

บทคัดย่อ

โครงการวิจัย “ระบบตลาดที่เหมาะสมและสร้างโอกาสในการจัดการระบบอาหารบนฐานนิเวศน์วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น ตำบลปางมะผ้า อ.ปางมะผ้า จ.แม่ฮ่องสอน” มีคำถามหลักคือ “ระบบตลาดสินค้าเกษตรที่เหมาะสมและสร้างโอกาสในการจัดการระบบอาหารบนฐานนิเวศน์วัฒนธรรมของชุมชนตำบลปางมะผ้าควรเป็นเช่นไร” และมีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาบริบทที่เกี่ยวข้องและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดการระบบตลาดของชุมชนตำบลปางมะผ้า 2) เพื่อศึกษาแนวทางที่เอื้อต่อการจัดการระบบตลาดบนฐานนิเวศน์วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นตำบลปางมะผ้า 3) เพื่อศึกษาแนวทางและโอกาสในการจัดการตลาดสินค้าอาหารร่วมกับผู้ค้าบนคอยไคแลง ผลการศึกษาโดยสรุปมีดังนี้

1. สถานการณ์ด้านการผลิตพืช-สัตว์ ด้านพืช พบว่า พืชเศรษฐกิจหลักของตำบลปางมะผ้า ได้แก่ (1) ข้าวโพด มีพื้นที่เพาะปลูกรวมประมาณ 5,000 ไร่ ผลผลิตรวม 1,500,000-2,000,000 กิโลกรัม/ฤดูกาลผลิต (2) ถั่วแดงหลวง มีพื้นที่เพาะปลูกรวม 3,430 ไร่ ผลผลิตรวม 274,400 กิโลกรัม/ฤดูกาลผลิต (3) ถั่วดำ มีพื้นที่เพาะปลูกรวม 1,225 ไร่ ผลผลิตรวม 245,000 กิโลกรัม/ฤดูกาลผลิต (4) แตงไร้ มีพื้นที่เพาะปลูกรวม 450 ไร่ ผลผลิตรวม 450,000 กิโลกรัม/ ฤดูกาลผลิต (5) ถั่วลิสง มีพื้นที่เพาะปลูกรวม 100 ไร่ ผลผลิตรวม 25,000-30,000 กิโลกรัม (ฝักสด) (6) กาแฟ มีพื้นที่เพาะปลูกรวม 150 ไร่ ผลผลิตรวม 5,300 กิโลกรัม (สารกาแฟ) (7) ผลผลิตจากธรรมชาติที่สามารถเก็บข้อมูลได้มีเพียงหน่อไม้ ซึ่งแต่ละปีจะมีการนำผลผลิตออกไปขายประมาณ 40,000-50,000 กิโลกรัม และพบว่า ข้าวโพด ถั่วลิสง และถั่วแดงหลวง มีผลผลิตต่อไร่ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยเกือบครึ่ง เนื่องจากสภาพพื้นที่ไม่เอื้ออำนวย ดินเริ่มเสื่อม เพราะใช้ต่อเนื่องมานาน อีกทั้งในพื้นที่พืชไร่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรน้ำฝน ขาดน้ำในการเพาะปลูก แม่น้ำจะอยู่ลึก ต้องลงทุนสูงหากจะนำขึ้นมาใช้ ภูมิประเทศเป็นเขาหินปูนเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังประสบภัยเป็นประจำทั้งน้ำป่าไหลหลาก และแล้ง

การเลี้ยงสัตว์ พบว่า มีการเลี้ยงหมูพื้นเมือง (หมูดำ) ถึงร้อยละ 70 ของครัวเรือนทั้งหมด รวมประมาณ 4,516 ตัว เลี้ยงไก่ ร้อยละ 50 ของครัวเรือน รวมประมาณ 13,885 ตัว ส่วนวัว-ควาย (วัว 2,561 ตัว ควาย 1,188 ตัว) ไม่มีปัญหาเรื่องการตลาดแต่จะมีปัญหาเรื่องพื้นที่เลี้ยงสัตว์ ที่ลดลงเรื่อย ๆ เนื่องจากมีการปลูกพืชไร่เพิ่มขึ้น มีปัญหาถูกปรับเมื่อ วัว-ควาย เข้ากินพืชไร่

2. ช่องทางการตลาด พบว่า นอกจากการพึ่งพาตลาดใหญ่จากภายนอกแล้วชุมชนยังมีการจัดการระบบตลาดภายในที่หลากหลาย ได้แก่ (1) ตลาดชุมชน ที่มีสถานที่และแผงหรือร้านค้าชัดเจน มี 2 แห่ง คือ ตลาดชุมชนบ้านบ่อไคร้และจุดชมวิวน้ำตกข้าวหลาม ประเภทสินค้าได้แก่ ผลผลิตต่างๆ จากในไร่ ผลผลิตจากธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์งานฝีมืองานหัตถกรรมของชนเผ่า (2) ตลาดที่เชื่อมกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมี 2 แห่ง คือ บ้านจำโป้และบ้านแม่ละนา กิจกรรมหรือสินค้าที่สร้างรายได้ให้กับชุมชน เช่น การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร การจำหน่ายอาหาร การให้บริการที่พัก บริการนำเที่ยว ของฝากของที่ระลึก เป็นต้น (3) ตลาดนัด-เคลื่อนที่ (พ่อค้าเร่) ในพื้นที่มีผู้ที่ทำหน้าที่

รวบรวมผลผลิตนำไปขายตามตลาดนัดในที่ต่างๆ จำนวน 27 ราย ซึ่งเป็นระบบที่สร้างโอกาสและทางเลือกทางการตลาดให้กับชุมชนและเกษตรกร (4) ตลาดสุกร ในพื้นที่มีการค้าขายสุกร 2 รูปแบบ คือ การค้าเนื้อสุกรชำแหละมีผู้ที่ทำอาชีพนี้จำนวน 9 ราย ที่ทำต่อเนื่องทุกวันมี 1 รายที่บ้านปางคามเฉลี่ยวันละ 1 ตัวได้น้ำหนักเนื้อ 50-60 กิโลกรัม ที่ทำสัปดาห์ละประมาณ 2 ครั้งๆ ละ 1 ตัว ๆ ละประมาณ 30-60 กิโลกรัม มีจำนวน 8 ราย รวมน้ำหนักเนื้อสุกรที่ผู้ค้าทั้ง 9 รายทำการขายประมาณเดือนละ 4,530 กิโลกรัม นำไปขายบนคอกไคแลงประมาณ 1,650 กิโลกรัมโดยผู้ค้าที่เป็นคนบ้านปางคาม ผู้ค้าที่เหลืออีก 8 รายจำหน่ายในพื้นที่ประมาณ 2,880 กิโลกรัม และพ่อค้าลูกสุกรมีผู้ทำอาชีพนี้จำนวน 10 ราย ในรอบ 1 เดือนจะมีการซื้อขายลูกสุกรผ่านผู้ค้ากลุ่มนี้ประมาณ 700 ตัว (5) ตลาดข้ามแดนกับเพื่อนบ้าน ซึ่งมี 2 จุดคือคอกไคแลง และกลุ่มของว้า จากน้ำกั๊ด/ ตากแดด แต่จุดที่คนในชุมชนติดชายแดนได้ประโยชน์จากการค้าขายมากคือ ชุมชนบ้านไม้ล้านที่ทำการค้าขายกับกลุ่มว้า สินค้าที่กลุ่มว้าจากน้ำกั๊ดและตากแดดนำมาขายคือของป่า เช่น สัตว์ป่า ปลาจากธรรมชาติ ตะพานน้ำและดอกไม้กวาด สินค้าที่กลุ่มว้าซื้อจากบ้านไม้ล้าน เช่น ของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน สุกร เป็นต้น ส่วนบ้านปางคามที่เป็นทางผ่านขึ้นคอกไคแลงมีพ่อค้าเนื้อสุกร 1 รายที่ทำการชำแหละสุกรนำขึ้นไปขายบนคอกไคแลงวันละประมาณ 50 กิโลกรัม และมีคนที่บ้านปางคามขึ้นไปตั้งร้านขายของชำบนคอกไคแลงอีก 2 ราย

3. ศักยภาพและข้อจำกัดในการจัดการระบบตลาดของชุมชน พบว่า 3.1 **ศักยภาพของพื้นที่** ด้านการผลิต ในระบบการผลิตพืชยังมีพืชบางชนิดที่มีความได้เปรียบจากสภาพทางภูมิศาสตร์ เช่น กาแฟ ชา และไม้ผลเมืองหนาว เพราะหลายชุมชนในตำบลปางมะผ้ามีลักษณะเป็นพื้นที่ที่มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางระหว่าง 800-1,000 เมตร เหมาะกับการเพาะปลูกพืชดังกล่าว และด้วยลักษณะดินที่เป็นหินปูนเขตภูเขาไฟเก่าทำให้มีธาตุฟอสเฟตในดินสูง จึงทำให้พืชที่ปลูกงอกงามและมีรสชาติดี เช่น ถั่วลิสงที่ปลูกในพื้นที่จะมีรสชาติดีกว่าที่อื่นเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการแปรรูปและผู้บริโภค ระบบการเลี้ยงสัตว์ของชุมชนหากพัฒนาต่อสามารถทำเป็นอาชีพที่มั่นคงให้กับชุมชนได้ เพราะวิถีชีวิตของชุมชนผูกพันกับสัตว์ทั้งเพื่อเป็นอาหารและใช้ในพิธีกรรมต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มของพี่น้องลาหู่ ด้านการตลาด ชุมชนมีโอกาสดำเนินการค้ากับเพื่อนบ้านทั้งกลุ่มของว้าและไทใหญ่ ข้อมูลจากการศึกษาความต้องการอาหารบนคอกไคแลง พบว่า มีการนำเข้าสินค้าทั้งพืชผักและเนื้อสัตว์มีมูลค่าประมาณ 60 ล้านบาท/ปี และสินค้าบางรายการสามารถผลิตในชุมชนได้ เช่น เนื้อสุกรและผักบางชนิดที่ใช้น้ำน้อยหรือพืชผักพื้นบ้าน เป็นต้น โอกาสทางการตลาดอีกด้านคือ ตลาดชุมชนและตลาดเร่ที่คนในชุมชนดำเนินการเอง หากมีการวางแผนการตลาดร่วมกับผู้ผลิต และกำหนดราคาที่เป็นธรรมร่วมกันจะสามารถกระจายผลผลิตและแก้ปัญหาการผลิตพืชเชิงเดี่ยวที่ผลิตจนล้นตลาดและมีปัญหาเรื่องราคาในปัจจุบันได้ 3.2 **ข้อจำกัดของพื้นที่** ด้านการผลิต เกษตรกรยังขาดการวิเคราะห์และใช้ข้อมูลในการวางแผนการผลิตที่สอดคล้องกับระบบตลาด และหน่วยงานที่รับผิดชอบเองก็ยังไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างเป็นระบบ ขาดการบูรณาการที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงระบบโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเช่น ระบบน้ำและแหล่งน้ำเพื่อการเกษตรก็ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สรุปคือถ้าจะแก้ปัญหาเรื่องระบบการ

ผลิตในภาคเกษตรทุกภาคส่วนต้องให้ความสำคัญกับการบูรณาการในทุกเรื่องอย่างจริงจัง ด้านการตลาด ผู้ค้าและเกษตรกรยังขาดการวางแผนการจัดการร่วมกันทั้งระบบ จึงทำให้บางช่วงเกิดการขาดแคลนสินค้าที่ต้องการและบางช่วงก็เกิดภาวะสินค้าล้นตลาดทำให้ราคาตก และเกษตรกรทำหน้าที่เพียงผลิตและขายเป็นวัตถุดิบจึงไม่สามารถเพิ่มมูลค่าของผลผลิตได้ การแก้ไขควรศึกษาผลผลิตที่มีศักยภาพและเพิ่มมูลค่าให้เหมาะสมกับประเภทของผลผลิตนั้นๆ

4. แนวทางที่เอื้อต่อการจัดการระบบตลาดของชุมชน (1) ต้องมีการวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบโดยต้องมองให้ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่การผลิต (2) ลดต้นทุนการผลิตโดยศึกษาคุณภาพดินและมีการเติมธาตุอาหารที่เหมาะสมด้วยวิธีธรรมชาติ หรือนำเทคนิคและเทคโนโลยีทางการเกษตรที่เหมาะสมมาใช้ เลือกชนิดพืชและการเก็บกักพันธุ์ที่มีคุณภาพเพื่อใช้ในการเพาะปลูก (3) เพิ่มมูลค่าผลผลิต โดยการนำมาแปรรูปหรือนำมาใช้หมุนเวียนในการผลิตให้ครบวงจร เช่นนำข้าวโพดมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอาหารสัตว์ (4) การเพาะขยายพันธุ์และปลูกเพิ่มพืชท้องถิ่นหรือพืชผักพื้นบ้านทดแทนธรรมชาติหรือปลูกเพิ่มในพื้นที่ป่า

5. สรุปผลการดำเนินงานทดลองการจัดการ “ผลิตและตลาดหมูดำ” การเลี้ยงสัตว์ในพื้นที่ตำบลปางมะผ้า มีความเหมาะสมกับพื้นที่ เพราะใช้น้ำน้อย ใช้พื้นที่น้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “หมูดำ” เป็นสัตว์ที่มีศักยภาพสูง เพราะตลาดมีความต้องการทั้งปี ส่วนใหญ่ จะใช้ในพิธีกรรมของ ลาหู่ ที่ใช้ในวิถีวัฒนธรรมและพิธีกรรมทั้งที่เป็นมงคล (ปีใหม่ลาหู่ แต่งงาน ขึ้นบ้านใหม่ ฯลฯ) และ ในการขอมาสังสรรค์สิทธิ์ เลี้ยงผี สะเดาะเคราะห์ เป็นต้น ระบบการเลี้ยง หรือการผลิต จึงเป็นการจัดการร่วมสำคัญ เพราะด้านการตลาดไม่ค่อยมีปัญหา (ผลิตไม่พอจำหน่าย) ส่วนผลกระทบด้านกลิ่น น้ำเสีย ชาวบ้านมีประสบการณ์เลี้ยงแบบคอกรวมของหมู่บ้านอยู่แล้ว ที่บ้านบ่อไคร้ จาโบ้ และแม่ละนา เนื่องจากเป็นหมู่บ้านที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้นทีมวิจัยได้ร่วมกันออกแบบและทดลองปฏิบัติเพื่อยกระดับการจัดการระบบการผลิตหมูดำแบบครบวงจร ในระยะที่ 2 ของโครงการ ดังนี้ (1) การปรับปรุงพันธุ์เพื่อให้ได้สายพันธุ์ที่มีความแข็งแรงและเพิ่มเปอร์เซ็นต์เนื้อแดง (2) การคัดพันธุ์จากพันธุ์พื้นเมืองที่มีการเลี้ยงอยู่ในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง (3) การเปลี่ยนพันธุ์โดยนำ “หมูดำเชียงใหม่” มาเลี้ยงเพื่อเป็นพ่อพันธุ์-แม่พันธุ์ใหม่ ทีมวิจัยได้ทดลองนำลูกหมูจากสถานีวิจัยทดสอบพันธุ์สัตว์แม่ฮ่องสอนมา (4) การปรับปรุงระบบการเลี้ยง ทีมวิจัยได้ใช้ข้อมูลทางวิชาการจากเจ้าหน้าที่สัตวบาลสำนักงานปศุสัตว์อำเภอปางมะผ้า

นอกจากนี้ ทีมวิจัยยังใช้เครื่องมือ “แผนธุรกิจชุมชน” (CANVAS) เพื่อให้เกิดความชัดเจนร่วมกัน ในการแผนธุรกิจการผลิตสุกรครบวงจร โดยได้ร่วมวิเคราะห์องค์ประกอบทั้ง 9 ข้อ ได้แก่ (1) Value Propositions (คุณค่าของสินค้า หรือจุดขาย จุดแข็ง) (2) Customer Relationships (ความสัมพันธ์ต่อลูกค้า) (3) Customer Segments (กลุ่มลูกค้า) (4) Channels (การสื่อสารการตลาด) (5) Key Resources (ปัจจัยการผลิตที่ต้องใช้) (6) Revenue Streams (ที่มาของรายได้) (7) Key Activities (กิจกรรมสำคัญ) (8) Cost Structure (ต้นทุน/ ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้) และ (9) Key Partners (พันธมิตร) โดยเชื่อมกับผู้ทรงคุณวุฒิ

จากภายนอก มาร่วมวิเคราะห์แผน เดิมความรู้ และนำไปทดลองปฏิบัติ ในการเชื่อมงานกับภาคี เพื่อรับการสนับสนุนธุรกิจเพิ่มเติม และเอื้อต่อการดำเนินงานต่อเนื่อง จำนวน 5 ภาคี คือ สภาองค์กรชุมชนตำบลปางมะผ้าในการจัดทำแผนแม่บทชุมชน สสส. (งานตำบลสุขภาวะ) สำรวจพื้นที่ทำกิน อบต. (แผนงานส่งเสริมอาชีพ และแผนงานด้านทรัพยากร) สมาคมฟื้นฟู สนับสนุนงบประมาณ และผู้ทรงคุณวุฒิ การดำเนินงานสามารถร้อยผู้นำจากชุมชนต่างๆให้เข้ามาในวงได้ประมาณ 55 คน และคนรุ่นใหม่ที่เขาเข้าร่วมเรียนรู้จำนวน 80 คน

6. แนวทางการทำงานต่อเนื่องหลังสิ้นสุดโครงการ การดำเนินการต่อเนื่องเป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะด้วยข้อจำกัดในเรื่องเวลา ทำให้หลายกิจกรรมที่ทีมวิจัยต้องการทดสอบทดลองเพื่อแสวงหาทางเลือกหรือความรู้ที่เหมาะสมนั้นยังไม่สามารถสรุปผลได้ เพื่อให้การทำงานยังคงดำเนินต่อไปได้ ทีมวิจัยได้ประสานความร่วมมือกับสำนักงานปศุสัตว์อำเภอปางมะผ้าเพื่อเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำและสนับสนุนการทำงานของชุมชนต่อไป โดยสำนักงานปศุสัตว์อำเภอได้เลือกชุมชนบ้านบ่อไคร้เป็นพื้นที่เป้าหมายในโครงการผลิตหมูชีวภาพ และจะทำการขยายผลต่อไปยังชุมชนอื่นในอนาคต ซึ่งการสนับสนุนการดำเนินงานจำเป็นจะต้องทำให้ครบตั้งแต่ความรู้ทางวิชาการ พันธุ์และปัจจัยการผลิตที่จำเป็น ไปจนถึงการรับรองมาตรฐานการผลิตและระบบตลาดรองรับ