# บทที่ 6
# การพัฒนาศักยภาพกลุ่มเกษตรกร

การวิจัยได้ศึกษาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในประชาคมอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ทั้งหมด 20 กลุ่มเกษตรกร ในจังหวัดเชียงใหม่ อาศัยการวิเคราะห์และประเมินผลโดยใช้แบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter และแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีปัจจัยส่งเสริมและท้าทายสู่ความเป็นเลิศต่อการพัฒนากลุ่มเกษตรกรทั้ง 9 ด้าน ซึ่งแบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter ประกอบไปด้วย 1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition) 2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition) 3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries) 4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry) 5) รัฐบาล (Government) และ 6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance) จากนั้นนำไปจัดทำการจัดการความรู้ (KM) และประเมินมูลค่าเพิ่มของโครงการ ผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังนี้

**6.1 การศึกษาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกร**

6.1.1 กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกกลุ่มจำนวน 40 กว่าครัวเรือน โดยจะทำการเกษตรแบบผสมผสานในพื้นที่ของตนเอง แบ่งเป็นกลุ่มเลี้ยงปลา จำนวนสมาชิก 40-50 คน และกลุ่มแปรรูปปลาแดดเดียว/ปลาส้ม จำนวนสมาชิก 10-20 คน ในกลุ่มมีสมาชิกที่มีทักษะความชำนาญในด้านการทำเกษตรในระบบอินทรีย์ และมีสมาชิกในกลุ่มอีก 12 ราย ที่ทำการเกษตรอินทรีย์และได้รับมาตรฐานการปฏิบัติทางการประมงที่ดี (Good Agriculture Practice,GAP) หรือ safety level (GAP) กลุ่มเกษตรกรไม่มีต้นทุนด้านแรงงาน เนื่องจากจะเลี้ยงปลาและดูแลกันเองในแต่ละครัวเรือน ส่วนต้นทุนในด้านการจัดการของกลุ่มเกษตรกร ได้แก่ (1) ค่าวัตถุดิบ ประมาณ 5,500 บาท (2) ค่าถุงบรรจุภัณฑ์ ถุงละ 10 บาท และ (3) ค่าสติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า ดวงละ 5 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินเหนียว ซึ่งสามารถเพาะปลูกพืชได้ทุกชนิด และพื้นที่กลุ่มเกษตรกรใกล้กับแหล่งน้ำ (แม่น้ำแม่กวง และแม่น้ำปิง) ดังนั้น สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร และมีน้ำเพียงพอต่อการทำการเกษตร

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรมีสมาชิกที่เชี่ยวชาญในด้านการผลิต การตลาด และการแปรรูป และยังมีสมาชิกกลุ่มที่เป็นอาสาสมัครด้านการแปรรูปสินค้าเกษตรในชุมชน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เคยให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมด้านความรู้ ด้านการผลิต การเลี้ยงปลาในระบบอินทรีย์ และการดูแลระบบการเลี้ยงปลา จาก กรมวิชาการเกษตร สำนักงานประมงจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเทศบาลตำบลชมภู

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานใด ๆ

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนขนส่งสินค้าที่สะดวก ระบบสื่อสารมีทั้งระบบอินเตอร์เน็ตและสัญญาณโทรศัพท์ ที่สามารถใช้ได้ในพื้นที่กลุ่มเกษตรกร และมี webpage ของกลุ่มเกษตรกร ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกพื้นที่ คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี สภาวะแวดล้อมดี และบริเวณใกล้เคียงกลุ่มเกษตรกรส่วนมากจะทำเกษตรอินทรีย์

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (ปลานิลแดดเดียวและปลานิลส้ม) ของกลุ่มเกษตรกร จะขายส่งแก่มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทั้งหมด ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตรมีคุณภาพที่สูง ปลอดภัย สะอาด และมีรสชาติที่ดี มีการบรรจุภัณฑ์แบบสูญญากาศ การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) การซื้อขายจะจ่ายเป็นเงินสดให้แก่เกษตรกรทันทีที่ได้รับสินค้า

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มลูกค้าประจำรายใหญ่ โดยอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ทางกลุ่มไม่สามารถผลิตให้ได้จำนวนมากตามความต้องการของตลาด เนื่องจากทางกลุ่มยังไม่สามารถควบคุมปริมาณสินค้าในแต่ละรอบการผลิตได้ เพราะกลุ่มเกษตรกรใช้การเลี้ยงแบบอินทรีย์ทั้งหมด ปลาจึงเจริญเติบโตตามธรรมชาติ น้ำหนักและขนาดจึงไม่แน่นอน

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) เกษตรกรจะขนส่งสินค้าเกษตร (ปลานิลแดดเดียวและปลานิลส้ม) ให้ลูกค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) มีเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ เพราะผู้บริโภคปัจจุบันหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น และสินค้าของกลุ่มมีความน่าเชื่อถือ

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรมีตลาดเฉพาะ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรต้องการพัฒนาในด้านการตลาด และการพัฒนาตัวสินค้าเกษตรให้เป็นที่ต้องการของตลาดในทุกเพศทุกวัย รวมไปถึงการแปรรูปสินค้าสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าให้หลากหลาย ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในประเด็นนี้

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือกรมวิชาการเกษตร สำนักงานประมงจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเทศบาลตำบลชมภู

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีเหตุสุดวิสัย หรือโอกาสใด ๆ

6.1.2 กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโบ้ ตำบลชมภู อำเภอสารภี

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

ผู้นำกลุ่มคือ นายอธิคม วรรณเวก ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตลำไยจัมโบ้ และเป็นผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่เกษตรกรผู้ปลูกลำไยในชุมชน ปัจจุบันสมาชิกกลุ่มเริ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทางกลุ่มเกษตรกรไม่มีต้นทุนด้านแรงงาน เนื่องจากเพาะปลูกและดูแลกันเองในแต่ละครัวเรือน ส่วนต้นทุนในด้านการจัดการ ได้แก่ ค่าสูบน้ำ สัปดาห์ละ 200 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินเหนียว ซึ่งเหมาะสมกับการปลูกลำไย และพื้นที่กลุ่มเกษตรกรใกล้กับแหล่งน้ำ (แม่น้ำแม่กวง และแม่น้ำปิง) ดังนั้น สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร และมีน้ำเพียงพอต่อการทำการเกษตร

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรมีสมาชิกที่เชี่ยวชาญด้านการผลิต ในเรื่อง การลดต้นทุนการผลิต และการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร (ลำไย) อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิตแก่ชุมชนเกษตรกรอื่นนอกพื้นที่ ส่วนหน่วยงานที่เคยให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มในเรื่อง การผลิต โดยเฉพาะการผลิตสินค้าเกษตรในระบบอินทรีย์ จาก สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และกรมการพัฒนาชุมชน ส่วนด้านการเงิน/บัญชี ในเรื่องการทำบัญชีครัวเรือน จาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.)

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรเคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาล ประมาณร้อยละ 20 และทุนของตนเอง ร้อยละ 80

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนเพื่อขนส่งสินค้าที่สะดวก ระบบสื่อสารมีทั้งระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ที่สามารถใช้ได้ในพื้นที่กลุ่มเกษตรกร ซึ่งทางกลุ่มมี

การติดต่อกันผ่านทาง line และ facebook ด้วย ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกพื้นที่ คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี และมีทรัพยากรในการผลิตที่สมบูรณ์

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (ลำไยจัมโบ้) ของกลุ่มเกษตรกร จะมีทั้งการขายส่งและขายปลีก ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตรจะมีการคัดเกรดและคุณภาพโดยผู้ซื้อ การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) การซื้อขายจะใช้วิธีการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า (แบบ pre-order) จ่ายเงินก่อนส่งสินค้าไปให้ผู้บริโภค

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลางรายใหญ่ โดยอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนความรู้และความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่จะทราบจากสื่อออนไลน์

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) เกษตรกรจะจัดส่งสินค้าเกษตร (ลำไยจัมโบ้) ให้ลูกค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) สินค้าเกษตรของกลุ่มจะเน้นการผลิตที่มีคุณภาพ มาตรฐานของสินค้า (ปลอดภัย) และรสชาติของลำไยที่อร่อย

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรมีลูกค้าประจำ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร กลุ่มเกษตรกรต้องการแก้ไขปัญหา เรื่อง ราคาลำไยที่ตกต่ำ ต้องการรวมกลุ่มเพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองราคาสินค้า และสร้างกลุ่มให้มีประสิทธิภาพและมี

ความยั่งยืน ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) สินค้าเกษตร (ลำไย) มีการแข่งขันในตลาดสูง

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือจากสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กรมการพัฒนาชุมชน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.)

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรได้รับผลกระทบเรื่องราคาผลผลิตที่ตกต่ำ และการแข่งขันของสินค้าที่สูง เช่น การเข้ามาของลำไยพันธุ์อื่นจากจันทบุรีที่มีคุณภาพมากกว่า ทำให้ราคาตลาดของลำไยในพื้นที่ตกต่ำลง

6.1.3 กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไย ตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกทั้งหมด 47 ครัวเรือน ในกลุ่มมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการเพาะปลูก การดูแล และการเก็บเกี่ยวผลผลิต (ลำไย) ส่วนต้นทุนด้านแรงงานจะมีค่าจ้างแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิต แบ่งเป็นค่าแรงงานเก็บลำไย วันละ 200 บาท/คน และค่าแรงงานขึ้นเก็บลำไยจากต้น วันละ 500 บาท/คน และต้นทุนในด้านการจัดการของกลุ่มเกษตรกร ได้แก่ (1) ไม้ค้ำต้นลำไย จำนวน 50 เล่ม เล่มละ 25 บาท รวมทั้งหมด 1,250 บาท (2) ปุ๋ยเคมี 5,000 บาท/รอบการผลิต (3) ฮอร์โมน 1,600 บาท/รอบการผลิต และ (4) ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ประมาณ 5,000 บาท/ปี

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินดำเหนียว ซึ่งเหมาะสมแก่การเพาะปลูกลำไย และมีแหล่งน้ำแหล่งน้ำธรรมชาติใกล้พื้นที่เพาะปลูก ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร โดยเฉพาะลำไย และมีน้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูกพืช

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรมีสมาชิกที่เชี่ยวชาญในด้านการผลิต การเพาะปลูก การดูแลและการเก็บผลผลิต (ลำไย) และยังมีหน่วยงานที่เคยให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรในด้านการผลิต ประเด็น การเพาะปลูกลำไยพันธุ์อีดอ จาก มหาวิทยาลัยแม่โจ้เชียงใหม่ และด้านการเงิน/บัญชี การทำบัญชีครัวเรือน จาก กรมพัฒนาชุมชน จังหวัดเชียงใหม่

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานใด ๆ

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนขนส่งสินค้าที่สะดวก ระบบสื่อสารมีระบบอินเตอร์เน็ตในบางพื้นที่ และสัญญาณโทรศัพท์ครอบคลุมทั้งชุมชน ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกพื้นที่ คุณภาพชีวิตของประชาชนและเกษตรกรในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (ลำไย) ของกลุ่มเกษตรกร จะขายส่งแก่พ่อค้าคนกลางทั้งหมด ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตรจะขายตามราคาเกรดของลูกลำไย ซึ่งราคาจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามกลไกของตลาด โดยการแบ่งเกรดลูกลำไยจะแบ่งโดยใช้เครื่องร่อนลำไย ตามเกรด AA/A/B และ C การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) การซื้อขายจะจ่ายเป็นเงินสดให้แก่เกษตรกรทันที

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรมีความต้องการในระดับชุมชน โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลางรายใหญ่ผ่านโรงงานรับซื้อลำไย โดยอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้นกว่าปี 2559 เพราะสินค้าเกษตรมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) เกษตรกรจะขนส่งสินค้าเกษตร (ลำไย) ไปขายด้วยตนเอง โดยรถยนต์ ส่วนอิทธิพลและ

ปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ โรงงานรับซื้อลำไยมีความต้องการสินค้าเกษตรในปริมาณที่มาก

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรทำในระดับชุมชน

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรต้องการพัฒนาความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิต และเป้าหมายบุคลากร คือ สมาชิกในกลุ่มเกษตรกรยังต้องการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งด้านการพัฒนาการผลิต การพัฒนาด้านการตลาด และการรักษามาตรฐานสินค้า จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในประเด็นนี้

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มได้รับความช่วยเหลือด้านความรู้จาก มหาวิทยาลัยแม่โจ้เชียงใหม่ และกรมพัฒนาชุมชน จังหวัดเชียงใหม่

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรมักได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติในเรื่องของภัยแล้ง และน้ำท่วม ทำให้ได้ผลผลิตที่ลดลง คุณภาพของสินค้าที่แย่ลง

6.1.4 กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอหางดง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกทั้งหมด 10 คน ซึ่งสมาชิกทุกคนมีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตสินค้าเกษตรจากประสบการณ์ ในด้านต้นทุนแรงงาน ได้แก่ (1) ค่าแรงงานปลูกข้าว ปีละ 800,000 บาท/กลุ่ม เฉลี่ยค่าแรงต่อวัน คนละ 200 บาท (2) ค่ารถไถ ไร่ละ 1,000 บาท (3) ค่าปลูก ไร่ละ 1,300 บาท (4) ค่าเกี่ยว ไร่ละ 1,200 บาท (5) ค่าตี ไร่ละ 600 บาท (6) มูลวัว ไร่ละ 500 บาท และ (7) กากน้ำตาล ไร่ละ 500 บาท ส่วนต้นทุนในด้านการจัดการ ค่าใช้จ่ายทั้งหมดประมาณครึ่งหนึ่งของรายรับที่เกษตรกรได้รับต่อปี และภาษีที่ดิน/ภาษีโรงเรือน ปีละ 65 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินเหนียว และดินร่วนปนทราย ซึ่งเหมาะสมกับการเพาะปลูกพืช โดยเฉพาะข้าว ถั่วเหลือง ลำไย และผัก พื้นที่กลุ่มเกษตรกรมีแหล่งน้ำ คือ ชลประทานแม่แตงและบ่อน้ำตื้น ดังนั้น สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร มีพื้นที่กว้างขวาง และมีน้ำเพียงพอต่อการทำการเกษตร

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

สมาชิกในกลุ่มมีความเชี่ยวชาญในทุกด้านการผลิต สามารถปลูกพืชได้หลากหลาย เช่น ข้าว ถั่วเหลือง และผักสวนครัว อีกทั้งยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิต และการทำน้ำหมัก ปุ๋ยหมัก ให้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแก้ว และเทศบาลตำบลหนองแก้ว และความรู้การขึ้นแปลงเกษตร การทำโรงเรือน เทคนิคในการขายผัก และวิธีการทำขนมข้าวก่ำต้มจำหน่าย ให้แก่คนในชุมชน และเป็นวิทยากร เรื่อง การใช้เชื้อชีวินทรีย์ ให้แก่ผู้อื่นที่สนใจ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้ เรื่อง การผลิต การทำปุ๋ยหมัก น้ำหมัก น้ำส้มควันไม้ และการผลิตเชื้อ จากเทศบาลตำบลน้ำแพร่พัฒนา ศูนย์เรียนรู้เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ (เรื่อง การวิเคราะห์ดิน และการผลิตดินจากสารเร่ง) ศูนย์จัดการศัตรูพืช มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สำนักงานเกษตรอำเภอหางดง ศูนย์ชีวินทรีย์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ส่วนด้านการตลาด จาก มูลนิธิสายใยแผ่นดิน มูลนิธิศึกษาพัฒนาชนบท และองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ทา และด้านการเงิน/บัญชี ในเรื่อง การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย จากสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาล

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนขนส่งสินค้าที่สะดวก ระบบสื่อสารมีทั้งระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ที่ครอบคลุมทั้งพื้นที่ ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกพื้นที่ คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี และมีทรัพยากรในการผลิตที่สมบูรณ์

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (ข้าว) ของกลุ่มเกษตรกรจะขายส่ง ร้อยละ 80 และขายปลีก ร้อยละ 20 ซึ่งจากการผลิตทั้งหมด 3 ไร่ โดยจะนำขาย 2 ไร่ 1 งาน ผลผลิตอีก 3 งาน เกษตรกรจะ

เก็บไว้รับประทานเอง ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตร (ข้าว) แบ่งขายเป็น 2 ประเภท คือ (1) ข้าวที่สีแล้ว เป็นข้าวผสม (มีชนิดอื่นปนมาด้วย) ขายตามคุณภาพและราคาตามกลไกของตลาด และ (2) ข้าวเปลือก มี 2 เกรด คือ ข้าวเปลือกเต็มเมล็ด ขายกิโลกรัมละ 15.5 บาท และข้าวเปลือกไม่เต็มเมล็ด (ข้าวลีบ) ซึ่งราคาจะลดลงตามราคาที่โรงงานรับซื้อ การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) การซื้อขายจะมีผู้ซื้อจะมีคำสั่งซื้อมาก่อน พร้อมทำสัญญาการซื้อขายไม่ต่ำกว่า 100 กิโลกรัม จ่ายเงินทั้งหมดให้แก่เกษตรกร หรือผู้ซื้อสั่งจองที่ตลาดกลาง

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง (สหกรณ์) และขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคทั่วไป โดยอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ ส่วนความรู้และความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของเกษตรกรส่วนใหญ่จะทราบจากคำบอกกล่าวของคนที่เคยซื้อมาก่อน และจากการประชาสัมพันธ์ของเกษตรกรเอง

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อจะเดินทางเข้ามาซื้อขายสินค้าเกษตรที่ฟาร์ม ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) สินค้าเกษตรของกลุ่มมีคุณภาพที่ดีอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ซื้อมั่นใจและศรัทธาในตัวสินค้า จึงทำให้ความต้องการของสินค้ามีอยู่เรื่อย ๆ ทั้งลูกค้าประจำและลูกค้ารายใหม่ที่เข้ามา

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

เกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรเป็นฟาร์มขนาดเล็ก ซึ่งเน้นคุณภาพสินค้าเป็นสำคัญ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรต้องการขยายเครือข่ายการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ให้กว้างขวางขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถบริโภคข้าวอินทรีย์ที่มีคุณภาพดี ในราคาที่ไม่สูงมาก ส่วนเป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรต้องการให้สมาชิกกลุ่มมีจิตใจที่เข้มแข็ง มุ่งมั่นในอุดมการณ์ของตน และหมั่นใฝ่หาความรู้เพื่อพัฒนาสินค้าเกษตรของตนอยู่เสมอ ส่วนการแข่งขัน

ภายในประเทศ (Domestic rivalry) การแข่งขันเริ่มสูงขึ้น เพราะเกิดกลุ่มในลักษณะเดียวกันเพิ่มมากขึ้น และมีสินค้าของกลุ่มในลักษณะเดียวกัน

5) รัฐบาล (Government)

เทศบาลตำบลน้ำแพร่พัฒนามีโครงการที่ช่วยสนับสนุนด้านการผลิตและการตลาด การอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกร และอุดหนุนงบประมาณในเทศบัญญัติ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานอื่น ๆ ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์จัดการศัตรูพืช มหาวิทยาลัยแม่โจ้ สำนักงานเกษตรอำเภอหางดง ศูนย์ชีวินทรีย์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มูลนิธิสายใยแผ่นดิน มูลนิธิศึกษาพัฒนาชนบท และองค์การบริหารส่วนตำบลแม่ทา และสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีเหตุสุดวิสัย หรือโอกาสใด ๆ

6.1.5 เกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

เกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง ทำเป็นธุรกิจในครัวเรือน มีสมาชิกทั้งหมดจำนวน 4 คน โดยสมาชิกจะมีทักษะและความชำนาญต่าง ๆ ดังนี้ (1) คุณสาธิต วงค์ศรีวิลัย มีทักษะความชำนาญในด้านการผลิต การเพาะปลูก การดูแล และการเก็บเกี่ยวผลผลิต และ (2) คุณณัฐนิช กิตยานุรักษ์ มีทักษะความชำนาญในด้านการตลาดและการออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่วนต้นทุนในการดำเนินงานทางการเกษตร ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต โดยจะมีค่าจ้างแรงงาน วันละ 300 บาท/คน ทั้งชายและหญิง (ตัดแต่งกิ่งทุกวัน) และกลุ่มเกษตรกรมีต้นทุนในด้านการจัดการ ดังนี้ (1) ค่าพันธุ์พืช 6,480 บาท (2)โรงเรือน จำนวน 3 โรง คิดเป็นเงินทั้งหมด 450,000 บาท (3) ปุ๋ย AB เดือนละ 5,000 บาท และ (4) ค่าใช่จ่ายอื่น ๆ ประมาณเดือนละ 10,000 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

เกษตรกรทำการเกษตรในระบบไฮโดรโปนิค ใช้ระบบน้ำหยดในการเพาะปลูกเมล่อน และแหล่งน้ำที่ใช้ในการเกษตรมาจากน้ำบาดาล มีถังเก็บน้ำ และถังพักน้ำ จำนวน

3 ถัง ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร (เมล่อน)

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์สินค้า และการเงินการบัญชี เรื่อง การจัดทำบัญชีครัวเรือน นอกจากนี้เกษตรกรยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ที่สนใจเข้ามาศึกษาเรียนรู้ในด้านการผลิต และยังมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรในการพัฒนาด้านการผลิตในระบบอินทรีย์ จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงาน

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนหนทางที่สะดวกต่อการขนส่ง ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ตและสัญญาณโทรศัพท์ที่สามารถใช้ได้ในพื้นที่กลุ่มเกษตรกร โดยกลุ่มเกษตรกรได้มีการจัดทำ facebook ในชื่อ Charinphan.Melon.Garden และID line คือ @Charinphan.Melon เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ และขายสินค้าเกษตร (เมล่อน) ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกหมู่บ้าน คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (เมล่อน) จะขายปลีกทั้งหมด โดยจะแบ่งเป็น ขายทางอินเตอร์เน็ต ร้อยละ 50 และขายหน้าฟาร์ม ร้อยละ 50 ส่วนน้ำเมล่อนสกัดเย็น จะทำขายร้อยละ 10 ของผลผลิตทั้งหมด ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) การซื้อขายจะแบ่งตามเกรด คือ (1) เกรด A น้ำหนัก 1.3 กิโลกรัม จะขายส่งในราคากิโลกรัมละ 50-60 บาท ปลีกในราคากิโลกรัมละ 100 บาท (2) เกรด B เล็ก ขายส่งในราคากิโลกรัมละ 45 บาท และขายปลีกในราคากิโลกรัมละ 65 บาท การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ ผู้ซื้อจะต้องโอนเงินค่าสินค้าให้แก่เกษตรกรล่วงหน้า และเกษตรกรถึงจะจัดส่งสินค้าเกษตรให้ในวันถัดไป

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มลูกค้าประจำหน้าฟาร์มและกลุ่มลูกค้าใน Facebook และ webpage ของฟาร์มเกษตรกร ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในต่างประเทศมีความต้องการเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ทางเกษตรกรยังไม่สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มาก เพราะการเพาะปลูกจะเน้นคุณภาพที่สูง จึงต้องปลูกในปริมาณที่จำกัด เพราะเกษตรกรจะได้ดูแลอย่างทั่วถึง และจากเดิมทางเกษตรกรจะขายส่งสินค้าแต่เริ่มเปลี่ยนแปลงเป็นขายปลีกทั้งหมด เมื่อ 2 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากทางเกษตรกรสามารถกำหนดราคาขายของสินค้าได้เอง ซึ่งผู้ซื้อรู้จักสินค้าเกษตรโดยการบอกเล่าจากผู้บริโภครายก่อน ๆ การประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต และการค้นหาจากอินเตอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ google

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ผลิตจะจัดส่งสินค้าเกษตรโดยบริษัทขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อถือในคุณภาพและมาตรฐานที่ดีของสินค้า มีรสชาติที่อร่อย และราคาขายที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตร

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

เกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง แต่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต คือ (1) สถานที่ตั้งของฟาร์มใกล้ตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ (2) สายพันธุ์เมล่อนที่เกษตรกรใช้เพาะปลูกเป็นสายพันธุ์ญี่ปุ่นแท้ สั่งซื้อจากบริษัทเพื่อเกษตร และ (3) การผลิตสินค้าที่เน้นคุณภาพและความสะอาดเป็นหลัก

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ เป้าหมายหลักเกษตรกรต้องการพัฒนาการแปรรูปเมล่อนให้หลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในทุกวัย และการพัฒนาพื้นที่ฟาร์มสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) เริ่มมีคู่แข่งทางการตลาดจำนวนมากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตเมล่อนนอกโรงเรือน ซึ่งจะขายในราคาที่ถูกกว่าการปลูกในโรงเรือน

5) รัฐบาล (Government)

เกษตรกรไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบเหตุสุดวิสัย หรือโอกาสในการทำการเกษตร

6.1.6 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่ทาออร์แกนิค ตำบลแม่ทา อำเภอแม่ออน

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่ทาออร์แกนิคมีสมาชิกทั้งหมด 120 ครัวเรือน ซึ่งสมาชิกในกลุ่มมีทักษะและความชำนาญด้านการทำเกษตรอย่างยั่งยืน ด้านการทำเกษตรอินทรีย์ และด้านการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์ ส่วนต้นทุนค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต ได้แก่ ค่าจ้างในการไถ ไร่ละ 1,000 บาท ค่าแรงงาน วันละ 250 บาท และกลุ่มเกษตรกรมีต้นทุนในด้านการจัดการ ได้แก่ ค่าไฟฟ้า เดือนละ 300 บาท ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก และขี้วัว กระสอบละ 15 บาท ขี้ไก่และขี้หมู กระสอบละ 35 บาท และค่าน้ำมัน เดือนละ 500 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินร่วน ดินร่วนปนทราย และดินร่วนปนเหนียว ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรทุกชนิดตามฤดูกาล และมีแหล่งน้ำในพื้นที่จากแม่น้ำแม่ทา และลำห้วยต่าง ๆ ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรกรสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิตแก่นักศึกษา ISDSI และกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ที่สนใจ และมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตร ได้แก่ (1) ด้านการตลาด เกษตรกรได้ศึกษาดูงานและเข้าร่วมการอบรม จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ (2) การแปรรูป จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ (3) การประชาสัมพันธ์ จากสื่อสำนักข่าวไทยพีบีเอส (Thai PBS) และ (4) การบัญชี เรื่อง บัญชีครัวเรือน จากองค์กรปกครองท้องถิ่น และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.)

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรกรเคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจาก (1) กลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ (2) สหกรณ์การเกษตรยั่งยืน (3) องค์การบริหารส่วนตำบลแม่ทา (4) สหกรณ์กรีนเนท จำกัด (Green Net Cooperative) และ (5) กลุ่มองค์กรปกครองท้องถิ่นอื่น ๆ

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนหนทางสามารถใช้ในการขนส่งสินค้า ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ที่สามารถใช้ได้ในบางพื้นที่กลุ่มเกษตรกร ส่วนระบบสาธารณสุขน้ำประปาและไฟฟ้ายังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ แต่พื้นที่ของกลุ่มเกษตรกรมีครบถ้วน คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ผักปลอดสารพิษ) จะขายส่ง ร้อยละ 50 และขายปลีก ร้อยละ 50 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) การซื้อขายตามคุณภาพของสินค้าเกษตร โดยเกรด A จะขายส่งแก่พ่อค้าคนกลาง แล้วส่วนที่ตกเกรดจะปลีกแก่ผู้บริโภคท้องถิ่นและบางส่วนจะทำการแปรรูป การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ สั่งซื้อสินค้าเกษตรแบบล่วงหน้า (pre-order)

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป และบริษัทที่รับซื้อสินค้าโดยตรง ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น มีลูกค้ารายใหม่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง ส่วนความรู้ ความต้องการของผู้บริโภคภายในชุมชน/ประเทศ (Early home demand) จากสื่ออินเตอร์เน็ต โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือด้านการเกษตร และจากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย (มกท.)

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) เกษตรกรจะจัดส่งสินค้าให้แก่ผู้ซื้อด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าในราคาถูก และมีคุณภาพเกษตรอินทรีย์สูง

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าเกษตรของกลุ่มเป็นพืชผักพื้นบ้านและกลุ่มเป็นธุรกิจขนาดเล็ก

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรมีเป้าหมายที่ต้องการพัฒนาระบบตลาด และระบบมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์แม่ทาให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในทุกกลุ่มอาชีพและทุกวัย และเป้าหมายบุคลากร คือ กลุ่มเกษตรกรมีเป้าหมายที่ต้องการพัฒนาประชาชนในชุมชนให้สามารถผลิตสินค้าเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีรายได้เป็นของตนเองอย่างยั่งยืน ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในประเด็นนี้มากนัก ซึ่งจะมีการแข่งขันกันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือด้านความรู้และการสนับสนุนการดำเนินงานจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ สหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ สำนักข่าวไทยพีบีเอส องค์การบริหารส่วนตำบลแม่ทา องค์กรปกครองท้องถิ่นอื่น ๆ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) สหกรณ์การเกษตรยั่งยืน และสหกรณ์กรีนเนท จำกัด (Green Net Cooperative)

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรพบปัญหาในเรื่องการควบคุมโรคพืชและโรคแมลง ผลผลิตที่ไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ เพราะสภาพอากาศที่ไม่แน่นอนทำให้ไม่สามารถควบคุมปริมาณในการผลิตและโรงพืชได้ ส่วนด้านโอกาส คือ สินค้าเกษตรมีความต้องการของตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้คนในชุมชนสนใจเข้ามาร่วมกลุ่มเกษตรกรมากขึ้น หน่วยงานรัฐบาลและเอกชนเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนมากขึ้น และสื่อต่าง ๆ ช่วยประชาสัมพันธ์และสนับสนุนกลุ่ม ทำให้กลุ่มเกษตรกรเป็นที่รู้จักมากขึ้น

6.1.7 เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

เกษตรกรทำเป็นธุรกิจครอบครัว มีสมาชิกทั้งหมด 5 คน ซึ่งมีคุณกัญปวีร์เกิดเจริญ เป็นผู้นำ และมีความเชี่ยวชาญในด้านคุณสมบัติของดิน คุณภาพด้านการผลิตสินค้าเกษตร และด้านการตลาด รวมถึงการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในด้านต้นทุนแรงงาน มีค่าแรงที่ได้รับต่อวันของเกษตรกร (ลูกจ้าง) ค่าใช้จ่ายประมาณ 40,000 บาท/เดือน ต่อจำนวน 9 ไร่ ส่วนต้นทุนในด้านการจัดการ ได้แก่ (1) ค่าน้ำและค่าไฟฟ้า เดือนละ 2,000 บาท (2) ค่าเครื่องจักร ประมาณเดือนละ 15,000 บาท ประกอบด้วย ค่าเตรียมพื้นที่ วันละ 600 บาท รอบการผลิตละ 2 วัน คิดเป็น 1,200 บาท ค่าเก็บเกี่ยวข้าว ไร่ละ 500 บาท และค่าสีข้าว ไร่ละ 500 บาท) (3) ค่าปุ๋ยอินทรีย์ ใช้ทั้งหมด 9 ไร่ คิดเป็น 30,000 บาท (4) ค่าพันธุ์ข้าว จำนวน 87 กิโลกรัม คิดเป็น 7,830 บาท และ(5) ภาษีที่ดินและภาษีโรงเรือน ไม่เกิน 300 บาท/ปี (จำนวน 8 ไร่ 3 งาน)

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินเหนียว ซึ่งเหมาะสมกับการเพาะปลูกพืชสวนและข้าว และพื้นที่กลุ่มเกษตรกรใกล้กับแหล่งน้ำ (ลำน้ำห้วยทราย) ดังนั้น สภาพภูมิอากาศภูมิประเทศ และที่ตั้งของพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร และมีน้ำเพียงพอต่อการทำการเกษตร

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร ทั้งพื้นที่จะเพาะปลูกพืชแบบผสมผสานในระบบอินทรีย์ทั้งหมด ซึ่งเกษตรกรหาความรู้เรื่องการเพาะปลูก การสร้างตลาดสินค้า ด้านบรรจุภัณฑ์สินค้า และการจัดการฟาร์ม ด้วยตนเอง อีกทั้งยังมีพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาล

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนขนส่งสินค้าที่สะดวก ระบบสื่อสารมีทั้งระบบอินเตอร์เน็ตและสัญญาณโทรศัพท์ ที่ครอบคลุมทั้งพื้นที่ ซึ่งทางเกษตรกรมีการติดต่อกันผ่านทาง line และ facebook ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกพื้นที่ คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี ทรัพยากรดินและน้ำมีความสมบูรณ์

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (ข้าวไรซ์เบอร์รี่) ของเกษตรกรจะขายปลีกทั้งหมด โดยผลผลิตที่ได้ในแต่ละรอบการผลิต เกษตรกรจะแบ่งเป็น 5:1 คือ เกษตรกรเก็บไว้รับประทานเอง 1 ส่วน และขายแก่ผู้บริโภค 5 ส่วน ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตรจะมีการคัดเกรดและคุณภาพที่สมบูรณ์ที่สุด และมีการแพ็คสินค้าแบบสูญญากาศ ถุงละ 1 กิโลกรัม ราคา 60 บาท การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) การซื้อขายจะใช้วิธีการซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า (แบบ pre-order) จ่ายเงินก่อนส่งสินค้าไปให้ผู้บริโภค

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรมีความต้องการในระดับชุมชน โดยผู้ซื้อหลัก คือ คนในชุมชน และลูกค้าประจำ โดยอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับคงที่ ส่วนความรู้และความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของเกษตรกรส่วนใหญ่จะทราบจากสื่อออนไลน์และจากคำบอกกล่าวของคนที่เคยซื้อมาก่อน

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) เกษตรกรจะจัดส่งสินค้าเกษตร (ข้าวไรซ์เบอร์รี่) ให้แก่ลูกค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) สินค้าเกษตรของเกษตรกรจะเน้นที่คุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ดังนั้น ตั้งแต่การเพาะปลูก ดูแล และการเก็บเกี่ยว เกษตรกรจะดูแลทั้งหมดด้วยตนเอง รวมไปถึงการบรรจุข้าวไรซ์เบอร์รี่ในถุงสูญญากาศจะมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของสินค้าทุกครั้งก่อนส่งให้ผู้ซื้อ

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

เกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เน้นคุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีความมุ่งหวังพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรของตนให้มีคุณภาพสูงที่สุด สามารถนำไปขายได้ในราคาที่สูง และต้องการให้การทำการเกษตรนี้มีความยั่งยืน ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) เกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในด้านนี้

5) รัฐบาล (Government)

เกษตรกรไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

เกษตรกรได้รับผลกระทบ เรื่อง ภัยแล้ง เป็นบางฤดูกาล ทำให้ผลผลิตไม่ได้คุณภาพเท่าที่ต้องการ คุณภาพไม่ได้ตามมาตรฐาน ทำให้ขายสินค้าเกษตรในราคาที่ต่ำลง

6.1.8 กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษ ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มมีสมาชิกจำนวน 60 คน โดยมีสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะและความชำนาญในเรื่องการทำปุ๋ยอินทรีย์ การทำน้ำหมักชีวภาพ การเพาะปลูกพืชแบบผสมผสานกับแนวทางเกษตรธรรมชาติ และการเลี้ยงไส้เดือนดินในการทำการเกษตร ส่วนต้นทุนในการทำงานได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต วันละ 300 บาท/คน และกลุ่มเกษตรกรมีต้นทุนในด้านการจัดการ ประมาณปีละ 6,000 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินร่วน และมีการปรับปรุงดินด้วยปุ๋ยอินทรีย์อย่างสม่ำเสมอ แหล่งน้ำที่กลุ่มเกษตรกรใช้ในการเพาะปลูกน้ำจากน้ำบาดาล ชลประทานเขื่อนแม่กวง และน้ำฝนธรรมชาติ ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร ทั้งคุณภาพของดินที่ดีและน้ำที่ใช้ในการเพาะปลูกที่เพียงพอ

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้โดยการจัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้ให้ศึกษาดูงานด้านเกษตรอินทรีย์ และแปลงของประธานกลุ่มยังได้รับการรับรองเกษตรอินทรีย์เป็นแปลงตัวอย่างของชุมชน

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงาน

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนหนทางที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้า ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ที่สามารถใช้ได้ในพื้นที่กลุ่มเกษตรกร โดยกลุ่มเกษตรกรมี facebook ที่ใช้ชื่อว่า เพียงดิน เพื่อการประชาสัมพันธ์ และขายสินค้าเกษตร ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกพื้นที่ คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่มจะขายปลีกทั้งหมด ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อมาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตรมีคุณภาพและมาตรฐานที่ดี ส่วนการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะซื้อขายโดยใช้เงินสดจ่ายทันทีที่ได้รับสินค้า

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับชุมชน โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มลูกค้าขาจร ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อจะเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ สินค้าของกลุ่มมีรสชาติอร่อย และมีความปลอดภัยสูง ปัจจัยความต้องการที่เกื้อหนุน คือ กลุ่มเกษตรกรมักได้รับความช่วยเหลือและสนับสนุนจากกรมพัฒนาที่ดิน

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรมีเป้าหมายต้องการพัฒนาสินค้าเกษตรให้เป็นอินทรีย์ทั้งชุมชน และสามารถส่งขายไปยังนอกพื้นที่หรือในต่างประเทศได้ การสร้างตลาดสินค้าอินทรีย์ไว้ในชุมชน และสามารถพัฒนาพื้นที่สู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) ตลาดสินค้ามีการแข่งขันแต่เป็นลักษณะที่เป็นเครือข่ายกัน

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือจากกรมพัฒนาที่ดิน

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรจะปลูกพืชผักแบบผสมผสานในพื้นที่ของตนเอง ทำให้สินค้าเกษตรมีความหลากหลาย สามารถสร้างรายได้แก่เกษตรกรในทุกฤดูกาล

6.1.9 เกษตรกรผู้ปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

เป็นธุรกิจในครัวเรือน โดยเกษตรกรมีทักษะและความชำนาญในด้านการปลูกและดูแลผักแบบไฮโดรโปนิกส์ และชำนาญในด้านการขาย การตลาดสินค้า จากประสบการณ์ทั้งหมด ส่วนต้นทุนค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิตมีเพียงค่าแรงตนเอง วันละ 300 บาท และต้นทุนในด้านการจัดการ ได้แก่ ค่าน้ำ เดือนละ 100-200 บาท ค่าไฟฟ้า เดือนละ 400 บาท ค่าปุ๋ย AB เดือนละ 300 บาท พันธุ์พืช 100 บาท และรางปลูก 8,000 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

เกษตรกรใช้แหล่งน้ำจาก น้ำบาดาล โดยจะมีถังเก็บน้ำ จำนวน 2 ถัง สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตรเป็นอย่างดี

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในด้านการปลูกและดูแลผักไฮโดรโปนิกส์ ด้านการเงิน/การบัญชี การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย และด้านการตลาดของสินค้า และเกษตรกรสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ชาวบ้านในชุมชนที่สนใจได้ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ให้ความ

ช่วยเหลือด้านความรู้แก่เกษตรกรในด้านการผลิตและพัฒนาผักไฮโดรโปนิกส์ จากสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.)

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงาน

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนหนทางที่สะดวกต่อการขนส่ง ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ตและสัญญาณโทรศัพท์ โดยกลุ่มเกษตรกรได้จัดทำ facebook ชื่อ บ้านผักไฮโดร ทินน์ภัทร ในการประชาสัมพันธ์และขายสินค้า ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกหมู่บ้าน คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรจะขายส่ง ร้อยละ 80 และขายปลีก ร้อยละ 20 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) คุณภาพของสินค้าเกษตรมีความสดใหม่ เพราะเก็บผลผลิตแล้วส่งให้แก่ลูกค้าทันที ส่วนการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ ถ้าเป็นลูกค้าทั่วไปจะซื้อขายด้วยเงินสดให้แก่เกษตรกรทันทีที่ได้รับสินค้า ส่วนผู้ซื้อรายใหญ่ (โรงแรม) จะวางใบแจ้งหนี้ไว้ แล้วเกษตรกรจะเก็บเงินทั้งหมดตอนสิ้นเดือน

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ และคนรู้จัก ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับคงที่ในทุกเดือน โดยผู้บริโภคจะรู้จักสินค้าเกษตรจากคนรู้จักและคำบอกเล่าจากผู้บริโภครายอื่น ๆ

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ผลิตจะจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ สินค้าเกษตรมีคุณภาพที่ดีและราคาเหมาะสม

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

เกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากมีตลาดรองรับสินค้าเกษตรเฉพาะ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีเป้าหมายที่ต้องการผลิตผักไฮโดรโปนิกส์ให้เป็นอาชีพหลักและมีตลาดรองรับสินค้าที่ยั่งยืน ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในประเด็นนี้

5) รัฐบาล (Government)

เกษตรกรได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.)

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรมักจะได้รับผลกระทบเหตุสุดวิสัย หรือโอกาสในประเด็นนี้

6.1.10 กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง มีสมาชิกจำนวน 283 คน โดยสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะ และความชำนาญต่าง ๆ คือ คุณอินโถ สิงห์อุปคุณแก้ว ปัญญาเรือน และคุณไกรสร กันทะพรม ซึ่งมีทักษะความชำนาญในด้านการทำปุ๋ย การผลิตข้าว และการเลี้ยงโคนม ส่วนต้นทุนด้านแรงงาน ส่วนมากจะเป็นค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต ได้แก่ ค่าไถ/พรวนดิน ค่าจ้าง 900 บาท/ไร่ ค่าจ้างเพาะปลูก 600 บาท/ไร่ ค่าแรงงานเก็บเกี่ยวผลผลิต 600 บาท/ไร่ ค่าจ้างเตรียมพื้นที่เพาะปลูก 2,000 บาท/ครั้ง (จำนวน 3 ครั้ง) และกลุ่มเกษตรกรมีต้นทุนในด้านการจัดการ ได้แก่ ค่าน้ำประปา 20 บาท/ ปี ค่าภาษีที่ดิน 40 บาท/ปี ค่าเมล็ดพันธุ์ข้าว จำนวน 5 กิโลกรัม/ไร่ ราคากิโลกรัมละ 20 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

พื้นที่ของกลุ่มมีคุณภาพของที่ดิน เป็นดินร่วนปนทราย เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร ทั้งข้าว ข้าวโพด พริก และพืชไร่ ส่วนแหล่งน้ำในพื้นที่ของกลุ่มเกษตรกรจะอยู่ใกล้กับอ่างเก็บน้ำห้วยลานหรือแม่แห และกลุ่มมีการขุดบ่อน้ำใช้ในการเพาะปลูก

ขนาด กว้าง 32 เมตร ยาว 126 เมตร ลึก 4 เมตร ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรจึงมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร สามารถเพาะปลูกพืชได้เป็นอย่างดี

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

สมาชิกในกลุ่มเกษตรกรสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิตเรื่องการปลูกข้าว แก่นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกรในแต่ละประเด็น ดังนี้ (1) ด้านการผลิต จากศูนย์วิจัยข้าวอำเภอสันป่าตองให้ความรู้เรื่อง การเพาะพันธุ์เมล็ด (2) การประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรของกลุ่มจากวิทยุชุมชน (3) ด้านการเงิน/บัญชี จากสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ เรื่อง การทำบัญชีครัวเรือน

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรเคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากแหล่งเงินทุนรวมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว และกองทุนหมู่บ้าน

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้าเกษตร มีระบบสื่อสาร ทั้งอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ส่วนระบบสาธารณสุขในพื้นที่ มีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกหมู่บ้าน คุณภาพชีวิตประชาชนอยู่ในระดับที่ดี มีทรัพยากรเพื่อการผลิตที่สมบูรณ์

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ข้าว) จะขายส่งทั้งหมด ร้อยละ 100 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) เมล็ดข้าวพันธุ์มะลิและสันป่าตอง1 ของกลุ่มมีคุณภาพที่ดี โดยสินค้าเกษตรของกลุ่มต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้งก่อนส่งขาย ในราคากิโลกรัมละ 20 บาท การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) ยังมีอย่างต่อเนื่องจากการขายส่ง

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับชุมชน โดยผู้บริโภคหลักคือ คนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการในชุมชนอยู่ในระดับคงที่ แต่ราคาสินค้าเกษตรลดลงจากปีที่แล้ว (ปี 2559)

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) เกษตรกรจะนำสินค้าเกษตรไปส่งยังแหล่งรับซื้อ (ขายส่ง)

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรยังไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในระดับชุมชน

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรมีความต้องการที่จะสร้างโรงสีในพื้นที่ของตนเอง ส่วนเป้าหมายบุคลากร คือ สมาชิกทุกคนในกลุ่มเกษตรกรมีความมุ่งมั่นในการเพาะเมล็ดพันธุ์ข้าวให้มีคุณภาพสูงอย่างสม่ำเสมอ และการแข่งขันของสินค้าเกษตรในพื้นที่มีสูง

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือจากศูนย์วิจัยข้าวอำเภอสันป่าตอง และสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรมักจะได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติในเรื่องของภัยแล้ง

6.1.11 กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกหลักทั้งหมด 4 คน ซึ่งสมาชิกทุกคนมีความเชี่ยวชาญในทุกด้านของการปลูกลำไยพันธุ์อีดอจากประสบการณ์ ด้านต้นทุนแรงงาน ได้แก่ (1) ค่าแรงงาน เพศชาย วันละ 300 บาท เพศหญิง วันละ 250 บาท (2) ค่าจ้างแรงงานตัดหญ้า วันละ 500-600 บาท และ (3) ค่าจ้างแรงงานตัดแต่งกิ่ง ต้นละ 70 บาท ถ้ารวมเก็บกวาดกิ่งไม้ คิดเป็นต้นละ 100 บาท ส่วนต้นทุนในด้านการจัดการ ได้แก่ (1) ค่าน้ำและค่าไฟฟ้า เดือนละ 1,000 บาท (2) ค่าพันธุ์พืช 900 บาท (3) ค่าปุ๋ยเคมี 1,000 บาท (4) ยาฆ่าแมลง 350 บาท และ (5) ฮอร์โมน 350 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินร่วนปนทราย และเกษตรกรได้นำดินมาถมบนที่นา จึงเหมาะแก่การเพาะปลูกลำไย พื้นที่กลุ่มเกษตรกรมีการใช้น้ำบาดาล จำนวน 2 บ่อ ในการทำการเกษตร ดังนั้น สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร และมีน้ำเพียงพอต่อการทำการเกษตร

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

สมาชิกในกลุ่มมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิต สามารถเพาะปลูกลำไยให้ได้ผลผลิตที่ดี มีคุณภาพ และมีรสชาติที่อร่อย อีกทั้งเกษตรกรยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิต แก่ศูนย์ควบคุมโรคจังหวัดเชียงใหม่ และมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนด้านความรู้เรื่อง การพัฒนาด้านการผลิตลำไยให้มีคุณภาพและยั่งยืน จากที่ว่าการอำเภอสันป่าตอง

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาล

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนขนส่งสินค้าที่ดีและสะดวกแก่การเดินทาง ระบบสื่อสารมีสัญญาณโทรศัพท์ ที่ครอบคลุมทั้งพื้นที่ ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึง ดังนั้นคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี มีลักษณะของดินที่ใช้เพาะปลูกที่ดี สภาพอากาศดี และมีทรัพยากรในการผลิตที่อุดมสมบูรณ์

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (ลำไย) ของกลุ่มเกษตรกรจะขายเหมาสวนทั้งหมดแก่พ่อค้าคนกลางที่สนใจรับซื้อ ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตร (ลำไย) ของกลุ่มเกษตรกรจะซื้อขายตามราคากลไกตลาดในขณะนั้น โดยเกษตรกรสามารถตกลงราคากันเองกับพ่อค้าคนกลางได้โดยตรง ส่วนการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) การซื้อขายพ่อค้าคนกลางจะเข้ามาตรวจสอบผลผลิตในแต่ละรอบการผลิตด้วยตนเอง หากพึงพอใจก็จะตกลงซื้อขายกับเกษตรกรทันที โดยจะจ่ายเป็นเงินสดให้แก่เกษตรกร

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง โดยอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น แต่ราคาสินค้าเกษตรตกต่ำลง ส่วนความรู้และความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของเกษตรกร พ่อค้าคนกลางจะทราบถึงสินค้าของเกษตรกรจากการสำรวจด้วยตนเอง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการเพาะปลูกลำไยในทุกครัวเรือนจะมีกลุ่มผู้ซื้อที่ทราบกันดีอยู่แล้ว

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) หากนอกฤดูกาล ผู้ซื้อจะเดินทางเข้ามาซื้อและเลือกสินค้าเกษตร (ลำไย) ด้วยตนเอง แต่หากในฤดูกาล เกษตรกรจะขนส่งสินค้าเกษตร (ลำไย) ส่งให้แก่ลูกค้าเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) ลูกค้าส่วนมากจะเป็นลูกค้าประจำ มีการซื้อขายกันทุกรอบการผลิต และสินค้าเกษตรของกลุ่มยังมีคุณภาพที่ดีอย่างต่อเนื่อง

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรมีตลาดที่มีผู้ซื้อ (พ่อค้าคนกลาง) ประจำ

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรต้องการพัฒนามาตรฐาน คุณภาพของสินค้าให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ส่วนเป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีเป้าหมายในการเพิ่มปริมาณผลผลิตให้มีจำนวนมากขึ้น ในขณะที่ต้นทุนทางการเกษตรลดลง (การเพิ่มประสิทธิภาพด้านการผลิต) ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) สินค้าเกษตร (ลำไย) มีการแข่งขันสูงทั้งในและต่างประเทศ

5) รัฐบาล (Government)

องค์การบริหารส่วนตำบลท่าวังพร้าว เป็นตัวกลางในการหาหน่วยงานเข้ามาพัฒนากลุ่มเกษตรกร และมีโครงการสนับสนุนกลุ่มเกษตรกร ทั้งด้านการผลิตและการตลาดของสินค้าเกษตร

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติในเรื่องของภัยแล้ง พายุลมฝน ส่งผลทำให้ผลผลิตเกิดความเสียหายและได้ปริมาณผลผลิตที่ลดลง

6.1.12 กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

สมาชิกกลุ่มมีจำนวน 20 คน โดยมีสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะและความชำนาญในด้านการผลิตลำไยให้ได้ผลผลิตที่สวยที่สุด ลูกใหญ่ ผิวสวย และรสชาติดี ส่วนต้นทุนในการทำงาน ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต โดยจะมีค่าจ้างในการเก็บผลผลิต วันละ 400 บาท/คน คัดเลือกขนาดของลำไย วันละ 200 บาท/คน แรงงานขึ้นต้นลำไยเก็บผลผลิต วันละ 400 บาท/คน ตัดแต่งกิ่ง วันละ 400 บาท และค่าพ่นยา ครั้งละ 1,750 บาท ส่วนต้นทุนในด้านการจัดการ ได้แก่ ค่าพันธุ์พืช 6,750 บาท ค่าไม้ค้ำ 10,000 บาท ค่าน้ำมันและค่าไฟฟ้า เดือนละ 1,100 บาท และค่าภาษีที่ดิน ภาษีโรงเรือน ปีละ 175 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

พื้นที่ของกลุ่มมีคุณภาพของที่ดิน เป็นดินทราย ไม่อุ้มน้ำ ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร เช่น ลำไย ส่วนแหล่งน้ำในพื้นที่ของกลุ่มเกษตรกรจะอยู่ใกล้กับชลประทานแม่แตงและทางกลุ่มมีการขุดเจาะน้ำบาดาลเพื่อใช้ทางการเกษตร ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรสามารถทำการเกษตรได้ แต่แหล่งน้ำที่มียังไม่เพียงพอต่อการทำการเกษตร

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิตลำไยพันธุ์อีดอในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การปลูก การดูแล การให้ปุ๋ย ตัดแต่งกิ่ง และการเก็บเกี่ยวผลผลิต

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงาน

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้าเกษตร ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ที่สามารถใช้ได้ในพื้นที่กลุ่ม ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกหมู่บ้าน คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ลำไย) จะขายส่งโรงงานรับซื้อลำไยทั้งหมด ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) การซื้อขายจะแบ่งเป็น 4 เกรด ได้แก่ เกรด AA ราคา 26-34 บาท เกรด A ราคา 18 บาท เกรด B ราคา 8 บาท และเกรด C ราคา 1 บาท การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ การซื้อขายจะเป็นแบบวันต่อวัน ราคาของสินค้าเกษตรขึ้นอยู่กับกลไกราคาตลาด และซื้อขายเป็นเงินสดจ่ายให้แก่เกษตรกรทันที

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง (โรงงานรับซื้อลำไย) ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น แต่สินค้าเกษตรกลับราคาตกต่ำลง และปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อจะเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อถือในคุณภาพ มาตรฐาน และความสดใหม่ในตัวสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกร

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีตลาดขายสินค้าเกษตรของตนเอง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

กลุ่มเกษตรไม่มีเป้าหมายองค์กร เป้าหมายบุคลากร และการแข่งขันภายในประเทศ

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรมักจะได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าเกษตรที่ตกต่ำ และปริมาณผลผลิตขึ้นอยู่กับสภาพอากาศที่ไม่สามารถควบคุมได้

6.1.13 เกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

เกษตรกรทำเป็นธุรกิจครอบครัว มีสมาชิกทั้งหมดจำนวน 3 คน โดยเกษตรกรจะมีความเชี่ยวชาญ ในด้านโรคพืช การใช้สารอินทรีย์ และชนิดพันธุ์หอมหัวใหญ่ และการควบคุมปริมาณการใช้ปุ๋ยเคมี ส่วนต้นทุนในการทำงาน ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต โดยจะมีค่าจ้างในค่าเตรียมแปลงเพาะกล้าพันธุ์ 1,000 บาท ค่าเตรียมแปลงปลูก ไร่ละ 1,200 บาท ค่าปลูก ไร่ละ 2,200 บาท ตัดหญ้า วันละ 250 บาท ค่าเก็บเกี่ยว กิโลกรัมละ 50 สตางค์ และกลุ่มเกษตรกรมีต้นทุนในด้านการจัดการ คือ ค่าเมล็ดพันธุ์ ปีละ 7,000 บาท ค่าปุ๋ย ไร่ละ 3,375 บาท ค่ายาฆ่าแมลง 1,000 บาท ค่ายาบำรุงรักษาโรคพืช 4,000 บาท ค่าเช่าที่ดิน ไร่ละ 2,500 บาท และค่าผ้าคลุมพลาสติก ปีละ 5,000 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินร่วนปนทราย และดินเหนียว ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร เช่น ข้าว หอมหัวใหญ่ ผักทุกชนิด ข้าวโพด และลำไย เป็นต้น ส่วนแหล่งน้ำในพื้นที่ของกลุ่มเกษตรกรจะอยู่ใกล้กับแหล่งน้ำสาธารณะ และแหล่งน้ำลำคลองตามธรรมชาติ ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร และมีน้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูกพืช

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านการผลิต การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์ การเพาะกล้า การใช้ปุ๋ย (ทั้งเคมีและชีวภาพ) และการสังเกตอาการของพืช นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เคยให้ความช่วยเหลือด้านความรู้ให้แก่เกษตรกรในเรื่องการผลิต เรื่องการใช้ปุ๋ย และโรคพืชต่าง ๆ จาก เจ้าหน้าที่เกษตรขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำบ่อหลวง

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงาน

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนขนส่งสินค้า แต่ในบางแห่งยังพบปัญหาด้านการขนส่ง (ถนนลูกรัง) ทำให้ไม่สะดวกต่อการขนส่งสินค้าทางการเกษตร ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ส่วนระบบสาธารณสุขน้ำประปาจะมาจากคลองธรรมชาติและคลองสาธารณะ และไฟฟ้าเข้าถึงทุกหมู่บ้าน คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (หอมหัวใหญ่) จะขายส่ง ร้อยละ 100 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อมาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) แบ่งเป็น การเหมาซื้อคัดเกรดตามความสวยงามของผลผลิต เช่น ต้นอวบ ทรงลำต้น และหัวสวย ตามเกรด 0,1,2,3 ซึ่งจะตกลงราคากันเองระหว่างผู้ซื้อและเกษตรกร ส่วนการซื้อขายเป็นกิโลกรัมราคาจะแตกต่างกันไปตามเกรดของสินค้า ซึ่งจะอ้างอิงราคาตลาด ณ เวลานั้น ส่วนการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ ผู้ซื้อและเกษตรกรจะทำการซื้อขายภายใน 7-15 วัน และจะวางมัดจำ ร้อยละ 5 โดยไม่มีสัญญาในการซื้อขาย

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น โดยกลไกของราคาขึ้นอยู่กับการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ และผู้ซื้อรู้จักสินค้าเกษตรโดยการบอกเล่าจากลูกค้ารายอื่น ๆ และบริเวณพื้นที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ปลูกหอมหัวใหญ่ ซึ่งพ่อค้าคนกลางจะรู้จักกันอยู่แล้ว

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) พ่อค้าคนกลางจะเดินทางไปซื้อสินค้าเกษตรด้วยตนเอง หน้าฟาร์มของเกษตรกร ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ สินค้าเกษตรต้องมีคุณภาพดี และราคาถูก โดยปัจจัยความต้องการที่เกื้อหนุน คือ สหกรณ์หอมหัวใหญ่ จะจัดหาเมล็ดพันธุ์และควบคุมเมล็ดพันธุ์หอมหัวใหญ่

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

เกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากเกษตรกรมีตลาดขายสินค้าเกษตรของตนเอง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีเป้าหมายที่ต้องการพัฒนาคุณภาพหอมหัวใหญ่ให้ดียิ่งขึ้นไป และสามารถกำหนดราคาขายเองได้ ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) มีการแข่งขันกันในประเทศ เช่น อำเภอแม่วาง อำเภอฝาง และจังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นต้น

5) รัฐบาล (Government)

รัฐบาลจะจำกัดช่วงและการนำเข้าหอมหัวใหญ่จากต่างประเทศ และทางกลุ่มยังได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนด้านความรู้จากองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำบ่อหลวง

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรยังไม่สามารถควบคุมในเรื่องของโรคพืชได้

6.1.14 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง กลุ่มเกษตรกรเริ่มต้นมีจำนวนสมาชิก 40 คน ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มจำนวน 67 คน เนื่องจากเห็นต้นแบบผู้นำของกลุ่มมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นประสบความสำเร็จ คนในชุมชนจึงเริ่มสนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร โดยสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะ และความชำนาญในด้านต่าง ๆ คือ (1) นางเครือวัลย์ เตชะบุตร มีทักษะความชำนาญในด้านการผลิตสินค้า (2) นางนฤมล ชัยปราการ มีทักษะความชำนาญในด้านการตรวจเช็คควบคุมมาตรฐาน QC และเช็คความเรียบร้อยของตัวสินค้าเกษตร และ (3) นางกมลวัลย์ มีทักษะความชำนาญในด้านการออกแบบ และการทำผลิตภัณฑ์ ส่วนต้นทุนในการทำงาน ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต โดยแบ่งเป็นค่าแรงงาน ผู้หญิง ทำข้าวแต๋น วันละ 150 บาท/คน ถ้าทำหลายอย่าง วันละ 200 บาท/คน ส่วนผู้ชาย ทำข้าวเกรียบ วันละ 300 บาท/คน และกลุ่มเกษตรกรยังมีต้นทุนในด้านการจัดการอื่น ๆ ดังนี้ (1) ค่าน้ำ เดือนละ 100 บาท (2) ค่าไฟฟ้า เดือนละ 250 บาท (3) ค่าโทรศัพท์ เดือนละ

200 บาท (4) ค่าปัจจัยการผลิตอื่น ๆ เช่น ค่าแก๊ส และค่าถุงแก้ว เป็นต้น รวมทั้งหมดประมาณเดือนละ 21,000 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

สภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร ส่วนวัสดุและส่วนผสมในการผลิตสินค้าทางกลุ่มเกษตรกรจะใช้ผลผลิตทางการเกษตรของคนในชุมชน

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ทั้งด้านการผลิต การตลาด การประชาสัมพันธ์ และการจัดการบัญชี อีกทั้งเกษตรกรยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิต การตลาด และการแปรรูป เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ขั้นตอนในการแปรรูปสินค้าเกษตรแก่ผู้ที่สนใจได้ นอกจากนี้กลุ่มยังมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกรในด้านการผลิต การบรรจุภัณฑ์ และการตลาด จาก มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ องค์การอาหารและยา สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ สหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรกรมีหน่วยงานที่เคยให้แหล่งเงินทุนสนับสนุนในการพัฒนาด้านการผลิต จาก สหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง ในเรื่องการทำข้าวเกรียบ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านกลาง ในเรื่องการทำลำไยอบแห้ง กลุ่มออมทรัพย์ ในเรื่องการทำกล้วยฉาบ และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเรื่องการทำข้าวแต๋น

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนหนทางที่สะดวกต่อการขนส่ง มีระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ที่สามารถใช้ได้ในพื้นที่กลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้กลุ่มเกษตรกรยังจัดทำ webpage และ facebook ในชื่อวิสาหกิจชุมชนบ้านสันกอเก็ต เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายสินค้าเกษตร ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุพื้นที่ คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี มีทรัพยากรในการผลิตที่อุดมสมบูรณ์

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ข้าวแต๋นหน้าธัญพืช) จะขายส่ง ร้อยละ 100 โดยจะส่งไป

ขายที่โรงแรม ร้อยละ 70 ตลาด ร้อยละ 20 และขายทั่วไป ร้อยละ 10 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตรของกลุ่มมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า ความสวยงามของสินค้า บรรจุภัณฑ์เสมอ ถ้าหากไม่สมบูรณ์ทางกลุ่มเกษตรกรจะเปลี่ยนให้ทันที การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ จะซื้อขายเป็นเงินสด

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้นปีละร้อยละ 10 โดยในช่วงเทศกาลสินค้าเกษตรของกลุ่มจะขายได้จำนวนที่มากกว่าปกติ

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อจะเดินทางไปซื้อสินค้าเกษตรจากผู้ขายด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความมั่นใจในตัวสินค้าเพราะก่อนสั่งซื้อสินค้าลูกค้าจะเข้ามาตรวจสอบดูคุณภาพของสินค้าก่อน นอกจากนี้ทางกลุ่มเกษตรกรยังได้รับใบรับรองมาตรฐาน และมีเอกสารการรับรองความสะอาด ปลอดภัย จากสาธารณสุขอีกด้วย

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต แต่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีตลาดหลักในขายสินค้าเกษตรของตนเอง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) มีคู่แข่งทางการตลาดมาก โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดลำปางเนื่องจากมีผู้ผลิตจำนวนมากและสินค้าเกษตรมีความหลากหลาย

5) รัฐบาล (Government)

องค์กรปกครองท้องถิ่นได้เข้ามาช่วยโดยให้งบประมาณสนับสนุนและอบรมให้ความรู้แก่ทางกลุ่มเกษตรกร นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือด้านความรู้ ได้แก่

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ องค์การอาหารและยา สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ สหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ และสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีเหตุสุดวิสัย หรือโอกาสใด ๆ

6.1.15 วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง มีสมาชิกกลุ่มจำนวน 7 คน โดยมีสมาชิกในกลุ่มที่มีทักษะ และความชำนาญในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ และด้านการตลาด ส่วนต้นทุนด้านแรงงานส่วนมากจะเป็นค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต ได้แก่ ค่าแรงงานอัดก้อน ก้อนละ 0.50 บาท ใน 1 วัน ค่าแรงงานทั่วไป วันละ 250 บาท/คน และกลุ่มเกษตรกรยังมีต้นทุนในด้านการจัดการ คือ ค่าใช้จ่าย เดือนละ 100,000 บาท ประกอบด้วย ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าเสื่อม ค่าน้ำ ค่าไฟฟ้า ค่าขนส่ง และค่าบริหารจัดการอื่น ๆ

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

พื้นที่ของกลุ่มมีคุณภาพของที่ดินเป็นดินร่วน เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร ทั้งพืชและผักทั่วไป ส่วนแหล่งน้ำในพื้นที่ของกลุ่มเกษตรกรจะอยู่ใกล้กับแหล่งน้ำชุมชน คลองหมู่บ้าน และมีแหล่งเก็บน้ำของตนเองในพื้นที่ ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร สามารถเพาะปลูกพืชได้เป็นอย่างดี

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

สมาชิกในกลุ่มเกษตรกรมีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) ด้านการผลิต เรื่อง การเพาะเห็ด การผลิตเห็ดราบางชนิด (2) ด้านการตลาด เรื่อง การขายในตลาดทั่วไป (Mass product) ในตลาดท้องถิ่น และตลาดส่ง contact (3) ด้านการแปรรูป เรื่อง การแปรรูปแหนมเห็ด หมูยอเห็ด และน้ำเห็ด (4) ด้านการประชาสัมพันธ์ เรื่อง การออกร้านในงานแสดงสินค้าของหน่วยงานราชการ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กรมเกษตร และ

ที่ว่าการอำเภอ (5) ด้านการเงิน/บัญชี เรื่อง การทำบัญชีต้นทุน บัญชีทั่วไป บัญชีแยกประเภท และงบการเงิน นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกรในแต่ละประเด็น ดังนี้ (1) ด้านการผลิต เรื่อง การผลิตเห็ดให้ได้มาตรฐาน GAP จาก สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) (2) ด้านการตลาด เรื่อง การสร้างแบรนด์ จากหน่วยงานรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และกรมการพัฒนาชุมชน (3) ด้านการแปรรูป เรื่อง การทำสินค้าแปรรูปให้มีอย.จากเภสัชกร (4) ด้านการประชาสัมพันธ์ เรื่อง การทำระบบปิด จากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) และหน่วยงานเอ็นอีซี คอร์ปอเรชั่น (NEC Corporation) (5) ด้านการเงิน/บัญชี เรื่อง การทำบัญชีต่าง ๆ จากหน่วยงานรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และกรมการพัฒนาชุมชน

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากรัฐบาล

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้าเกษตร มีระบบสื่อสาร ทั้งอินเตอร์เน็ตและสัญญาณโทรศัพท์อย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ ส่วนระบบสาธารณสุขในพื้นที่ มีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกหมู่บ้าน คุณภาพชีวิตประชาชนอยู่ในระดับที่ดี มีทรัพยากรเพื่อการผลิตที่สมบูรณ์

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (เห็ด) จะขายส่งทั้งหมด ร้อยละ 60 และขายปลีก ร้อยละ 40 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าแปรรูปเห็ดของกลุ่มมีคุณภาพที่ดี โดยสินค้าเกษตรของกลุ่มได้รับรองมาตรฐาน GAP และจากองค์การอาหารและยา (อย.) และการคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ (1) การซื้อขายแบบการสั่งซื้อสินค้าเกษตรล่วงหน้า (pre-order) โดยจะสั่งซื้อสินค้าเกษตร จากนั้นจ่ายค่ามัดจำล่วงหน้าครึ่งหนึ่งของราคาสินค้าทั้งหมด และจ่ายอีกครึ่งหลังได้รับสินค้าเกษตรแล้ว และ (2) ซื้อขายทั่วไปโดยจ่ายเป็นเงินสดให้แก่เกษตรกร

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้บริโภคหลัก คือ กลุ่มลูกค้าประจำ ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการในชุมชนอยู่ในระดับที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา (ปี 2559) โดยผู้ซื้อรู้จักสินค้าเกษตรโดยการบอกกันปากต่อปาก จากการออกงานและออกบูทต่าง ๆ ของผู้ผลิตสินค้าเกษตร

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อจะเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ สินค้าเกษตรต้องมีคุณภาพดี และราคาเหมาะสมกับตัวสินค้าของกลุ่มเกษตรกร

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรยังไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคหลักของกลุ่มเกษตรกรแปรรูปเห็ดเป็นกลุ่มลูกค้าประจำซึ่งยังไม่มีความหลายหลากของกลุ่มลูกค้า

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรมีเป้าหมายที่ต้องการทำสินค้าเกษตรภายใต้ตราสินค้าของกลุ่มเกษตรกรออกสู่ตลาดแบบยั่งยืน สมาชิกกลุ่มมีรายได้ที่แน่นอนและมั่นคง ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) กลุ่มเกษตรกรมีคู่แข่งทางการตลาดจำนวนมาก ดังนั้นสินค้าเกษตรต้องมีคุณภาพเพื่อต่อสู้กับราคาของคู่แข่งได้

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือด้านความรู้จากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) หน่วยงานรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และกรมการพัฒนาชุมชน

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรได้รับการสั่งซื้อสินค้าเห็ดจาก ร้าน MK และสิงคโปร์ แต่ยังไม่สามารถผลิตได้ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรไม่มีกำลังการผลิตที่มากพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ

6.1.16 กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มมีสมาชิก จำนวน 14 คน ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะมีทักษะและความชำนาญในด้านการเพาะปลูก ดูแล และเก็บเกี่ยวข้าว จากประสบการณ์และการเข้าร่วมอบรมจากหน่วยงานภายนอก ส่วนต้นทุนในการทำงาน ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต โดยจะมีค่าจ้างในการปลูกเหมาไร่ละ 1,200-1,300 บาท ประกอบไปด้วย ค่าเตรียมดินไร่ละ 1,000 บาท ค่าตัดหญ้าวันละ 250 บาท ค่ากำจัดวัชพืช คนละ 300 บาท/วัน ค่าเก็บเกี่ยว ไร่ละ 700 บาท ค่าขนส่งเที่ยวละ 100-150 บาท และกลุ่มเกษตรกรยังมีต้นทุนในด้านการจัดการ ได้แก่ ค่าปุ๋ยอินทรีย์ ไร่ละ 650 บาท ค่าน้ำหมัก 100-200 บาท ค่าน้ำไม่เกิน 100 บาท และค่าภาษีที่ดิน ภาษีโรงเรือน ปีละ 15 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่ของกลุ่มจะเป็นดินประเภท ดินร่วน โดยมีความสมบูรณ์เพราะมีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มาแล้วกว่า 3 ปี สามารถใช้ในการเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตรได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการปลูกข้าว และพื้นที่ตั้งของกลุ่มเกษตรกรจะอยู่ใกล้กับแหล่งน้ำเหมืองธรรมชาติ และจะใช้แหล่งน้ำจากชลประทานเสริมเป็นบางครั้ง ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตรเป็นอย่างมาก

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรกรมีผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต คือ คุณสมพล ใหม่จันทร์ และยังเป็นผู้ที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจได้ ในเรื่องระบบการปลูกข้าวด้วยวิธีธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกร ในเรื่องของการผลิต จาก สำนักงานเกษตรอำเภอสันป่าตอง ศูนย์วิจัยข้าว และกรมพัฒนาที่ดิน

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรกรเคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากกรมพัฒนาที่ดิน ในด้านการผลิต การทำปุ๋ยหมัก จำนวน 30,000 บาท และการปลูกพืชทดแทนในโครงการประชารัฐ จำนวน 400,000 บาท

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้าเกษตร มีระบบสื่อสาร ทั้งอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ แต่ไม่ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาใช้อย่างทั่วถึง แต่ไฟฟ้ายังมีบ้างบางจุดยังไม่ครอบคลุมมากนัก คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ข้าว) จะขายส่ง ร้อยละ 95 โดยจะขายให้กับบริษัทเอกชน และจะเก็บไว้บริโภคเอง ร้อยละ 5 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) ผู้ซื้อ (บริษัทรับซื้อรายใหญ่) จะเห็นถึงขั้นตอนในการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดสารเคมี มีมาตรฐาน และมีคุณภาพที่คงที่ โดยทางกลุ่มเกษตรกรจะขายข้าวเปลือกในกิโลกรัมละ 20 บาท และประกันราคาความเสียหาย กิโลกรัมละ 20 บาท และข้าวสีจะขายในกิโลกรัมละ 40 บาท การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ ซื้อขายสินค้าภายใน 10-15 วัน โดยจ่ายเป็นเงินสดให้แก่เกษตรกร

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มลูกค้ารายใหญ่ (บริษัท เดอะสุขะเฮ้าส์ จำกัด) ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ราคาสินค้าเกษตรกลับลดลงจากปีที่ผ่านมา (ปี 2559)

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ผลิตจะจัดส่งสินค้าเกษตรให้แก่ผู้ซื้อด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานและคุณภาพที่คงที่ของตัวสินค้าของกลุ่มเกษตรกร

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง แต่กลุ่มเกษตรกรมีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต คือ กลุ่มเกษตรกรสามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ และสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรสามารถดูแล ตรวจสอบกันได้อย่างทั่วถึง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรต้องการลดต้นทุนในการผลิตสินค้าเกษตร ส่วนเป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีเป้าหมายต้องการพัฒนาสินค้าเกษตรจนสามารถส่งขายออกไปยังต่างประเทศได้ ต้องการขยายจำนวนสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรให้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาข้าวกล้อง และการพัฒนาปุ๋ยอินทรีย์ให้เป็นเชิงธุรกิจ

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรได้รับความช่วยเหลือด้านความรู้ จากสำนักงานเกษตรอำเภอสันป่าตอง ศูนย์วิจัยข้าว และกรมพัฒนาที่ดิน

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีเหตุสุดวิสัย หรือโอกาสใด ๆ

6.1.17 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ มีสมาชิกกลุ่มจำนวน 14 คน ซึ่งสมาชิกทุกคนในกลุ่มมีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและการดูแลสินค้าเกษตรจากประสบการณ์ในการทำการเกษตรปลูกข้าวอินทรีย์มาเกือบ 20 ปี ส่วนต้นทุนในการทำงาน ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต โดยจะมีค่าจ้างในการดำนา วันละ 300 บาท/คน หรือเหมา 1,200 บาท/ไร่ ค่าจ้างในการหว่านกล้า วันละ 300 บาท/คน ค่าจ้างรถเกี่ยวข้าว เหมา 700 บาท/ไร่ และค่ารถไถ เหมา 600 บาท/ไร่

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินร่วนปนทราย และดินเหนียว ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร เช่น ข้าว ถั่ว และข้าวโพด และมีแหล่งน้ำในพื้นที่จาก

ชลประทาน/อ่างเก็บน้ำในพื้นที่ ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร และมีน้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูกพืช

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ดังนี้ (1) การผลิต โดยเฉพาะการทำเกษตรอินทรีย์ และเทคนิคการปลูกข้าวแบบผสมผสานแบบหลายพันธุ์ (2) การตลาดและการแปรรูปสินค้าเกษตร (ข้าว) (3) การเงินและการทำบัญชี จะมีสมาชิกกลุ่มเป็นผู้ดูแลและจดบันทึกรายรับ-รายจ่าย นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มเกษตรกรยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ โดยมีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่คอยให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่กลุ่มเกษตรกรในด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) ด้านการผลิตสินค้าเกษตร ในประเด็นการเพาะเมล็ดพันธุ์ข้าวในระบบอินทรีย์ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และการพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร จากมูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย (2) ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อหาตลาดของสินค้าเกษตร จากสหกรณ์เกษตรอินทรีย์เชียงใหม่จำกัด และ (3) การทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่มเกษตรกร จากสหกรณ์เกษตรอินทรีย์เชียงใหม่จำกัด

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรกรเคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนในการพัฒนาด้านการเกษตรจากเทศบาลน้ำแพร่ ประมาณ 10,000-15,000 บาท ในปี พ.ศ. 2560

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนขนส่งสินค้า แต่ไม่ครอบคลุมทั้งหมด ในบางแห่งยังพบปัญหาด้านการขนส่ง (ถนนดินแดง) และมักพบปัญหาในการขนส่งสินค้าเกษตรด้านการเก็บรักษา เพราะระยะทางจากตำบลน้ำแพร่ไปยังแหล่งที่ขาย (ในเมือง) ค่อนข้างไกล ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้า คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ข้าว) จะขายส่ง ร้อยละ 60 โดยจะส่งไปกรุงเทพฯ ร้อยละ 20 และส่งไปยังเอเดน ร้อยละ 40 และขายปลีกในตลาดท้องถิ่น ร้อยละ 40 ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) ผลผลิต (ข้าว) ที่จะส่งไปขายยังต่างประเทศ จะมีการตรวจสอบคุณภาพ เมล็ด

ข้าวสวย ไม่หัก จึงต้องใช้โรงสีนอกพื้นที่ที่เหมาะสม (2) ผลผลิต (ข้าว) ที่ขายในประเทศจะใช้โรงสีในพื้นที่ การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ ถ้าขายปลีก ผู้ซื้อจะโอนเงินเข้าบัญชีภายหลังการส่งสินค้า ส่วนขายให้แก่บริษัทเอเดนผู้ซื้อจะวางใบเรียกชำระเงิน 15 วัน โดยจะมีการสั่งสินค้าล่วงหน้าว่าแต่ละปีต้องการสินค้าในปริมาณเท่าไหร่ (ตัดรอบการสั่งซื้อทุกเดือนมีนาคม)

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลักได้แก่ กลุ่มลูกค้ารายใหญ่และรายย่อย ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้นตลอด แต่จำกัดด้วยกำลังในการผลิตสินค้าของกลุ่มเกษตรกร

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อจะเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อถือในคุณภาพ มาตรฐาน และความสดใหม่ ในตัวสินค้าเกษตรของกลุ่ม

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีตลาดขายสินค้าเกษตรของตนเอง

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ กลุ่มเกษตรกรมีเป้าหมายที่ต้องการทำสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ และเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพที่แท้จริงในราคาที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถซื้อได้ กลุ่มเกษตรกรจึงต้องการสามารถเพิ่มปริมาณในการผลิตให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น มีปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค และสามารถเป็นผู้กำหนดราคาสินค้าเกษตรเองได้ ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในประเด็นนี้ เพราะสินค้าเกษตร (ข้าว) ของกลุ่มมีเอกลักษณ์และมีคุณภาพกว่าข้าวในภาคอื่น โดยเฉพาะข้าวไรซ์เบอร์รี่ ทำให้สินค้าของกลุ่มสามารถขายได้หมดทุกรอบการผลิต

5) รัฐบาล (Government)

มูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย สหกรณ์เกษตรอินทรีย์เชียงใหม่จำกัด และเทศบาลตำบลน้ำแพร่ให้การสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรในด้านองค์ความรู้ และให้งบสนับสนุน เพื่อช่วยพัฒนามาตรฐานในการผลิตสินค้าเกษตรของกลุ่มให้สูงขึ้น

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรพบปัญหา คือ ไม่สามารถควบคุมปริมาณในการผลิตให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคและตลาดที่ขยายกว้างมากขึ้นได้

6.1.18 เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

เกษตรกรทำเป็นธุรกิจครอบครัว ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการเพาะปลูก การดูแล และการเก็บเกี่ยวเสาวรส (พันธุ์ไทนุง เบอร์ 2 และพันธุ์พื้นเมือง) ในระบบอินทรีย์ จากประสบการณ์ทำงานกับโครงการหลวง ส่วนต้นทุนในการทำงาน จะไม่มีต้นทุนด้านแรงงาน เนื่องจากเกษตรกรเพาะปลูกและดูแลด้วยตนเอง แต่จะมีต้นทุนในด้านการจัดการ ดังนี้ (1) ค่าปุ๋ยอินทรีย์ 2,000 บาท/ครั้ง (2) ค่าอุปกรณ์ (เสาปูน จำนวน 65 ต้น ต้นละ 100 บาท รวมทั้งหมด 6,500 บาท และตาข่าย จำนวน 12 ผืน ผืนละ 90 บาท รวมทั้งหมด 1,080 บาท) (3) ค่าน้ำมันรถยนต์ ประมาณ เดือนละ 200-300 บาท และ (4) ค่าพันธุ์พืช จำนวน 41 ต้น ต้นละ 25 บาท รวมทั้งหมด 1,025 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินเหนียวปนทราย ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกเสาวรส และมีแหล่งน้ำใกล้พื้นที่เพาะปลูก (บ่อน้ำ คลอง และชลประทานห้วยช้างศรี) ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของพื้นที่เพาะปลูกมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร โดยเฉพาะเสาวรส และมีน้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูกพืช

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญด้านการเพาะปลูกเสาวรสในระบบอินทรีย์ จึงมีความต้องการในการให้ความรู้แก่ชาวบ้านในพื้นที่ เพราะต้องการให้เกษตรกรมีสุขภาพที่ดี และผู้บริโภคได้รับประทานผลไม้ที่มีคุณภาพ เกษตรกรจึงถ่ายทอดองค์ความรู้ในด้านการผลิต

การดูแล และการเก็บเกี่ยวเสาวรส แก่หน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาศึกษาดูงาน และแจกยอดพันธุ์พื้นเมืองแก่ผู้ที่สนใจ

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงานใด ๆ

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนเพื่อขนส่งสินค้าที่สะดวก ระบบสื่อสารครอบคลุมทั้งระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกพื้นที่ คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี และมีความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (เสาวรส) จะขายเป็นผลสด โดยจะขายส่งทั้งหมด ส่วนผลิตภัณฑ์น้ำเสาวรสจะขายปลีกตามท้องตลาดในชุมชน ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) สินค้าเกษตรต้องมีคุณภาพและมาตรฐานผ่านการตรวจสอบจากเกษตรกรทุกครั้ง ซึ่งจะขาย 2 เบอร์ คือ ลูกใหญ่ กิโลกรัมละ 27 บาท และลูกเล็ก กิโลกรัมละ 5 บาท และส่วนที่ตกเกรดจะนำไปแปรรูปเป็นน้ำเสาวรส การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) การซื้อขายจะดำเนินการ 3 รูปแบบ คือ (1) จ่ายเป็นเงินสด ซึ่งจะจ่ายทันทีที่รับสินค้า (2) จ่ายเงินสดหลังจากได้รับของแล้ว 1 อาทิตย์ และ (3) โครงการหลวงจ่ายเงินทุกสิ้นเดือน นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของเกษตรกรมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก ได้แก่ กลุ่มพ่อค้าคนกลางรายใหญ่และผู้ซื้อรายย่อย ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้นกว่าปี 2559 เพราะเกษตรกรเพาะปลูกเสาวรสพันธุ์ไทนุงเพิ่มมากขึ้น ส่วนความอิ่มตัวของสินค้า ในปัจจุบัน (ปี 2560) ผู้บริโภคหรือพ่อค้าคนกลางมีความต้องการในตลาดที่สูงมาก และมีพ่อค้าคนกลางรายใหม่มาสอบถามยังกลุ่มเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเสาวรสอินทรีย์ของเกษตรกรจึงมีความต้องการของตลาดสูงในทุกรอบของการผลิต

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อและพ่อค้าคนกลางจะเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเองที่หน้าสวนของเกษตรกร ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ ผลใหญ่ มีความปลอดภัย (อินทรีย์) และรสชาติดี

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรต้องการพัฒนาคุณภาพสินค้าและการตลาดให้มั่นคงและยั่งยืน อีกทั้งเกษตรกรมีจุดมุ่งหวังในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรรายอื่นในพื้นที่ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านสุขภาพและรายได้ของเกษตรกร จึงอยากสนับสนุนเกษตรกรในพื้นที่ให้หันมาปลูกเสาวรสกันมากขึ้น เพราะเสาวรสใช้สารเคมีในการปลูกน้อยและมีความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในประเด็นนี้ เพราะในพื้นที่ยังไม่มีเกษตรกรที่ปลูกเสาวรสอินทรีย์รายอื่น

5) รัฐบาล (Government)

เกษตรกรไม่เคยได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

เกษตรกรไม่เคยประสบเหตุสุดวิสัยหรือโอกาสใด ๆ

6.1.19 กลุ่มเกษตรกรปู่หมื่นลาหู่โฮมสเตย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย

ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

มีสมาชิกกลุ่มจำนวน 250 คน ซึ่งสมาชิกทุกคนเป็นชาวเผ่าลาหู่ ซึ่งสมาชิกในกลุ่มมีทักษะและความชำนาญในแต่ละด้าน คือ คุณเจริญไชย ไชยกอ มีทักษะและความชำนาญด้านการผลิต โดยเฉพาะเรื่องการปลูกชา และคุณชฎาพร ไชยกอ มีทักษะและความชำนาญด้านการตลาด ส่วนต้นทุนในการจัดการของกลุ่มมีไม่ค่อยมาก เนื่องจากการดำเนินงานด้าน

การเกษตรทุกอย่างของกลุ่ม สมาชิกจะใช้แรงงานตนเองและแรงงานในครอบครัวเป็นหลัก และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นทำการเกษตร

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินร่วนปนทราย และดินเหนียว เป็นดินที่มีการระบายน้ำได้ดี ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะชา และมีแหล่งน้ำในพื้นที่จากแหล่งน้ำและแม่น้ำในชุมชน ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตร และมีน้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูกพืช

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน คือ ด้านการผลิตการปลูกชาแบบผสมผสานกับทฤษฎีใหม่ ด้านการตลาด การจัดการแปรรูปสินค้าเกษตร และการจัดการด้านบัญชี นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มเกษตรกรยังสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจ

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

กลุ่มเกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงาน

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนขนส่งสินค้า แต่ไม่ครอบคลุมทั้งชุมชน ในบางแห่งยังพบปัญหาด้านการขนส่ง (ถนนดินแดง ลูกรัง และทางชัน) มีเส้นทางการเดินทางที่ยากลำบากต่อการขนส่งสินค้าเกษตร ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ตและสัญญาณโทรศัพท์ในบางจุดของชุมชน ส่วนระบบสาธารณสุขน้ำประปายังไม่ค่อยสะอาด (ใช้ประปาภูเขา) และมีไฟฟ้าเป็นบางพื้นที่ ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่สมบูรณ์ คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับปานกลาง

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตรของกลุ่ม (ชา) จะขายปลีกทั้งหมด ซึ่งจะขายที่โรงแรมภูมณี ลาหู่ (เป็นโรงแรมในเครือข่ายของชุมชน) ให้แก่กลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวเป็นหลัก ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ กลิ่นหอม และรสชาติดี การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ ซื้อขายเป็นเงินสด

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรของกลุ่มมีความต้องการในระดับประเทศ โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าอยู่ในระดับเพิ่มขึ้น แต่จำกัดด้วยกำลังในการผลิตสินค้าของกลุ่มเกษตรกร เพราะการผลิตชาในระดับครัวเรือน

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อจะเดินทางไปซื้อสินค้าด้วยตนเอง ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อถือในคุณภาพ รสชาติ และมาตรฐานในตัวสินค้าเกษตรของกลุ่ม

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

กลุ่มเกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรมีตลาดขายสินค้าเกษตรของตนเอง และกำลังในการผลิตสินค้าของกลุ่มเป็นธุรกิจขนาดเล็ก

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายองค์กร คือ การพัฒนาสินค้าเกษตร (ชา) ของกลุ่มควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนและมั่นคง ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับผลกระทบในประเด็นนี้ เพราะสินค้าเกษตรของกลุ่มมีคุณภาพและเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งมีความโดดเด่นในเรื่องของประวัติความเป็นมาของชาที่มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวได้

5) รัฐบาล (Government)

กลุ่มเกษตรกรไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

กลุ่มเกษตรกรพบปัญหาในเรื่องของการสื่อสาร เนื่องจากคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถพูดภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้ และประชาชนรุ่นใหม่ในชนเผ่าส่วนมากจะออกไปทำงานนอกพื้นที่ โดยไม่สืบทอดการปลูกชาจากครอบครัวของตน

6.1.20 กลุ่มเกษตรอินทรีย์ปลูกผักบ้านกาด (หอมหัวใหญ่) ตำบลบ้านกาด อำเภอแม่วาง ผลการวิเคราะห์และประเมินผล มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยในการดำเนินงาน (Factor condition)

ปัจจัยในการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่มีความจำเป็นที่จะต้องใส่เข้าไปเพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้ แบ่งเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1) ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources)

กลุ่มเกษตรอินทรีย์ปลูกผักบ้านกาด เกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่มีทักษะและความชำนาญในด้านการผลิต การดูแล และการเก็บเกี่ยวหอมหัวใหญ่ ส่วนต้นทุนในการทำงาน ได้แก่ ค่าจ้างแรงงานเพื่อการผลิต โดยจะมีค่าแรงงาน เหมาไร่ละ 1,000 บาท ใส่พรุนไร่ละ 500 บาท ค่ารถไถ ไร่ละ 1,200 บาท ค่าแรงงานในการปลูก ไร่ละ 2,500 บาท ค่าแรงงานการดึงฝาง ไร่ละ 600 บาท ค่ามัดฝาง ไร่ละ 600 บาท ค่าตัดเฝือง ไร่ละ 350 บาท รถยกร่อง ไร่ละ 1,200 บาท คนยกร่อง ไร่ละ 2,500 บาท ค่าสับดิน ไร่ละ 1,500 บาท และค่ายาคุมหญ้า ไร่ละ 350 บาท ส่วนต้นทุนในด้านการจัดการ คือ ค่าพันธุ์พืช (ซุปเปอร์เร็กซ์) 4,700 บาท ค่าสแลนกรองแสง 1,200 บาท ค่าขี้วัว 1,050 บาท ค่าน้ำ ไร่ละ 50 บาท และค่าน้ำประปา (ชลประทาน) ไร่ละ 50 บาท

1.2) ทรัพยากรทางกายภาพของชุมชน (Physical resources)

ในพื้นที่จะเป็นดินประเภท ดินทราย ซึ่งเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะหอมหัวใหญ่ และข้าวโพดหวาน แหล่งน้ำที่ใช้ในการเพาะปลูกจากแม่น้ำในชุมชน ดังนั้นสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และที่ตั้งของกลุ่มเกษตรมีความเหมาะสมในการทำการเกษตรได้ มีทรัพยากรการผลิตที่สมบูรณ์

1.3) ทรัยพากรด้านความรู้ (Knowledge resources)

เกษตรกรมีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต เพาะปลูกหอมหัวใหญ่ในระบบอินทรีย์ ไม่มีหน่วยงานที่เคยให้ความช่วยเหลือด้านความรู้แก่เกษตรกร

1.4) แหล่งเงินทุนต่าง ๆ (Capital resources)

เกษตรกรไม่เคยได้รับแหล่งเงินทุนสนับสนุนจากหน่วยงาน

1.5) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure resources)

พื้นที่มีถนนหนทางที่สะดวกต่อการขนส่งสินค้า ในพื้นที่มีระบบอินเตอร์เน็ต และสัญญาณโทรศัพท์ ครอบคลุมทุกพื้นที่ ส่วนระบบสาธารณสุขมีน้ำประปาและไฟฟ้าเข้าถึงทุกหมู่บ้าน คุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่อยู่ในระดับที่ดี

2) เงื่อนไขด้านความต้องการของตลาด (Demand condition)

2.1) ลักษณะความต้องการของผู้ซื้อในชุมชน/ประเทศ (Home demand composition)

โครงสร้างของสัดส่วนความต้องการสินค้า (Segment structure of demand) พบว่า สินค้าเกษตร (หอมหัวใหญ่) จะขายส่งแก่พ่อค้าคนกลางทั้งหมด ในส่วนความต้องการของผู้ซื้อ มาตรฐาน และคุณภาพของสินค้า (Sophisticated and demand buyers) ไม่มีการแบ่งเกรดของสินค้าเกษตร จะซื้อขายสินค้าตามราคากลไกตลาด การคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้ซื้อ (Anticipatory buyer needs) จะมีเงื่อนไขในการซื้อขาย คือ พ่อค้าคนกลางจะวางเงินค่ามัดจำให้แก่เกษตรกรล่วงหน้า

2.2) ขนาดความต้องการและรูปแบบของการเติบโต (Demand size and pattern of growth)

สินค้าเกษตรมีความต้องการในระดับชุมชน โดยผู้ซื้อหลัก คือ กลุ่มพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีอัตราส่วนการเติบโตของความต้องการสินค้าขึ้นอยู่กับสถานการณ์ โดยผู้ซื้อรู้จักสินค้าเกษตรโดยการบอกเล่าจากผู้บริโภครายก่อนหรือจากคนในชุมชน

2.3) ความเป็นสากลของความต้องการในประเทศ (Internationalization of domestic demand)

การเดินทางและเคลื่อนย้ายของผู้ซื้อ (Mobile or multinational local buyer) ผู้ซื้อเดินทางมารับเหมาสินค้าเกษตรด้วยตนเองหน้าฟาร์ม ส่วนอิทธิพลและปัจจัยที่มีต่อความต้องการในประเทศ (Influence on foreign needs) คือ สินค้าเกษตรมีคุณภาพดี ขนาดและน้ำหนักต่อลูกที่พอดี และราคามีความเหมาะสม

3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and supporting industries)

เกษตรกรไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมผู้ผลิต และไม่มีความได้เปรียบในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากสินค้าของเกษตรกรมีผู้ซื้อ (พ่อค้าคนกลาง) มารับเหมาทั้งหมด

4) กลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขัน (Firm Strategy Structure and Rivalry)

เป้าหมายบุคลากร คือ เกษตรกรมีความต้องการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดีมากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การทำเกษตรยั่งยืน ส่วนการแข่งขันภายในประเทศ (Domestic rivalry) คู่แข่งทางการตลาดของสินค้าเกษตรเริ่มมีจำนวนมากขึ้น

5) รัฐบาล (Government)

เกษตรกรไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล

6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส (Chance)

เกษตรกรมักจะได้รับผลกระทบ เรื่อง ความสามารถในการควบคุมการผลิต การเกิดโรคติดต่อจากพืช ทำให้ผลผลิตมีลักษณะที่ไม่สวยงาม รสชาติไม่ดี และน้ำหนักต่อลูกไม่ได้มาตรฐาน

**6.2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่**

แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่มีทั้งหมด 9 โครงการ จากการศึกษาแบบจำลอง Diamond Model ของ Michael E. Porter ทำให้สามารถสร้างแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

6.2.1 การวิจัยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่มเกษตรกร จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในประชาคมอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งหมด 6 ประเด็น ซึ่งทั้ง 14 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่มเกษตรกร โดยการใช้ทรัพยากรในการดำเนินการด้านการเกษตรของกลุ่ม ซึ่งผลสำเร็จของกลุ่มนั้นได้มาโดยการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด ทั้งระยะเวลา ทรัพยากร แรงงาน และวัสดุ-อุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุด มีจำนวน 11 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 78 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว, กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไย ตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโบ้ ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอหางดง, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 2 กลุ่มเกษตรกรควรมีการคำนึงถึงต้นทุนในการผลิต ซึ่งถือเป็นรายจ่ายทุกครั้งของการผลิต โดยต้นทุนการผลิตจะแบ่งเป็น 1) ต้นทุนการผลิตทางตรง เช่น ค่าวัตถุดิบที่ใช้ ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายซ่อมบำรุง และค่าวัสดุต่าง ๆ เป็นต้น 2) ต้นทุน

การผลิตทางอ้อม เช่น ค่าเสื่อมราคา ค่าภาษีที่ดิน และอัตราดอกเบี้ย เป็นต้น และ 3) ต้นทุนในการจัดส่งสินค้า ทั้งค่าบรรจุภัณฑ์และค่าขนส่ง เกษตรกรจึงควรจดบันทึกเป็นค่าประมาณการเพื่อให้ทราบถึงต้นทุนที่ใช้ในการผลิตในแต่ละรอบการผลิต เพื่อให้เกิดแนวทางในการใช้ทรัพยากรเหล่านั้นให้คุ้มค่าที่สุดและได้ผลผลิตที่น่าพึงพอใจที่สุด มีจำนวน 4 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 29 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไย ตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอหางดง, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 3 การหาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร สามารถทำได้ในหลายรูปแบบ เช่น การลดเวลาในการผลิต การลดต้นทุนของวัตถุดิบลง การลดจำนวนของเสียจากการผลิต การใช้เทคนิคการเพิ่มผลผลิตโดยพิจารณาจากวิธีการทำงาน (การจัดระบบการทำงาน) การเพิ่มผลผลิตโดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยการผลิต และการเพิ่มผลผลิตโดยพิจารณาระบบการจัดการของวัสดุ ซึ่งเกษตรกรสามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการผลิตของตนได้ มีจำนวน 9 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 64 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว, กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ผู้ปลูกลำไย ตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโบ้ ตำบลชมภู อำเภอสารภี, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 4 เกษตรกรควรมีการวางแผนและควบคุมการผลิตด้านการเกษตรอย่างเป็นระบบ ทั้งการบริหารจัดการเงินทุนในการผลิต การวางระบบฟาร์ม และระบบการเก็บเกี่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานที่คงที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ มีจำนวน 10 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 71 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว, เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโบ้ ตำบลชมภู อำเภอสารภี, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอหางดง, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 5 การรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายด้านการเกษตร เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือด้านการผลิต การให้ความรู้ซึ่งกันและกัน การสร้างตลาดร่วมกัน เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตแก่เกษตรกรโดยใช้ค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดด้วย มีจำนวน 5 กลุ่ม เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 36 ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 6 เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกร ควรมีความกระตือรือร้นในการหาความรู้ด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรอย่างสม่ำเสมอ และพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงพัฒนาด้านการผลิตจากหน่วยงานที่มาให้ความรู้ หน่วยงานที่คอยช่วยเหลือ ได้แก่ เกษตรอำเภอ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ศูนย์เรียนรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร (ศพก.) ประจำตำบล มหาวิทยาลัยต่าง ๆ สหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ และศูนย์เรียนรู้ต่าง ๆ ในพื้นที่เป็นต้น มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 21 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไยตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในประชาคมอาเซียนอย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ ประเด็นที่ 1 การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของกลุ่มเกษตรกรโดยการใช้ทรัพยากรในการดำเนินการด้านการเกษตรของกลุ่ม ซึ่งผลสำเร็จของกลุ่มนั้นได้มาโดยการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด ทั้งระยะเวลา ทรัพยากร แรงงาน และวัสดุ-อุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุด

6.2.2 การวิจัยเพื่อพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน

แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งหมด 5 ประเด็น ซึ่งทั้ง 9 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การตลาดสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยการแลกเปลี่ยนซื้อ-ขายสินค้าเกษตรของกลุ่มผ่านเครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้สินค้าเกษตรนั้นไปถึงมือของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความ

ต้องการแก่ผู้บริโภคและกลุ่มเกษตรกรยังคงต้องมีเป้าหมายของกลุ่ม เพื่อสร้างกำไรและในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มนั้นด้วย ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันโดยสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ระดมความคิด การหาแนวทางการแก้ปัญหาร่วมกัน เพื่อร่วมมือกันสร้างความแข็งแกร่งโดยเฉพาะการต่อรองราคากับผู้ซื้อ มีจำนวน 7 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 77.78 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไย ตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, เกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

ประเด็นที่ 2 การหาช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเกษตร การส่งมอบสินค้า หรือการบริการสู่กลุ่มลูกค้า โดยกลุ่มเกษตรกรจำเป็นต้องศึกษาหาช่องทางการตลาดให้มากขึ้น เช่น ขายปลีก ขายส่ง ขายออนไลน์ สร้าง webpage และ facebook และการออกร้านงานต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ และเพิ่มยอดขายสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรในช่องทางที่หลากหลายยิ่งขึ้น มีจำนวน 6 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.67 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไย ตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปู่หมื่นลาหู่โฮมสเตย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย และเกษตรกรผู้ปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

ประเด็นที่ 3 การกำหนดราคาสินค้าเกษตร จะเป็นไปตามกลไกราคาท้องตลาด หรือตามความพึงพอใจของผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อจะเห็นว่าราคาสินค้ามีราคาเหมาะสมและมีคุณภาพ ดังนั้นกลุ่มเกษตรกรต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเน้นคุณภาพและปริมาณและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเกษตรให้เหมาะสมกับราคาสินค้านั้นๆ มีจำนวน 5 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 55.56 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ ผู้ปลูกลำไย ตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม, กลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

ประเด็นที่ 4 การจัดวางสินค้าเกษตรและสถานที่ในการขายสินค้าเกษตร ควรเน้นความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย จัดกลุ่มสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เดียวกัน เพื่อสร้างความน่าสนใจ

ในการดึงดูดลูกค้า มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 33.33 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปู่หมื่นลาหู่โฮมสเตย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย และเกษตรกรผู้ปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

ประเด็นที่ 5 ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรควรมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะกับตัวสินค้า การแปรรูป ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เพื่อสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตร และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้อีกด้วย มีจำนวน 5 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 55.56 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, เกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปู่หมื่นลาหู่โฮมสเตย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการพัฒนาด้านการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คือ ประเด็นที่ 1 การตลาดสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยการแลกเปลี่ยนซื้อ-ขายสินค้าเกษตรของกลุ่มผ่านเครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้สินค้าเกษตรนั้นไปถึงมือของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรต้องมีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่เหมือนกันโดยสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ระดมความคิด การหาแนวทางการแก้ปัญหาร่วมกัน เพื่อร่วมมือกันสร้างความแข็งแกร่งโดยเฉพาะการต่อรองราคากับผู้ซื้อ

6.2.3 การวิจัยเพื่อการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน

แนวทางการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งหมด 5 ประเด็น ซึ่งทั้ง 9 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 มาตรฐานสินค้าเกษตร เป็นเกณฑ์ที่รับรองกันโดยทั่วไป ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการเทียบกำหนดทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของสินค้าเกษตร ผลที่ได้จากการปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นมาตรฐานที่ได้รับความเห็นชอบจากองค์การ ซึ่งมาตรฐานนั้นต้องเป็นที่น่าเชื่อถือกันอาจอยู่ในลักษณะของเอกสารที่ระบุข้อกำหนดต่าง ๆ ไว้ ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ควรจะพัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรให้ได้รับความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า เช่น ความ

ปลอดภัย มาตรฐาน คุณภาพ และความเป็นเอกลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้าเกษตรของกลุ่ม เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างมาตรฐานทั้งยกระดับในการผลิตสินค้าเกษตรให้สูงขึ้น มีจำนวน 9 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง, กลุ่มเกษตรอินทรีย์ปลูกผักบ้านกาด (หอมหัวใหญ่) ตำบลบ้านกาด อำเภอแม่วาง, เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโป้ ตำบลชมภู อำเภอสารภี, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง, เกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 2 กลุ่มเกษตรกรควรพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการพัฒนาสินค้าเกษตรเพื่อนำมาพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรตามระบบการจัดการคุณภาพ โดยมีหน่วยงานที่เข้ามาให้ความช่วยเหลือ ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรอำเภอ ศูนย์วิจัยข้าว กรมพัฒนาที่ดิน และองค์การบริหารส่วนตำบลที่รับผิดชอบเป็นต้น มีจำนวน 7 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 77.78 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง, กลุ่มเกษตรอินทรีย์ปลูกผักบ้านกาด (หอมหัวใหญ่) ตำบลบ้านกาด อำเภอแม่วาง, เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโป้ ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 3 การหาแนวทางในการเพิ่มผลผลิตโดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมถึงอุปกรณ์การเกษตรที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการผลิต เช่น โรงสีขนาดเล็ก เครื่องบรรจุถุงแบบสูญญากาศ เป็นต้น เพื่อสร้างมาตรฐานในการผลิตและลดต้นทุนในด้านแรงงาน มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 22.22 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง และเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม

ประเด็นที่ 4 การสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้หันมาประกอบอาชีพเกษตรกรรม เนื่องจากเยาวชนรุ่นใหม่มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่จะต่อยอดพัฒนาสินค้าเกษตรให้ได้รับรองคุณภาพ มาตรฐานสินค้าเกษตร สร้างมูลค่าเพิ่มและตลาดที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น มีจำนวน 4 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 44.44 เกษตรกร ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง, กลุ่มเกษตรกรลำไยจัมโป้ ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 5 การสร้างกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายในการช่วยเหลือกันในด้านการผลิต การแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ต่าง ๆ การสร้างตลาดร่วมกัน การช่วยกันตรวจสอบกระบวนการในการผลิตและผลผลิตที่ได้สร้างเป็นมาตรฐานของกลุ่มเกษตรกร เพื่อที่จะพัฒนาให้ได้การรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรได้ในอนาคต มีจำนวน 4 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 44.44 ได้แก่ กลุ่มเกษตรอินทรีย์ปลูกผักบ้านกาด (หอมหัวใหญ่) ตำบลบ้านกาด อำเภอแม่วาง, เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม และกลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการวิจัยเพื่อการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน คือ ประเด็นที่ 1 มาตรฐานสินค้าเกษตร เป็นเกณฑ์ที่รับรองกันโดยทั่วไป ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการเทียบกำหนดทั้งด้านปริมาณและคุณภาพของสินค้าเกษตร ผลที่ได้จากการปฏิบัติการอย่างใดอย่างหนึ่งที่เป็นมาตรฐานที่ได้รับความเห็นชอบจากองค์การ ซึ่งมาตรฐานนั้นต้องเป็นที่น่าเชื่อถือกันอาจอยู่ในลักษณะของเอกสารที่ระบุข้อกำหนดต่าง ๆ ไว้ ทั้งนี้กลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ควรจะพัฒนาการรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรให้ได้รับความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า เช่น ความปลอดภัย มาตรฐาน คุณภาพ และความเป็นเอกลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้าเกษตรของกลุ่ม เพื่อเพิ่มยอดขายและสร้างมาตรฐานทั้งยกระดับในการผลิตสินค้าเกษตรให้สูงขึ้น

6.2.4 การส่งเสริมภาคการเกษตรขององค์กรภาครัฐในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ในประชาคมอาเซียน

แนวทางการส่งเสริมภาคการเกษตรขององค์กรภาครัฐในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ในภาคประชาคมอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งหมด 6 ประเด็น ซึ่งทั้ง 6 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การส่งเสริมการเกษตรแก่กลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรและวิทยากรที่ให้ความรู้กับกลุ่มเกษตรกร เพื่อเกษตรกรจะได้นำความรู้นี้ไปใช้ในการพัฒนาฟาร์มของตนเอง ปัจจุบันการส่งเสริมการเกษตรก็เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยผลการวิจัยทางการเกษตรจะไม่เป็นจริงได้ ถ้าไม่ได้เผยแพร่ให้แก่เกษตรกรให้นำไปใช้ในการพัฒนาการเกษตรของกลุ่ม มีจำนวน 4 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.67 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษ ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 2 การส่งเสริมเกษตรกรโดยใช้หลักการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางในการทำการเกษตร เพื่อให้เกษตรกรอยู่ดีกินดี มีคุณภาพชีวิตที่ดี รักอาชีพในการทำการเกษตร โดยหันมาทำเกษตรอินทรีย์ เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้นทั้งของผู้ผลิตและผู้บริโภค ลดปัญหาดินขาดความอุดมสมบรูณ์ ลดการปนเปื้อนของสารเคมีในดิน และสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมให้กลับมาดียิ่งขึ้น มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 50 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษ ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี และกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 3 กลุ่มเกษตรกรควรได้รับความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านแหล่งเงินทุน ด้านความรู้ ด้านการผลิต การบัญชี และการตลาด เป็นต้น ได้แก่หน่วยงานจาก กรมวิชาการเกษตร สำนักงานประมงจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ เทศบาลตำบลต่าง ๆ ในพื้นที่ องค์การอาหารและยา สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ สหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์วิจัยข้าว และกรมพัฒนาที่ดิน เป็นต้น การเข้ามาช่วยเหลือด้านความรู้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีจำนวน 6 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษ ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, เกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 4 การส่งเสริมในเรื่องเทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ เพื่อการจัดการกระบวนการผลิต ซึ่งช่วยลดต้นทุนในการผลิต ย่นระยะเวลาในการผลิต การเพิ่มประสิทธิภาพทางการเกษตรรวมถึงการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าเกษตรให้ดียิ่งขึ้น มีจำนวน 4 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.67 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษ ตำบลสันป่าเปา อำเภอสันทราย, กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 5 การสร้างกลุ่มเกษตรกรเครือข่าย ในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การวางแผนการผลิต และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ของกันและกัน เพื่อสร้างความมั่นคงในอาชีพ ความร่วมมือกันที่เป็นประโยชน์ต่อการทำการเกษตรมีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 33.33 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 6 การพัฒนาเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้หันมาประกอบอาชีพเกษตรกรรม เนื่องจากเยาวชนรุ่นใหม่มีความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเกษตร และพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นมีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 33.33 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มเกษตรกรปลูกลำไยปลอดภัย ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการส่งเสริมภาคการเกษตรขององค์กรภาครัฐในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ในประชาคมอาเซียน คือ ประเด็นที่ 3 กลุ่มเกษตรกรควรได้รับความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านแหล่งเงินทุน ด้านความรู้ ด้านการผลิต การบัญชี และการตลาด เป็นต้น ได้แก่หน่วยงานจาก กรมวิชาการเกษตร สำนักงานประมงจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ เทศบาลตำบลต่าง ๆ ในพื้นที่ องค์การอาหารและยา สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ สหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์วิจัยข้าว และกรมพัฒนาที่ดิน เป็นต้น การเข้ามาช่วยเหลือด้านความรู้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถพึ่งพาตนเองได้

6.2.5 การพัฒนากลุ่มธุรกิจเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวทางการพัฒนากลุ่มธุรกิจเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีทั้งหมด 9 ประเด็น ซึ่งทั้ง 4 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การพัฒนากลุ่มธุรกิจเกษตร เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การพัฒนาตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มในทางสายกลาง เพื่อให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน และก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัฒน์ มีจำนวน 4 กลุ่ม เกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง

ประเด็นที่ 2 ธุรกิจเกษตรควรมีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านความรู้และด้านนวัตกรรมการผลิต เพื่อนำมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีการ เช่น การศึกษาจากหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือ การค้นคว้าวิจัย เรื่องความต้องการของกลุ่ม

ผู้บริโภค ผนวกกับช่องว่างทางการตลาด เพื่อนำมาวิเคราะห์พัฒนาออกแบบสินค้าใหม่ ๆ เป็นต้น มีจำนวน 4 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง

ประเด็นที่ 3 การประสานงาน ความร่วมมือ และจัดหาแหล่งเงินทุนจากภายนอกชุมชน เป็นทฤษฎีใหม่ขั้นก้าวหน้าสู่ภายนอกชุมชน เพื่อร่วมมือกับส่วนราชการ องค์การเอกชน ธนาคาร ในด้านเงินทุน การผลิต การตลาด การจัดการ และข่าวสารข้อมูล เพื่อช่วยเหลือในการพัฒนากลุ่มและการจัดหาเงินทุน มีจำนวน 1 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 25 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว

ประเด็นที่ 4 ผู้นำกลุ่มธุรกิจเกษตรใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวทางหรือเป้าหมายในการพัฒนาของกลุ่ม และให้ความรู้ เรื่อง ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แก่สมาชิกในกลุ่มให้มีความเข้าใจและพัฒนาร่วมกัน รวมทั้งการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในกลุ่ม โดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ การจัดสรรกำลังคนให้เหมาะสมกับงานและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การสร้างบรรทัดฐานการดำเนินงานสอดคล้องกับหลักปรัชญา และการวางแผนพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความสามารถตามเป้าหมายของกลุ่ม มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 75 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 5 การวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจเกษตรให้มีความพอประมาณ เช่น การตั้งเป้าหมายในการทำงานที่เหมาะสม การใช้จ่ายของกลุ่ม (ต้นทุนด้านการจัดการ) ดำเนินอย่างมีประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า โดยใช้หลักความพอประมาณในการลงทุนต่าง ๆ และการใช้ทรัพยากรทุกส่วนที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นต้น มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 75 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง

ประเด็นที่ 6 การวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจเกษตรด้วยความมีเหตุมีผล เช่น การวางระบบการทำงานที่มีความเป็นไปได้ตามเงินทุนที่กลุ่มมีอยู่ การศึกษาการผลิตสินค้าเกษตรของกลุ่มอย่างรอบคอบและสร้างจุดขายให้มีความยั่งยืน โดยอาศัยความรู้จากการเข้าร่วมการอบรมและงานวิจัยเชิงวิชาการต่าง ๆ เป็นต้น มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 50

ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 7 การวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจเกษตรโดยมีภูมิคุ้มกันในกลุ่มที่ดี เช่น การสร้างระบบติดตามและประเมินผลการทำงาน การวางแผนบริหารหรือลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และการสร้างแผนการดำเนินกิจการเป็นระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความสมดุล มั่นคงในกลุ่มธุรกิจเกษตร เป็นต้น มีจำนวน 4 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง

ประเด็นที่ 8 ผู้นำและสมาชิกทุกคนในกลุ่มธุรกิจเกษตรควรมีคุณธรรมในการดำเนินงาน (ยึดหลักธรรมาภิบาล) มีความโปร่งใส ตรวจสอบการทำงานได้ ผู้นำและสมาชิกกลุ่มมีความซื่อสัตย์สุจริตต่อทั้งองค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้อง มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 50 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว และเกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง

ประเด็นที่ 9 การจัดการและระบบการทำงานของกลุ่มธุรกิจเกษตรควรเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป เน้นความมั่นคงของกลุ่มในระยะยาว ไม่หวังผลกำไรที่สูงจนเกินไป และไม่เน้นกำไรในระยะสั้นเป็นหลักมีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 75 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ดอกคำ ตำบลน้ำแพร่ อำเภอพร้าว และเกษตรกรผู้ปลูกเมล่อนอินทรีย์ ตำบลแม่ท่าช้าง อำเภอหางดง

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการพัฒนากลุ่มธุรกิจเกษตรจังหวัดเชียงใหม่ด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสู่การแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ ประเด็นที่ 1 การพัฒนากลุ่มธุรกิจเกษตร เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การพัฒนาตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มในทางสายกลาง เพื่อให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืน และก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ประเด็นที่ 2 ธุรกิจเกษตรควรมีการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านความรู้และด้านนวัตกรรมการผลิต เพื่อนำมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจ และประเด็นที่ 7 การวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจเกษตรโดยมีภูมิคุ้มกันในกลุ่มที่ดี

6.2.6 การวิจัยเพื่อพัฒนาและต่อยอดสินค้าเกษตรในชุมชนสู่ระบบอาหารปลอดภัยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวทางการพัฒนาและต่อยอดสินค้าเกษตรในชุมชนสู่ระบบอาหารปลอดภัยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งหมด 7 ประเด็น ซึ่งทั้ง 5 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 กลุ่มเกษตรกรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่มีการวางแผนการพัฒนาและต่อยอดอาหารหรือสินค้าเกษตรของตนที่จะนำมาเป็นอาหารบริโภคสำหรับมนุษย์ให้มีความปลอดภัย โดยไม่มีลักษณะของอาหารไม่บริสุทธิ์ตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร และตามกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ผู้บริโภคปลอดภัยจากอันตรายที่มาจากอาหาร (food hazard) ได้แก่ อันตรายทางชีวภาพ อันตรายทางเคมี และอันตรายทางกายภาพ มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 60 ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 2 การพัฒนาสินค้าเกษตรของกลุ่มให้มีระบบการผลิตที่ปลอดภัย และหามาตรฐานที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตรของตนเอง โดยมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอาหาร มีดังนี้ (1) โครงการมาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (Codex Alimentarius Commission: Codex) (2) การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม (Good Agricultural Practice: GAP) (3) มาตรฐานสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Hygiene Practice: GHP) (4) มาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ (Good Manufacturing Practice: GMP) (5) การวิเคราะห์อันตรายและการควบคุมจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม (Hazard Analysis Critical Control Point: HACCP) (6) สมาคมผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกแห่งสหราชอาณาจักร (British Retail Consortium Standard-Food: BRC) (7) มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ (International Food Standard: IFS) (8) European Hygienic Equipment Design Group (EHEDG) หรือองค์กรหนึ่งในสหภาพยุโรปที่ก่อตั้งขึ้นด้วยเพื่อสร้างความก้าวหน้าในด้านสุขอนามัยและวิศวกรรมอาหาร (9) 3-A Sanitary Standards, Inc. (3-A SSI) หรือ องค์กรอิสระ ที่ไม่แสวงหากำไรซึ่งดำเนินการกำหนดมาตรฐานทางด้านสุขอนามัย และ (10) ระบบควบคุมปริมาณสารเคมีที่ใช้ในการเกษตร ซึ่งอาจตกค้างในสินค้าอาหารครอบคลุมถึงยาฆ่าแมลง สิ่งปรุงแต่งในอาหารสัตว์ และยารักษาโรคสำหรับสัตว์ (Positive list system) ซึ่งเกษตรกรสามารถเลือกมาตรฐานสินค้าที่เหมาะสมเพื่อสร้างเป้าหมายในการพัฒนาสินค้าของตนได้ มีจำนวน 5 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบล

ห้วยทราย อำเภอแม่ริม, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 3 กลุ่มเกษตรกรสามารถพัฒนาสินค้าเกษตรสู่ระบบอาหารปลอดภัย โดยใช้เป็นข้อต่อรองทางการค้าได้ เช่น คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ปลอดจากสารเคมีตกค้าง กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเลี้ยงที่ถูกสุขอนามัย และกระบวนการดูแลรักษาผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เป็นต้น การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนทำให้การแข่งขันของสินค้าเกษตรสูงและรุนแรงมากขึ้น เกษตรกรจึงควรพัฒนาและต่อยอดมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ระบบอาหารปลอดภัยให้มีคุณภาพที่สูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันสินค้าเกษตรของชุมชนจนสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ มีจำนวน 5 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง, วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 4 เกษตรกรควรมีความกระตือรือร้นให้การหาความรู้ด้านมาตรฐานสินค้าเกษตร สินค้าปลอดภัย ทั้งในประเทศและสำหรับสินค้าที่จะส่งออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งเกษตรกรสามารถเข้าร่วมการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือหรือบทความงานวิจัยเชิงวิชาการต่าง ๆ หรือสามารถสืบค้นข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตได้ เช่น สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น มีจำนวน 4 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 80 ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย, เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 5 การบูรณาการการทำงานร่วมกันของเกษตรกรกับหน่วยงานรัฐและเอกชน ผ่านกิจกรรมหรือโครงการด้านการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิตและการจัดการสินค้าเกษตรปลอดภัย ให้มีมาตรฐานที่มั่นคงและยั่งยืน เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรมีแนวทางในการพัฒนาสินค้าเกษตรที่ชัดเจนมากขึ้น มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 40 ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลท่าวังพร้าว ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 6 การสร้างต้นแบบของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ด้านการพัฒนาสินค้าเกษตรในระบบอาหารปลอดภัย การยกระดับการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพที่สูง รวมไปถึงการจัดระบบฟาร์มอย่างมีมาตรฐาน เพื่อเป็นต้นแบบ เชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรกรผู้ผลิต โรงงาน และตลาด ในลักษณะที่มีการผลิตวัตถุดิบและการเก็บเกี่ยวที่มีคุณภาพ ปลอดภัย ป้อนสู่โรงงานหรือแหล่งจำหน่าย ซึ่งสามารถสร้างความแน่นอนและยกระดับราคาสินค้าเกษตรคุณภาพได้ มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 40 ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกเสาวรสอินทรีย์ ตำบลบ้านหลวง อำเภอแม่อาย และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 7 เกษตรกรควรมีความมุ่งมั่นและแน่วแน่ในการทำการเกษตรปลอดภัย เน้นวิถีเกษตรธรรมชาติตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง อีกทั้งคนในชุมชนหรือสมาชิกกลุ่มควรมีความสามัคคีกัน ร่วมมือร่วมใจกันในการพัฒนาและต่อยอดสินค้าของตนเอง มีจำนวน 1 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 20 ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอแม่ริม

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการวิจัยเพื่อพัฒนาและต่อยอดสินค้าเกษตรในชุมชนสู่ระบบอาหารปลอดภัยภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ ประเด็นที่ 2 การพัฒนาสินค้าเกษตรของกลุ่มให้มีระบบการผลิตที่ปลอดภัย และหามาตรฐานที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตรของตนเองเพื่อสร้างเป้าหมายในการพัฒนาสินค้าของตนได้ และประเด็นที่ 3 กลุ่มเกษตรกรสามารถพัฒนาสินค้าเกษตรสู่ระบบอาหารปลอดภัยโดยใช้เป็นข้อต่อรองทางการค้าได้ เช่น คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ปลอดจากสารเคมีตกค้าง กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเลี้ยงที่ถูกสุขอนามัย และกระบวนการดูแลรักษาผลผลิตหลังการเก็บเกี่ยว เป็นต้น การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนทำให้การแข่งขันของสินค้าเกษตรสูงและรุนแรงมากขึ้น เกษตรกรจึงควรพัฒนาและต่อยอดมาตรฐานสินค้าเกษตรสู่ระบบอาหารปลอดภัยให้มีคุณภาพที่สูง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันสินค้าเกษตรของชุมชนจนสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

6.2.7 การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน

แนวทางการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งหมด 6 ประเด็น ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 กลุ่มเกษตรกรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ควรคำนึงถึงระบบการผลิตทางการเกษตรที่เน้นการรักษาสมดุลของธรรมชาติและความหลากหลายของทางชีวภาพโดยมีระบบการจัดการนิเวศวิทยาที่คล้ายคลึงกับธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ไม่ว่าจะเป็น

ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช และฮอร์โมนต่าง ๆ ตลอดจนไม่ใช้พืชหรือสัตว์ที่เกิดจากการตัดต่อทางพันธุกรรมที่อาจเกิดมลพิษในสภาพแวดล้อม เน้นการใช้อินทรียวัตถุ เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด และปุ๋ยชีวภาพในการปรับปรุงบำรุงให้มีความอุดมสมบูรณ์ เพื่อให้ต้นพืชมีความแข็งแรงสามารถต้านทานโรคและแมลงด้วยตนเอง รวมถึงการนำเอาภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ประโยชน์ด้วย มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 2 ควรสร้างกลุ่มเกษตรอินทรีย์ที่เข้มแข็งในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ขยายเครือข่ายทั่วทั้งตำบล หรืออำเภอ เพื่อให้เกิดพื้นที่สีเขียว มีดินและน้ำที่สะอาดในการเพาะปลูก พร้อมทั้งมีการควบคุมการใช้สารเคมีในการเพาะปลูก มีการตรวจสอบภายในชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สินค้าเกษตรอินทรีย์ในชุมชนมีมาตรฐานที่ดีอย่างต่อเนื่อง มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.67 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี และกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 3 การให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้องแก่เกษตรกร จากผู้นำกลุ่ม หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการทำเกษตรอินทรีย์ หน่วยงานทั้งรัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านการเตรียมแปลงปลูก (ดินและน้ำที่ใช้เพาะปลูก) ระบบฟาร์มอินทรีย์ การดูแลพืชด้วยระบบอินทรีย์ในทุกขั้นตอน การผลิตสารชีวภาพ ปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ และเทคนิคในการเก็บผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรมีการให้คำปรึกษา ส่งเสริมและสนับสนุน ด้านการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ การแปรรูปสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าให้กับกลุ่มเกษตรกรให้มากขึ้น เป็นต้น มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 4 การพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ของชุมชน ควรมีมาตรฐานที่รองรับเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค โดยเครื่องหมายหรือตรารับรอง PGS ที่ผ่านการรับรองที่เป็นทางการของมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล จากสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements - IFOAM) ซึ่งเป็นมาตรฐานที่พบได้ในการกระจายสินค้าอินทรีย์สู่ตลาดภายนอก หรือตลาดต่างประเทศ เนื่องจากได้รับการยอมรับร่วมกันของมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากลที่รับรองโดย IFOAM ได้จัดทำระบบและกระบวนการเผยแพร่ตั้งแต่ปี 2551 และมีการนำไปใช้ในหลายประเทศ มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.67

ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 5 การส่งเสริมการพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ของชุมชนให้ตรงกับมาตรฐานและความต้องการของประเทศหรือกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ ซึ่งกลุ่มในประเทศอาเซียนพบว่า ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีดัชนีความมั่นคงทางอาหารสูงที่สุด รองลงมาคือ มาเลเซีย และไทย (ปี 2559) หากกลุ่มเกษตรกรสามารถพัฒนาสินค้าของตนให้ได้มาตรฐานอินทรีย์ที่มีคุณภาพสูง จะทำให้ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยกว้างขึ้น มีผู้บริโภคที่หลากหลาย และสามารถต่อรองราคาขายสินค้าในท้องตลาดได้ มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.67 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 6 การส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่ให้มีหมู่บ้านอินทรีย์ (Organic Village) ซึ่งเป็นสถานที่รองรับสินค้าเกษตรอินทรีย์สด/แปรรูป และเป็นแหล่งกระจายจำหน่ายสินค้าของชุมชน โดยสินค้าของเกษตรกรในชุมชนที่จะนำมาวางขายจะต้องมีระบบการเพาะปลูกแบบ PGS และสินค้าอินทรีย์มีคุณภาพที่ดีและปลอดภัย ซึ่งจะช่วยลดปัญหาในด้านการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของชุมชน ลดปัญหาการแทรกแซงของภาครัฐ ปัญหาพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งยังช่วยให้ผู้บริโภคที่รักสุขภาพมีแหล่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี, กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลบ้านแม อำเภอสันป่าตอง และเกษตรกรผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ ตำบลน้ำบ่อหลวง อำเภอสันป่าตอง

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน คือ ประเด็นที่ 1 กลุ่มเกษตรกรชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ควรคำนึงถึงระบบการผลิตทางการเกษตรที่เน้นการรักษาสมดุลของธรรมชาติและความหลากหลายของทางชีวภาพ โดยมีระบบการจัดการนิเวศวิทยาที่คล้ายคลึงกับธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ไม่ว่าจะเป็นปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช และฮอร์โมนต่าง ๆ ตลอดจนไม่ใช้พืชหรือสัตว์ที่เกิดจากการตัดต่อทางพันธุกรรมที่อาจเกิดมลพิษในสภาพแวดล้อม เน้นการใช้อินทรียวัตถุ ประเด็นที่ 3 การให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้องแก่เกษตรกร จากผู้นำกลุ่ม หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการทำเกษตรอินทรีย์ หน่วยงานทั้งรัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้อง และประเด็นที่ 6 การส่งเสริมเกษตรกรในพื้นที่ให้มีหมู่บ้านอินทรีย์ (Organic Village) ซึ่งเป็นสถานที่รองรับสินค้าเกษตรอินทรีย์สด/แปรรูป และเป็นแหล่งกระจายจำหน่ายสินค้าของชุมชน โดยสินค้าของเกษตรกรในชุมชนที่จะนำมาวางขายจะต้องมีระบบการเพาะปลูกแบบ PGS

และสินค้าอินทรีย์มีคุณภาพที่ดีและปลอดภัย ซึ่งจะช่วยลดปัญหาในด้านการตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของชุมชน ลดปัญหาการแทรกแซงของภาครัฐ ปัญหาพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งยังช่วยให้ผู้บริโภคที่รักสุขภาพมีแหล่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม

6.2.8 การวิจัยเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ อย่างสร้างสรรค์สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวทางการพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ อย่างสร้างสรรค์สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งหมด 7 ประเด็น ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 กลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ควรมีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเกษตรอย่างสร้างสรรค์ (Agriculture Creative Economy) คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจการเกษตรบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าเกษตรและบริการที่สร้าง “มูลค่าทางเศรษฐกิจ” และ “คุณค่าทางสังคม” ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดได้ เรียกว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด” มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 2 กลุ่มเกษตรกรควรมีการวางแผนขับเคลื่อนการพัฒนาสินค้าเกษตรของตนให้มีมูลค่าเพิ่ม มีความแปลกใหม่ ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนไป และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่นั้น ๆ การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรในเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นจะช่วยในการขยายขนาดการผลิตของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และยังส่งผลต่อการจ้างงาน การสร้างผลตอบแทน (กำไร) แก่ผู้ประกอบการด้วย มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 3 การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน (กลุ่มเกษตรกร) เกิดขึ้นได้จากการที่ชุมชนมีการพัฒนาสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ (Product Base) ของตนในพื้นที่ ซึ่งแบ่งการพัฒนาเป็น 3 ส่วน คือ (1) ด้านการบริหารจัดการภายในชุมชน โดยการสร้างความมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นเจ้าของผลผลิตนั้นร่วมกัน ซึ่งเป็นการสร้างความเข้มแข็งของทุนทางสังคม (Social Capital) ภายในชุมชน (2) ด้านการสร้างระบบเครือข่าย

ของชุมชนเกษตร โดยมีชุมชนต้นแบบ และหน่วยงานที่เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ของสินค้าเกษตร เข้ามาส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (3) ด้านการถ่ายทอด ต่อยอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ แก่ผู้ที่สนใจหรือหน่วยงานอื่น ๆ มีจำนวน 1 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 50 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 4 ผู้นำชุมชน หรือผู้นำเกษตรกร ควรมีความมุ่งมั่นและวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ควรมีการหาความรู้เพิ่มเติมแก่ตนเองอย่างสม่ำเสมอ และเปิดใจเข้าร่วมการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากหน่วยงานที่เชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้มีความรู้มาเผยแพร่แก่สมาชิกหรือคนในชุมชนอย่างถูกต้อง มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภีและ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 5 การสร้างสรรค์ระบบเศรษฐกิจของชุมชน จะมาจากองค์ความรู้ที่มีการต่อยอดจากฐานการวิจัยต่าง ๆ การค้นหาข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคผ่านหนังสือ ข่าวสาร และระบบอินเตอร์เน็ต องค์ความรู้จากหน่วยงานที่ให้ความรู้ทั้งรัฐบาลและเอกชน นอกจากนี้เกษตรกรควรมีกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ทั้งในด้านการจัดเก็บ ต่อยอด และถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 6 สิ่งสำคัญที่สุดของกระบวนการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเกษตรสร้างสรรค์ คือ กระบวนการและวิธีการมอง “ทุนจากภายใน” ชุมชนและท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วเพื่อนำมาซึ่งการต่อยอดสร้างสรรค์และสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็น “อัตลักษณ์” ที่สำคัญในการสะท้อนความเป็นตัวตนของชุมชนและท้องถิ่น อันเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งต่อความสำเร็จในการพัฒนาสังคมและชุมชนที่ยั่งยืน มีจำนวน 1 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 50 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 7 การสร้างผู้สืบทอดเป็นบุคลากรรุ่นใหม่ เพราะบุคลากรรุ่นใหม่มีความพร้อมในการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ และสามารถริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มและตลาดที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ กลุ่มชุมชนประมงครบวงจรท้องถิ่นตำบลชมภู ตำบลชมภู อำเภอสารภี และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ อย่างสร้างสรรค์สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ ประเด็นที่ 1 กลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ควรมีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเกษตรอย่างสร้างสรรค์ (Agriculture Creative Economy) คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจการเกษตรบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อผลิตสินค้าเกษตรและบริการที่สร้าง “มูลค่าทางเศรษฐกิจ” และ “คุณค่าทางสังคม” ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดได้ เรียกว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด” ประเด็นที่ 2 กลุ่มเกษตรกรควรมีการวางแผนขับเคลื่อนการพัฒนาสินค้าเกษตรของตนให้มีมูลค่าเพิ่ม มีความแปลกใหม่ ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนไป และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่นั้น ๆ การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรในเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นจะช่วยในการขยายขนาดการผลิตของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ และยังส่งผลต่อการจ้างงาน การสร้างผลตอบแทน (กำไร) แก่ผู้ประกอบการด้วย ประเด็นที่ 4 ผู้นำชุมชน หรือผู้นำเกษตรกร ควรมีความมุ่งมั่นและวิสัยทัศน์ในการขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ควรมีการหาความรู้เพิ่มเติมแก่ตนเองอย่างสม่ำเสมอ และเปิดใจเข้าร่วมการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากหน่วยงานที่เชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะได้มีความรู้มาเผยแพร่แก่สมาชิกหรือคนในชุมชนอย่างถูกต้อง ประเด็นที่ 5 การสร้างสรรค์ระบบเศรษฐกิจของชุมชน จะมาจากองค์ความรู้ที่มีการต่อยอดจากฐานการวิจัยต่าง ๆ การค้นหาข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคผ่านหนังสือ ข่าวสาร และระบบอินเตอร์เน็ต องค์ความรู้จากหน่วยงานที่ให้ความรู้ทั้งรัฐบาลและเอกชน นอกจากนี้เกษตรกรควรมีกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) ทั้งในด้านการจัดเก็บ ต่อยอด และถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา และประเด็นที่ 7 การสร้างผู้สืบทอดเป็นบุคลากรรุ่นใหม่ เพราะบุคลากรรุ่นใหม่มีความพร้อมในการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ และสามารถริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มและตลาดที่กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

6.2.9 การวิจัยเพื่อต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

แนวทางการต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีทั้งหมด 4 ประเด็น ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการมีแนวทางในการพัฒนาในแต่ละประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 การพัฒนาต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Commercial Advantage) คือ งานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ของชุมชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาเป็นสิ่งประดิษฐ์ หรือผลิตภัณฑ์ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ หรือนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ส่วนประโยชน์เชิงสาธารณะ (Public Advantage) คือ การนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณชนในเรื่องต่าง ๆ ที่ทำให้คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของประชาชนดีขึ้น ดังนั้นกลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ควรพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ และมาตรฐานให้เพิ่มขึ้นจนสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์ได้ เช่น สูตรส่วนผสมของสินค้า กรรมวิธีการผลิต กระบวนการ (Process) อุปกรณ์และ เครื่องมือ (Tools) หรือผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นต้น ส่วนประโยชน์ในเชิงสาธารณะ เช่น สามารถนำการวิจัยของกลุ่มเกษตรกรนี้ไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรของชุมชนอื่น หรือนำไปเผยแพร่ให้แก่ผู้ที่สนใจ เป็นต้น มีจำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 100 ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่ทาออร์แกนิค ตำบลแม่ทา อำเภอแม่ออน

ประเด็นที่ 2 ผู้นำกลุ่มเกษตรกรควรมีความเข้มแข็งและมุ่งมั่นในการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรของตนอยู่เสมอ มีความกระตือรือร้นในการหาความรู้ทั้งด้านการผลิต การตลาด การแปรรูปสินค้า วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว การจัดระบบฟาร์ม การรักษามาตรฐานของสินค้า และการพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับผู้บริโภครายใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง หากผู้นำกลุ่มมีความรู้ความเชี่ยวชาญมากจะทำให้สามารถเผยแพร่ความรู้เหล่านี้ให้แก่สมาชิกได้ นำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเกษตรของตนมากยิ่งขึ้น มีจำนวน 3 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 100 เกษตรกร ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่ทาออร์แกนิค ตำบลแม่ทา อำเภอแม่ออน

ประเด็นที่ 3 เกษตรกรควรมีความรู้เรื่อง สิทธิทรัพย์สินทางปัญญาต่าง ๆ เพื่อผลประโยชน์ของตัวเกษตรกรเอง โดยทรัพย์สินทางปัญญาแบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก คือ (1) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมและ (2) ลิขสิทธิ์ สำหรับทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมแบ่งออก 5 ประเภท ได้แก่ (1) สิทธิบัตร (สิทธิบัตรการประดิษฐ์, อนุสิทธิบัตร และสิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์) (2) เครื่องหมายการค้า (3) ความลับทางการค้า (4) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และ (5) แบบผังภูมิของวงจรรวม ซึ่งสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมได้จาก กรมทรัพย์สินทางปัญญา มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.67 ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบล

ยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรบ้านสันกอเก็ต ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง

ประเด็นที่ 4 การสร้างความร่วมมือกันในการพัฒนาและต่อยอดสินค้าให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ทั้งการร่วมมือกันในการพัฒนาตัวสินค้า การสร้างผลงานให้สามารถเผยแพร่ไปยังต่างประเทศ การพัฒนาสินค้าของเกษตรกรร่วมกับการตลาดของบริษัทเอกชนที่มีมาตรฐาน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง และรักษาระดับมาตรฐานของสินค้าได้ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระบบธุรกิจ มีจำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 66.67 ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตเห็ดกิ่วแลหลวง (P.J. ฟาร์ม) ตำบลยุหว่า อำเภอสันป่าตอง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่ทาออร์แกนิค ตำบลแม่ทา อำเภอแม่ออน

ดังนั้น ประเด็นที่สำคัญที่สุดของการวิจัยเพื่อต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน คือ ประเด็นที่ 1 การพัฒนาต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Commercial Advantage) คือ งานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์ของชุมชนที่จะนำไปสู่การพัฒนาเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือผลิตภัณฑ์ซึ่งก่อให้เกิดรายได้ หรือนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ส่วนประโยชน์เชิงสาธารณะ (Public Advantage) คือ การนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณชนในเรื่องต่าง ๆ ที่ทำให้คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของประชาชนดีขึ้น ดังนั้นกลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ควรพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ และมาตรฐานให้เพิ่มขึ้นจนสามารถต่อยอดในเชิงพาณิชย์และเชิงสาธารณะได้ และประเด็นที่ 2 ผู้นำกลุ่มเกษตรกรควรมีความเข้มแข็งและมุ่งมั่นในการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรของตนอยู่เสมอ มีความกระตือรือร้นในการหาความรู้ทั้งด้านการผลิต การตลาด การแปรรูปสินค้า วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยว การจัดระบบฟาร์ม การรักษามาตรฐานของสินค้า และการพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับผู้บริโภครายใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง หากผู้นำกลุ่มมีความรู้ความเชี่ยวชาญมากจะทำให้สามารถเผยแพร่ความรู้เหล่านี้ให้แก่สมาชิกได้ นำไปสู่การสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าเกษตรของตนมากยิ่งขึ้น

6.3 การจัดการความรู้ (Knowledge Management)

กระบวนการจัดการความรู้ของ บุญดี บุญญากิจ และคณะ (2548) ประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การค้นหาความรู้ (Knowledge Identification) 2) การสร้างหรือแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) 3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) 4) การประมวลผลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) 5) การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) 6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้

(Knowledge Sharing) และ 7) การเรียนรู้ (Learning) ซึ่งนักวิจัยได้ถอดบทเรียนทั้ง 20 กลุ่มเกษตรกร สามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ได้ 6 องค์ความรู้ ดังตารางที่ 6.1

ตารางที่ 6.1 องค์ความรู้ของกลุ่มเกษตรกรชุมชน จังหวัดเชียงใหม่

| องค์ความรู้ | จำนวนกลุ่มเกษตรกร | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1) องค์ความรู้ในการจัดการปัจจัยการผลิต | 20 | 35.09 |
| 2) องค์ความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต | 14 | 24.56 |
| 3) องค์ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าปลอดภัย | 13 | 22.81 |
| 4) องค์ความรู้ในการจัดการตลาด | 4 | 7.02 |
| 5) องค์ความรู้ในการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อต่อยอดมูลค่า | 3 | 5.26 |
| 6) องค์ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน (GAP) | 3 | 5.26 |
| **รวม** | **57** | **100.00** |

ที่มา: จากการวิจัย

จากตารางที่ 6.1 แสดงองค์ความรู้ของกลุ่มเกษตรกร ทั้ง 20 กลุ่มเกษตรกร พบว่า การจัดการความรู้ภาคเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ประชาคมอาเซียน สามารถสรุปองค์ความรู้ได้ 6 ด้าน ได้แก่ (1) องค์ความรู้ในการจัดการปัจจัยการผลิต (2) องค์ความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (3) องค์ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าปลอดภัย (4) องค์ความรู้ในการจัดการตลาด (5) องค์ความรู้ในการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อต่อยอดมูลค่า และ (6) องค์ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน (GAP) โดยองค์ความรู้ที่กลุ่มเกษตรกรมีมากที่สุด คือ องค์ความรู้ในการจัดการปัจจัยการผลิต จำนวน 20 กลุ่ม (ร้อยละ 35.09) รองลงมา คือ องค์ความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต จำนวน 14 กลุ่ม (ร้อยละ 24.56) ต่อมาเป็นองค์ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าปลอดภัย จำนวน 13 กลุ่ม (ร้อยละ 22.81) องค์ความรู้ในการจัดการตลาด จำนวน 4 กลุ่ม (ร้อยละ 7.02) องค์ความรู้ในการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อต่อยอดมูลค่า จำนวน 3 กลุ่ม (ร้อยละ 5.26) และสุดท้ายคือ องค์ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน (GAP) จำนวน 3 กลุ่ม (ร้อยละ 5.26)

6.4 มูลค่าเพิ่มของโครงการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเกษตรกร

จากผลการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรทั้ง 20 กลุ่มเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ พบจุดอ่อนที่สำคัญ คือ 1) เกษตรกรยังขาดความสามารถในการผลิตสินค้าให้ได้ปริมาณที่มาก และยังขาดความสามารถในการควบคุมปริมาณ คุณภาพผลผลิตในแต่ละรอบการผลิต

2) ความสามารถของเกษตรกรในการจัดการฟาร์มอย่างมีระบบยังมีไม่มาก 3) พื้นที่ทำการเกษตรมีปริมาณน้ำไม่เพียงพอ 4) กลุ่มเกษตรกรมีอำนาจในการต่อรองราคาพ่อค้าคนกลางน้อย 5) เกษตรกรขาดการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ และ 6) การแข่งขันของสินค้าเกษตรค่อนข้างสูงแต่เป็นในลักษณะที่เป็นเครือข่ายกัน ดังนั้นนักวิจัยจึงได้เพิ่มศักยภาพของกลุ่มผ่านกิจกรรมทั้ง 3 โครงการ คือ การอบรม “แนวปฏิบัติมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย” การอบรม “บรรจุภัณฑ์และการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตร” ในประเด็น เรื่อง เทคโนโลยีการบรรจุสำหรับสินค้าเกษตรและบรรจุภัณฑ์กับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร และการอบรม “แนวทางการประยุกต์ใช้แอพพลิเคชั่นเพื่อการบริหารจัดการฟาร์มและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชน” แล้วพบว่ากลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมการอบรมมีผลการประเมินศักยภาพเพิ่มขึ้น สามารถวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของโครงการได้ดังนี้

1) “แนวปฏิบัติมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย” มีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้ (1) การวิเคราะห์คุณภาพสินค้าเกษตรทางกายภาพ สามารถเพิ่มความรู้จากระดับมาก (คะแนน 4.28, S.D. = 0.81) สู่ระดับมาก (คะแนน 4.44, S.D. = 0.74) คิดเป็นร้อยละ 3.20 (2) การวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจในการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน สามารถเพิ่มความรู้จากระดับปานกลาง (คะแนน 3.05, S.D. = 0.98) สู่ระดับมาก (คะแนน 3.81, S.D. = 0.87) คิดเป็นร้อยละ 15.20 รวมเฉลี่ยแล้วมีระดับเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.20

2) “บรรจุภัณฑ์และการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตร” ในประเด็น เทคโนโลยีการบรรจุสำหรับสินค้าเกษตรและเรื่อง บรรจุภัณฑ์กับการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร ในการวิเคราะห์คุณภาพสินค้าเกษตรทางกายภาพ สามารถเพิ่มความรู้ให้กับเกษตรกรจากระดับมาก (คะแนน 4.27, S.D. = 0.75) สู่ระดับมาก (คะแนน 4.45, S.D. = 0.64) คิดเป็นร้อยละ 3.60 และการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจในการทำบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรที่มีมาตรฐาน สามารถเพิ่มความรู้ให้กับเกษตรกรจากระดับปานกลาง (คะแนน 3.04, S.D. = 0.98) สู่ระดับมาก (คะแนน 3.77, S.D. = 0.79) คิดเป็นร้อยละ 14.60 รวมเฉลี่ยแล้วมีระดับเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.10

3) “แนวทางการประยุกต์ใช้แอพพลิเคชั่นเพื่อการบริหารจัดการฟาร์มและการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชน” คือ การวิเคราะห์ประเด็นความสำคัญเรื่อง ทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนและการใช้แอพพลิเคชั่นเพื่อการบริหารจัดการฟาร์ม สามารถเพิ่มศักยภาพของเกษตรกรจากระดับมาก (คะแนน 3.83, S.D. = 0.90) สู่ระดับมาก (คะแนน 3.99, S.D. = 0.84) คิดเป็นร้อยละ 3.20 และการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจในเรื่อง ทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนและการใช้แอพพลิเคชั่นเพื่อการบริหารจัดการฟาร์ม สามารถเพิ่มศักยภาพของเกษตรกรจากระดับ

ปานกลาง (คะแนน 2.83, S.D. = 0.94) สู่ระดับมาก (คะแนน 3.73, S.D. = 0.63) คิดเป็นร้อยละ 18.00 รวมเฉลี่ยแล้วมีระดับเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.60

ทั้ง 3 กิจกรรม สามารถเพิ่มศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9.63

จากข้อมูลการประเมินมูลค่าโครงการเพิ่มศักยภาพของเกษตรกรทั้ง 3 โครงการ ได้ช่วยในการพัฒนาต่อยอดให้กับกลุ่มเกษตรกร ทั้งหมด 20 กลุ่มเกษตรกร ได้ผลลัพธ์ 9 ด้าน มีรายละเอียดดังตารางที่ 6.2

ตารางที่ 6.2 ความสามารถในการพัฒนาต่อยอดของกลุ่มเกษตรกรชุมชน จังหวัดเชียงใหม่

| ด้าน | ความสามารถในการพัฒนาต่อยอด | | |
|---|---|---|---|
| | จำนวน (กลุ่มเกษตรกร) | S.D. | ร้อยละ |
| 1) การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร | 14 | 0.47 | 25.45 |
| 2) การพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน | 9 | 0.51 | 16.36 |
| 3) การตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร | 9 | 0.51 | 16.36 |
| 4) การส่งเสริมภาคการเกษตรขององค์กรภาครัฐในชุมชน | 6 | 0.47 | 10.91 |
| 5) การพัฒนาและต่อยอดสินค้าเกษตรในชุมชนสู่ระบบอาหารปลอดภัย | 5 | 0.44 | 9.09 |
| 6) การพัฒนากลุ่มธุรกิจเกษตร ด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง | 4 | 0.41 | 7.27 |
| 7) การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ | 3 | 0.37 | 5.45 |
| 8) การต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ | 3 | 0.37 | 5.45 |
| 9) การพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเกษตรของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ | 2 | 0.31 | 3.64 |
| **รวม** | | | **100.00** |

ที่มา: จากการวิจัย

จากตารางที่ 6.2 แสดงความสามารถในการพัฒนาต่อยอดของกลุ่มเกษตรกร พบว่า กลุ่มเกษตรกรมีความสามารถที่จะยกระดับในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้า

เกษตรมากที่สุด มีจำนวน 14 กลุ่มเกษตรกร (S.D. = 0.47, ร้อยละ 25.45) รองลงมา คือ ด้านการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน และด้านการตรวจสอบและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตร มีจำนวน 9 กลุ่มเกษตรกร (S.D. = 0.51, ร้อยละ 16.36) ต่อมาคือ ด้านการส่งเสริมภาคการเกษตรขององค์กรภาครัฐในชุมชน จำนวน 6 กลุ่มเกษตรกร (S.D. = 0.47, ร้อยละ 10.91) ด้านการพัฒนาและต่อยอดสินค้าเกษตรในชุมชนสู่ระบบอาหารปลอดภัย จำนวน 5 กลุ่มเกษตรกร (S.D. = 0.44, ร้อยละ 9.09) ด้านการพัฒนากลุ่มธุรกิจเกษตร ด้วยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 4 กลุ่มเกษตรกร (S.D. = 0.41, ร้อยละ 7.27) ด้านการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ และด้านการต่อยอดภาคการเกษตรของชุมชนให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ จำนวน 3 กลุ่มเกษตรกร (S.D. = 0.37, ร้อยละ 5.45) สุดท้ายคือ ด้านการพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเกษตรของชุมชน อย่างสร้างสรรค์ จำนวน 2 กลุ่มเกษตรกร (S.D. = 0.31, ร้อยละ 3.64)