของเกษตรกรที่ยังทำเกษตรระยะปรับเปลี่ยนมีผู้ประกอบการต้องการสินค้าไปจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า การรับรองมาตรฐานเห็นว่าการรับรองสถานภาพเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วมที่มีทั้งผู้บริโภค และองค์กรภาคีเข้าร่วมจะดีกว่าเป็นการรับรองแบบไว้วางใจซึ่งกันและกัน แนวทางการพัฒนาตลาดน่าจะมีบริษัทจำกัดมาเป็นตัวกลาง บริษัทประชารัฐฯ ยังขาดการมีส่วนร่วมของหุ้นส่วนขาดการเป็นเจ้าของ บริษัทจำกัดโดยเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนเป็นเองสามารถจะทำบทบาท 2 สถานะคือทั้งการรับรองมาตรฐาน และการเป็นกลไกด้านการตลาดด้วย ต้องพึ่งตนเอง หลายสินค้าการแปรรูปยังเป็นปัญหา ถ้าผ่านบริษัท Organic ของเครือข่ายเองน่าจะไปได้ มองว่าเรื่องตลาดไม่เป็นปัญหา แต่อยู่ที่การผลิตต้องปลูกด้วยใจ ปลูกที่ใจผลิตด้วยใจ

ส่วนด้านภาวะสินค้าเกษตรอินทรีย์ คุณกรรณการ์ ด้านไพบูลย์ หจก.ทองพูนพุดส์ จำกัด ซึ่งเคยทำงานร่วมกับสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนมาแล้ว 3 ปี ปีที่ 1 รับซื้อลำไยอินทรีย์นำไปแปรรูปเป็นลำไยสีทอง ปีหลังๆ นำไปจำหน่ายเป็นลำไยสด ตลาดตอบรับดี แต่ยังมีปัญหาสินค้าเน่าเสียบางส่วน ด้านกำลังซื้อของผู้บริโภค สินค้าอินทรีย์มีมากขึ้นเรื่อยๆ มีผู้บริโภคต้องการสินค้า No Sugar โดยมาตรฐาน IFOAM เอง แนวทางคือจะอบแห้งผลไม้ให้ No Sugar และ No sulfate

ข้อเสนอที่ประชุม ถ้าหากใช้คำขวัญ “อยู่ลำพูนแล้วอายุยืน” จากลักษณะแปลงที่ดินของเกษตรกรเป็นแปลงเล็กไม่ใช่แปลงใหญ่ น่าจะเน้นสมุนไพรเสริมเข้ามาเป็นการกินอาหารเพื่อเป็นยา กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมต้องมีการทำบ้าน ทำข้อมูลเป็นการทำ Big Data แต่ละเดือน แต่ละพื้นที่จะต้องปลูกอะไรบ้าง เครือข่ายฯ ต้องทำงานเชิงรุกมากขึ้นในเชิงลึกบุคลากรต้องมีความรู้รวบรวมข้อมูลไม่ต้องใช้คนมากแต่ต้องมีประสิทธิภาพ มีการคัดผลล่งหน้า ผลผลิตจะมีเท่าไร และการทำการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เชิงเกษตร สนับสนุนกาดน้อย (ตลาดชุมชน) ในพื้นที่ที่มีการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมในส่วนเพื่อให้ผู้ประกอบการหลากหลายเข้าไปเรียนในพื้นที่ และบริษัทประชารัฐสามัคคีจำกัดยินดีช่วยจัดทำตลาดให้ร้านอาหารในจังหวัดลำพูนที่มีชื่อเสียงควรมีผักอินทรีย์ ไข่อินทรีย์ ฯลฯ อยู่ในเมนูของร้าน

ต้นแบบท้องถิ่นที่สนับสนุนเกษตรกรทำเกษตรกรรมอินทรีย์ที่เทศบาลตำบลป่าสักอำเภอเมือง จังหวัดลำพูนพบว่า เกษตรกรเก่งในด้านการผลิต แต่ไม่สามารถไปค้าขายต้องให้มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของในการเปิดตลาดจำหน่ายโดยหน่วยงานจัดทำให้ และปัญหาอีกประการหนึ่งที่พบก็คือ การจัดทำมาตรฐานการผลิตให้แก่กลุ่มเกษตรกรการรับรองโดยมีใบรับรองของหน่วยงานทำค่อนข้างยาก ทางกลุ่มจึงใช้การรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS) เป็นหลัก ตลาดของกลุ่มเครือข่าย มี 3 ระดับ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบขายส่ง และ ขายปลีก ขายส่งมีทั้งที่บริษัทในเครือนิคมสหพัฒนา รับซื้อและขายปลีกโดยแปรรูปเอง ตลาด 3 ระดับมีทั้งตลาดในชุมชน กาดกั้ง (ตลาดตามบ้าน) กาดก้อม(ตลาดเล็ก) ตลาดส่งโรงพยาบาล โรงเรียน ศูนย์เด็กเล็ก และ ระดับส่งของขาย Online แพ็คขายตามห้างสรรพสินค้า และส่งตาม Order ลูกค้า

มีการเสนอตัวอย่างรูปแบบตลาด ลุงแก้วไต้ อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ที่นำผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ไปจำหน่ายในตลาด JJ Market และ Big C และเปิดขายทาง line ตาม Order ลูกค้าที่สั่งซื้อ และตลาดทำระบบแบ่งปันให้แก่ผู้บริโภคที่จะสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้า ณ.สำนักงานเทศบาลหนองป่าครั่ง ทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ประสานงานจะมีการแบ่งปันผลกำไรนำไปทำกลุ่มออมทรัพย์ และสั่งซื้อด้วยเงินสด

คุณสมควร มาจันทร์ ได้ให้ข้อมูลว่า มีบริษัท Fair Trade Original ทำมาตรฐาน Janna USDA IFOAM มาติดต่อกลุ่มให้ผลิตโดยทำ MOU แต่ละองทิพย์กำลังตรวจสอบ แปลเอกสาร ให้กลุ่มผู้ปลูกพืชสมุนไพร เครื่องปรุง ชিং ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด ขมิ้น เป็นต้น

ข้อสรุปข้อคิดเห็นจากเกษตรกรอินทรีย์ ผู้ผลิต ผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการตลาดในระดับนโยบาย

ในด้านการตลาด ควรให้มีการกำหนดนโยบายส่งเสริมการพัฒนาและลงทุนในการทำการเกษตรอินทรีย์เพื่อการมีส่วนร่วมในภาครัฐและเอกชน ให้การส่งเสริมในการจัดการด้านการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมประชาสัมพันธ์ ให้บริการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ รวมทั้งพัฒนาและสร้างช่องทางตลาดทางเลือกให้กับเกษตรกรและผู้ประกอบการค้าสินค้าเกษตรอินทรีย์ และผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น และ ให้การอุดหนุนแก่ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่อยู่ในระยะปรับเปลี่ยนในการเข้าสู่ตลาด



บทที่ 4

ผลการดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานโครงการวิจัย การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืนจังหวัดลำพูน เป็นการสรุปผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 4 ข้อ ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืนจังหวัดลำพูน
2. เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืนจังหวัดลำพูน
3. เพื่อประเมินประเภทตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพเกษตรกรของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืนจังหวัดลำพูน
4. เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสมาคมเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืนจังหวัดลำพูน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ผลการดำเนินการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลเกษตรกรด้วยแบบสำรวจข้อมูลสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืน จังหวัดลำพูน สรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ผลโดยรวมจากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรยั่งยืนจังหวัดลำพูนมีสมาชิกทั้งหมด 247 คน โดยแบ่งออกเป็น อ.เมือง จำนวน 46 คน อ.เวียงหนองล่อง จำนวน 20 คน อ.บ้านธิ จำนวน 20 คน อ.ป่าซาง 8 คน อ.บ้านโฮ้ง จำนวน 37 คน อ.ลี้ จำนวน 38 คน อ.แม่ทา จำนวน 38 คน และ อ.ทุ่งหัวช้าง จำนวน 40 คน จะเห็นว่าสมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุมีจำนวนมากถึงร้อยละ 65.59 หรือมีอายุระหว่าง 50-70 ปี ในขณะที่เกษตรกรรุ่นใหม่ที่อยู่ในวัยทำงานมีเพียงร้อยละ 31.57 และจบการศึกษาขั้นพื้นฐานหรือตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 74.9

ตาราง 4.1 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.เมือง

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
1	นางสาว อุทัยวรรณ บุญลอย	บ้านเลขที่ 123 หมู่ที่ 12 บ้านทุ่งยาวเหนือ
2	นางสาว พิชาพร สะภาวหา	บ้านเลขที่ 123 หมู่ที่ 12 บ้านทุ่งยาวเหนือ
3	นางสาว เกษรา ปิ่นคารรรักษ์	บ้านเลขที่ 39/2 หมู่ที่ 11 บ้านดอนแก้ว
4	นาง อัญญา ปันกาศ	บ้านเลขที่ 65 หมู่ที่ 1 บ้านร่องไร่
5	นาย ภาณุพงศ์ ไชยวรรณ	บ้านเลขที่ 55 บ้านชุมชนสวนดอก
6	นาย อดิศักดิ์ จันทะราชา	บ้านเลขที่ 125/1 หมู่ที่ 6 บ้านสันเหมือง
7	นาย กำธร แปงดิก	บ้านเลขที่ 39 หมู่ที่ 8 บ้านห้วยน้ำโค้ง
8	นาย จรูญ พยาเทพ	บ้านเลขที่ 120 หมู่ที่ 16 บ้านทรายทอง
9	นาย สัญญา เนตรแสนสัก	บ้านเลขที่ 56 หมู่ที่ 8 บ้านห้วยน้ำใต้
10	นาย เทวิน พิงคะสัน	บ้านเลขที่ 68/1 หมู่ที่ 1 บ้านสันคะยอม
11	นายไพศาล แดงสัก	บ้านเลขที่ 56/1 หมู่ที่ 11 บ้านหนองท่า
12	นาง จิรฐา สุริยาสัก	บ้านเลขที่ 58 หมู่ที่ 1 บ้านสันคะยอม
13	นาย ศุภสิทธิ์ พัฒนาพิงคะสัน	บ้านเลขที่ 42/1 หมู่ที่ 1 บ้านสันคะยอม
14	นาย โกวิท ใหม่ตั้ง	บ้านเลขที่ 76 หมู่ที่ 16 บ้านทรายทอง
15	นาย จำรัส กุณะแสงคำ	บ้านเลขที่ 7/1 หมู่ที่ 8 บ้านห้วยม้าโค้ง
16	นาย ธีรวัจน์ จักรแก้วรังสี	บ้านเลขที่ 111 หมู่ที่ 8 บ้านห้วยม้าโค้ง
17	นาง จำปี ปาละมีสัก	บ้านเลขที่ 38/1 หมู่ที่ 8 บ้านห้วยม้าโค้ง
18	นายสิงห์ทอง ยามะสัก	บ้านเลขที่ 36/1 หมู่ที่ 10 บ้านหนองหลุม
19	นาง อาริรัก ดวงศักดิ์	บ้านเลขที่ 13 หมู่ที่ 6 บ้านสันป่าสัก
20	นาย อมร สุทธกุล	บ้านเลขที่ 97/1 หมู่ที่ 6 บ้านสันป่าสัก
21	นาย สมบูรณ์ทรัพย์ มาบุพผา	บ้านเลขที่ 130/2 หมู่ที่ 6 บ้านสันป่าสัก
22	นาย นกอดล พิงคะสัน	บ้านเลขที่ 59/1 หมู่ที่ 1

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
23	นาย วัลพ มะโนสด	บ้านเลขที่ 60 หมู่ที่ 1 บ้านสันคะยอม
24	นาย วิริทธิ์พล ไชยะสัน	บ้านเลขที่ 88/3 หมู่ที่ 12 บ้านสันหลวง
25	นาง อุษณี จักขุเรือง	บ้านเลขที่ 6 หมู่ที่ 10 บ้านหนองหลุม
26	นาย ทองผล เลศศักดิ์	บ้านเลขที่ 107/1 หมู่ที่ 6 บ้านสันป่าสัก
27	นาง เรือนคำ กันทาเจริญ	บ้านเลขที่ 12/1 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
28	นาง ไอยรา ตีสัก	บ้านเลขที่ 21/3 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
29	นาง ต่อ อุปเวียง	บ้านเลขที่ 43/1 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
30	นางสาว เกสร หมุดสัก	บ้านเลขที่ 36 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
31	นาย ถาวร แก้วโขง	บ้านเลขที่ 11/1 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
32	นาง มะลิ พิงคะสัน	บ้านเลขที่ 43 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
33	นาง สำพรรณ เจริญศิลป์	บ้านเลขที่ 16 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
34	นาง วน เสือนุช	บ้านเลขที่ 42/1 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
35	นาง ต่อมแก้ว ชุมสัก	บ้านเลขที่ 139 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
36	นาง สุรีย์ ขาวสัก	บ้านเลขที่ 40/1 หมู่ที่ 7 บ้านทุ่งยาว
37	นาย พิเชษฐ์ มะทะธง	บ้านเลขที่ 80/1 หมู่ที่ 8 บ้านป่ายาง
38	นาง สุภาวรรณ จันทิมา	บ้านเลขที่ 85 หมู่ที่ 8 บ้านป่ายาง
39	นาง สายฝน ชัยชนะ	บ้านเลขที่ 173 หมู่ที่ 8 บ้านป่ายาง
40	นายมงคล จันทิมา	บ้านเลขที่ 85/1 หมู่ที่ 8 บ้านป่ายาง
41	นายบุญธรรม ลาพิงค์	บ้านเลขที่ 83 หมู่ที่ 8 บ้านป่ายาง
42	นาย ไฟฟ้า ทาเจริญศักดิ์	บ้านเลขที่ 37 บ้านสันดอนรอม
43	นาย สิทธิพล โพธิ์พาด	บ้านเลขที่ 161/3 หมู่ที่ 2 บ้านกอม่วง
44	นาย ญัฐวุฒิ สีธาสุจรัตกุล	บ้านเลขที่ 30/2 หมู่ที่ 3 บ้านฮ้องแล้ง
45	นาง อ้อย ศรีสว่าง	บ้านเลขที่ 38 หมู่ที่ 5 บ้านท่ากว้าง
46	นาย อเนก นันทะพงษ์	บ้านเลขที่ 100 หมู่ที่ 8 บ้านป่ายาง

ตาราง 4.2 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.เวียงหนองล่อง

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
1	นาง ดาวเรือง ตัยตง	บ้านเลขที่ 396/5 หมู่ที่ 11 บ้านใต้พัฒนา
2	นาง พัทธราภรณ์ โปราพันธ์	บ้านเลขที่ 274 หมู่ที่ 11 บ้านดงใต้พัฒนา
3	นาง รัตน์ กันทาตง	บ้านเลขที่ 358/1 หมู่ที่ 5 บ้านดงหลาย
4	นาง ปิ่นคำ เตชะคง	บ้านเลขที่ 356 หมู่ที่ 5 บ้านดงหลวง
5	นาง เทียมตา กันทะ	บ้านเลขที่ 242 หมู่ที่ 11 บ้านดงใต้พัฒนา
6	นาง สุเพ็ญ บุญมาตง	บ้านเลขที่ 289 หมู่ที่ 11 บ้านดงใต้พัฒนา
7	นาง บัวเพชร ดีปันเป้า	บ้านเลขที่ 79/9 หมู่ที่ 5 บ้านดงหลวง
8	นาง ทองสุรีย์ บุญมาตง	บ้านเลขที่ 343/4 หมู่ที่ 5 บ้านดงหลวง
9	นาง จันทร์จัย ลุนละวัน	บ้านเลขที่ 419 หมู่ที่ 11 บ้านดงใต้พัฒนา
10	นาง พิรารวรรณ ตาจุมปา	บ้านเลขที่ 395/1 หมู่ที่ 5 บ้านดงหลวง
11	นาง แสงจันทร์ มโนสร้อย	บ้านเลขที่ 311 หมู่ที่ 1 บ้านหนองล่อง
12	นาง วีรรัตน์ เชื้อวิญญาน	บ้านเลขที่ หมู่ที่ 1 บ้านหนองล่อง
13	นาย กำพล หมอกมุงเมือง	บ้านเลขที่ 311/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองล่อง
14	นาย สุจิตต์ พรหมจันทร์	บ้านเลขที่ 153 หมู่ที่ 6 บ้านท่าช้าง
15	นาย จรรย์ มาทะการณ	บ้านเลขที่ 314 หมู่ที่ 6 บ้านท่าช้าง
16	นาง รจนา อุปหนอง	บ้านเลขที่ 146/3 หมู่ที่ 6 บ้านท่าช้าง
17	นาง น้อม สุรทวงศ์	บ้านเลขที่ 162 หมู่ที่ 6 บ้านท่าช้าง
18	นาง สุวรรณ สุขันทา	บ้านเลขที่ 167 หมู่ 6 บ้านท่าช้าง
19	นาง มลิวลย์ สุขันทา	บ้านเลขที่ 147/1 หมู่ที่ 6 บ้านท่าช้าง
20	นาย สุรเดช ภูมิชัย	บ้านเลขที่ 124 หมู่ที่ 6 บ้านท่าช้าง

ตาราง 4.3 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.บ้านธิ

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
1	นาย อำพล สายปัน	บ้านเลขที่ 93 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
2	นางสาว จันทรแก้ว วิศาคำ	บ้านเลขที่ 23 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
3	นาง จันทรดี ปัญโญใหญ่	บ้านเลขที่ 114 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
4	นาย ทองเหรียญ ปัญโญใหญ่	บ้านเลขที่ 175 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
5	นาง ศรีนวล ศรีนวลใหญ่	บ้านเลขที่ 138/1 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
6	นาง ประนอม สายปัน	บ้านเลขที่ 26 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
7	นาง เกศณี อ้ายใหญ่	บ้านเลขที่ 52 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
8	นาง วราภรณ์ น้อยปักษา	บ้านเลขที่ 148 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
9	นาง วันดี ปัญโญใหญ่	บ้านเลขที่ 121 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
10	นาง บัวจันทร์ สิงห์คำ	บ้านเลขที่ 39 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
11	นาย บุญลบ สมพงษ์	บ้านเลขที่ 22/1 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
12	นาง ถนอมจิต สายเขียว	บ้านเลขที่ 356 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
13	นาย บัวซอน สายปัน	บ้านเลขที่ 30 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
14	นาง สิงห์คำ สมพงษ์	บ้านเลขที่ 87 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
15	นาง วันทนา ปัญโญใหญ่	บ้านเลขที่ 44 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
16	นาย ประพาศศิริ ปัญโญใหญ่	บ้านเลขที่ 128 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
17	นาง จันทรหอม ปัญโญใหญ่	บ้านเลขที่ 50 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
18	นาง เกียงคำ สิทธิใหญ่	บ้านเลขที่ 49 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
19	นาง สมจันทร์ โพธิ์คำ	บ้านเลขที่ 86 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง
20	นาง จาญพจน์ สมพงษ์	บ้านเลขที่ 48 หมู่ที่ 13 บ้านป่าเหียง

ตาราง 4.4 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.ป่าซาง

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
1	นาย จันท์ เขียวพันธุ์	บ้านเลขที่ 113 หมู่ที่ 1 บ้านหนองคู่
2	นาย รังสรรค์ เพาะชาลี	บ้านเลขที่ แปลงสาธิต หมู่ที่ 5 บ้านโป่งรุ
3	นาง ชญาดา พรจิรวิชัย	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 5 บ้านโป่งรุ
4	นาย กฤติธิ์ แสงวัง	บ้านเลขที่ แปลงสาธิต หมู่ที่ 5 บ้านโป่งรุ
5	นาย กฤษณะ ศิริธาราธิกุล	บ้านเลขที่ แปลงสาธิต หมู่ที่ 5 บ้านโป่งรุ
6	นาง ศิวานันท์ วัฒนะอมรพงศ์	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ - บ้านโป่งรุ
7	นาย จาตุพัฒน์ แก้วดี	บ้านเลขที่ 101/1 หมู่ที่ 2 บ้านหนองเต่าคำ
8	นางสาว เบญจพร ปันดอนตอง	บ้านเลขที่ 86/1 หมู่ที่ 4 บ้านดอนตอง

ตาราง 4.5 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.บ้านโฮ่ง

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
1	นาย กรชรัฐ กอปรบุญรัตน์	บ้านเลขที่ แปลงสาธิต หมู่ที่ 5 บ้านโป่งรุ
2	นาย วิรัตน์ นาสา	บ้านเลขที่ 1/1 หมู่ที่ 2 บ้านหนองป่าตึง
3	นาย มานัส สมนา	บ้านเลขที่ 19 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน
4	นาย อุดม วรรณภีระ	บ้านเลขที่ 20 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน
5	นาง บัวลำ ยะแมน	บ้านเลขที่ 34/3 หมู่ที่ 4 บ้านเกาะทุ่งม่าน
6	นาง พงศ์วิไล ณ ลำพูน	บ้านเลขที่ 28 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน
7	นาง นงเยาว์ วรรณพิละ	บ้านเลขที่ 44 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน
8	นาง ทองฉาย ต๊ะอู่	บ้านเลขที่ 379 หมู่ที่ 1 บ้านห้วยก้าน
9	นาง นงลักษณ์ คำวงพฤษ	บ้านเลขที่ 10 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน
10	นาย นรงค์วิทย์ รัตนพรหม	บ้านเลขที่ 2 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน
11	นาง จันทรสม ต้อยแพร่	บ้านเลขที่ 58 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน
12	นาง บุญนิยม รัตนพรหม	บ้านเลขที่ 4 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน
13	นาย บุญทอง หล่อเถิน	บ้านเลขที่ 78/1 หมู่ที่ 12 บ้านเกาะทุ่งม่าน

ตาราง 4.5 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
14	นางสาว สุรีพร สุริยวงศ์	บ้านเลขที่ 66/3 หมู่ที่ 2 บ้านโฮ่อง
15	นาง แปง เป็งเอ้ย	บ้านเลขที่ 33/2 หมู่ที่ 15 บ้านห้วยแพงใต้
16	นาย ศรีจันทร์ อุ่นนันทากาศ	บ้านเลขที่ 46 หมู่ที่ 15 บ้านห้วยแพงใต้
17	นาง กันยารัตน์ สุริยวงศ์	บ้านเลขที่ 150 หมู่ที่ 14 บ้านใหม่ศรีบุญเรือง
18	นาง บัวลำ ยะแพน	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 4 บ้านเกาะทุ่งม่าน
19	นางสาว นารากร ใจมะสืทธิ	บ้านเลขที่ 167 หมู่ที่ 3 บ้านป่าปวย
20	นาย ทวี เดชสีกศักดิ์	บ้านเลขที่ 151 หมู่ที่ 12 บ้านห้วยแพง
21	นาง ไพริน ยศอิ	บ้านเลขที่ 40 หมู่ที่ 14 บ้านห้วยดงเย็น
22	นาง รัชนี อบรม	บ้านเลขที่ 157 หมู่ที่ 1 บ้านห้วยกาน
23	นาง ปราณี หมั่นขัน	บ้านเลขที่ 10 หมู่ที่ 13 บ้านป่าคำ
24	นาย สมนึก จินดาหลวง	บ้านเลขที่ 110 หมู่ที่ 12 บ้านห้วยแพง
25	นางสาว พัทธราภรณ์ เดชธิต	บ้านเลขที่ 84/1 หมู่ที่ 8 บ้านดงฤๅษี
26	แดง ทะสุใจ	บ้านเลขที่ 80/1 หมู่ที่ 8 บ้านดงฤๅษี
27	นาย สมาน พรหมปัน	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 9 บ้านล้อง
28	นาย มังกร พรราวศรี	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 7 บ้านห้วยห้า
29	นาย ศรีทอง มุลรังศรี	บ้านเลขที่ 52 หมู่ที่ 13 บ้านป่าคำ
30	นาย ไพบุลย์ ดำรงเกียรติเวช	บ้านเลขที่ 60 หมู่ที่ 9 บ้านล้อง
31	นาย ผ่าน ใจมะสืทธิ	บ้านเลขที่ 49 หมู่ที่ 13 บ้านป่าคำ
32	นาง แแดง ทะสุใจ	บ้านเลขที่ 108 หมู่ที่ 3 บ้านป่าปาย
33	นาง น้ำพระทัย ใจคำ	บ้านเลขที่ 34 หมู่ที่ 18 บ้านกลาง
34	นาง ผ่องพรรณ ปันดานา	บ้านเลขที่ 57 หมู่ที่ 17 บ้านสันตติเต่า
35	นางสาว เยาว์นิต วงศ์มา	บ้านเลขที่ 66 หมู่ที่ 1 บ้านวังหลวง
36	นาง ดาวัล วงศ์อำนาจ	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 17 บ้านสันตติเต่า
37	นาง ทรายคำ หนานอิน	บ้านเลขที่ 97 หมู่ที่ 17 บ้านสันตติเต่า

ตาราง 4.6 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน อ.ลี้

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
1	นางสาว เบญจพร ก่อกระจุก	บ้านเลขที่ 337/1 หมู่ที่ 8 บ้านห้วยต้ม
2	นาง ศรีไพร ธนชัย	บ้านเลขที่ 291 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
3	นาง บัวลย์ เศรษฐวรารณ	บ้านเลขที่ 82/5 หมู่ที่ 3 บ้านแม่ตืน
4	นาย ดนุพล ฟั่นอินตะศรี	บ้านเลขที่ 28/2 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
5	นาง สินี ต้นคำ	บ้านเลขที่ 272/2 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
6	นาง รัตนา แก้วปวน	บ้านเลขที่ 272/1 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
7	นาง สุภาพ คำตา	บ้านเลขที่ 280 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
8	นาง กิตินา กันทาทรัพย์	บ้านเลขที่ 547 หมู่ที่ 12 บ้านแม่ตืน
9	นางสาว เกษแก้ว ต๊ะวงศ์	บ้านเลขที่ 31/5 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
10	นาง ศรีลา อินตะอูน	บ้านเลขที่ 132 หมู่ที่ 3 บ้านแม่ตืน
11	นาง วรณทิภา ปัญญากรณ์	บ้านเลขที่ 449 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
12	นาง นงลักษณ์ ดุ้ยกาศ	บ้านเลขที่ 456 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
13	นาย จุรากร ธนชัย	บ้านเลขที่ 106/4 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
14	นาย อรรณพ ต๊ะศรี	บ้านเลขที่ 37/5 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
15	นาง วันเพ็ญ สารโปร่ง	บ้านเลขที่ 137/1 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
16	นาย นราธิป มิ่งวัฒนกุล	บ้านเลขที่ 40/3 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
17	น.ส. นันทมนัส จิรสินตระกูล	บ้านเลขที่ 155/2 หมู่ที่ 3 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
18	นาง ศมาภรณ์ นาเทพสัถ	บ้านเลขที่ 9 หมู่ที่ 16 บ้านเด่นสวรรค์
19	นาย ธนฤต ด่านศิริสกุล	บ้านเลขที่ 282 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
20	นาง บัระเพ็ญ อ้อมอารีย์	บ้านเลขที่ 262 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
21	นาง คำอ่อน คำจิมมา	บ้านเลขที่ 37/1 หมู่ที่ 11 บ้านห้วยโป่งสามัคคี
22	นาง พิสมัย พ่วงภิญโญ	บ้านเลขที่ 61/11 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
23	นาง จรรยา ขะจอม	บ้านเลขที่ 27/26 หมู่ที่ 2 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
24	นาย ประเดิมศักดิ์ รัตนพรหม	บ้านเลขที่ 21/1 หมู่ที่ 1 บ้านป่าไผ่

ตาราง 4.6 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
25	นาย อนันต์ มุลรัตน์	บ้านเลขที่ 7/2 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
26	นาง เทียมใจ ศิริสุข	บ้านเลขที่ 2/2 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
27	นาย สุกฤษ์ เตือนสกุล	บ้านเลขที่ 439 หมู่ที่ 1 บ้านป่าไผ่
28	นางสาว รับกร ป้อมบุญ	บ้านเลขที่ 51/10 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
29	นาง ทองเพียร ศิริสุข	บ้านเลขที่ 27/25 หมู่ที่ 2 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
30	นาง เบญจวรรณ บุตรศีล	บ้านเลขที่ 285 หมู่ที่ 4 บ้านหล่ายท่า
31	นางสาว บุญยานุช ห้วยจันทร์	บ้านเลขที่ 51/7 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
32	นาง บัวบาน หล้าหนัก	บ้านเลขที่ 51/53 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
33	นาย สิริพงษ์ กิตติกวินวรโชติ	บ้านเลขที่ 51/38 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
34	นาง สีไหล่ ใจดี	บ้านเลขที่ 51/30 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
35	นาง รัตนา ปัญญา	บ้านเลขที่ 51 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
36	นาย นกมล ศิวาลัย	บ้านเลขที่ 1/7 หมู่ที่ 11 บ้านป่าไผ่
37	นาย ศราวุฒิ ไชยนัน	บ้านเลขที่ 209 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา
38	นาย พลวัต คำมูล	บ้านเลขที่ 43/1 หมู่ที่ 9 บ้านห้วยแห่นพัฒนา

ตาราง 4.7 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน อ.แม่ทา

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
1	นาย สมชาย ย่องเอื้อง	บ้านเลขที่ 159/1 หมู่ที่ 12 บ้านดอยแก้ว
2	นางสาว พฤติกร จินา	บ้านเลขที่ 401 หมู่ที่ 11 บ้านแพะริมน้ำ
3	นาย ยงยุทธ ปันโยภาส	บ้านเลขที่ 2 หมู่ที่ 3 บ้านดอยแช่
4	นาง สุธรรม วิรุฬหาลัย	บ้านเลขที่ 178/1 หมู่ที่ 5
5	นาย กิตติศักดิ์ ภาภาส	บ้านเลขที่ 244 หมู่ที่ 2 บ้านแพะหลวง
6	นาย ณรงค์ ทะภาส	บ้านเลขที่ 210 หมู่ที่ 5 บ้านหนองยางฟ้า

ตาราง 4.7 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
7	นาง เฉลียว ปากาศ	บ้านเลขที่ 182 หมู่ที่ 5 บ้านหนองยางฟ้า
8	นาย ประสิทธิ์ ตันภาค	บ้านเลขที่ 170 หมู่ที่ 5 บ้านหนองยางฟ้า
9	นาง พชรินทร์ ชมชื่น	บ้านเลขที่ 180/1 หมู่ที่ 2 บ้านเหมืองลึก
10	นาง ขวัญใจ จินะภาค	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 3 บ้านท้องผาย
11	นาง ดอกไม้ ปานพาน	บ้านเลขที่ 28/1 หมู่ที่ 5 บ้านหนองยางฟ้า
12	นาง พรรณี น้อยเครือ	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 2 บ้านแพะหลวง
13	นาง คันทรส คำเวียง	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 1 บ้านทุ่งหลวง
14	นาง พรทิพา ดอกแก้วนาต	บ้านเลขที่ 99 หมู่ที่ 8 บ้านแม่ขนาด
15	นาง พลอย แสนโส	บ้านเลขที่ 31 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
16	นาง ศรีไพร เตจ๊ะเสาร์	บ้านเลขที่ 17 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
17	นาง จันทรแรม ตันเส้า	บ้านเลขที่ 277 หมู่ที่ 1 บ้านสบเส้า
18	นาย สุจินต์ ปั้นเงิน	บ้านเลขที่ 59 หมู่ที่ 1 บ้านสบเส้า
19	นาย มานพ สุวรรณ	บ้านเลขที่ 112/1 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
20	นาง สมจิตร สุวรรณ	บ้านเลขที่ 66 หมู่ที่ 1 บ้านสบเส้า
21	นาย โปด พงษ์สปีน	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
22	นาง บุญช่วย ทากิจ	บ้านเลขที่ 265 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
23	นาย สุรัชย์ แสงบุญเรือง	บ้านเลขที่ 44 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
24	นาง กัญญา สุรินทร์โส	บ้านเลขที่ 99/1 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
25	นางสาว सा मुलनाศักดิ์	บ้านเลขที่ 46 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
26	นาย สุขะษฐ์ พวงมาลัยสร้อย	บ้านเลขที่ 96 หมู่ที่ 13 บ้านหาดง
27	นาง เกียงคำ จวัธมา	บ้านเลขที่ 73 หมู่ที่ 1 บ้านสบเส้า
28	นาง บัวตุม แสนโยเมือง	บ้านเลขที่ 77/1 หมู่ที่ 1 บ้านสบเส้า
29	นาง จิตาณี บุญเป็ง	บ้านเลขที่ 218 หมู่ที่ 11 บ้านทาทุ่งยาว
30	นาง นงเยาว์ เตจ๊ะพิงค์	บ้านเลขที่ 104 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า

ตาราง 4.7 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
31	นาง ชนัดดา มณีรัตน์	บ้านเลขที่ 115/1 หมู่ที่ 12 บ้านดอยแก้ว
32	นางสาว ศรีไพร อุ่นจักษ์เสาร์	บ้านเลขที่ 49 หมู่ที่ 1
33	นาง สมบูรณ์ ธรรมแก้ว	บ้านเลขที่ 293 หมู่ที่ 1 บ้านสบเส้า
34	นาง จันทร์ดิบ ผั่นตั้ง	บ้านเลขที่ 205 หมู่ที่ 11 บ้านทาทุ่งยาว
35	นาง บุญเรือน ขบวนศรี	บ้านเลขที่ 58 หมู่ที่ 1 บ้านสบเส้า
36	นาง ผ่องศรี ปุกเสาร์	บ้านเลขที่ 65/1 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
37	นาง กนกพร อินจันตะ	บ้านเลขที่ 75 หมู่ที่ 1 บ้านทาสบเส้า
38	นาง แสงหล้า จันทรหาญ	บ้านเลขที่ 62 หมู่ที่ 1 บ้านสบเส้า

ตาราง 4.8 รายชื่อ ที่อยู่ของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน อ.ทุ่งหัวช้าง

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
1	นาย ตระการชัย ธรรมานวงศ์	บ้านเลขที่ 38/15 หมู่ที่ 14 บ้านวังดินใหม่
2	นาย สมบูรณ์ พรหมเศษ	บ้านเลขที่ 3 หมู่ที่ 2 บ้านหนองป่าตึง
3	นาย เจริญ กาวี	บ้านเลขที่ 15/3 หมู่ที่ 2 บ้านหนองป่าตึง
4	นาง สีมาย ยายแปง	บ้านเลขที่ 39/1 หมู่ที่ 2 บ้านหนองป่าตึง
5	นาย สุกคำ เชียงแก	บ้านเลขที่ 14/4 หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งหัวช้าง
6	นาย ชะภูา หล้าพอแน	บ้านเลขที่ 154/2 หมู่ที่ 9 บ้านดง
7	บุญยัง ยาวิละ	บ้านเลขที่ 20/1 หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งหัวช้าง
8	นาง มนธิรา หล้าภีระ	บ้านเลขที่ 78 หมู่ที่ 2 บ้านหนองป่าตึง
9	นาง อัมพร ยาบุญทา	บ้านเลขที่ 150 หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งหัวช้าง
10	นาย สมควร มาจันทร์	บ้านเลขที่ 3020 หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งหัวช้าง
11	นาย กาบแก้ว แทนวงศ์	บ้านเลขที่ 70 หมู่ที่ 2 บ้านหนองป่าตึง
12	นาย คำ ปัญญาแดง	บ้านเลขที่ 52 หมู่ที่ 2 บ้านหนองป่าตึง

ตาราง 4.8 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
13	นาง อัมพร ยานุกูทา	บ้านเลขที่ 130/3 หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งหัวช้าง
14	นาง ศชรिता อุดมะ	บ้านเลขที่ 231 หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งหัวช้าง
15	นาง สมพร เตชะละ	บ้านเลขที่ 179 หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งหัวช้าง
16	นาย มนัส กายาเมา	บ้านเลขที่ 123 หมู่ที่ 3 บ้านทุ่งหัวช้าง
17	นาย ปฐม ตีบหน่อ	บ้านเลขที่ - หมู่ที่ 2 บ้านหนองป่าตึง
18	นาง ทศนีย์ จีคุ	บ้านเลขที่ 88 หมู่ที่ 1 บ้านทุ่งเป็ด
19	นาย เกรียง พรจรรย์	บ้านเลขที่ 163 หมู่ที่ 5 บ้านไม้สลี
20	นางสาว ดรุณี ใจทอง	บ้านเลขที่ 92 หมู่ที่ 5 บ้านไม้สลี
21	นาย ฉันทชัย อ่ออาแก้ว	บ้านเลขที่ 115 หมู่ที่ 5 บ้านไม้สลี
22	นาง ภัททิยา ดวงไธสง	บ้านเลขที่ 26/2 หมู่ที่ 3 บ้านป่าตึงงาม
23	นาง ผาย ยาปะนะ	บ้านเลขที่ 1/1 หมู่ที่ 3 บ้านป่าตึงงาม
24	นาง ภัททิยา ดวงไธสง	บ้านเลขที่ 26/2 หมู่ที่ 3 บ้านป่าตึงงาม
25	นาง นารี สุขสิงห์	บ้านเลขที่ 65 หมู่ที่ 3 บ้านป่าตึงงาม
26	นาง ยุพิน พรหมเศษ	บ้านเลขที่ 39 หมู่ที่ 3 บ้านป่าตึงงาม
27	นาย อินจัน เทพสิงห์แก้ว	บ้านเลขที่ 33 หมู่ที่ 3 บ้านป่าตึงงาม
28	นาย มอญ แสนอินต๊ะ	บ้านเลขที่ 33 หมู่ที่ 3 บ้านป่าตึงงาม
29	นาง ปวีณา แสนอินต๊ะ	บ้านเลขที่ 59 หมู่ที่ 3 บ้านป่าตึงงาม
30	นาย เสาร์ ฮอมฟาน	บ้านเลขที่ 81 หมู่ที่ 5 บ้านไม้สลี
31	นาง อัสนี ใหม่แก้ว	บ้านเลขที่ 6/2 หมู่ที่ 5 บ้านไม้สลี
32	นาย สุพัฒน์ วงศ์ไชย	บ้านเลขที่ 50 หมู่ที่ 9 บ้านสันตอมฮอม
33	นาย ปฏิพงษ์ เตชะนา	บ้านเลขที่ 205 หมู่ที่ 8 บ้านดอนมูล
34	นาย สมกวน ชาวยา	บ้านเลขที่ 86 หมู่ที่ 4 บ้านหนองบัว
35	นาง บัวจัน เตชะนา	บ้านเลขที่ 59 หมู่ที่ 7 บ้านปวง
36	นาง สุพรรณ คำอ้าย	บ้านเลขที่ 61 หมู่ที่ 4 บ้านหนองบัว

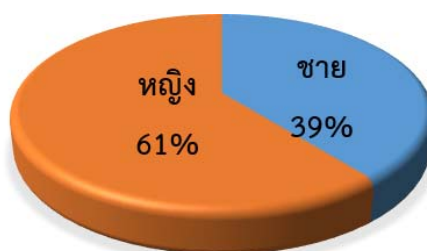
ตาราง 4.8 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อเกษตรกร	ที่อยู่
37	นาง จันทร์หอม ชุมพูนิน	บ้านเลขที่ 13 หมู่ที่ 8 บ้านดอนมูล
38	นายวิทยา ตาแสน	บ้านเลขที่ 63 หมู่ที่ 7 บ้านปวง
39	นาย จริญญา ศรีวิชัยลำพรรณ	บ้านเลขที่ 10 หมู่ที่ 7 บ้านปวง
40	นาย สุชาติ นุปา	บ้านเลขที่ 149 หมู่ที่ 8 บ้านดอนมูล

ตาราง 4.9 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	97	39.27
หญิง	150	60.73
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.9 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิงทั้งหมด 150 คน คิดเป็นร้อยละ 60.73 และเพศชาย จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 39.27

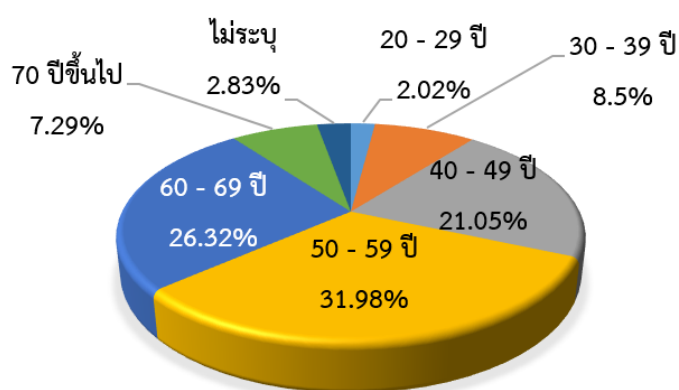


ภาพ 4.1 ร้อยละเพศของสมาชิกเครือข่ายฯ

ตาราง 4.10 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
20 - 29 ปี	5	2.02
30 - 39 ปี	21	8.50
40 - 49 ปี	52	21.05
50 - 59 ปี	79	31.98
60 - 69 ปี	65	26.32
70 ปีขึ้นไป	18	7.29
ไม่ระบุ	7	2.83
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.10 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 50-59 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 31.98 รองลงมาคืออายุระหว่าง 60-69 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 26.32 ลำดับต่อมาคืออายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05 และอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และช่วงอายุที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ 20-29 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.02

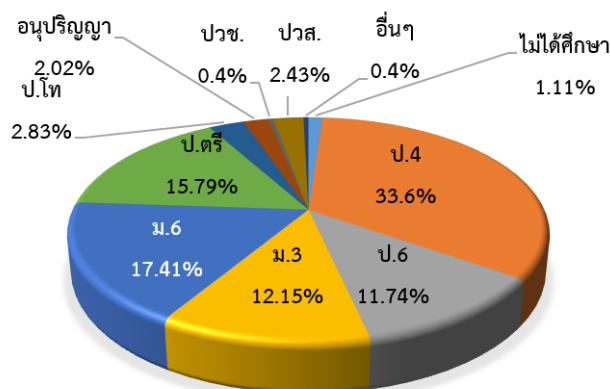


ภาพ 4.2 ร้อยละช่วงอายุของสมาชิกเครือข่ายฯ

ตาราง 4.11 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ศึกษา	3	1.11
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	83	33.60
ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6	29	11.74
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3	30	12.15
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	43	17.41
ระดับปริญญาตรี	39	15.79
ระดับปริญญาโท	7	2.83
อนุปริญญา	5	2.02
ปวช.	1	0.40
ปวส.	6	2.43
อื่นๆ	1	0.40
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.11 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.60 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.41 ลำดับต่อมาคือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.79 ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.15 ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.74 ระดับ ปวส. จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.43 ไม่ได้ศึกษา จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.11 และการศึกษาที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ระดับ ปวช. จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.40



ภาพ 4.3 ระดับการศึกษาของสมาชิกเครือข่ายฯ

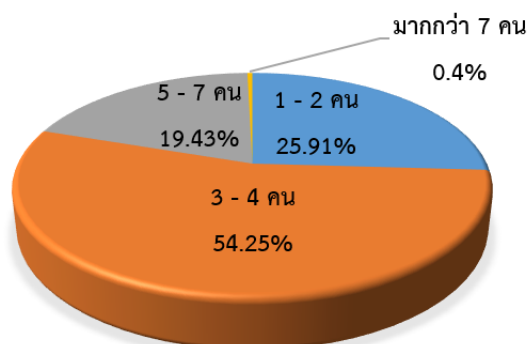
ส่วนที่ 2 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยืนจังหวัดลำพูน

จากผลการสำรวจโดยรวมพบว่า สมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นครอบครัวขนาดเล็กหรือมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-4 คน มีประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์ไม่มากคืออยู่ระหว่าง 1-3 ปี พื้นที่ที่ใช้ในการทำเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สวน จำนวน 1-5 ไร่ และพืชที่นิยมปลูกมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ลำไย ข้าว ผักกาด และมะเขือ รายได้ของสมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย รวมทั้งใช้งบประมาณของตนเองในการลงทุนทำเกษตรอินทรีย์ โดยได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐน้อยมากหรือนานๆ ครั้ง ซึ่งเหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์สูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทำเพื่อสุขภาพที่ดี ปลอดภัย ไม่มีสารพิษตกค้าง และช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งเพื่อลดต้นทุน และประหยัดค่าใช้จ่าย โดยสมาชิกเกษตรกรตระหนัก คิด และอยากทำเองมากกว่าการได้รับคำแนะนำหรือชักชวนจากกลุ่ม องค์กร เครือข่ายในชุมชน หรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ทั้งนี้สมาชิกเกษตรกรยังพบปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์คือ 1) ปัญหาด้านการผลิต สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาด้านสภาวะอากาศที่ไม่แน่นอน ปัญหาโรคและศัตรูพืช และปัญหาด้านแหล่งน้ำ 2) ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาเรื่องค่าจ้างแรงงานสูง ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์ และปัญหาเรื่องการขาดแคลนเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3) ปัญหาด้านการตลาด สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาผลผลิตโดยทั่วไปต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และปัญหาแหล่งรับซื้อมีน้อย

ตาราง 4.12 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 คน	64	25.91
3 - 4 คน	134	54.25
5 - 7 คน	48	19.43
มากกว่า 7 คน	1	0.40
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.12 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนสูงสุด 3-4 คน จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมาคือ 1-2 คน จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.91 ลำดับต่อมาคือ 5-7 คน จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.43 และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนน้อยที่สุด คือ มากกว่า 7 คน จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.40

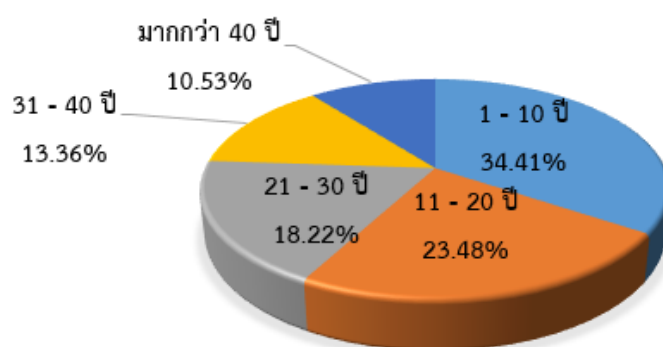


ภาพ 4.4 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ตาราง 4.13 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำเกษตร

ประสบการณ์ในการทำเกษตร	จำนวน	ร้อยละ
1 - 10 ปี	85	34.41
11 - 20 ปี	58	23.48
21 - 30 ปี	45	18.22
31 - 40 ปี	33	13.36
มากกว่า 40 ปี	26	10.53
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.13 พบว่า สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนมีประสบการณ์ในการทำเกษตรสูงสุด ระยะเวลา 1-10 ปี จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.41 รองลงมาคือ ระยะเวลา 11-20 ปี จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.48 ลำดับต่อมาคือ ระยะเวลา 21-30 ปี จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.22 ระยะเวลา 31-40 ปี จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.36 และจำนวนประสบการณ์ในการทำเกษตรที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ระยะเวลามากกว่า 40 ปี จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.53

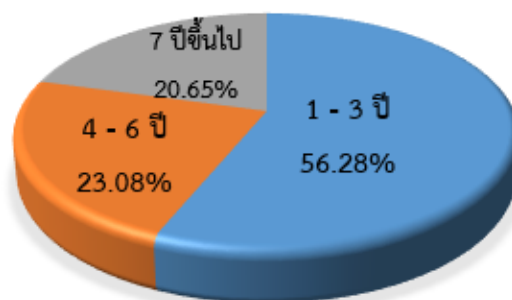


ภาพ 4.5 ประสบการณ์ในการทำเกษตร

ตาราง 4.14 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์

ประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
1 - 3 ปี	139	56.28
4 - 6 ปี	57	23.08
7 ปีขึ้นไป	51	20.65
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.14 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์สูงสุด ระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.28 รองลงมาคือ ระยะเวลา 4-6 ปี จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.08 และประสบการณ์การทำเกษตรอินทรีย์ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ระยะเวลา 7 ปีขึ้นไป จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.65

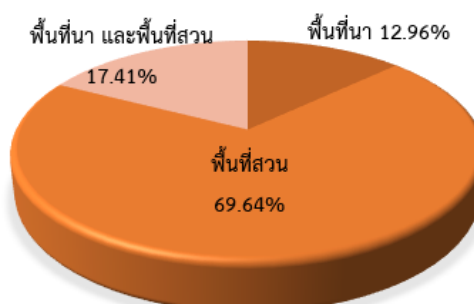


ภาพ 4.6 ประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์

ตาราง 4.15 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามพื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์

พื้นที่ที่ใช้ทำการเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
พื้นที่นา	32	12.96
พื้นที่สวน	172	69.64
พื้นที่นา และพื้นที่สวน	43	17.41
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.15 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่ใช้พื้นที่สวนในการทำเกษตรอินทรีย์มากที่สุด จำนวน 172 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.64 รองลงมาคือ พื้นที่นาและพื้นที่สวน จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.41 และพื้นที่ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ พื้นที่นา จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.96

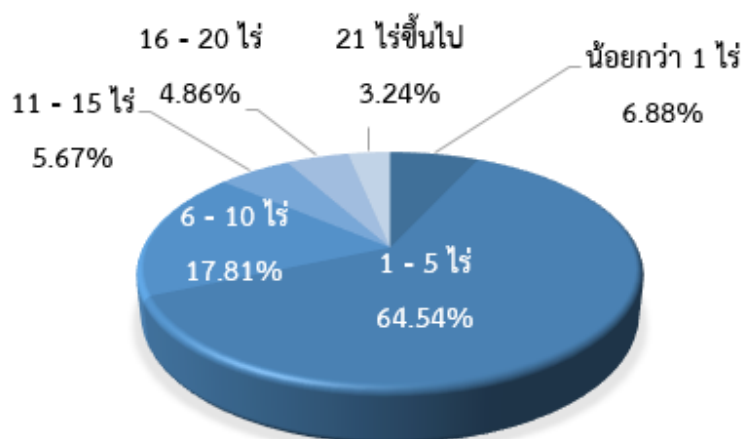


ภาพ 4.7 พื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์

ตาราง 4.16 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามจำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์

จำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำการเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ไร่	17	6.88
1 - 5 ไร่	152	61.54
6 - 10 ไร่	44	17.81
11 - 15 ไร่	14	5.67
16 - 20 ไร่	12	4.86
21 ไร่ขึ้นไป	8	3.24
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.16 พบว่า พื้นที่ที่ใช้ทำการเกษตรอินทรีย์ของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน มีขนาดพื้นที่มากที่สุด 1-5 ไร่ จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.54 รองลงมา มีขนาดระหว่าง 6-10 ไร่ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.81 ลำดับต่อมาคือ มีขนาดน้อยกว่า 1 ไร่ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.88 มีขนาดระหว่าง 11-15 ไร่ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.67 มีขนาดระหว่าง 16-20 ไร่ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.86 และพื้นที่ที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ขนาด 21 ไร่ขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.24

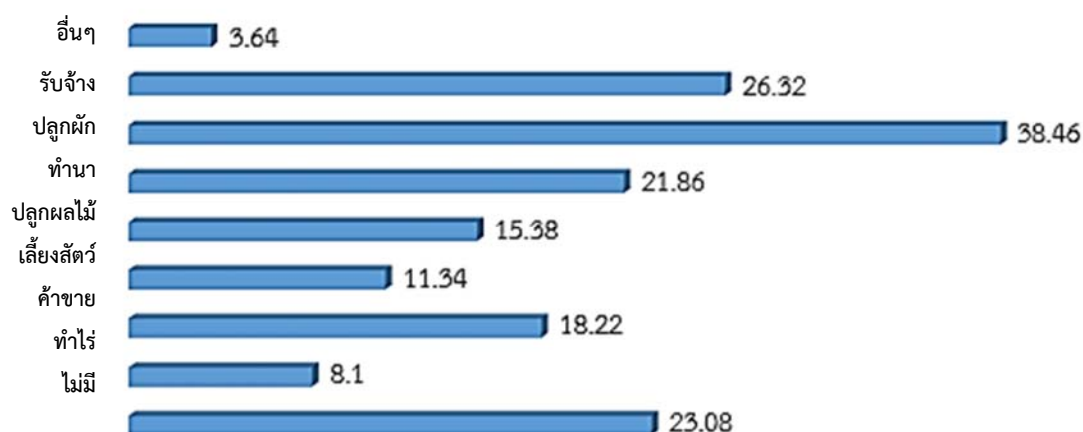


ภาพ 4.8 จำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำเกษตรอินทรีย์

ตาราง 4.17 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามอาชีพอื่นนอกจากอาชีพหลัก

อาชีพอื่นนอกจากอาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	57	23.08
ทำไร่	20	8.10
ค้าขาย	45	18.22
เลี้ยงสัตว์	28	11.34
ปลูกผลไม้	38	15.38
ทำนา	54	21.86
ปลูกผัก	95	38.46
รับจ้าง	65	26.32
อื่นๆ	9	3.64

จากตาราง 4.17 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนมีอาชีพอื่นนอกเหนือจากอาชีพหลักสูงสุดคือ ปลูกผัก จำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.46 รองลงมาคือ รับจ้าง จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.32 ลำดับต่อมาคือ ไม่มีอาชีพอื่น จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.08 ค้าขาย จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.22 ปลูกผลไม้ จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.38 ทำไร่ จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.10 และอื่นๆ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.64



ภาพ 4.9 อาชีพอื่นนอกเหนือจากอาชีพหลัก

ตาราง 4.18 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพืชอินทรีย์แต่ละชนิด

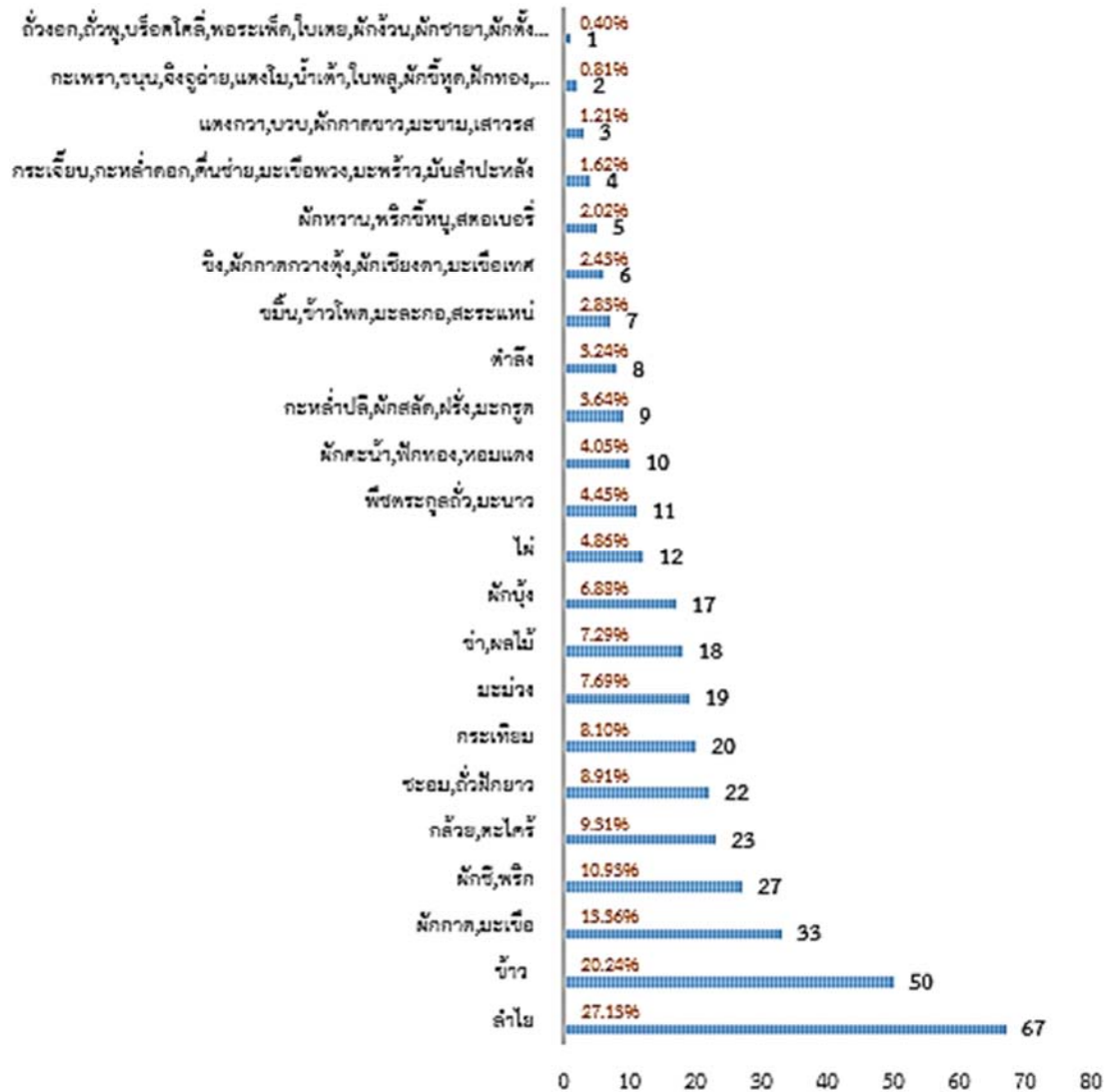
พืชที่ปลูก	จำนวน	ร้อยละ	พืชที่ปลูก	จำนวน	ร้อยละ	พืชที่ปลูก	จำนวน	ร้อยละ
ลำไย	67	27.13	ขมิ้น	7	2.83	น้ำเต้า	2	0.81
ข้าว	50	20.24	ข้าวโพด	7	2.83	ใบพลู	2	0.81
ผักกาด	33	13.36	มะละกอ	7	2.83	ผักชีหูด	2	0.81
มะเขือ	33	13.36	สาระแหน่	7	2.83	ผักทอง	2	0.81
ผักชี	27	10.93	ชิง	6	2.43	พริกไทย	2	0.81
พริก	27	10.93	ผักกาด กวาดต้ง	6	2.43	ฟักเขียว	2	0.81
กล้วย	23	9.31	ผักเชียงดา	6	2.43	มะเขือ เจ้าพระยา	2	0.81
ตะไคร้	23	9.31	มะเขือเทศ	6	2.43	มะปราง	2	0.81
ชะอม	22	8.91	ผักหวาน	5	2.02	มะระ	2	0.81
ถั่วฝักยาว	22	8.91	พริกขี้หนู	5	2.02	มะรุม	2	0.81
กระเทียม	20	8.10	สตอเบอรี่	5	2.02	มะแว้ง	2	0.81
มะม่วง	19	7.69	กระเจี๊ยบ	4	1.62	มัน	2	0.81
ข่า	18	7.29	กะหล่ำดอก	4	1.62	ส้มโอ	2	0.81
ผลไม้	18	7.29	คื่นช่าย	4	1.62	สับปะรด	2	0.81
ผักบุ้ง	17	6.88	มะเขือพวง	4	1.62	หน่อ	2	0.81
ไผ่	12	4.86	มะพร้าว	4	1.62	กระชาย	1	0.40
พืชตระกูลถั่ว	11	4.45	มันสำปะหลัง	4	1.62	โกโก้	1	0.40
มะนาว	11	4.45	แตงกวา	3	1.21	ขี้เหล็ก	1	0.40
ผักคะน้า	10	4.05	บวบ	3	1.21	คาวตอง	1	0.40
ฟักทอง	10	4.05	ผักกาดขาว	3	1.21	แครอต	1	0.40
หอมแดง	10	4.05	มะขาม	3	1.21	เงาะ	1	0.40
กะหล่ำปลี	9	3.64	แตงโม	2	0.81			

ตาราง 4.18 (ต่อ)

พืชที่ปลูก	จำนวน	ร้อยละ	พืชที่ปลูก	จำนวน	ร้อยละ	พืชที่ปลูก	จำนวน	ร้อยละ
ผักสลัด	9	3.64	เสาวรส	3	1.21	ดอกนางแลว	1	0.40
ฝรั่ง	9	3.64	กะเพรา	2	0.81	ติปลี	1	0.40
มะกรูด	9	3.64	ขุ่น	2	0.81	ต้นหอม	1	0.40
ตำลึง	8	3.24	จิงจูฉ่าย	2	0.81	มันเทศ	1	0.40
ถั่วงอก	1	0.40	ผักม่วน	1	0.40	เมล่อน	1	0.40
ถั่วพู	1	0.40	ผักเสี้ยว	1	0.40	ลองกอง	1	0.40
บร็อคโคลี่	1	0.40	ผักเหลียง	1	0.40	ส้ม	1	0.40
บอระเพ็ด	1	0.40	ผักไผ่	1	0.40	สะเดา	1	0.40
ใบเตย	1	0.40	ผักฮ้วนหมู	1	0.40	หม่อน	1	0.40
ผักง้วน	1	0.40	เผือก	1	0.40	เห็ดภูฐาน	1	0.40
ผักขวย	1	0.40	พริกหนุ่ม	1	0.40	อ้อย	1	0.40
ผักต้งฉ่าย	1	0.40	เพกา	1	0.40	อะโวคาโด	1	0.40
ผักปิง	1	0.40	มะเขือยาว	1	0.40	อัญชัน	1	0.40
ผักเผ็ด	1	0.40	มะยงชิด	1	0.40	ต้นอ่อน	1	0.40
						ทานตะวัน		

จากตาราง 4.18 พบว่า ผักที่สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนนิยมปลูกมากที่สุดคือ ลำไย จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.13 รองลงมาคือ ข้าว จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.24 ลำดับต่อมาคือ ผักกาด,มะเขือ จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.36 ผักชี,พริก จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.93 ถั่วฝักยาว,ตะไคร้ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.31 ชะอม,ถั่วฝักยาว จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.91 กระเทียม 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.10 มะม่วง 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.69 ข่า,ผลไม้ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.29 ผักบุ้ง 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.88 พืชตระกูลถั่ว,มะนาว 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.45 ผักคะน้า,ฟักทอง,หอมแดง 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.05 กะหล่ำปลี,ผักสลัด,ฝรั่ง,มะกรูด 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.64 ตำลึง 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.24 ขมิ้น,ข้าวโพด,มะละกอ,สะระแหน่ 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.83 ชিং,ผักกาดกวางตุ้ง,ผักเชียงดา,มะเขือเทศ 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.43 ผักหวาน,สตอเบอรี่,พริกขี้หนู 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.02 กระเจี๊ยบ,กะหล่ำดอก,คื่นช่าย,มะเขือพวง,มะพร้าว,มันสำปะหลัง 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.62 แตงกวา,บวบ,ผักกาดขาว,มะขาม,เสาวรส 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.21 กะเพรา,ขุ่น,จิงจูฉ่าย,แตงโม,น้ำเต้า,ใบพลู,ผักขี้หูด,ผักทอง,พริกไทย,ผักชีลาว,มะเขือเจ้าพระยา,มะปราง,มะระ,มะรุม,มะแว้ง,มัน,ส้มโอ,

สับปะรด, หน่อ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.81 และที่ปลูกน้อยที่สุดคือ ถั่วออก, ถั่วพู, บร็อคโคลี่, พอระพีต, ใบเตย, ผักง้วน, ผักชាយ, ผักต้งฉ่าย, ผักบั้ง, ผักเผ็ด, ผักม้วน, ผักเสี้ยว, ผักเหลียง, ผักไห้, ผักฮ้วนหมู, เผือก, พริกหนุ่ม, เพกา, มะเขือยาว, มะยงชิด, กระชาย, โกโก้, ขี้เหล็ก, คาวตอง, แครอท, เงาะ, ดอกนางแลว, ดีปลี, ต้นหอม, มันเทศ, เมล่อน, ลองกอง, ส้ม, สะเดา, หน่อหน, เห็ดภูฐาน, อ้อย, อะโวคาโด, กล้วย, ต้นอ่อนทานตะวัน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.40



ภาพ 4.10 จำนวนเกษตรกรที่ปลูกพืชอินทรีย์แต่ละชนิด

ตาราง 4.19 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามความสมดุลระหว่างรายได้กับรายจ่าย

ความสมดุลระหว่างรายได้กับรายจ่าย	จำนวน	ร้อยละ
ส่วนใหญ่รายได้เหลือใช้จ่าย	117	47.37
ส่วนใหญ่รายได้ไม่เพียงพอใช้จ่าย	130	52.63
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.19 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายมากถึง 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.63 และมีรายได้เหลือใช้จ่ายจำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.37



ภาพ 4.11 ความสมดุลระหว่างรายได้กับรายจ่าย

ตาราง 4.20 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามแหล่งเงินที่นำมาลงทุนในการทำเกษตรอินทรีย์

แหล่งเงินที่นำมาลงทุนในการทำเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
เงินตัวเอง	159	64.37
เงินกู้	50	20.24
เงินตัวเอง และเงินกู้	38	15.38
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.20 พบว่าสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่ใช้เงินตัวเองในการลงทุนทำเกษตรอินทรีย์ จำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.37 รองลงมาคือเงินกู้ จำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.24 และเงินตัวเองและเงินกู้ จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.38

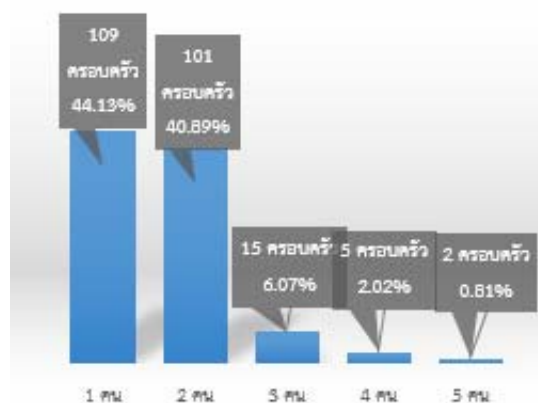


ภาพ 4.12 แหล่งเงินทุนในการทำเกษตรอินทรีย์

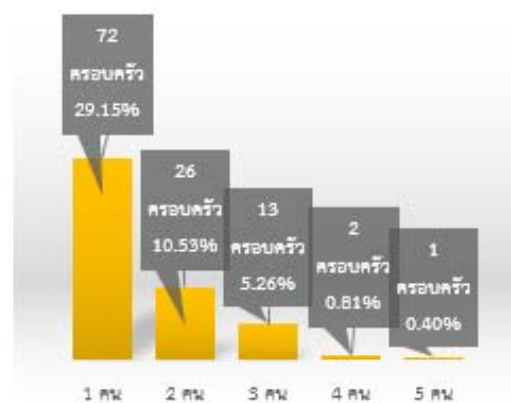
ตาราง 4.21 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามแรงงานครอบครัวที่มีหน้าที่ทำเกษตรอินทรีย์

แรงงานครอบครัว ที่มีหน้าที่ทำการเกษตร	เต็มเวลา		เป็นครั้งคราว	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	109	44.13	72	29.15
2 คน	101	40.89	26	10.53
3 คน	15	6.07	13	5.26
4 คน	5	2.02	2	0.81
5 คน	2	0.81	1	0.40

จากตาราง 4.21 พบว่า สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนส่วนใหญ่จะมีแรงงานครอบครัวที่มีหน้าที่ทำการเกษตรอินทรีย์ 1 คน จำนวน 109 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 44.13 รองลงมา คือ 2 คน จำนวน 101 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 40.89 ลำดับต่อมาก็คือ 3 คน 15 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 6.07 และ 4 คน จำนวน 5 ครอบครัว คิดเป็น 2.02 และ 5 คน จำนวน 2 ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 0.81



ภาพ 4.13 แรงงานครอบครัวที่มีหน้าที่ทำเกษตรอินทรีย์ (เต็มเวลา)

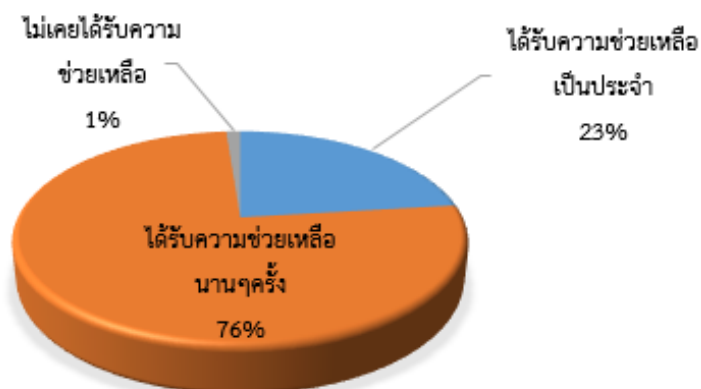


ภาพ 4.14 แรงงานครอบครัวที่มีหน้าที่ทำเกษตรอินทรีย์ (เป็นครั้งคราว)

ตาราง 4.22 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามการได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ

การได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่รัฐ	จำนวน	ร้อยละ
ได้รับความช่วยเหลือเป็นประจำ	57	23.08
ได้รับความช่วยเหลือนานๆครั้ง	187	75.71
ไม่เคยได้รับความช่วยเหลือ	3	1.21
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.22 พบว่า สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐนานๆ ครั้ง มากถึง 187 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.71 รองลงมาคือ ได้รับความช่วยเหลือเป็นประจำ จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.08 และไม่เคยได้รับความช่วยเหลือ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.21

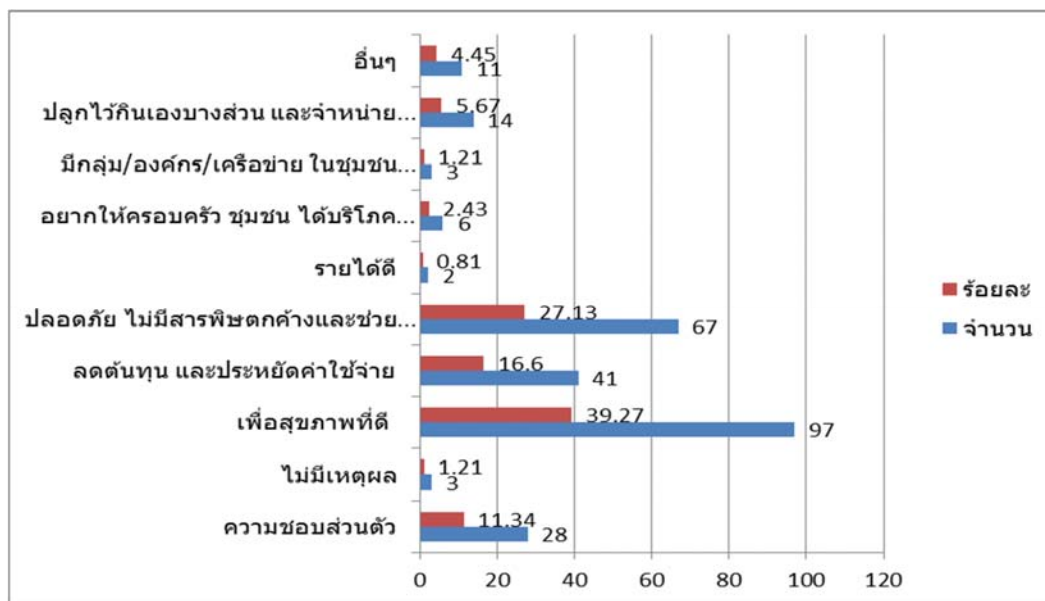


ภาพ 4.15 การได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ

ตาราง 4.23 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามเหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์

เหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
ความชอบส่วนตัว	28	11.34
ไม่มีเหตุผล	3	1.21
เพื่อสุขภาพที่ดี	97	39.27
ลดต้นทุน และประหยัดค่าใช้จ่าย	41	16.60
ปลอดภัย ไม่มีสารพิษตกค้างและช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	67	27.13
รายได้ดี	2	0.81
อยากให้ครอบครัว ชุมชน ได้บริโภคพืชผักผลไม้ปลอดสารพิษ	6	2.43
มีกลุ่ม/องค์กร/เครือข่าย ในชุมชนสนับสนุนให้ทำ	3	1.21
ปลูกไว้กินเองบางส่วน และจำหน่ายบางส่วน	14	5.67
อื่นๆ	11	4.45

จากตาราง 4.23 พบว่า สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่ที่หันมาทำเกษตรอินทรีย์ด้วยเหตุผลหลักคือเพื่อสุขภาพ จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.27 รองลงมาคือ เพื่อปลอดภัย ไม่มีสารพิษตกค้างและช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.13 ลำดับต่อมาคือ เพื่อลดต้นทุน และประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.60 ความชอบส่วนตัว จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.34 ปลูกไว้กินเองบางส่วน และจำหน่ายบางส่วน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.67 เหตุผลอื่นๆ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.45 อยากให้ครอบครัว ชุมชน ได้บริโภคพืชผักผลไม้ปลอดสารพิษ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.43 ไม่มีเหตุผล , มีกลุ่ม/องค์กร/เครือข่าย ในชุมชนสนับสนุนให้ทำ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.21 และเหตุผลที่มีคนตอบน้อยที่สุดคือ รายได้ดี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.81

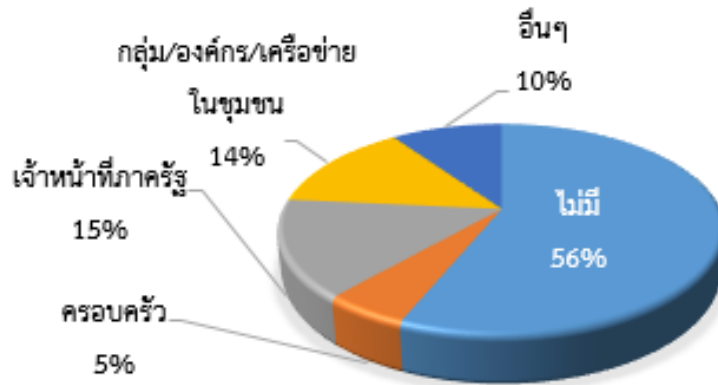


ภาพ 4.16 เหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์

ตาราง 4.24 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม จำแนกตามผู้แนะนำการทำเกษตรอินทรีย์

ผู้แนะนำในการทำเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	139	56.28
ครอบครัว	13	5.26
เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	37	14.98
กลุ่ม/องค์กร/เครือข่าย ในชุมชน	34	13.77
อื่นๆ (สื่อ, เทคโนโลยี)	24	9.72
รวม	247	100.00

จากตาราง 4.24 พบว่า สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน หันมาทำเกษตรอินทรีย์โดยที่ไม่มีผู้แนะนำมากถึง 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.28 รองลงมาคือ แนะนำโดยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.98 แนะนำโดยกลุ่ม/องค์กร/เครือข่าย ในชุมชน จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.77 อื่นๆ (สื่อ, เทคโนโลยี) จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.72 และแนะนำโดยครอบครัว จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.26



ภาพ 4.17 ผู้แนะนำการทำเกษตรอินทรีย์

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

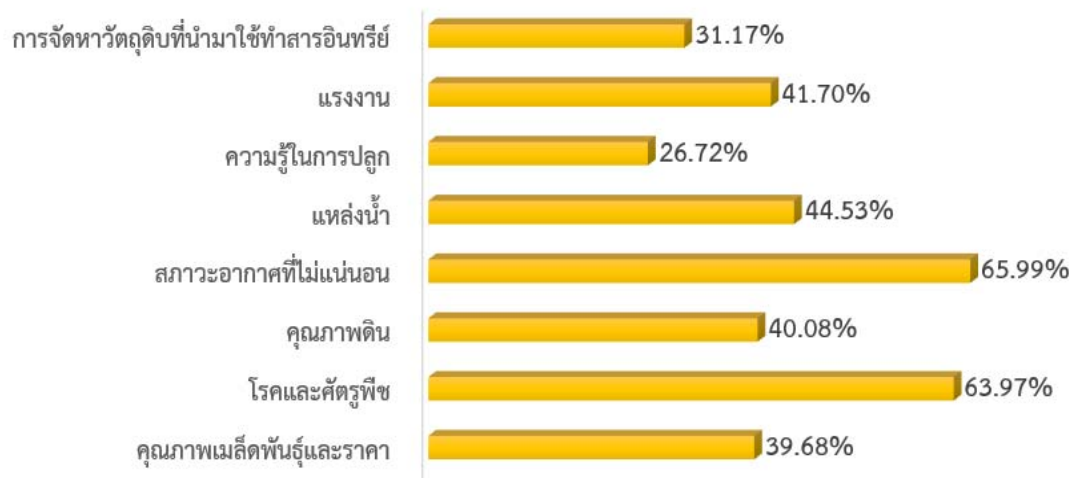
จากผลการสำรวจโดยรวมพบว่า ปัญหาที่พบสูงสุดที่สมาชิกเกษตรกรต้องเผชิญ คือ ปัญหาด้านการผลิต เนื่องจากเป็นปัญหาที่ควบคุมได้ยาก ได้แก่ ปัญหาสภาวะอากาศที่ไม่แน่นอน โรคและศัตรูพืช แหล่งน้ำ และคุณภาพดิน รองลงมาคือปัญหาด้านต้นทุนการผลิต ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานสูง คุณภาพเมล็ดพันธุ์ และขาดแคลนเทคโนโลยีที่ทันสมัย และปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ราคาผลิตผลต่ำกว่าที่ควรจะเป็น แหล่งรับซื้อมีน้อย ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และขาดความรู้และข่าวสารด้านการตลาด

ตาราง 4.25 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการผลิต

ปัญหาด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์และราคา	98	39.68
ปัญหาด้านโรคและศัตรูพืช	158	63.97
ปัญหาด้านคุณภาพดิน	99	40.08
ปัญหาด้านสภาวะอากาศที่ไม่แน่นอน	163	65.99
ปัญหาด้านแหล่งน้ำ	110	44.53
ปัญหาด้านความรู้ในการปลูก	66	26.72
ปัญหาด้านแรงงาน	103	41.70
ปัญหาด้านการจัดหาวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำสารอินทรีย์	77	31.17

จากตาราง 4.25 พบว่า ปัญหาด้านการผลิตของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ที่พบสูงสุดคือ ปัญหาด้านสภาวะอากาศที่ไม่แน่นอน จำนวน 163 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.99

รองลงมาคือ ปัญหาด้านโรคและศัตรูพืช จำนวน 158 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.97 ลำดับต่อมาคือ ปัญหา ด้านแหล่งน้ำ จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.53 ปัญหาด้านแรงงาน จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.70 ปัญหาด้านคุณภาพดิน จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.08 ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์และ ราคา จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.68 ปัญหาด้านการจัดหาวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำสารอินทรีย์ จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.17 และปัญหาด้านความรู้ในการปลูก จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.72

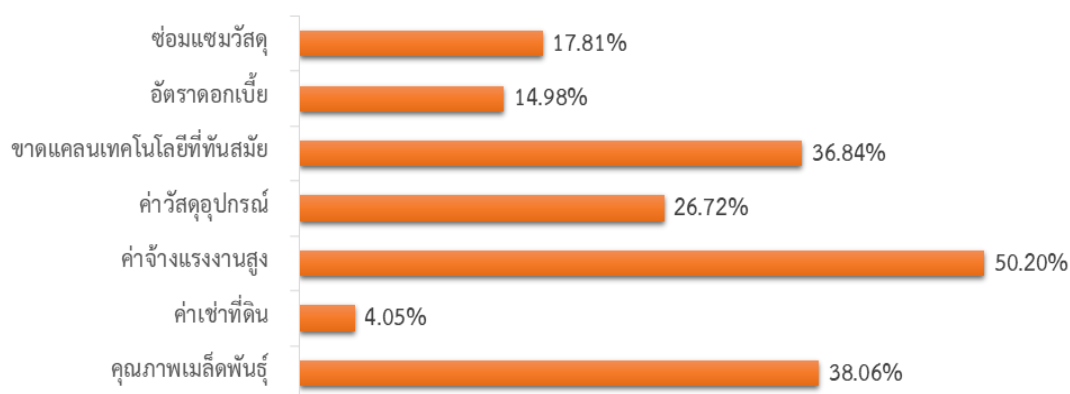


ภาพ 4.18 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการผลิต

ตาราง 4.26 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านต้นทุนการผลิต

ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์	94	38.06
ปัญหาเรื่องค่าเช่าที่ดิน	10	4.05
ปัญหาเรื่องค่าจ้างแรงงานสูง	124	50.20
ปัญหาเรื่องค่าวัสดุอุปกรณ์	66	26.72
ปัญหาเรื่องการขาดแคลนเทคโนโลยีที่ทันสมัย	91	36.84
ปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ย	37	14.98
ปัญหาเรื่องซ่อมแซมวัสดุ	44	17.81

จากตาราง 4.26 พบว่า ปัญหาการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านต้นทุนการผลิต ที่สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน พบมากที่สุดคือ ปัญหาเรื่องค่าจ้างแรงงานสูง จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมาคือ ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์ จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.06 ลำดับต่อมาคือ ปัญหาเรื่องการขาดแคลนเทคโนโลยีที่ทันสมัย จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.84 ปัญหาเรื่องค่าวัสดุอุปกรณ์ จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.72 ปัญหาเรื่องซ่อมแซมวัสดุ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.81 ปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ย จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.98 และปัญหาเรื่องค่าเช่าที่ดิน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.05

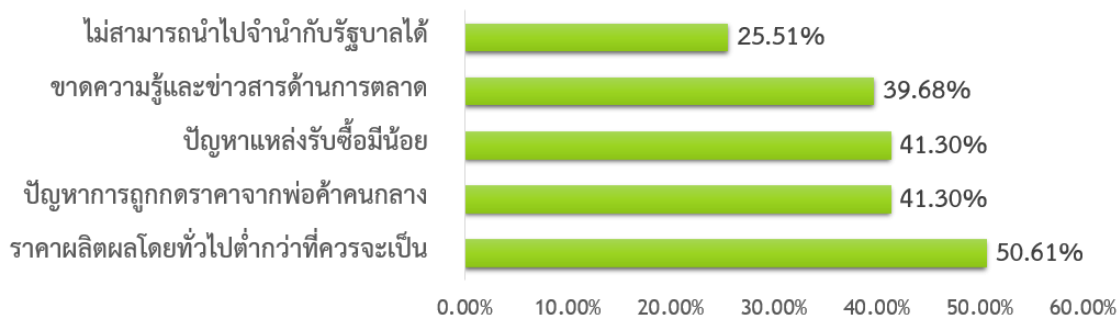


ภาพ 4.19 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านต้นทุนการผลิต

ตาราง 4.27 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการตลาด

ปัญหาด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ราคาผลิตผลโดยทั่วไปต่ำกว่าที่ควรจะเป็น	125	50.61
ปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง	102	41.30
ปัญหาแหล่งรับซื้อมีน้อย	102	41.30
ขาดความรู้และข่าวสารด้านการตลาด	98	39.68
ไม่สามารถนำไปจำหน่ายกับรัฐบาลได้	63	25.51

จากตาราง 4.27 พบว่า ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการตลาด ที่สมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน พบมากที่สุดคือ ราคาผลิตผลโดยทั่วไปต่ำกว่าที่ควรจะเป็น จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.61 รองลงมาเท่ากันสองอันดับ คือ ปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และ ปัญหาแหล่งรับซื้อมีน้อย จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.30 ลำดับต่อมาคือ ปัญหาขาดความรู้และข่าวสารด้านการตลาด จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.68 และปัญหาผลิตผลไม่สามารถนำไปจำหน่ายกับรัฐบาลได้ จำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.51



ภาพ 4.20 ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ ด้านการตลาด

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรมัยยังยืนจังหวัดลำพูน ทั้ง 4 โซน พบว่า ทุกอำเภอมีปัญหา ดังนี้

1. ด้านการผลิต : เนื่องจากการผลิตของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ยังเป็นการผลิตในครัวเรือน หรือมีขนาดเล็ก สมาชิกยังไม่สามารถผลิตในระดับเกษตรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ และเนื่องจากเกษตรกรอินทรีย์ ไม่ใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตจึงทำให้ผลผลิตไม่ได้มาตรฐานเท่ากับการใช้สารเคมี ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค การทำเกษตรอินทรีย์ยังไม่ได้มีการตอบสนองจากคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาสานต่อกระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์เท่าที่ควร เพราะการทำเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานต้องมียุทธศาสตร์ประกอบหลายประการ โดยเฉพาะต้องได้มาตรฐานตามหลักวิชาการ และต้องใช้เวลาในกระบวนการจัดการในระบบเกษตรอินทรีย์มากพอสมควร ทำให้คนรุ่นใหม่มองว่าไม่คุ้มค่ากับการลงทุน จึงทำให้คนรุ่นใหม่เข้าไปสู่ระบบโรงงานอุตสาหกรรมจนกลายเป็นค่านิยมในพื้นที่

ตัวแทนสมาชิก อ.ทุ่งหัวช้าง ได้ให้ข้อมูลว่า ลักษณะของพื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ลาดชันและอยู่ห่างไกลทำให้การบริหารจัดการในระบบอินทรีย์มีความยุ่งยากกว่าปกติ และพื้นที่ส่วนใหญ่ยังเสียดกับสารเคมีทางการเกษตร หากมีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ใกล้เคียงกับพื้นที่ที่มีการใช้สารเคมี ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดการปนเปื้อนสูง

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

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

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบ้านธิ ให้ข้อมูลว่า การผลิตพืชผักปลอดภัยในท้องถิ่นต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคท้องถิ่น และ ภาครัฐ ควรมีการส่งเสริมให้พืชผักเข้าไปในโรงพยาบาล โรงเรียน และหน่วยงานราชการในท้องถิ่นเป็นหลัก

ตัวแทนสมาชิกอำเภอป่าซางได้ให้ข้อมูลว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้และขาดความมั่นใจที่จะผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งต้องอาศัยความอดทนและมีพื้นที่รูปธรรมที่บริหารจัดการในระบบเกษตรอินทรีย์ให้เป็นพื้นที่ดูงาน

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบ้านโง้งให้ข้อมูลว่าในพื้นที่มีการใช้สารเคมีอันตรายทางการเกษตรอย่างแพร่หลาย และมีการทำเกษตรพันธสัญญา เช่น หอมแดง กระเทียม ลำไย ทำให้เกษตรกรที่จะปรับเปลี่ยนมาเป็นระบบอินทรีย์ทำได้ยาก เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สารเคมี

ตัวแทนสมาชิกอำเภอลี้ ให้ข้อมูลว่า พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าและทำสวนลำไยเป็นหลัก นิยมใช้สารเคมีอันตรายทางการเกษตรมาใช้ในกระบวนการผลิตซึ่งเห็นว่าควรจะมีการจำกัดการนำสารเคมีเข้ามาใช้พื้นที่ และควรส่งเสริมเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ให้มีการพัฒนาองค์ความรู้ การรวมกลุ่ม ตลอดจน การตลาดแบบยั่งยืน

ตัวแทนทีมวิจัย ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรสร้างองค์ความรู้ให้กับสมาชิก ในการผลิตเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพตรงตามมาตรฐานของเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมให้สมาชิกเข้าสู่กระบวนการผลิตอย่างมีคุณภาพและได้รับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) ด้านราคา (Price) ควรมีการพิจารณาราคาที่เหมาะสมต่อปริมาณผลผลิตที่ขาย และราคาเหมาะสมต่อคุณภาพสินค้า

3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ควรหารูปแบบตลาดให้หลากหลายโดยการเพิ่มช่องทาง การจัดจำหน่ายของสมาชิกให้หลากหลายมากขึ้น ควรพิจารณาในด้านระยะทาง หรือการเดินทางไปยังจุดจำหน่าย/ตลาด ควรมีความสะดวกสบายในการเดินทางไปซื้อ อาจจะพิจารณาพื้นที่ที่เหมาะสมหรือทำเลที่เหมาะสมแก่การจัดเป็นจุดจำหน่าย การจัดภูมิทัศน์เพื่อความดึงดูดตลาดให้ผู้บริโภคเข้าไปซื้อ แสดงระยะเวลา/จำนวนวันที่เปิดจำหน่าย ช่วงเวลาที่เปิดจำหน่าย มีความเพียงพอของตลาดและแหล่งจำหน่ายมีป้ายแสดงให้เห็นชัดเจน

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งตลาดอย่างสม่ำเสมอ อธิบายของผู้จำหน่าย

2. ด้านการตลาด : หลายอำเภอมีพื้นที่อยู่ห่างไกลชุมชนมีผลต่อการเดินทางเมื่อนำผลผลิตไปขาย เช่น ผักกินใบมักมีปัญหา เสียหายได้ง่าย ได้แก่ พริก มะเขือ พืชล้มลุก ตลาดไม่แน่นอน รวมทั้งผู้บริโภคมักจะมองว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูง ขณะเดียวกันผู้บริโภคยังขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร

จากข้อมูลที่ได้ทั้งหมดทั้งจากแบบสำรวจ และผลการสัมภาษณ์ด้วยการจัดเวทีในแต่ละอำเภอนำมาวิเคราะห์ปัจจัยเงื่อนไขและข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหาและศักยภาพของสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนในด้านการตลาด ได้ดังนี้

1. จุดแข็ง :

- 1.1 แหล่งผลผลิตอินทรีย์สด ปลอดภัย
- 1.2 มีศักยภาพในการผลิต (รวมกลุ่ม)
- 1.3 มีผลผลิตหลากหลาย ตามฤดูกาล

2. จุดอ่อน :

- 2.1 ไม่มีทักษะและความรู้เรื่องการตลาด การขนส่ง
- 2.2 ทักษะการผลิตที่นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอย่างเหมาะสมและปลอดภัยยังมีน้อย
- 2.3 งบประมาณในการลงทุนและแรงงานน้อย

3. โอกาส :

- 3.1 แนวโน้มกระแสเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้น
- 3.2 ปัจจุบันคนรักสุขภาพมากขึ้น
- 3.3 ระบบการขนส่งและเทคโนโลยีเข้าถึงได้ง่าย
- 3.4 ช่องทางการเข้าถึงลูกค้ามีหลากหลายและต้นทุนต่ำลง

4. อุปสรรค :

- 4.1 สภาพอากาศเปลี่ยนแปลงบ่อย ไม่สามารถควบคุมได้ทำให้ผลผลิตไม่แน่นอน
- 4.2 ความรู้ความเข้าใจ และการยอมรับเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนค่อนข้างน้อย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรม ย่งยั้งจังหวัดลำพูน

ผลจากการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดลำพูน ที่ส่งต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประชาชน จำนวน 400 ราย แบ่งการรายงานออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์
3. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน

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

ตาราง 4.28 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	163	40.75
หญิง	237	59.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ เพศหญิง มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 เพศชาย มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75

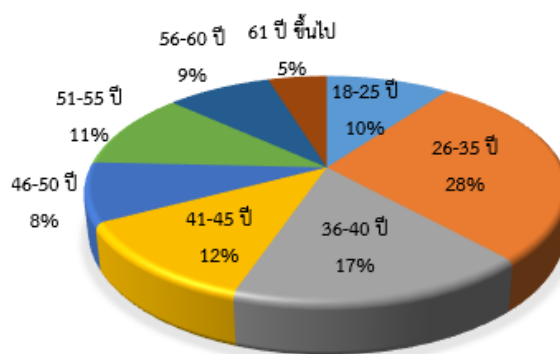


ภาพ 4.21 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัด
ลำพูน จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	40	10.00
26-35 ปี	113	28.25
36-40 ปี	68	17.00
41-45 ปี	48	12.00
46-50 ปี	34	8.50
51-55 ปี	44	11.00
56-60 ปี	34	8.50
61 ปี ขึ้นไป	19	4.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 4.29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ 26 - 35 ปี มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมาคือช่วงอายุ 36 - 40 ปี มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ช่วงอายุ 41 - 25 ปี มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ช่วงอายุ 51 - 55 ปี มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ช่วงอายุ 18-25 ปี มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ช่วงอายุ 46 - 50 ปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ช่วงอายุ 56 - 60 ปี มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

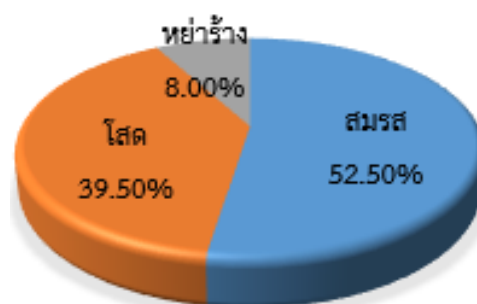


ภาพ 4.22 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามช่วงอายุ

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	210	52.50
โสด	158	39.50
หย่าร้าง	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ สมรส มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาคือ โสด มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 หย่าร้าง มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

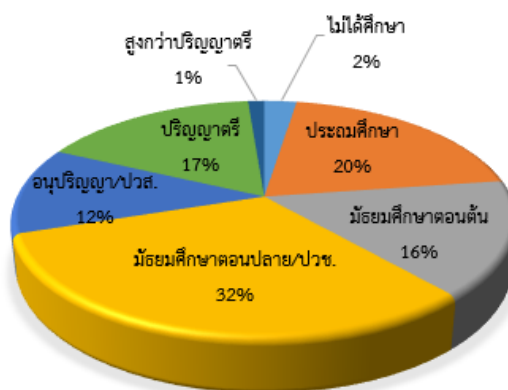


ภาพ 4.23 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ศึกษา	10	2.50
ประถมศึกษา	81	20.25
มัธยมศึกษาตอนต้น	63	15.75
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	126	31.50
อนุปริญญา/ปวส.	48	12.00
ปริญญาตรี	67	16.75
สูงกว่าปริญญาตรี	5	1.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ใน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 รองลงมาคือ ระดับประถมศึกษา มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ระดับอนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ระดับไม่มีการศึกษา มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

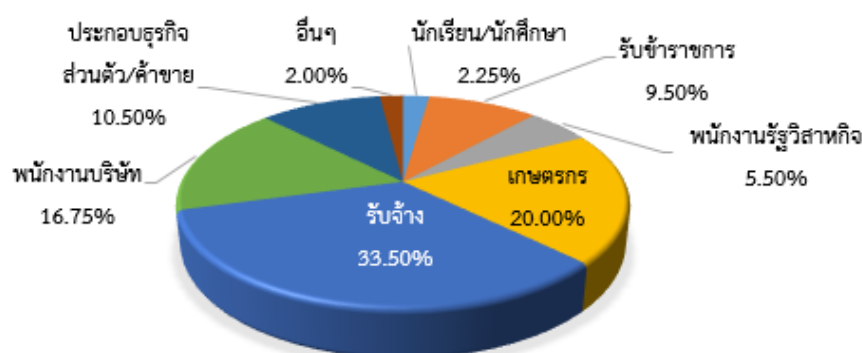


ภาพ 4.24 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	9	2.25
รับข้าราชการ	38	9.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	22	5.50
เกษตรกร	80	20.00
รับจ้าง	134	33.50
พนักงานบริษัท	67	16.75
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	42	10.50
อื่นๆ	8	2.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ รับจ้าง มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคือ เกษตรกร มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พนักงานบริษัท มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 รับข้าราชการ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 และอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

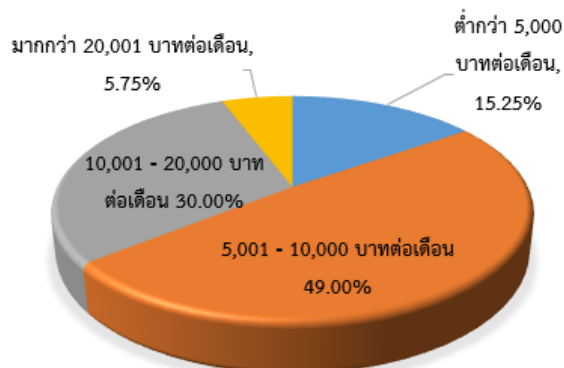


ภาพ 4.25 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน	61	15.25
5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน	196	49.00
10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน	120	30.00
มากกว่า 20,001 บาทต่อเดือน	23	5.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001- 10,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และมากกว่า 20,001 บาทต่อเดือน มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

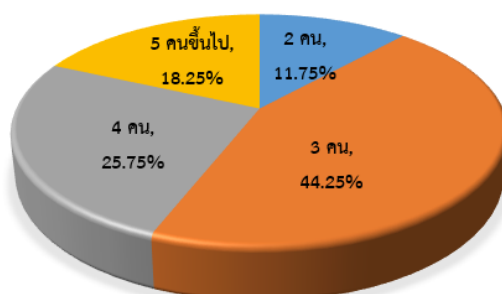


ภาพ 4.26 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
2 คน	47	11.75
3 คน	177	44.25
4 คน	103	25.75
5 คนขึ้นไป	73	18.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 คน มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25 รองลงมาคือ 4 คน มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 5 คนขึ้นไป มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และ 2 คน มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75



ภาพ 4.27 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล

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

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความรู้ความเข้าใจ	จำนวน	ร้อยละ
มาก	63	15.75
ปานกลาง	271	67.75
น้อย	60	15.00
ไม่มีความรู้เลย	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.35 พบว่าความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ปานกลาง มีจำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 รองลงมาคือ มาก มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 น้อย มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และไม่มีความรู้เลย มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

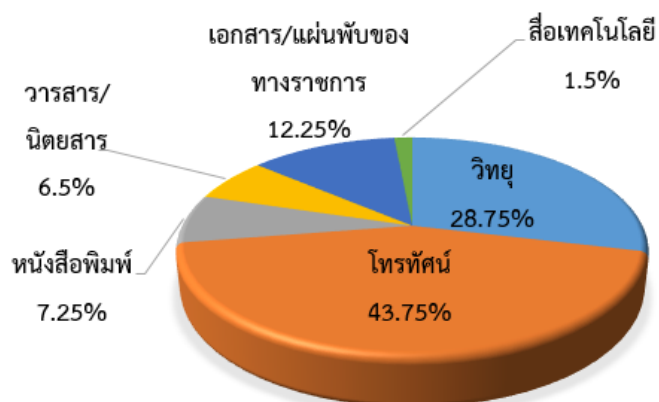


ภาพ 4.28 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
จำแนกตามความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

การได้รับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	115	28.75
โทรทัศน์	175	43.75
หนังสือพิมพ์	29	7.25
วารสาร/นิตยสาร	26	6.50
เอกสาร/แผ่นพับของทางราชการ	49	12.25
สื่อเทคโนโลยี	6	1.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.36 พบว่าการได้รับข้อมูลข่าวสารสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาคือ วิทยุ มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 เอกสาร/แผ่นพับของทางราชการ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 วารสาร/นิตยสาร มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และสื่อเทคโนโลยี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

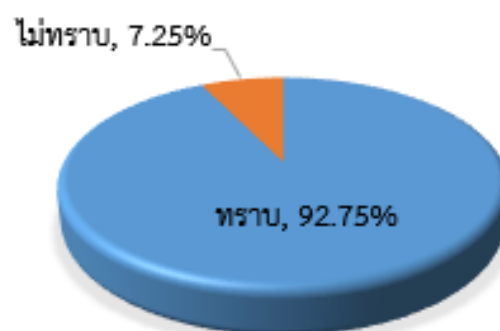


ภาพ 4.29 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็น
สินค้าปลอดสารเคมี มีคุณค่าทางอาหารและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

สินค้าเกษตรอินทรีย์เป็น สินค้าที่ปลอดสารเคมี	จำนวน	ร้อยละ
ทราบ	371	92.75
ไม่ทราบ	29	7.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.37 พบว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ปลอดสารเคมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ทราบ มีจำนวน 371 คน คิดเป็นร้อยละ 92.75 และไม่ทราบ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

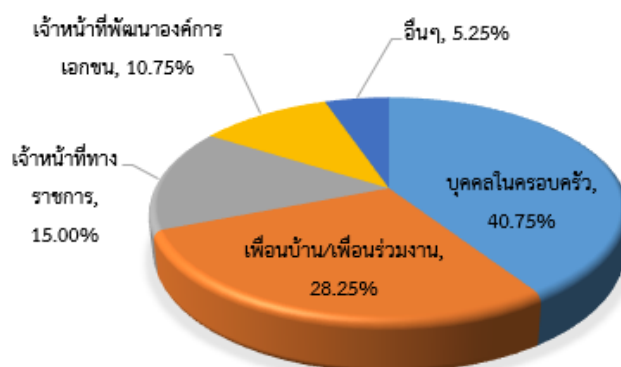


ภาพ 4.30 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
จำแนกตามสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าปลอดสารเคมี

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบอกกล่าวแนะนำให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

การบอกกล่าวแนะนำให้บริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลในครอบครัว	163	40.75
เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน	113	28.25
เจ้าหน้าที่ทางราชการ	60	15.00
เจ้าหน้าที่พัฒนาองค์การเอกชน	43	10.75
อื่นๆ	21	5.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.38 พบว่าการบอกกล่าวแนะนำให้บริโภคสินค้าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ บุคคลในครอบครัว มีจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมาคือ เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 เจ้าหน้าที่ทางราชการ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เจ้าหน้าที่พัฒนาองค์การเอกชน มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และอื่นๆ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25

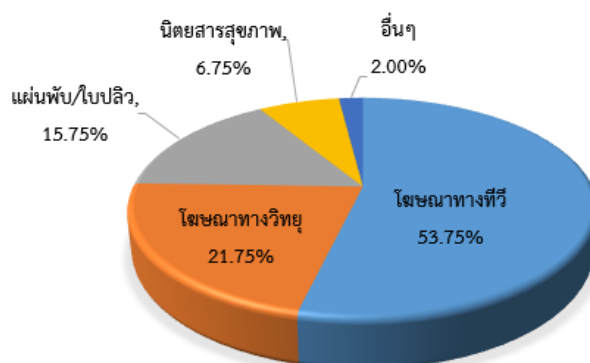


ภาพ 4.31 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
จำแนกตามการบอกกล่าวแนะนำให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

สื่อทางการตลาดในการซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
โฆษณาทางทีวี	215	53.75
โฆษณาทางวิทยุ	87	21.75
สื่อออนไลน์	63	15.75
นิตยสารสุขภาพ	27	6.75
แผ่นพับ/ใบปลิว	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.39 พบว่าสื่อทางการตลาดในการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ โฆษณาทางทีวี มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมาคือ โฆษณาทางวิทยุ มีจำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 สื่อออนไลน์ มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 นิตยสารสุขภาพ มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และแผ่นพับ/ใบปลิว มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

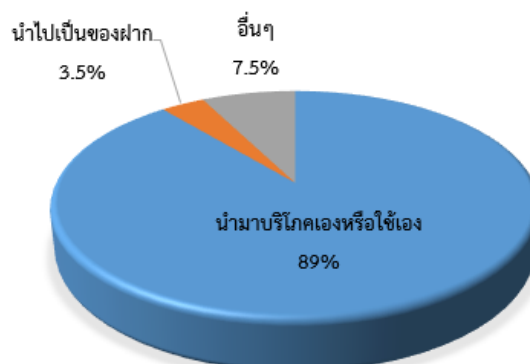


ภาพ 4.32 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามสื่อทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลแรกในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

เหตุผลแรกในการซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
นำมาบริโภคเองหรือใช้เอง	356	89.0
นำไปเป็นของฝาก	14	3.50
อื่นๆ	30	7.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.40 พบว่าเหตุผลแรกในการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ นำไปบริโภคหรือใช้เอง มีจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 รองลงมาคือ อื่นๆ มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และนำไปเป็นของฝาก มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

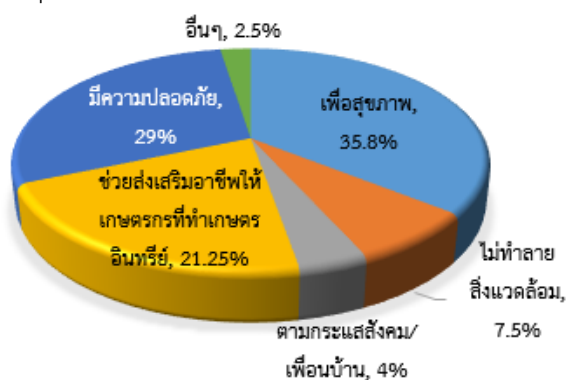


ภาพ 4.33 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามเหตุผลแรกในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

เหตุผลในการบริโภคสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อสุขภาพ	143	35.80
ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	30	7.50
ตามกระแสสังคม/เพื่อนบ้าน	16	4.00
ช่วยส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์	85	21.25
มีความปลอดภัย	116	29.00
อื่นๆ	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.41 พบว่าเหตุผลในการบริโภคสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพื่อสุขภาพ มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาคือ มีความปลอดภัย มีจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ช่วยส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 ตามกระแสสังคม/เพื่อนบ้าน มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และอื่นๆ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

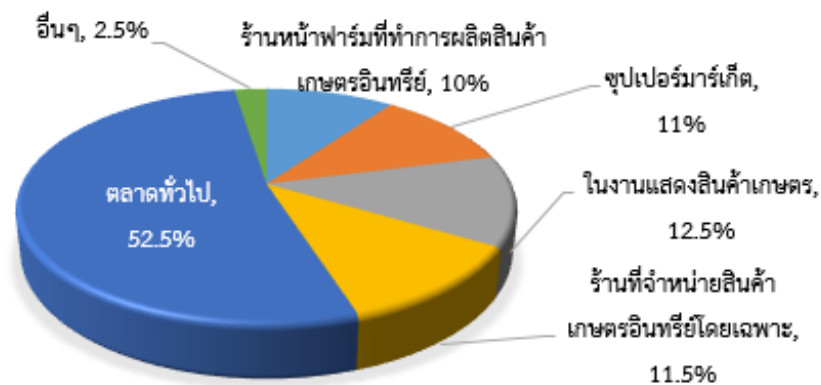


ภาพ 4.34 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามเหตุผลในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่นิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

แหล่งที่นิยมซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ร้านหน้าฟาร์มที่ทำการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์	40	10.00
ซูเปอร์มาร์เก็ต	44	11.00
ในงานแสดงสินค้าเกษตร	50	12.50
ร้านที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะ	46	11.50
ตลาดทั่วไป	210	52.50
ร้านค้าออนไลน์	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.42 พบว่าแหล่งที่นิยมซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตลาดทั่วไป มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาคือ ในงานสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ร้านที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะ มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ซูเปอร์มาร์เก็ต มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ร้านหน้าฟาร์มที่ทำการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ ร้านค้าออนไลน์ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

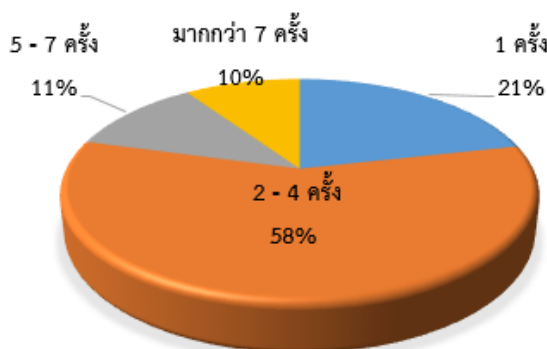


ภาพ 4.35 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
จำแนกตามแหล่งที่นิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ความถี่ในการซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	86	21.50
2 - 4 ครั้ง	231	57.75
5 - 7 ครั้ง	45	11.25
มากกว่า 7 ครั้ง	38	9.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.43 พบว่าความถี่ในการซื้อสินค้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 2 - 4 ครั้ง มีจำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาคือ 1 ครั้ง มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 5 - 7 ครั้ง มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 และมากกว่า 7 ครั้ง มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50



ภาพ 4.36 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงวันที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด

ช่วงวันที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
จันทร์	59	14.75
อังคาร	48	12.00
พุธ	36	9.00
พฤหัสบดี	48	12.00
ศุกร์	59	14.75
เสาร์	71	17.75
อาทิตย์	79	19.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.44 พบว่าช่วงวันที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ อาทิตย์ มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 รองลงมาคือ เสาร์ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 จันทร์ มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ศุกร์ มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 อังคาร มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 พฤหัสบดี มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และพุธ มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00

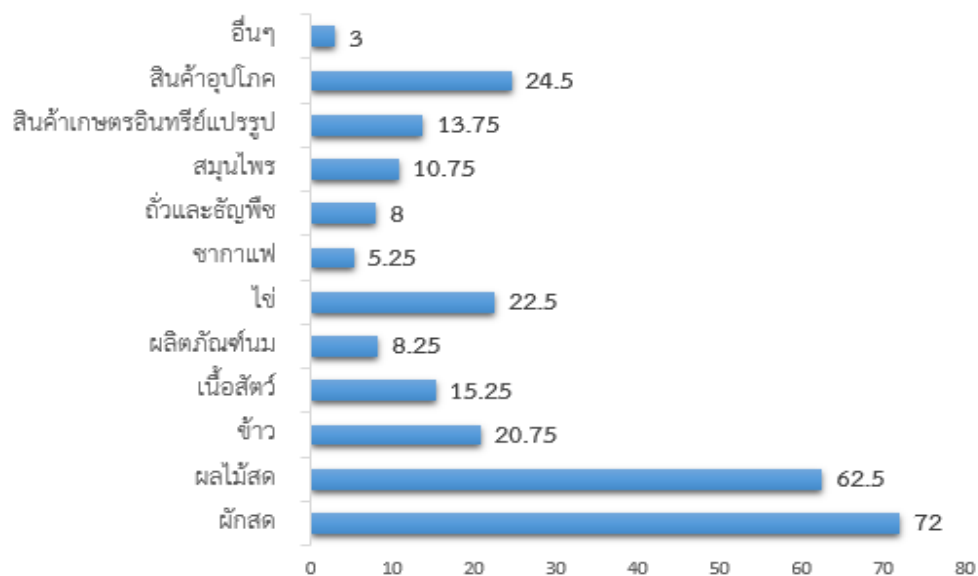


ภาพ 4.37 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามช่วงวันที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสินค้าเกษตรอินทรีย์ซื้อประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สินค้าเกษตรอินทรีย์ ที่ซื้อเป็นประจำ	เลือก	
	จำนวน	ร้อยละ
ผักสด	288	72.00
ผลไม้สด	250	62.50
ข้าว	83	20.75
เนื้อสัตว์	61	15.25
ผลิตภัณฑ์นม	33	8.25
ไข่	90	22.50
ซากาแฟ	21	5.25
ถั่วและธัญพืช	32	8.00
สมุนไพร	43	10.75
สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป	55	13.75
สินค้าอุปโภค	98	24.50
อื่นๆ	12	3.00
รวม	1066	194.50

จากตารางที่ 4.45 พบว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ซื้อประจำของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ผักสด มีจำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 27.02 รองลงมาคือ ผลไม้สด มีจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 23.45 สินค้าอุปโภค มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 9.19 ไข่ มีจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 8.44 ข้าว มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79 เนื้อสัตว์ มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 5.72 สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 5.16 สมุนไพร มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 4.03 ผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ถั่วและธัญพืช มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ซากาแฟ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 1.97 และอื่นๆ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 1.13

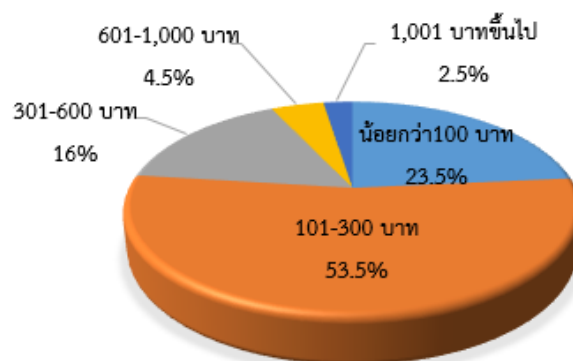


ภาพ 4.38 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่เลือกซื้อประจำ

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแต่ละครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	94	23.50
101-300 บาท	214	53.50
301-600 บาท	64	16.00
601-1,000 บาท	18	4.50
1,001 บาทขึ้นไป	10	2.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.46 พบว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ 101 – 300 บาท มีจำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมาคือ น้อยกว่า 100 บาท มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 301 – 600 บาท มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 601 – 1,000 บาท มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 และ 1,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

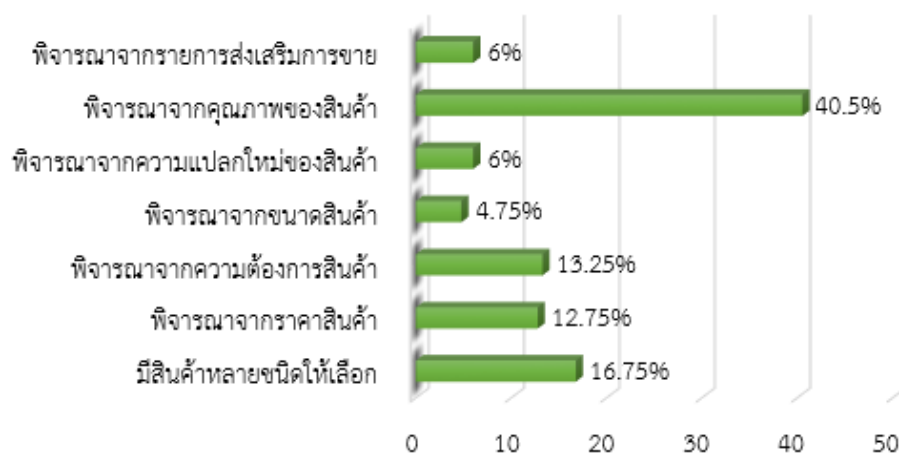


ภาพ 4.39 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแต่ละครั้ง

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าหลายชนิดให้เลือก	67	16.75
พิจารณาจากราคาสินค้า	51	12.75
พิจารณาจากความต้องการสินค้า	53	13.25
พิจารณาจากขนาดสินค้า	19	4.75
พิจารณาจากความแปลกใหม่ของสินค้า	24	6.00
พิจารณาจากคุณภาพของสินค้า	162	40.50
พิจารณาจากรายการส่งเสริมการขาย	24	6.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.47 พบว่าปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ พิจารณาจากคุณภาพของสินค้า มีจำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือ มีสินค้าหลากหลายให้เลือก มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 พิจารณาจากความต้องการสินค้า มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 พิจารณาจากราคาสินค้า มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 พิจารณาจากความแปลกใหม่ของสินค้า มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 พิจารณาจากรายการส่งเสริมการขาย มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 และพิจารณาจากขนาดสินค้า มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

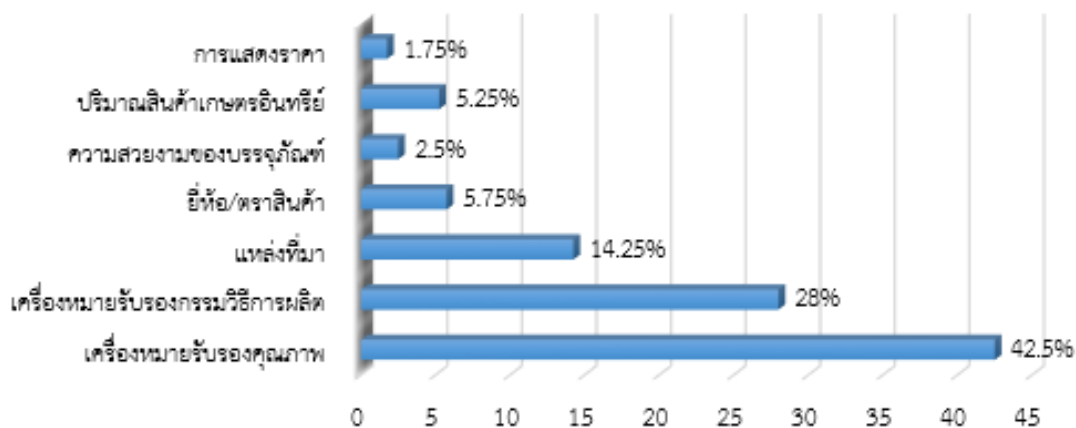


ภาพ 4.40 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
จำแนกตามปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าเกษตรอินทรีย์

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องหมายรับรองคุณภาพ	170	42.50
เครื่องหมายรับรองกรรมวิธีการผลิต	112	28.00
แหล่งที่มา	57	14.25
ยี่ห้อ/ตราสินค้า	23	5.75
ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	10	2.50
ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์	21	5.25
การแสดงราคา	7	1.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.48 พบว่าลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เครื่องหมายรับรองคุณภาพ มีจำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ เครื่องหมายรับรองกรรมวิธีการผลิต มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 แหล่งที่มา มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ยี่ห้อ/ตราสินค้า มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และการแสดงสินค้า มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

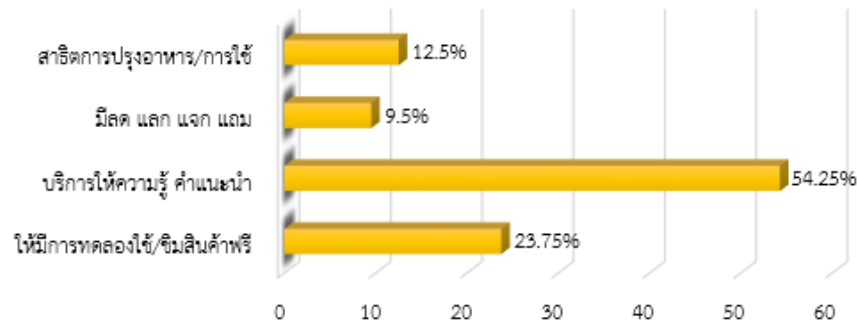


ภาพ 4.41 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูนจำแนกตามลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกิจกรรมเสนอขายสินค้าเกษตรอินทรีย์

กิจกรรมเสนอขายสินค้าเกษตรอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
ให้มีการทดลองใช้/ชิมสินค้าฟรี	95	23.75
บริการให้ความรู้ คำแนะนำ	217	54.25
มีลด แลก แจก แถม	38	9.50
สาธิตการปรุงอาหาร/การใช้	50	12.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.49 พบว่ากิจกรรมเสนอขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ บริการให้ความรู้ คำแนะนำ มีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 รองลงมาคือ ให้มีการทดลองใช้/ชิมสินค้าฟรี มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 สาธิตการปรุงอาหาร/การใช้ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และมีลด แลก แจก แถม มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50



ภาพ 4.42 ร้อยละของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน
จำแนกตามกิจกรรมเสนอขายสินค้าเกษตรอินทรีย์

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน

ผลโดยรวมจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ การมีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ การมีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ มีการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามตลาดสดทั่วไป และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ มีการรณรงค์ให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		ระดับอิทธิพลของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด			
1. การมีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย	จำนวน	75	214	95	16	0	3.87	0.755	มาก
	ร้อยละ	18.75	53.50	23.80	4.00	0			
2. สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	จำนวน	50	199	132	18	1	3.70	0.753	มาก
	ร้อยละ	12.50	49.75	33.00	4.50	0.30			
3. การมีปริมาณสินค้าเพียงพอคือความต้องการ	จำนวน	65	176	139	20	0	3.72	0.794	มาก
	ร้อยละ	16.25	44.00	34.75	5.00	0			
4. การที่สินค้าได้รับรอง	จำนวน	80	175	135	9	1	3.72	0.814	มาก

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์	ร้อยละ	20.00	43.80	33.80	2.25	0.30			
5. การจัดทำในรูปแบบของที่ระลึกเพื่อนำไปเป็นของฝาก	จำนวน	54	188	140	17	1	3.69	0.764	มาก
	ร้อยละ	13.50	47.00	35.00	4.30	0.30			
6. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	จำนวน	80	175	135	9	1	3.81	0.784	มาก
	ร้อยละ	20.00	43.80	33.80	2.30	0.30			
รวม							3.72	0.794	มาก

จากตารางที่ 4.50 แสดงถึงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประชาชนในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์รวมถึงอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.72 (S.D. = 0.794) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงตามลำดับพบว่า การมีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (S.D. = 0.755) ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 (S.D. = 0.784) การที่สินค้าได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (S.D. = 0.814) การมีปริมาณสินค้าเพียงพอคือความต้องการ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (S.D. = 0.764) สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (S.D. = 0.753) และการที่สินค้าได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (S.D. = 0.814)



ภาพ 4.43 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านการผลิต

ตาราง 4.51 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา		ระดับอิทธิพลของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด			
1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์	จำนวน	84	183	121	11	1	3.85	0.789	มาก
	ร้อยละ	21.00	45.80	30.30	2.80	0.30			
2. การที่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้	จำนวน	74	180	129	16	1	3.78	0.801	มาก
	ร้อยละ	18.50	45.00	32.30	4.00	0.30			
3. การมีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน	จำนวน	89	182	119	10	0	3.88	0.778	มาก
	ร้อยละ	22.30	45.50	29.80	2.50	0			
4. การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก	จำนวน	78	182	127	13	0	3.81	0.780	มาก
	ร้อยละ	19.50	45.50	31.80	3.30	0			
รวม							3.83	0.777	มาก

จากตาราง 4.51 แสดงถึงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประชาชนในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านราคา พบว่าปัจจัยด้านราคารวมถึงอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 (S.D. = 0.777) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงตามลำดับพบว่า การมีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 0.778) ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (S.D. = 0.779) การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 (S.D. = 0.780) และการที่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (S.D. = 0.801)

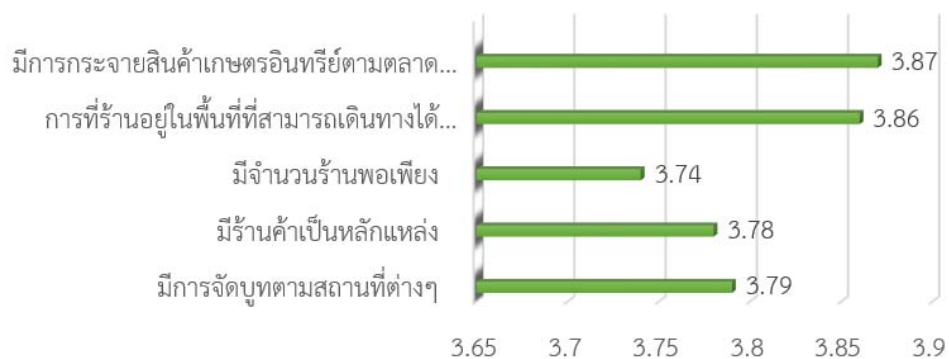


ภาพ 4.44 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านราคา

ตาราง 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ระดับอิทธิพลของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด			
1. มีการจัดบูทตามสถานที่ต่างๆ	จำนวน	75	186	120	19	0	3.79	0.798	มาก
	ร้อยละ	18.80	46.50	30.00	4.80	0			
2. มีร้านค้าเป็นหลักแหล่ง	จำนวน	72	188	119	20	1	3.78	0.807	มาก
	ร้อยละ	18.00	47.00	29.80	5.00	0.30			
3. มีจำนวนร้านพอเพียง	จำนวน	71	172	139	17	1	3.74	0.806	มาก
	ร้อยละ	17.80	43.00	34.80	4.30	0.30			
4. การที่ร้านอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก	จำนวน	78	200	108	14	0	3.86	0.765	มาก
	ร้อยละ	19.50	50.00	27.00	3.50	0			
5. มีการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามตลาดสดทั่วไป	จำนวน	91	183	111	14	1	3.87	0.808	มาก
	ร้อยละ	22.80	45.80	27.80	3.50	0.30			
รวม							3.87	0.791	มาก

จากตารางที่ 4.52 แสดงถึงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประชาชนในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยด้านราคารวมถึงอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.87 (S.D. = 0.791) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงตามลำดับพบว่า มีการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามตลาดสดทั่วไป มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (S.D. = 0.808) มีร้านค้าเป็นหลักแหล่ง มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 (S.D. = 0.807) มีจำนวนร้านพอเพียง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.74 (S.D. = 0.806) มีการจัดบูทตามสถานที่ต่างๆ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 (S.D. = 0.789) และการที่ร้านอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 (S.D. = 0.765)



ภาพ 4.45 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

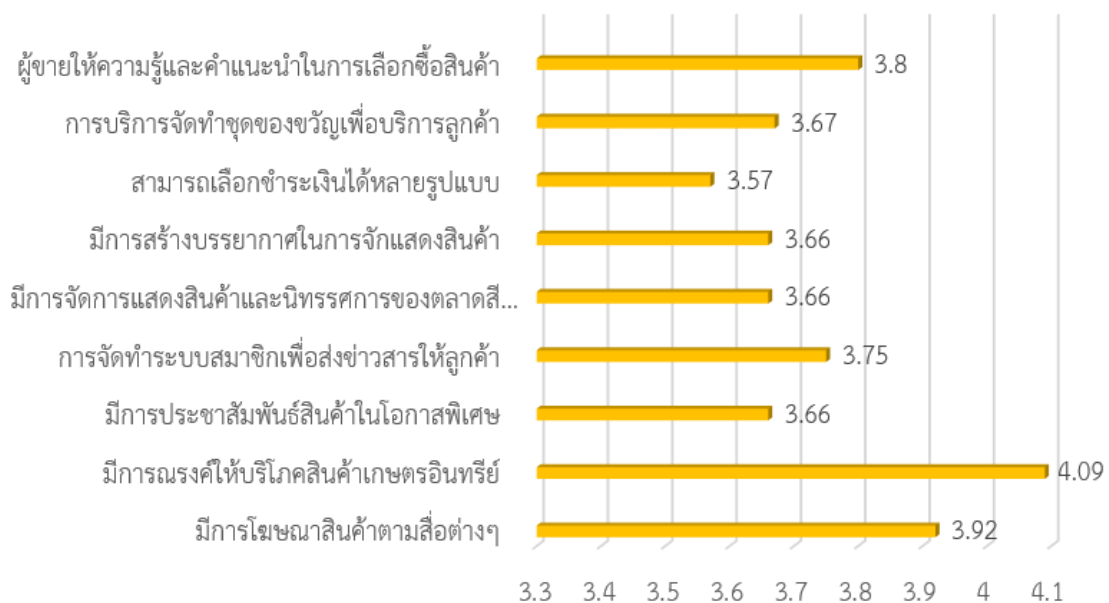
ตาราง 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด		ระดับอิทธิพลของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด			
1. มีการ โฆษณาสินค้า ตามสื่อต่างๆ	จำนวน	90	204	89	16	1	3.92	0.790	มาก
	ร้อยละ	22.50	51.00	22.30	4.00	0.30			
2. มีการณรงค์ ให้บริโภค สินค้าเกษตร อินทรีย์	จำนวน	138	170	81	11	0	4.09	0.807	มาก
	ร้อยละ	34.50	42.50	20.30	2.80	0			
3. มีการ ประชาสัมพันธ์ สินค้าใน โอกาสพิเศษ	จำนวน	62	175	129	33	1	3.66	0.846	มาก
	ร้อยละ	15.50	43.80	32.30	8.30	0.30			

ตาราง 4.53 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม		ระดับอิทธิพลของปัจจัย					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ผล
การตลาด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยสุด			
4. การจัดทำระบบ									
สมาชิกเพื่อส่ง	จำนวน	61	197	122	19	1	3.75	0.779	มาก
ข่าวสารให้ลูกค้า	ร้อยละ	15.30	49.30	30.50	4.80	0.30			
5. มีการจัดการ									
แสดงสินค้าและ	จำนวน	60	163	156	21	0	3.66	0.795	มาก
นิทรรศการของ	ร้อยละ	15.00	40.80	39.00	53.00	0			
ตลาดสีเขียว									
6. มีการสร้าง									
บรรยากาศในการ	จำนวน	64	155	160	21	0	3.66	0.808	มาก
จัดแสดงสินค้า	ร้อยละ	16.00	38.80	40.00	5.30	0			
7. สามารถเลือก									
ชำระเงินได้หลาย	จำนวน	50	161	160	26	3	3.57	0.819	มาก
รูปแบบ	ร้อยละ	12.50	40.30	40.00	6.50	0.80			
8. การบริการ									
จัดทำชุดของขวัญ	จำนวน	65	170	133	32	0	3.67	0.841	มาก
เพื่อบริการลูกค้า	ร้อยละ	16.30	42.50	33.30	8.00	0			
9. ผู้ขายให้ความรู้									
และคำแนะนำใน	จำนวน	86	166	130	17	1	3.80	0.830	มาก
การเลือกซื้อสินค้า	ร้อยละ	21.50	41.50	32.50	4.30	0.30			
รวม							3.60	0.831	มาก

จากตารางที่ 4.53 แสดงถึงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประชาชนในเขตจังหวัดลำพูน จำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดรวมถึงอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 (S.D. = 0.831) สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงตามลำดับพบว่า มีการณรงค์ให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.807) มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (S.D. = 0.790) ผู้ขายให้ความรู้และคำแนะนำในการเลือกซื้อสินค้า มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (S.D. = 0.830) การจัดทำระบบสมาชิกเพื่อส่งข่าวสารให้ลูกค้า มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 (S.D. = 0.779) การบริการจัดทำชุดของขวัญเพื่อบริการลูกค้า มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (S.D. = 0.814) มีการประชาสัมพันธ์สินค้าในโอกาสพิเศษ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D. = 0.846) มีการสร้างบรรยากาศในการจัดแสดงสินค้า มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D. = 0.808) มีการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการของตลาดสีเขียว มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (S.D. = 0.795) และสามารถเลือกชำระเงินได้หลายรูปแบบ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 (S.D. = 0.819)



ภาพ 4.46 คะแนนเฉลี่ยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ผลจากทีมวิจัย

จากข้อมูลที่ได้ทั้งหมดทั้งจากแบบสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดลำพูน สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน ได้ดังนี้

1. สินค้าของกลุ่มเครือข่ายฯ ต้องเป็นสินค้าที่ดีและมีคุณภาพจริงๆ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคและตัวแทนจำหน่าย เปิดรับสินค้าได้ง่ายและมีการบอกต่อไปเรื่อยๆ
2. สินค้าของกลุ่มเครือข่ายฯ ต้องมีราคาที่เป็นธรรม คือสมเหตุสมผลทั้งในด้านของผู้ผลิต คนกลาง และร้านค้าปลีก ทุกฝ่ายต้องมีกำไรสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ และผู้บริโภคสามารถรับได้หรือมีกำลังในการซื้อ
3. ควรมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต/จำหน่าย กับผู้บริโภคเพื่อเปิดโอกาสในการให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับคุณค่าในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าเพื่อเอื้อประโยชน์ในการบอกต่อประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก
4. ผู้ผลิตไม่ควรมีการจำหน่ายช่องทางเดียว แต่ควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดกิจกรรมการออกร้าน การขายฝากตามร้านค้าหรือจุดจำหน่ายในแต่ละพื้นที่ การขายออนไลน์
5. สร้างเครือข่ายผู้บริโภคที่รับสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นประจำ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน หน่วยงานราชการ ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินประเภทตลาดอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพเกษตรกรของสมาคมเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจข้อมูลและการจัดเวทีประชุมในทุกอำเภอของจังหวัดลำพูน พบว่า ทุกอำเภอในเขตพื้นที่จังหวัดลำพูน ไม่มีรูปแบบตลาดเฉพาะที่เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ลักษณะการจัดจำหน่ายเป็นตลาดท้องถิ่น คือตลาดที่อยู่ในแหล่งผลิตแต่เป็นศูนย์กลางของแหล่งผลิต การคมนาคมสะดวกโดยขายปะปนไปกับผลผลิตที่เป็นเคมี

ทีมผู้วิจัยได้ร่วมกันวิเคราะห์และประเมินเพื่อพัฒนารูปแบบการตลาดและการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ สรุปได้ ดังนี้

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

4. สนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและหน่วยงานในการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
5. ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้า
6. จัดกิจกรรมเพื่อขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และจัดเลี้ยงให้มีการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน เข้ากับผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั้งในระดับชุมชนและในระดับกว้าง
7. การรวมหุ้นของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนเพื่อจัดการด้านการตลาด
8. สร้างเครือข่ายการตลาดต่างพื้นที่ ต่างภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและจำหน่าย
9. การจัดทำาทองเที่ยววิถีเกษตรอินทรีย์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

จากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผลผลิตที่ได้จากการทำเกษตรอินทรีย์เป็นการผลิตที่ต่างคนต่างทำ ส่งผลให้สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้ไม่แตกต่างกันหรือเป็นผลผลิตชนิดเดียวกันไม่มีความหลากหลาย และสินค้าเป็นผลผลิตสดไม่มีการแปรรูป การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ที่มีวิสัยได้วิเคราะห์และสรุปผล ดังนี้

ด้านปัจจัยการผลิต : สมาคมเครือข่ายฯ เห็นว่าควรส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายการผลิต การแปรรูปการตลาด ทุกระดับให้เข้มแข็ง ทั้งเครือข่ายเก่าและใหม่ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ และที่สำคัญเพื่อแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต เช่น เมล็ดพันธุ์ ปุ๋ยอินทรีย์ ตลอดจนเสริมสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการผลิตเกษตรอินทรีย์

ด้านการผลิต และการจัดการ:

1. ควรจัดตั้งองค์กรกลางเป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ตลอดจนพัฒนาหมู่บ้านต้นแบบเกษตรอินทรีย์หรือแหล่งเรียนรู้ในชุมชนที่มีฐานการเรียนรู้ที่ครอบคลุมเพื่อให้เกษตรกรทั่วไปและผู้สนใจเข้ามาศึกษาในลักษณะการปฏิบัติงานจริง
2. ควรพัฒนาฐานข้อมูลระบบการให้ข้อมูล และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการปลูก การขอใบรับรอง และการตลาดพืชผักอินทรีย์

ด้านผลผลิต และประเภทตลาด :

1. ควรจัดตั้งตลาดนัดสีเขียวในแต่ละอำเภอเพื่อรองรับและกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภค โดยใช้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเป็นฐาน เช่น มหาวิทยาลัย อำเภอ บริษัท ห้างร้าน
2. ควรส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ด้วยการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้อยู่ในรูปแบบที่บริโภคง่าย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม
3. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มควรมีการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างความรู้ และทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคผลผลิตอินทรีย์

บทที่ 5

บทสรุป ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานโครงการวิจัย การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน โดยนำเสนอข้อมูลใน 5 ประเด็น ดังนี้

1. สรุปเนื้อหาทั้งหมดจากผลการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เชื่อมโยงไปสู่วัตถุประสงค์
2. สรุปสิ่งที่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ และทีมวิจัยได้เรียนรู้จากกระบวนการวิจัย
3. ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน
4. ข้อเสนอแนะ
5. ข้อคิดเห็น

1. สรุปเนื้อหาทั้งหมดจากผลการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เชื่อมโยงไปสู่วัตถุประสงค์

คณะผู้วิจัยได้นำเสนอผลที่ได้จากการดำเนินการวิจัยในเชิงเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย และผลในเชิงพัฒนา ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน

ได้ดำเนินการสำรวจข้อมูลและจัดเวทีแลกเปลี่ยนเพื่อศึกษาปัญหา และศักยภาพของเกษตรกรและสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน พบว่า

ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน

ผลจากการสำรวจข้อมูลสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน จำนวน 247 ราย ในภาพรวมจะเห็นว่าสมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุมีจำนวนมากถึงร้อยละ 65.59 หรือมีอายุระหว่าง 50-70 ปี ในขณะที่เกษตรกรรุ่นใหม่ที่อยู่ในวัยทำงานมีเพียงร้อยละ 31.57 และจบการศึกษาขั้นพื้นฐานหรือตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 74.9

สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้งยั้งจังหวัดลำพูน

จากผลการสำรวจโดยรวมพบว่า สมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นครอบครัวขนาดเล็กหรือมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1-4 คน มีประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์ไม่มากคืออยู่ระหว่าง 1-3 ปี พื้นที่ที่ใช้ในการทำเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่สวน จำนวน 1-5 ไร่ และพืชที่นิยมปลูกมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ลำไย ข้าว ผักกาด และมะเขือ รายได้ของสมาชิกเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย รวมทั้งใช้งบประมาณของตนเองในการลงทุนทำเกษตรอินทรีย์ โดยได้รับความช่วยเหลือจาก

เจ้าหน้าที่ของรัฐน้อยมากหรือนานๆ ครั้ง ซึ่งเหตุผลในการทำเกษตรอินทรีย์สูงสุด 3 อันดับแรกคือ ทำเพื่อสุขภาพที่ดี ปลอดภัย ไม่มีสารพิษตกค้าง และช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งเพื่อลดต้นทุน และประหยัดค่าใช้จ่าย โดยสมาชิกเกษตรกรตระหนัก คิด และอยากทำเองมากกว่าการได้รับคำแนะนำหรือชักชวนจากกลุ่ม องค์กร เครือข่ายในชุมชน หรือเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ทั้งนี้สมาชิกเกษตรกรยังพบปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์คือ 1) ปัญหาด้านการผลิต สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาด้านสภาวะอากาศที่ไม่แน่นอน ปัญหาโรคและศัตรูพืช และปัญหาด้านแหล่งน้ำ 2) ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ปัญหาเรื่องค่าจ้างแรงงานสูง ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์ และปัญหาเรื่องการขาดแคลนเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3) ปัญหาด้านการตลาด สูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ราคาผลิตผลโดยทั่วไปต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง และปัญหาแหล่งรับซื้อมีน้อย

ปัญหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกร

1. ด้านการผลิต : เนื่องจากการผลิตของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ยังเป็นการผลิตในครัวเรือน หรือมีขนาดเล็ก สมาชิกยังไม่สามารถผลิตในระดับเกษตรอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้ และเนื่องจากเกษตรอินทรีย์ ไม่ใช่สารเคมีในกระบวนการผลิตจึงทำให้ผลผลิตไม่ได้มาตรฐานเท่ากับการใช้สารเคมี ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค การทำเกษตรอินทรีย์ยังไม่ได้รับการตอบสนองจากคนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามาสานต่อกระบวนการผลิตเกษตรอินทรีย์เท่าที่ควร เพราะการทำเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานต้องมีองค์ประกอบหลายประการ โดยเฉพาะต้องได้มาตรฐานตามหลักวิชาการ และต้องใช้เวลาในกระบวนการจัดการในระบบเกษตรอินทรีย์มากพอสมควร ทำให้คนรุ่นใหม่มองว่าไม่คุ้มค่ากับการลงทุน จึงทำให้คนรุ่นใหม่เข้าไปสู่ระบบโรงงานอุตสาหกรรมจนกลายเป็นค่านิยมในพื้นที่

ตัวแทนสมาชิก อ.ทุ่งหัวช้าง ได้ให้ข้อมูลว่า ลักษณะของพื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ลาดชันและอยู่ห่างไกลทำให้การบริหารจัดการในระบบอินทรีย์มีความยุ่งยากกว่าปกติ และพื้นที่ส่วนใหญ่ยังเสพติดกับสารเคมีทางการเกษตร หากมีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ใกล้เคียงกับพื้นที่ที่มีการใช้สารเคมี ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดการปนเปื้อนสูง

ตัวแทนสมาชิก อ.บ้านตา ได้ให้ข้อมูลว่า ผู้บริโภคมักบอกว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีไม่หลากหลายทำให้ผู้บริโภคยังจำกัดเฉพาะกลุ่ม สมาชิกบางคน คุณกรรณิการ์ ต้นเส้า ได้สนใจทำเกษตรอินทรีย์ในเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว โดยมองกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค เป็นกลุ่มที่รักธรรมชาติ ชอบอาหารปลอดภัยต่อสุขภาพชอบความเป็นธรรมชาติ ได้การทำตลาดโดยใช้ช่องทาง Online ทั้ง Facebook Line และ Website การสร้างเรื่องราวให้น่าสนใจ และได้กล่าวว่าอยากให้สมาชิก ท่านอื่นมีจุดยืนในตัวผลิตภัณฑ์

ที่ชัดเจน ส่งเสริมในเรื่องการแปรรูป สร้างแบรนด์ให้เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และยังบอกว่า ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ต้องมีเรื่องราว (Story) และทำตลาดให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค

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

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบ้านธิ ให้ข้อมูลว่า การผลิตพืชผักปลอดภัยในท้องถิ่นต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาคท้องถิ่น และ ภาครัฐ ควรมีการส่งเสริมให้พืชผักเข้าไปในโรงพยาบาล โรงเรียน และหน่วยงานราชการในท้องถิ่นเป็นหลัก

ตัวแทนสมาชิกอำเภอป่าซางได้ให้ข้อมูลว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดองค์ความรู้และขาดความมั่นใจที่จะผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งต้องอาศัยความอดทนและมีพื้นที่รูปธรรมที่บริหารจัดการในระบบเกษตรอินทรีย์ให้เป็นพื้นที่ดูงาน

ตัวแทนสมาชิกอำเภอบ้านโฮ่งให้ข้อมูลว่าในพื้นที่มีการใช้สารเคมีอันตรายทางการเกษตรอย่างแพร่หลาย และมีการทำเกษตรพันธสัญญา เช่น หอมแดง กระเทียม ลำไย ทำให้เกษตรกรที่จะปรับเปลี่ยนมาเป็นระบบอินทรีย์ทำได้ยาก เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ใช้สารเคมี

ตัวแทนสมาชิกอำเภอลี้ ให้ข้อมูลว่า พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ป่าและทำสวนลำไยเป็นหลัก นิยมใช้สารเคมีอันตรายทางการเกษตรมาใช้ในกระบวนการผลิตซึ่งเห็นว่าจะมีการจำกัดการนำสารเคมีเข้ามาใช้พื้นที่ และควรส่งเสริมเกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ให้มีการพัฒนาองค์ความรู้ การรวมกลุ่ม ตลอดจนถึงการตลาดแบบยั่งยืน

2. ด้านการตลาด : หลายอำเภอมียพื้นที่อยู่ห่างไกลชุมชนมีผลต่อการเดินทางเมื่อนำผลผลิตไปขาย เช่น ผักกินใบมักมีปัญหาเสียหายได้ง่าย ได้แก่ พริก มะเขือ พืชล้มลุก ตลาดไม่แน่นอน รวมทั้งผู้บริโภคมักจะมองว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูง ขณะเดียวกันผู้บริโภคยังขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน

1. ดำเนินการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดลำพูน เพื่อหาแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน พบว่า

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตจังหวัดลำพูน

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

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมส่วนบุคคล

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

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ผลโดยรวมจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ การมีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ การมีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน ปัจจัย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ มีการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามตลาดสดทั่วไป และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ มีการรณรงค์ให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

2. ดำเนินการจัดเวทีประชุมร่วมกับองค์กร หน่วยงานท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกพื้นที่

จากการลงพื้นที่จัดเวทีประชุมในทุกอำเภอที่มิววิจัยสรุปแนวทางการจัดการตลาดที่เหมาะสมของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนคือ

1. สินค้าของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ต้องเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพจริงๆ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคและตัวแทนจำหน่ายเปิดรับสินค้าได้ง่ายและมีการบอกต่อไปเรื่อยๆ
2. สินค้าของกลุ่มเครือข่ายฯ ต้องมีราคาที่เป็นธรรม คือสมเหตุสมผลทั้งในด้านของผู้ผลิต คนกลาง และร้านค้าปลีก ทุกฝ่ายต้องมีกำไรสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ และผู้บริโภคสามารถรับได้หรือมีกำลังในการซื้อ
3. ควรมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต/จำหน่าย กับผู้บริโภคเพื่อเปิดโอกาสในการให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับคุณค่าในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ และสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าเพื่อเอื้อประโยชน์ในการบอกต่อประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก
4. ผู้ผลิตไม่ควรมีการจำหน่ายช่องทางเดียว แต่ควรมีการส่งเสริมการขาย เช่น การจัดกิจกรรมการออกร้าน การขายฝากตามร้านค้าหรือจุดจำหน่ายในแต่ละพื้นที่ การขายออนไลน์
5. สร้างเครือข่ายผู้บริโภคที่รับสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นประจำ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน หน่วยงานราชการ ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินประเภทตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสมกับบริบทและศักยภาพของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจข้อมูลและการจัดเวทีประชุมในทุกอำเภอของจังหวัดลำพูนที่มิววิจัยได้ร่วมกันวิเคราะห์และประเมินเพื่อพัฒนารูปแบบการตลาดและการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ สรุปได้ ดังนี้

1. จัดทำตลาดนัดสีเขียว (หรือชื่ออื่น) เพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละอำเภอ
2. จัดทำตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต

3. สนับสนุนให้แต่ละพื้นที่มีร้านอาหารอินทรีย์หรือเมนูอาหารอินทรีย์ประจำท้องถิ่น
4. สนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและหน่วยงานในการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
5. ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้า
6. จัดกิจกรรมเพื่อขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และจัดเลี้ยงให้มีการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนเข้ากับผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั้งในระดับชุมชนและในระดับกว้าง
7. การรวมหุ้นของสมาชิกเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูนเพื่อจัดการด้านการตลาด
8. สร้างเครือข่ายการตลาดต่างพื้นที่ ต่างภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและจำหน่าย
9. การจัดทำาท่องเที่ยววิถีเกษตรอินทรีย์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน

การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน ทีมวิจัยได้สรุปผล ดังนี้

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

ด้านการผลิต และการจัดการ:

- ควรจัดตั้งองค์กรกลางเป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ตลอดจนพัฒนาหมู่บ้านต้นแบบเกษตรอินทรีย์หรือแหล่งเรียนรู้ในชุมชนที่มีฐานการเรียนรู้ที่ครอบคลุมเพื่อให้เกษตรกรทั่วไปและผู้สนใจเข้ามาศึกษาในลักษณะการปฏิบัติงานจริง

- ควรพัฒนาฐานข้อมูลระบบการให้ข้อมูล และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกระบวนการปลูก การขอใบรับรอง และการตลาดพืชผักอินทรีย์

ด้านผลผลิต และประเภทตลาด :

- ควรจัดตั้งตลาดนัดสีเขียวในแต่ละอำเภอเพื่อรองรับและกระจายผลผลิตสู่ผู้บริโภค โดยใช้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเป็นฐาน เช่น มหาวิทยาลัย อำเภอ บริษัท ห้างร้าน

- ควรส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ด้วยการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้อยู่ในรูปแบบที่บริโภคง่าย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม
- ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มควรมีการจัดกิจกรรมผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อเสริมสร้างความรู้และทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคผลผลิตอินทรีย์

2. สรุปสิ่งที่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ และทีมวิจัยได้เรียนรู้จากกระบวนการวิจัย

2.1 สิ่งที่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ได้เรียนรู้จากกระบวนการวิจัย

- 1) ได้เรียนรู้กระบวนการการทำงานเป็นทีม สามารถร่วมกันแก้ไขปัญหา/อุปสรรคในการดำเนินงานร่วมกันได้
- 2) ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ สถานการณ์ปัจจุบัน และความต้องการของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ
- 3) สมาชิกมองเห็นแนวทางในการผลิตพืชผลให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคจากการเก็บข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค
- 4) สมาชิกได้แนวทางในการพัฒนารูปแบบตลาดอินทรีย์ที่เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ และการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า
- 5) สมาชิกให้ความสำคัญกับการขอใบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์
- 6) สมาชิกให้ความสำคัญและสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับชนิดของผลผลิตแต่ละพื้นที่

2.2 สิ่งที่ทีมวิจัยได้เรียนรู้จากกระบวนการวิจัย

ได้เรียนรู้กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่นมากขึ้น จากการทบทวนสถานการณ์ ทունเดิม ปัญหาความต้องการของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ พบว่า การผลิตของสมาชิกกลุ่มเครือข่ายฯ ยังเป็นการผลิตในครัวเรือนหรือมีขนาดเล็ก ไม่สามารถผลิตในระดับใหญ่ได้ และการทำเกษตรอินทรีย์มีความเสี่ยงจากความเสียหายของผลผลิตสูงกว่าเนื่องจากการไม่ใช้สารเคมี ทำให้ปริมาณผลผลิตต่อไร่ต่ำและมีต้นทุนการผลิตสูง ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ออกสู่ตลาดน้อย ปัญหาที่คนรุ่นใหม่ไม่ทำเกษตรอินทรีย์ ติดงานนิคม เป็นหนี้เยอะ ได้ผลผลิตช้า ได้เงินช้า บางอำเภอมีปัญหาในเรื่องน้ำส่งผลให้ผลผลิตไม่เป็นไปตามที่ต้องการ เกิดความเสียหาย อีกทั้งสมาชิกยังมีปัญหาด้านการผลิตให้ได้มาตรฐานตามแนวทางการการผลิตเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่ยอมรับตามหลักสากล หลายอำเภอมีพื้นที่อยู่ห่างไกลชุมชนมีผลต่อการเดินทางเมื่อนำผลผลิตไปขาย เช่น ผักกินใบมักมีปัญหา เสียหายได้ง่าย ได้แก่ พริก มะเขือ พืชล้มลุก ตลาดไม่แน่นอน รวมทั้งผู้บริโภคมักจะมองว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูง ขณะเดียวกันผู้บริโภคยังขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร และเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ยัง

มีปัญหาในการรับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐที่มักไม่ต่อเนื่อง จริงจัง อีกทั้งยังเน้นเกษตรเคมี ปลอดภัย (GAP) เช่น โครงการนาแปลงใหญ่ ลำไยแปลงใหญ่ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายกลุ่ม สมาชิกเครือข่ายฯ อีกด้วย

3. ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

1) การทำเอกสารงานวิจัยร่วมกับกลุ่มสมาชิกเป็นไปค่อนข้างยากเนื่องจากสมาชิกหลายคนไม่มีการจดบันทึกข้อมูลไว้เป็นลายลักษณ์อักษร จึงต้องใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์เป็นจริงมากที่สุด

2) ปัญหาด้านเวลาในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์สมาชิก บางพื้นที่ไปแล้วไม่สามารถเก็บข้อมูลได้เนื่องจากสมาชิกไม่ว่างติดภารกิจในการทำเกษตรอินทรีย์ ส่งผลให้ได้ข้อมูลไม่สมบูรณ์ จึงได้แก้ปัญหาด้วยการประชาสัมพันธ์และสอบถามช่วงเวลาที่มีสมาชิกสะดวกในการให้ข้อมูลและลงพื้นที่ซ้ำเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากที่สุด

3) ปัญหาด้านการเดินทางเนื่องจากบางพื้นที่อยู่ห่างไกลชุมชนผนวกกับช่วงระยะเวลาการดำเนินโครงการวิจัยอยู่ในช่วงสภาพอากาศแปรปรวนส่งผลให้สมาชิกหลายพื้นที่ไม่สามารถเข้าร่วมบางกิจกรรมได้ ดังนั้นทีมวิจัยจึงแก้ปัญหาด้วยการปรับเปลี่ยนกิจกรรม ช่วงระยะเวลา และแต่งตั้งตัวแทนสมาชิกในแต่ละพื้นที่

4. ข้อเสนอแนะ

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

2) ส่งเสริมการยกระดับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายฯ ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล โดยผลักดันผ่านกลุ่มที่ได้ผ่านการตรวจรับรองระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS: Participatory Guarantee System) หรือที่ได้รับเครื่องหมาย Organic Thailand

3) พัฒนารูปแบบการตลาดและการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้หลากหลาย เช่น

- จัดทำตลาดนัดสีเขียว (หรือชื่ออื่น) เพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่าง ๆ ในแต่ละอำเภอ
- จัดทำตลาดซื้อขายสินค้าอินทรีย์ออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต
- จัดกิจกรรมเพื่อขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และจัดเลี้ยง ให้มีการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์มากขึ้น โดยเชื่อมโยงกลุ่มเครือข่ายฯ เข้ากับผู้บริโภคและผู้ประกอบการทั้งในระดับชุมชนและในระดับกว้าง
- สนับสนุนให้แต่ละพื้นที่มีร้านอาหารอินทรีย์ หรือเมนูอาหารอินทรีย์ประจำท้องถิ่น
- สนับสนุนให้มีการเปลี่ยนแปลงระบบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐและหน่วยงานในการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเครือข่ายฯ
- ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (Story) ให้กับตัวสินค้า

5. ข้อคิดเห็น

5.1 ข้อคิดเห็นจากกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

- 1) แก้ปัญหาการรวบรวมข้อมูลผู้ผลิต/ผู้บริโภค/ผู้ประกอบการ
- 2) การทำกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนต้องมีศูนย์แลกเปลี่ยนข้อมูลของกันและกัน
- 3) ขยายกลุ่มการผลิตเพิ่ม อาทิ ปศุสัตว์ หมู ปลา ไก่อินทรีย์ รวมทั้งผลไม้ที่ยังขาดแคลนอีกเป็นจำนวนมาก
- 4) ฝากให้หน่วยงานราชการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว Home Stay เจริญวิเศษเกษตรอินทรีย์
- 5) การกระจายงบประมาณจากทุกหน่วยงาน ทุกภาคส่วนควรบูรณาการกันโดยใช้การพัฒนาพื้นที่เป้าหมายเป็นตัวตั้ง

5.2 ข้อคิดเห็นจากหัวหน้าโครงการวิจัย

การเก็บข้อมูลและการลงพื้นที่เพื่อรับฟังสถานการณ์และความคิดเห็นจากเกษตรกร และผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ หน่วยงานเอกชน โรงเรียน โรงพยาบาล ผู้ประกอบการและผู้บริโภค ทำให้เห็นผลวิเคราะห์ปรับตัวของพื้นที่ สิ่งที่เคยคิดว่า ตลาดของเกษตรอินทรีย์จะเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการอยู่รอดของเกษตรกรนั้นไม่เป็นจริง เราได้เรียนรู้ว่าเกษตรกรและกลุ่มเครือข่ายมีภูมิปัญญา สามารถคิดวิเคราะห์รับมือ และเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ไปตามสถานการณ์ จัดระบบคิด กลไกการบริหารจัดการของกลุ่มและเครือข่ายตลอดจนถึงการมีวิสัยทัศน์ยาวไกลต่ออนาคตต่อการพัฒนากลุ่ม และเครือข่ายให้

สามารถขับเคลื่อนผลักดันกัน ไม่ว่าจะเรียกชื่อตัวเองเกษตรกร หน่วยงานรัฐ หน่วยงานท้องถิ่น บริษัท ประชากร ฯลฯ สามารถเชื่อมโยงความร่วมมือกันทุกพื้นที่สู่ความยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า

ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้เราได้คำตอบจากการจัดทำโครงการวิจัยในครั้งนี้ ด้วยการแปลงรูปจากผู้ผลิตเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน สู่บริษัทวิสาหกิจเพื่อสังคม เกษตรอินทรีย์จังหวัด ลำพูน ที่จะนำความเข้มแข็งและยั่งยืนมาสู่การพัฒนาเครือข่ายฯต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- กรีนเนท. (2559). ภาพรวมสถานการณ์เกษตรอินทรีย์ไทย 2559. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2560, จาก <http://www.greenet.or.th/article/411>
- _____. ผู้บริโภคอร์แกนิกในประเทศไทย. (บทวิเคราะห์). สืบค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2560, จาก <http://www.greenet.or.th/article/1781>
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2559). มาร์เก็ตติ้ง 4.0 “ยุคแห่งวิวัฒนาการตลาดเพื่อปวงชน”. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2560, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/729256>
- อำพลจินดาวัฒน์. (2551).ถามมา ตอบไป เข้าใจ สถ.นนทบุรี:สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ.
- สมศักดิ์ บุญสาธิต. (2546). การสื่อสารการตลาด. เอกสารประกอบการเรียน คณะภาษาและการสื่อสาร. สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. (2561). รายงาน The World of Organic Agriculture 2018. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2561, จาก <http://actorganic-cert.or.th/th/world-of-organic2018/>
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2556). ระบบสถิติทางการทะเบียน. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2560, จาก http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php
- Taro Yamane. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rdEd. New York. Harper and Row Publications.

ภาคผนวก

- แบบสำรวจข้อมูลสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จ.ลำพูน
- แบบสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดลำพูน
- ภาพกิจกรรม

แบบสำรวจข้อมูลสมาชิกสมาคมเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จ.ลำพูน

แบบสำรวจข้อมูลสมาชิกกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
โครงการวิจัย การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน
กลุ่มเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนอำเภอ

ข้อมูลลักษณะเฉพาะบุคคล

1. ชื่อเกษตรกร (นาย/นาง/นางสาว).....
2. บ้านเลขที่.....หมู่ที่ บ้าน
3. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี
() 20 - 29 ปี
() 30 - 39 ปี
() 40 - 49 ปี

() 50 - 59 ปี
() 60 - 69 ปี
() 70 ปีขึ้นไป
4. เพศ 1 () ชาย 2 () หญิง
5. ระดับการศึกษาสูงสุด

1 () ไม่ได้ศึกษา

2 () ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

3 () ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

4 () มัธยมศึกษาปีที่ 3

5 () มัธยมศึกษาปีที่ 6

6 () ระดับปริญญาตรี

7 () ระดับปริญญาโท

8 () อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 : สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์

1. จำนวนสมาชิกในครอบครัวในปัจจุบัน

1 () 1-2 คน	2 () 3-4 คน
3 () 5- 7 คน	4 () มากกว่า 7 คน ขึ้นไป
2. ประสบการณ์ในการทำเกษตร

1 () 1-10 ปี	2 () 11-20 ปี	
3 () 21-30 ปี	4 () 31-40 ปี	5 () มากกว่า 40 ปี
3. ประสบการณ์ในการทำเกษตรอินทรีย์

1 () 1-3 ปี	2 () 4-6 ปี	3 () 7 ปีขึ้นไป
--------------	--------------	------------------
4. จำนวนพื้นที่ปลูกพืชอินทรีย์ทั้งหมด

1 () พื้นที่นา	2 () พื้นที่สวน	3 () พื้นที่นาและ พื้นที่สวน
-----------------	------------------	-------------------------------
5. จำนวนพื้นที่ที่ใช้ทำการเกษตรอินทรีย์

1 () น้อยกว่า 1 ไร่	2 () 1-5 ไร่	3 () 6-10 ไร่
4 () 11-15 ไร่	5 () 16-20 ไร่	6 () 21 ไร่ขึ้นไป
6. อาชีพอื่นนอกจากอาชีพหลัก () มี () ไม่มี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1 () ทำไร่	2 () ค้าขาย	3 () เลี้ยงสัตว์
4 () ปลูกผลไม้	5 () ทำนา	6 () ปลูกผัก
7 () รับจ้าง	8 () อื่นๆ ระบุ.....	
7. ท่านปลูกพืชอะไรในการทำเกษตรอินทรีย์.....

8. ความสมดุลระหว่างรายได้ กับ รายจ่าย

1 () ส่วนใหญ่รายได้เหลือใช้จ่าย	2 () ส่วนใหญ่รายได้ไม่เพียงพอใช้จ่าย
----------------------------------	---------------------------------------
9. แหล่งเงินที่นำมาใช้ลงทุนในการทำเกษตรอินทรีย์

1 เงินตัวเอง.....	
2 เงินกู้.....	
3 เงินตัวเอง และ เงินกู้.....	

10. แรงงานครอบครัวที่มีหน้าที่ทำการเกษตร
 จำนวนคนที่ทำงานเต็มเวลา.....คน
 จำนวนคนที่ทำงานเป็นครั้งคราวคน
11. การได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่รัฐ เช่น ให้ความรู้ อบรม ดูงาน สนับสนุนปัจจัยการผลิต
 1 () ได้รับการช่วยเหลือเป็นประจำ 2 () ได้รับการช่วยเหลือนานๆครั้ง
 3 () ไม่เคยได้รับความช่วยเหลือ
12. ทัศนคติของเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ในเรื่องเหตุผลการทำเกษตรอินทรีย์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () ความชอบส่วนตัว
 () ไม่มีเหตุผล
 () เพื่อสุขภาพที่ดี
 () ลดต้นทุน และประหยัดค่าใช้จ่าย
 () ปลอดภัย ไม่มีสารพิษตกค้างและช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
 () รายได้ดี
 () อยากให้ครอบครัว ชุมชน ได้บริโภคพืชผักผลไม้ปลอดสารพิษ
 () มีกลุ่ม/องค์กร/เครือข่าย ในชุมชนสนับสนุนให้ทำ
 () ปลูกไว้กินเองบางส่วน และจำหน่ายบางส่วน
 () อื่นๆ
13. ผู้แนะในการทำเกษตรอินทรีย์
 () ไม่มี
 () ครอบครัว
 () เจ้าหน้าที่ภาครัฐ
 () กลุ่ม/องค์กร/เครือข่าย ในชุมชน
 () อื่นๆ (สื่อ, เทคโนโลยี)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านปัญหาในด้านต่างๆ ในการทำเกษตรอินทรีย์

14. ปัญหาด้านการผลิต (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์ และ ราคา

- () ปัญหาด้านโรคและศัตรูพืช
- () ปัญหาด้านคุณภาพดิน
- () ปัญหาด้านสภาวะอากาศที่ไม่แน่นอน
- () ปัญหาด้านแหล่งน้ำ
- () ปัญหาด้านความรู้ในการปลูก
- () ปัญหาด้านแรงงาน
- () ปัญหาด้านการจัดหาวัตถุดิบที่นำมาใช้ทำสารอินทรีย์
- () อื่นๆ.....

15. ปัญหาด้านต้นทุนการผลิต(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ปัญหาด้านคุณภาพเมล็ดพันธุ์
- () ปัญหาเรื่องการขาดแคลนเทคโนโลยีที่ทันสมัย
- () ปัญหาเรื่องค่าเช่าที่ดิน
- () ปัญหาเรื่องอัตราดอกเบี้ย
- () ปัญหาเรื่องค่าจ้างแรงงานสูง
- () ปัญหาเรื่องซ่อมแซมวัสดุ
- () ปัญหาเรื่องค่าวัสดุอุปกรณ์
- () อื่นๆ.....

16. ปัญหาด้านการตลาด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ราคาผลผลิตโดยทั่วไปต่ำกว่าที่ควรจะเป็น
- () ปัญหาการถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง
- () ปัญหาแหล่งรับซื้อมีน้อย
- () ขาดความรู้และข่าวสารด้านการตลาด
- () ไม่สามารถนำไปจำหน่ายกับรัฐบาลได้

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

แบบสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดลำพูน

แบบสำรวจข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

โครงการวิจัย การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ใน () และใส่ข้อความหรือตัวเลขลงไปในช่วงว่างโดยเลือกตอบ1 ข้อ
ที่ถูกต้องที่สุด

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ
 () 18-25 ปี () 26-35 ปี () 36-40 ปี () 41-45 ปี () 46-50 ปี
 () 51-55 ปี () 56-60 ปี () 61 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพการสมรส
 () สมรส () โสด () หย่าร้าง () หม้าย
4. ท่านสำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับ
 () ไม่ได้ศึกษา () ประถมศึกษา
 () มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 () อนุปริญญา/ปวส. () ปริญญาตรี
 () สูงกว่าปริญญาตรี () อื่นๆ (ระบุ).....
5. อาชีพ
 () นักเรียน/นักศึกษา () รับข้าราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 () เกษตรกร () รับจ้าง () พนักงานบริษัท
 () ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย () อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 () ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน () 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน
 () 1,0001 - 20,000 บาทต่อเดือน () มากกว่า 20,001 บาทต่อเดือน
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว
 () 2 คน () 3 คน () 4 คน () 5 คนขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

1. ท่านมีความรู้ความเข้าใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์มากน้อยเพียงใด
☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ ไม่มีความรู้เลย
2. เคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์จากแหล่งใดบ้าง
☐ วิทยุ ☐ โทรทัศน์ ☐ หนังสือพิมพ์ ☐ วารสาร/นิตยสาร
☐ เอกสาร/แผ่นพับของทางราชการ ☐ อื่นๆ (ระบุ).....
3. ทราบหรือไม่ว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่ปลอดภัยและมีคุณค่าทางอาหารและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ
☐ ทราบ ☐ ไม่ทราบ
4. เคยได้รับการบอกกล่าวแนะนำให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์จากบุคคลใดบ้าง
☐ บุคคลในครอบครัว ☐ เพื่อนบ้าน/เพื่อนร่วมงาน
☐ เจ้าหน้าที่ทางราชการ ☐ เจ้าหน้าที่พัฒนาองค์การเอกชน
☐ อื่นๆ (ระบุ).....
5. สื่อทางการตลาดประเภทใดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด
☐ โฆษณาทางทีวี ☐ โฆษณาทางวิทยุ
☐ สื่อออนไลน์ ☐ นิตยสารสุขภาพ
☐ แผ่นพับ/ใบปลิว
- 6 เหตุผลแรกในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์
☐ นำมาบริโภค หรือใช้เอง ☐ นำไปเป็นของฝาก
☐ อื่นๆ.....
- 7 เหตุผลในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์
☐ เพื่อสุขภาพที่ดี ☐ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
☐ ตามกระแสสังคม/เพื่อนบ้าน ☐ ช่วยส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์
☐ มีความปลอดภัย ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ).....
8. แหล่งที่นิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์
☐ ร้านหน้าฟาร์มที่ทำการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์
☐ ซูเปอร์มาร์เก็ต
☐ ในงานแสดงสินค้าเกษตร

- () ร้านที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะ
 () ตลาดทั่วไป
 () ร้านค้าออนไลน์
9. ความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ เฉลี่ยเดือนละกี่ครั้ง
 () 1 ครั้ง () 2-4 ครั้ง
 () 5-7 ครั้ง () มากกว่า 7 ครั้ง
10. ช่วงวันที่ซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด
 () จันทร์ () อังคาร () พุธ () พฤหัสบดี
 () ศุกร์ () เสาร์ () อาทิตย์
11. สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ซื้อเป็นประจำมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 () ผักสด () ผลไม้สด () ข้าว () เนื้อสัตว์
 () ผลิตภัณฑ์นม () ไข่ () ชา กาแฟ () ถั่วและ ธัญพืช
 () สมุนไพร () สินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป () สินค้าอุปโภค
 () อื่นๆ (ระบุ).....
12. โดยเฉลี่ยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในแต่ละครั้งประมาณ.....บาท
13. ปัจจัยแรกในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์
 () มีสินค้าหลายชนิดให้เลือก () พิจารณาจากราคาสินค้า
 () พิจารณาจากความต้องการสินค้า () พิจารณาจากขนาดสินค้า
 () พิจารณาจากความแปลกใหม่ของสินค้า () พิจารณาจากคุณภาพของสินค้า
 () พิจารณาจากรายการส่งเสริมการขาย
14. รายการใดจำเป็นต่อลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด
 () เครื่องหมายรับรองคุณภาพ () เครื่องหมายรับรองกรรมวิธีการผลิต
 () แหล่งที่มา () ยี่ห้อ/ตราสินค้า
 () ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ () ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์
 () การแสดงราคา
15. ต้องการให้จัดกิจกรรมเสนอขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบใด
 () ให้มีการทดลองใช้/ชิมสินค้าฟรี () บริการให้ความรู้ คำแนะนำ
 () มีลด แลก แจก แถม () สาธิตการปรุงอาหาร /การใช้

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ท่านให้ความสำคัญมากที่สุดโดยมีระดับความสำคัญ

ระดับจากมากที่สุดจนถึงน้อยที่สุด

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. การมีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย					
2. สินค้าเกษตรอินทรีย์มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม					
3. การมีปริมาณสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ					
4. การที่สินค้าได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์					
5. การจัดทำในรูปแบบของที่ระลึกเพื่อนำไปเป็นของฝาก					
6. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
ปัจจัยด้านราคา					
1. ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และ บรรจุภัณฑ์					
2. การที่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้					
3. การมีป้ายบอกราคาสินค้าที่ชัดเจน					
4. การมีสินค้าหลายระดับราคาให้เลือก					
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
1. มีการจัดบูธตามสถานที่ต่างๆ					
2. มีร้านค้าเป็นหลักแหล่ง					
3. มีจำนวนร้านค้าเพียงพอ					
4. การที่ร้านอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก					
5. มีการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามตลาดสดทั่วไป					

ปัจจัย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ					
2. มีการรณรงค์ให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์					
3. มีการประชาสัมพันธ์สินค้าในโอกาสพิเศษ					
4. การจัดทำระบบสมาชิกเพื่อส่งข่าวสารให้ลูกค้าสำหรับเป็นข้อมูลในการซื้อครั้งต่อไป					
5. มีการจัดแสดงสินค้า และ การจัดนิทรรศการของตลาดสีเขียว และ เครือข่ายร้านกรีน					
6. มีการสร้างบรรยากาศในการจัดแสดงสินค้า เช่น การเปิดเพลงบรรยายถึงสินค้าขายดี แนะนำสินค้า เป็นต้น					
7. สามารถเลือกชำระเงินได้หลายรูปแบบทั้งเงินสดและบัตรเครดิต					
8. การบริการจัดทำชุดของขวัญเพื่อบริการลูกค้า					
9. ผู้ขายให้ความรู้และให้คำแนะนำในการเลือกซื้อสินค้า					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะทั่วไปและความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาพกิจกรรม

ลงพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เชิงลึก





รูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรอินทรีย์

อำเภอเมืองลำพูน



อำเภอทุ่งหัวช้าง



อำเภอแม่ทา



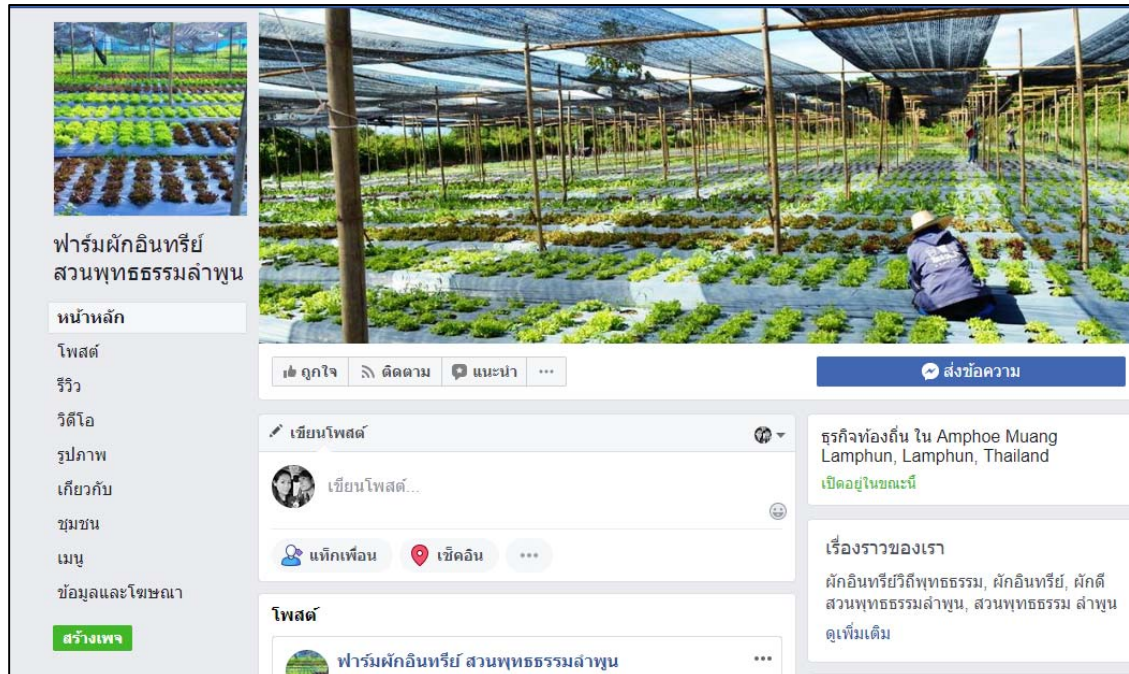


การสร้างแบรนด์หรือตราสินค้าเอง กลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่





การทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์



Organic Farm
TAPUNRAK

ทาบีนรักษ์
Workshop &
Farmstay
@TapunrakOrganicFarm

หน้าหลัก

- โพสต์
- รีวิว
- รูปภาพ
- ร้านค้า
- ชุมชน
- วิดีโอ
- เกี่ยวกับ
- ข้อมูลและโฆษณา

👍 ถูกใจแล้ว ▾ 📶 กำลังติดตาม ▾ 💬 แนะนำ ...

📧 ส่งข้อความ

โพสต์

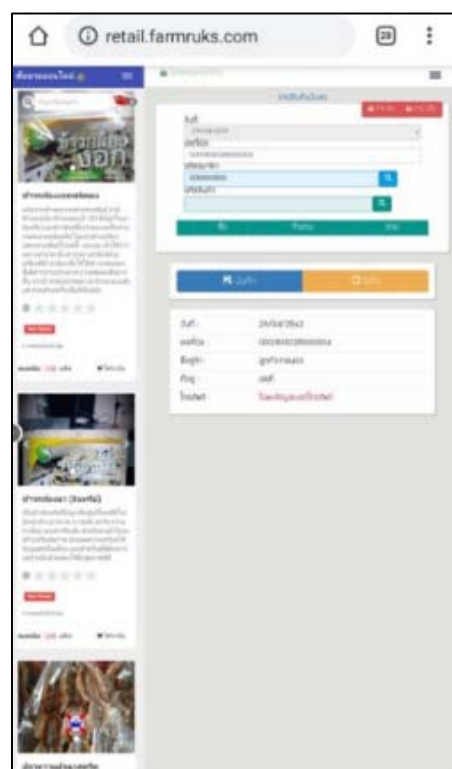
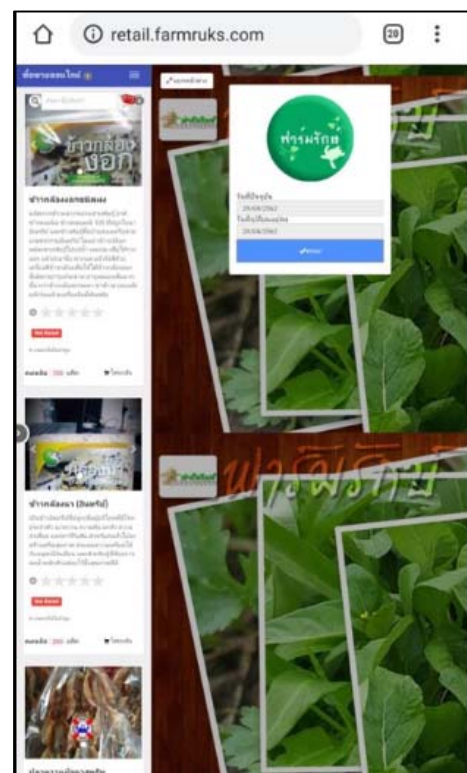
ทาบีนรักษ์ Workshop & Farmstay

เมื่อวานนี้ เวลา 12:35 น. · 🌐

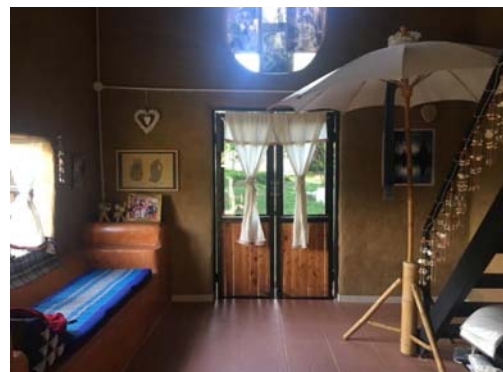
พืชชาเดลิเวอรี่จ้า 💙

ร้านจำหน่ายสินค้าออร์แกนิก ใน Mae Tha, Lamphun, Thailand
5.0 ★★★★★

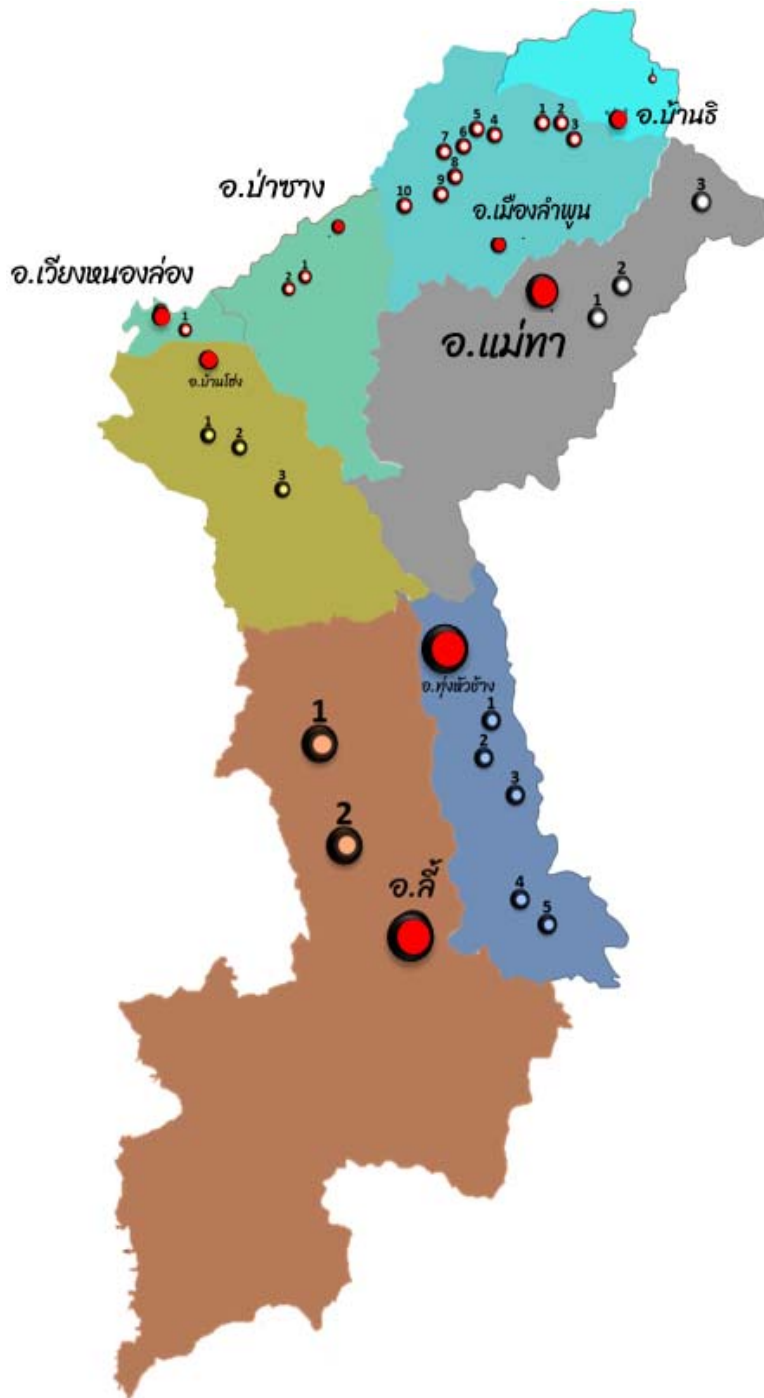
เกี่ยวกับ ทาบีนรักษ์ WORKSHOP &



การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์



แผนที่ตลาดอินทรีย์จังหวัดลำพูน



อำเภอเมืองลำพูน

1. สวนพุทธธรรมลำพูน
2. อนันต์ ชัยธรรม
3. อุษา วีระชะ
4. สวนรักษ์ดินหอม
5. อเนก โพธิ์พฤษ
6. สวนเพียรธรรม
7. สวนลำสะปัน
8. สวนสานรัก
9. โขงสาละวิน
10. กลุ่มข้าวแสนรัก ต.ป่าสัก

อำเภอบ้านธิ

1. สวัสดิ์ ไชยวรรณ

อำเภอแม่ทา

1. ภูดิน พรหมไม้
2. เครือข่ายแม่ทา SE
3. กลุ่มทาสร้างสุข

อำเภอป่าช้าง

1. บ้านไร่อิงตะวัน
2. สวนมูจลิน

อำเภอเวียงหนองล่อง

1. เกษตรธรรมชาติแสงจันทร์

อำเภอบ้านโฮ้ง

1. ครูหอม
2. ศูนย์เรียนรู้สมุนไพรบ้านสันตติบเต่า
3. ฟาร์มรักฟาร์มฝัน

อำเภอทุ่งหัวช้าง

1. ปวีณา แสนอินตะ
2. มนัส กายาเมา
3. สมควร มาจันทร์
4. สุพัฒน์ วงศ์ไชย
5. ตระการชัย ธรรมมานวงศ์

อำเภอลี้

1. สมัย แก้วภูศรี
2. ครูดี

แผนที่ตลาดอินทรีย์ในเขต อำเภอเมือง



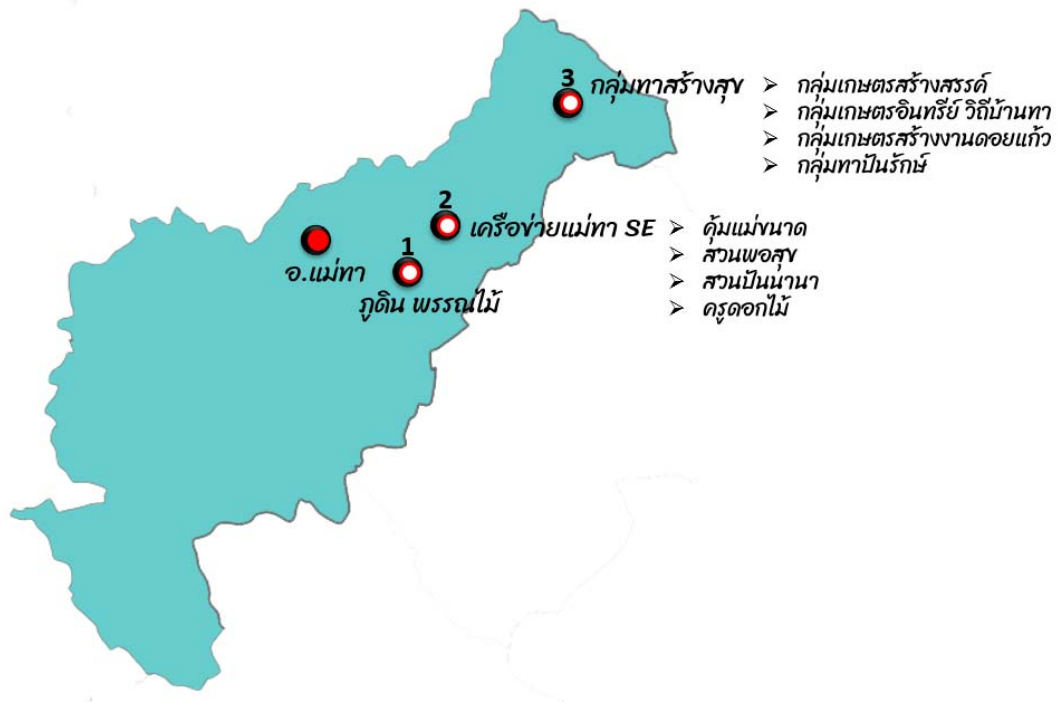
อำเภอเมืองลำพูน

1. สวนพุทธธรรมลำพูน
2. อนันต์ ชัยธรรม
3. อุษา วีระษะ
4. สวนรักษ์ดินหอม
5. อนนก โพธิพฤกษ์
6. สวนเพียรธรรม
7. สวนลำสะปุ่น
8. สวนสานรัก
9. โขงสาละวิน
10. กลุ่มข้าวแสนรัก ต.ป่าสัก

แผนที่ตลาดอินทรีย์ในเขต อำเภอบ้านธิ



แผนที่ตลาดอินทรีย์ในเขต อำเภอแม่ทา



แผนที่ตลาดอินทรีย์ในเขต อำเภอป่าซาง และอำเภอเวียงหนองล่อง



แผนที่ตลาดอินทรีย์ในเขต อำเภอบ้านโฮ้ง



แผนที่ตลาดอินทรีย์ในเขต อำเภอทุ่งหัวช้าง



แผนที่ตลาดอินทรีย์ในเขต อำเภอสี

