

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเชิงปฏิบัติการด้านการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์เห็ดและผักปลอดสารพิษแบบมีส่วนร่วม ด้วยการจัดการความรู้ของกลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่ บ้านเจดีย์แม่ครัว ต.แม่แฝกใหม่ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการบริหารจัดการของกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์งานและพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่ม และเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดของกลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่บ้านเจดีย์แม่ครัว สามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ระบบการบริหารจัดการกลุ่ม

ระบบการบริหารจัดการกลุ่มของกลุ่มของชุมชนในบ้านเจดีย์แม่ครัว พบว่าการบริหารจัดการของกลุ่มได้มีการแบ่งกลุ่มออกเป็นกลุ่มย่อยตามความสนใจและต้องการของสมาชิกจะเห็นได้จากการมีการแบ่งกลุ่มออกได้ 5 กลุ่ม คือ กลุ่มเพาะเห็ด กลุ่มผักปลอดสารพิษ กลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพ กลุ่มออมทรัพย์ และกลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่ โดยกลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่มีสมาชิกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาเป็นกลุ่มออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 88.6 ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันแบบหลวมตามความสนใจของสมาชิกเป็นหลัก

การวิเคราะห์งานและพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่ม

การวิเคราะห์งานเพื่อศึกษากระบวนการในการบริหารจัดการกลุ่มนั้น ทางผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็นสองส่วน คือ การศึกษาความต้องการและปัญหาในการบริหารจัดการและการพัฒนาการดำเนินการของกลุ่ม ได้ผลการศึกษา ดังนี้

1. การศึกษาความต้องการและปัญหาในการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มมีปัญหา 3 อันดับแรกได้แก่ ฤดูกาลไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 61.9 สมาชิกบางส่วนไม่มีวินัยในการทำงานและกลุ่มมีคนทำงานน้อย คิดเป็นร้อยละ 59.5 และเวลาในการทำกิจกรรมร่วมกันมีน้อย คิดเป็นร้อยละ 52.4 ส่วนความต้องการของสมาชิกมีความต้องการ 3 อันดับแรก ได้แก่ การส่งเสริมการประหยัดและการออม ร้อยละ 83.3 การเผยแพร่ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ ร้อยละ 78.6 และการรวบรวมผลผลิตออกจำหน่าย ร้อยละ 66.7 ทางคณะวิจัยจึงได้ให้สมาชิกกลุ่มระดมความคิดในการหาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มด้วยการเขียน Mind Map เพื่อแสดงถึงความต้องการและปัญหาของกลุ่มสามารถจัดแบ่งออกเป็นด้าน ๆ ดังนี้

1.1 ด้านการเงินบัญชี พบว่าทางกลุ่มมีความต้องการให้สมาชิกมีการลงบัญชีทุกวัน ต้องการให้กลุ่มมีการทำงบการเงินรายงวด ต้องการให้กลุ่มมีบัญชีสินค้าคงคลัง และต้องการให้มีเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่มตลอด โดยสมาชิกกลุ่มมีปัญหาเรื่องการหารายได้เกษตรกรมีรายได้น้อย เงินออมมีน้อย และขาดความรู้ในเรื่องต้นทุน เรื่องการใช้จ่ายเกษตรกรขาดการวางแผนการใช้จ่ายในครัวเรือน เงินหมุนเวียนไม่เพียงพอ มีหนี้สินมาก และมีรายจ่ายเกี่ยวกับภาษีสังคมมากเกินไป และเรื่องการบันทึกบัญชีเกษตรกรไม่มีการบันทึกบัญชีอย่างจริงจัง ลงบัญชีไม่ต่อเนื่อง และขาดความรู้ในการลงบันทึกบัญชี เป็นต้น

1.2 ด้านการผลิต พบว่าทางกลุ่มมีความต้องการในการพัฒนาไปสู่การผลิตเห็ดก้อนได้เอง ต้องการมีอุปกรณ์ครบถ้วนในการผลิต และต้องการความรู้ในเรื่องของช่วงเวลาการผลิตว่าช่วงใดควรผลิตอะไร โดยสมาชิกกลุ่มมีปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบหรือปัจจัยนำเข้า เช่น ปุ๋ยมีราคาแพง ยาฆ่าแมลงมีราคาแพง ค่าเช่าที่ดินแพง และขาดแคลนอุปกรณ์ในการผลิต เป็นต้น

1.3 ด้านการตลาด พบว่าทางกลุ่มต้องการให้มีแหล่งรับซื้อผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน ต้องการมีตราสินค้าของกลุ่ม ต้องการหาตลาดเพิ่ม ต้องการการแปรรูปสินค้า ต้องการให้สมาชิกช่วยกันซื้อสินค้าของกลุ่ม โดยสมาชิกกลุ่มมีปัญหาเกี่ยวกับตัวสินค้า ว่าไม่ตราสินค้าของกลุ่ม ขาดการรับรองคุณภาพจากภาครัฐ และไม่มีการบรรจุหีบห่อสินค้า ปัญหาเกี่ยวกับราคาสินค้าไม่แน่นอน ไม่มีการประกันราคา หรือการประกันราคาในราคาที่ถูกเกินไป ถูกพ่อค้าคนกลางกดราคา ไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าได้ และไม่มีการรวมกลุ่มกันในการต่อรองราคา เป็นต้น

1.4 ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม พบว่ามีความต้องการรวมกลุ่มกันต่อรองราคาปุ๋ย ต่อรอราคาขายแม่ลง ต่อรอราคาขายสินค้า ต้องการให้มีการแบ่งแยกกลุ่มในการปลูกพืชที่หลากหลาย ต้องการให้มีการจัดทำตารางเวลาในการทำกิจกรรมของกลุ่ม และต้องการให้มีความสามัคคีในกลุ่มมากขึ้น โดยสมาชิกกลุ่มมีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการว่าสมาชิกไม่ทำตามข้อตกลง ขาดความรู้ในการรวมกลุ่ม ไม่มีเวลาในการรวมกลุ่ม การแบ่งหน้าที่งานไม่ชัดเจน การสื่อสารภายในกลุ่มยังไม่ดีพอ และขาดการวางแผนในการทำงานร่วมกัน ปัญหาเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมกลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างด้านอาชีพ เนื่องจากเวลาว่างไม่ตรงกัน ความคิดเห็นไม่ตรงกัน และมีอาชีพทางการเกษตรไม่เหมือนกัน นอกจากนี้ยังพบปัญหาเรื่องภาระงานที่ไม่มีผู้ประสานงานที่ชัดเจน และตารางเวลาในการทำกิจกรรมไม่ชัดเจน เป็นต้น

จากความต้องการและปัญหาของกลุ่มที่กล่าวมา ทางคณะผู้วิจัยได้จัดให้มีการฝึกอบรมตามความต้องการของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่ โดยจัดการฝึกอบรมเรื่องการบริหารจัดการกลุ่ม (ความต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 89.5) การลงบันทึกบัญชี (ความต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 63.2) การปลูกผักปลอดสารพิษ (ความต้องการฝึกอบรม ร้อยละ 57.9) และการเพาะเห็ด (ความต้องการฝึกอบรม

ร้อยละ 55.3) เพื่อเสริมกิจกรรมของกลุ่มและให้เกิดความสามัคคีภายในกลุ่มมากขึ้น เพื่อพยายาม
แก้ไขปัญหาในด้านการรวมกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบริหารจัดการและการจัดกิจกรรมกลุ่ม เพื่อให้
กลุ่มเกษตรกรเกิดการพัฒนาคำเนินการของกลุ่ม

2. การพัฒนาการดำเนินการของกลุ่ม ทางกลุ่มได้จัดตั้งกลุ่มเพาะเห็ดและผักปลอดสารพิษ
ขึ้น เพื่อให้กลุ่มได้มีการพัฒนาในการดำเนินงาน โดยสามารถจัดโครงสร้างในการบริหารงาน หน้าที่
งาน และกฎกติกา ที่ชัดเจน ดังนี้

2.1 โครงสร้างในการบริหารงานของกลุ่ม ทางกลุ่มได้มีการกำหนดหน้าที่ความ
รับผิดชอบของแต่ละงาน โดยมีการจัดโครงสร้างอย่างง่ายตามหน้าที่งาน ได้แก่ หัวหน้ากลุ่ม ที่ปรึกษา
กลุ่ม รองหัวหน้ากลุ่ม เภรุธัญญ์ ฝ่ายผลิต ฝ่ายบรรจุภัณฑ์ และฝ่ายขาย

2.2 การแบ่งหน้าที่รับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งงาน ทางกลุ่มได้มีการกำหนดภาระ
งานและความรับผิดชอบตามตำแหน่งงาน ได้แก่ หัวหน้ากลุ่ม มีหน้าที่ทำการประชาสัมพันธ์
แสวงหาตลาด จัดหาความรู้ให้กับกลุ่ม และรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกภายในกลุ่ม ที่ปรึกษากลุ่ม
มีหน้าที่ให้คำปรึกษาในการดำเนินงานของกลุ่ม รองหัวหน้ากลุ่ม มีหน้าที่ดูแลการผลิตของกลุ่ม ดูแล
ด้านฝ่ายบรรจุภัณฑ์ เป็นที่ปรึกษาของกลุ่ม และทำหน้าที่แทนหัวหน้ากลุ่มได้ เภรุธัญญ์ มีหน้าที่ดูแล
ทางด้านการเงินของกลุ่ม บันทึกการรับ รายการจ่าย และลงบันทึกบัญชีของกลุ่ม ฝ่ายผลิต มีหน้าที่
ช่วยกันดูแลการเพาะปลูก พืชผัก ไม่ให้แมลงศัตรูพืชมากัดกิน ตลอดจนการเก็บเกี่ยวผลผลิต ฝ่าย
บรรจุภัณฑ์ มีหน้าที่ช่วยกันในการทำความสะดวกเห็ดและผัก ตลอดจนทำการบรรจุภัณฑ์สินค้า ก่อน
นำส่งขาย และฝ่ายขาย มีหน้าที่หาตลาดในการนำผักและเห็ดไปขายยังตลาดต่าง ๆ

2.3 กฎ กติกา มารยาทของกลุ่ม ทางกลุ่มได้มีการวางแผนวางในเรื่องของการสรรหา
หัวหน้ากลุ่ม รองหัวหน้ากลุ่ม เภรุธัญญ์กลุ่ม การบริหาร และการรับสมาชิก ดังนี้

2.3.1 การสรรหาหัวหน้ากลุ่ม เลือกจากสมาชิกกลุ่ม ที่เป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ มี
ความรับผิดชอบ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีวาระการดำรงตำแหน่ง 1 ปี

2.3.2 การสรรหารองหัวหน้ากลุ่ม เลือกจากสมาชิกกลุ่ม ที่เป็นผู้ที่มีความ
น่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีวาระการดำรงตำแหน่ง 1 ปี

2.3.3 การสรรหาเภรุธัญญ์ เลือกจากสมาชิกกลุ่ม ที่เป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ มีการ
บันทึกบัญชีอย่างโปร่งใส

2.3.4 การบริหารงาน เน้นความสามัคคี รับฟังความคิดเห็น ใช้หลักการ
ประชาธิปไตยในการลงความเห็นในเรื่องต่าง ๆ ของกลุ่ม และช่วยกันแก้ไขปัญหาในกลุ่ม

2.3.5 การรับสมาชิก ปรึกษาหารือกันภายในกลุ่มในการรับสมาชิกใหม่ เป็นผู้ที่มี
น้ำใจในการทำงาน มีความจริงใจในการทำงาน และมีความสนใจในการทำงานกลุ่ม

การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาด

การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดของกลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่ จากข้อมูลการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคตลาดเจดีย์แม่ครัว จากแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาทางด้านการตลาด และการทดสอบตลาด ทางกลุ่มได้นำข้อมูลที่ได้มาการปรึกษาหารือในการวางแผนงานทางด้านการตลาด การนำผลิตภัณฑ์ออกจัดจำหน่าย และการบรรจุภัณฑ์ สามารถสรุปรูปแบบการจัดการตลาดที่ควรจะเป็นได้ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ STP

1.1 การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation) ผักปลอดสารพิษ ทางกลุ่มได้เลือกมีการพิจารณาโดยใช้เกณฑ์ด้านประชากรศาสตร์ ในแง่ของรายได้ของผู้บริโภค สามารถแบ่งได้ 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำ (น้อยกว่า 5,000 บาท) กลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง (5,001-10,000 บาท) กลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง (10,001-15,000 บาท) กลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง-สูง (15,000-20,000 บาท) และกลุ่มที่มีรายได้สูง (มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป)

1.2 การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (Target Market) ทางกลุ่มได้พิจารณาเลือกกลุ่มที่มีรายได้ปานกลาง-สูง และกลุ่มที่มีรายได้สูง เนื่องจากคาดว่ากลุ่มดังกล่าวจะห่วงใยสุขภาพของตนเองและมีกำลังซื้อสูง

1.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning) ทางกลุ่มวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์โดยเน้นที่สินค้ามาจากเกษตรกรโดยตรงและมีความน่าเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัย

2. การวางกลยุทธ์ทางการตลาดด้วย 4 P's

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าผักปลอดสารพิษของกลุ่มจะเน้นเรื่องคุณภาพ โดยเน้นสินค้าที่มีความสดและความสะอาดในการบรรจุ เน้นความหลากหลายของผักที่นำมาขายจะต้องมีหลากหลายชนิดอย่างน้อย 10 ชนิด และเพิ่มความแตกต่างด้วยการเน้นรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณลักษณะที่ได้มาตรฐาน กล่าวคือ มีการบรรจุถุงพลาสติกใส เจาะรูระบายอากาศตามขนาดผลิตภัณฑ์ รัดด้วยเทปรัดปากถุงสีเขียว ติดตราหยีห่อสินค้าของกลุ่ม และติดป้ายแสดงราคาสินค้า เพื่อให้เห็นถึงความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ เกิดการจดจำได้ง่ายและความเชื่อถือจากตราสินค้า

2.2 ด้านราคา (Price) ทางกลุ่มจะมีการกำหนดราคาสินค้าในระดับราคาที่คงที่ และให้ใกล้เคียงกับราคาตลาดที่นำไปขาย เช่น การตั้งราคา 5 บาท 10 บาท และ 15 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ ทั้งนี้ทางกลุ่มจะไม่มีการปรับราคาขึ้นลงตามราคาผักทั่วไปในท้องตลาด โดยจะใช้วิธีการปรับเปลี่ยนด้านปริมาณในการบรรจุแทนการปรับเปลี่ยนราคา เพื่อป้องกันการเปลี่ยนแปลงราคาที่รวดเร็วเกินไป ส่วนการกำหนดราคาซื้อ ทางกลุ่มจะกำหนดราคาซื้อสูงกว่าราคาผักทั่วไปในพื้นที่เล็กน้อยประมาณ 10-20% เพื่อทางกลุ่มจะได้มีส่วนต่างราคาที่สามารทำให้กลุ่มอยู่รอดได้

และเกษตรกรสามารถขายพืชผักได้ในราคาที่ดีขึ้น ส่งผลถึงเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นและทำให้มีสมาชิกเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ควรเน้นการขายในลักษณะของตลาด Modern Trade ตามห้างสรรพสินค้ามากกว่าตามตลาดนัดหรือตลาดสด กล่าวคือ ควรมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายระดับบน ที่มีกำลังซื้อสูง เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณภาพเทียบเคียงได้เท่ากับสินค้าที่ขายในห้างสรรพสินค้าที่มีขายกันอยู่ก่อนแล้ว และควรกระจายสินค้าให้ได้อย่างน้อย 5 แห่ง เพื่อให้ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยต่ำลง ตลอดจนต้องมีการประมาณการปริมาณที่จัดส่งให้เหมาะสมกับตลาดแต่ละแห่งด้วย เนื่องต้นทุนการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการขาดทุน

2.4 ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) เน้นการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคในเรื่องของผักปลอดสารพิษและอาหารปลอดภัย รวมทั้งวิธีการในการนำเห็ดและผักสดไปปรุงอาหาร เช่น แผ่นพับและป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ณ จุดขายสินค้าของทางกลุ่ม

อภิปรายผลการศึกษา

1. ความอยู่รอดของกลุ่มจะขึ้นอยู่กับการวางแผนการผลิต ความสามารถในการบริหารจัดการสมาชิก และความสามารถในการเลือกสินค้ามาผลิตให้ได้ผลผลิตตามแผนที่วางไว้ในปริมาณที่กำหนด หากผลผลิตที่ออกมาไม่พอดีกับความต้องการของตลาด จะทำให้มีของล้นตลาดไม่สามารถรับซื้อจากเกษตรกรได้ จึงต้องอาศัยความเข้าใจและความร่วมมือ ร่วมใจจากสมาชิกเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิชัย พันธเสน และปัทมาวดี โพชนุกูล ชูชุกี ที่ว่าความอยู่รอดของธุรกิจขึ้นอยู่กับความสามารถในการเลือกสินค้าที่ผลิต การวางแผนการผลิต ความสามารถในการบริหารจัดการสมาชิก ส่วนการพัฒนากลุ่มขึ้นอยู่กับการมีเครือข่ายสนับสนุนด้านวัตถุดิบ ตลาดและการแลกเปลี่ยนความรู้ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยเอื้อที่สำคัญยิ่งต่อความอยู่รอดและการพัฒนาธุรกิจชุมชน

2. รูปแบบการตลาดผักปลอดสารพิษที่เหมาะสมกับกลุ่ม คือ รูปแบบการตลาดทั่วไป ที่ขายในซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เนื่องจากเป็นรูปแบบที่ทำให้ทางกลุ่มมีโอกาสที่จะมีกำไรและสร้างกลุ่มให้เข้มแข็งต่อไปในอนาคตได้ สำหรับการตลาดช่องทางเฉพาะจากการทดสอบตลาดพบว่าสามารถขายได้ดีแต่มีปัญหาในเรื่องราคาสินค้าที่ขายได้ในระดับต่ำ เนื่องจากทางกลุ่มมีต้นทุนการบรรจุหีบห่อที่สูงและมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่สูงจึงทำให้ไม่มีกำไรในช่องทางการตลาดนี้ อย่างไรก็ตามทางกลุ่มอาจใช้วิธีการในการนำสินค้าที่เหลือจากการขายในห้างสรรพสินค้ามาระบายต่อในตลาดเฉพาะทางได้ เนื่องจากสินค้ายังมีสภาพที่สดอยู่ เนื่องจากสินค้าอยู่ในห้องปรับอากาศ นอกจากนี้สินค้าที่ขายในห้างยังมีเงื่อนไขที่ต้องเปลี่ยนใหม่ทุกวันเพื่อคงไว้ซึ่ง

คุณภาพในระดับสูง ทั้งนี้การที่ทางกลุ่มสามารถระบายสินค้าที่เหลือ โดยนำมาขายในราคาที่ต่ำลงในตลาดระดับรองลงมาจะช่วยให้อุปกรณ์ไม่มีสินค้าเหลือค้าง ช่วยป้องกันปัญหาการขาดทุนของกลุ่มได้จากสินค้าเน่าเสีย

3. การกำหนดราคาขายสินค้า แม้ว่าผู้ผลิตสามารถเป็นผู้กำหนดการตลาดได้ แต่ก็เพียงบางส่วนเท่านั้น กล่าวคือ ราคาที่ขายได้นั้นต้องอาศัยการยอมรับของผู้บริโภคในเรื่องการพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างราคากับปริมาณและคุณภาพของสินค้า ในการทดสอบตลาดพบว่าการเพิ่มราคาจาก 15 บาทเป็น 20 บาท จะไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้บริโภค แต่หากเพิ่มราคาขายจาก 10 บาทเป็น 12 บาท ผู้บริโภคสามารถยอมรับได้ สอดคล้องกับปัญหาของการค้าตลาดเกษตรอินทรีย์ ที่ผู้บริโภคจะยอมรับราคาผลิตภัณฑ์อินทรีย์ในราคาที่สูงไม่เกิน 15-20% ดังนั้นราคาสินค้าที่ขายต้องคำนึงถึงความเหมาะสมระหว่างราคากับปริมาณและคุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญ ทั้งนี้ต้องระลึกอยู่เสมอว่าผู้ขายเป็นผู้กำหนดราคาแต่ผู้ซื้อเป็นผู้เลือกกว่าราคาไหนเป็นราคาที่เหมาะสม

4. การตั้งราคารับซื้อจากสมาชิกจะต้องให้ราคาที่สูงกว่าราคาขายส่งทั่วไป เนื่องจากหากกลุ่มตั้งราคารับซื้อในราคาขายส่งแล้ว สมาชิกจะไม่พอใจเนื่องจากต้องใช้เวลาและความประณีตในการดูแลรักษาผลผลิตมากกว่าการปลูกผักที่ใช้สารเคมีในการควบคุม รวมทั้งมีทุนต้นทุนการลงนาม สำหรับผู้ที่ปลูกในลักษณะของการางมุ้ง ส่วนผู้ที่ไม่ได้กางมุ้งจะมีต้นทุนจากพืชผลเสียหาย จากแมลงต่าง ๆ ทั้งนี้ราคาที่รับซื้อจากสมาชิกจึงต้องมีความยุติธรรมกับผู้ผลิตและมีผลตอบแทนกับเกษตรกรให้สามารถมีรายได้เพียงพอเพียงแก่การดำรงชีพด้วย

5. ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่เป็นตัวชี้วัดว่ากลุ่มจะอยู่รอดหรือไม่ เนื่องจากจะเป็นปัจจัยในการดึงให้เกษตรกรหันมาผลิตผักปลอดสารพิษ ในชนิดและปริมาณ ตามที่ตลาดต้องการ โดยผู้บริโภคมีเหตุผลในการเลือกซื้อจากแหล่งที่จำหน่ายสินค้าที่น่าเชื่อถือ ได้ของที่สุดและสะอาด คิดเป็นร้อยละ 69.4 มีคุณภาพเชื่อถือได้ คิดเป็นร้อยละ 62 และมีความสะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 58.2 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะธิดา สุนทรเกตุช ที่ว่า กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

6. ปัญหาและอุปสรรคในการกระจายผักปลอดสารพิษ พบว่า แหล่งที่จัดจำหน่ายอยู่ไกลจากแหล่งผลิตทำให้มีปัญหาในเรื่องของต้นทุนค่าขนส่ง จากการทดสอบตลาดพบว่าการนำสินค้าไปขายในภาคหลวง ห้างสรรพสินค้าแอร์พอร์ตพลาซ่า และตลาดนัดเกษตรอินทรีย์ เกิดการขาดทุนเนื่องจากต้นทุนค่าขนส่งเป็นสำคัญ รวมทั้งมีสถานที่ในการจัดจำหน่ายน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ของ อภิสิทธิ์ เจริญวานิช ที่ว่าแหล่งรับซื้อผักปลอดสารพิษอยู่ไกลจากผู้จำหน่ายทำให้มีปัญหาด้านการขนส่ง ผักปลอดสารพิษที่นำมาวางจำหน่ายให้กับผู้บริโภคขาดความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง อีกทั้งปัญหาด้านคุณภาพ เช่น ผักไม่สด เหี่ยว มีขอดสูงเสียมาก เมื่อขายไม่หมด และปัญหาระบบการกระจายสินค้าไม่ดี มีสถานที่จำหน่ายน้อย และผู้ซื้อไม่ทราบแหล่งจำหน่าย

7. การผลิต พบเงื่อนไขสำคัญ คือ ชนิด ปริมาณ ความหลากหลายของสินค้า มีน้อยกว่าความต้องการของตลาด หรือสินค้าที่ผลิตได้ไม่อยู่ในความต้องการของตลาด เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่อยู่ในเมือง จึงมีความต้องการที่แตกต่างออกไป จึงต้องสร้างความเข้าใจกับเกษตรกรให้มากขึ้นในเรื่องชนิดสินค้าที่เพาะปลูก ปริมาณที่ควรผลิต และลำดับการของผลิตที่ออกมาเพื่อจำหน่าย นอกจากนี้ยังพบว่าผลผลิตยังขึ้นกับสภาวะอากาศ ซึ่งเกษตรกรจะเลือกปลูกผักที่เหมาะสมกับสภาวะอากาศเป็นหลัก เพราะให้ผลผลิตเป็นที่น่าพอใจ จึงส่งผลต่อความหลากหลายในสินค้าที่นำไปจำหน่ายและความสม่ำเสมอในการผลิตผักแต่ละประเภท สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุศล ทองงาม และนิติ เขาวนัสศิลป์ ที่ว่าเกษตรกรยังไม่สามารถผลิตผักได้สม่ำเสมอและหลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ลักษณะการผลิตผักที่ต้องอาศัยสภาพภูมิอากาศทำให้ในบางช่วง เช่น ในฤดูหนาว มีสภาพอากาศเหมาะสม เกษตรกรสามารถผลิตผักได้มาก ขณะเดียวกันผักทั่วไปที่วางจำหน่ายในท้องตลาดก็มีมากด้วย ส่งผลให้ผักปลอดภัยจากสารเคมีที่ฝากขายตามร้านค้ามีมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค จำหน่ายไม่หมดเหลือคืนให้กับเกษตรกรผู้ผลิต ในบางส่วนของสภาพอากาศไม่เหมาะสมเกษตรกรไม่สามารถผลิตและรวบรวมผักส่งไปวางจำหน่ายตามร้านค้าประจำได้ ทำให้มีความไม่สม่ำเสมอในการจำหน่าย

8. วิธีการในชำระเงินในกรณีการฝากขาย มี 2 เงื่อนไขที่สำคัญ คือ 1) เงื่อนไขการคืนสินค้าที่ขายได้ไม่หมดให้กับผู้ฝากขาย ในที่นี้คือ กลุ่มเกษตรกร ทำให้กลุ่มมีความเสี่ยงในการขาดทุนจากสินค้าเหลือจำหน่าย หากเหลือมากก็จะขาดทุนมากตามไปด้วย 2) เงื่อนไขการชำระเงิน ในกรณีที่ฝากขายในตลาดสดและตลาดนัดการเกษตรอินทรีย์ การชำระเงินจะชำระให้ภายในวันนั้นหลังตลาดเลิก โดยคิดค่าฝากขายร้อยละ 20 ทำให้กลุ่มมีสภาพคล่องในการนำเงินไปชำระค่าสินค้าให้กับสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว แต่ในกรณีที่ฝากขายในห้างสรรพสินค้า มีเงื่อนไขในการชำระเงินตามวarrantyของทางห้าง กล่าวคือ จะจ่ายเงินค่าขายสินค้าพร้อมหักค่าฝากขายร้อยละ 15 ในทุกวันที่ 20 ของเดือน (สำหรับยอดขายระหว่างวันที่ 1-15) และวันที่ 10 ของเดือน (สำหรับยอดขายระหว่างวันที่ 16-30) โดยโอนเงินเข้าบัญชี ทำให้ทางกลุ่มมีการะในเรื่องของเงินทุนหมุนเวียนมากขึ้น หากขายสินค้าได้มากก็ต้องมีเงินทุนสำรองในการหมุนเวียนมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะเป็นภาระที่สำคัญของกลุ่มในอนาคต