

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริเวณทิวเขาผีปันน้ำตะวันออก ครอบคลุม ในอำเภอลับแล อำเภอเมือง และอำเภอท่าปลา ที่มีการทำการเกษตรแบบวนเกษตร (Agro-forestry) ในรูปแบบของการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ดิน และน้ำ จึงเห็นป่าไม้กระจายทั่วไปในพื้นที่สวน หรือเรียกว่าเป็นระบบการทำสวนป่าธรรมชาติ มีความสมบูรณ์ของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ทำให้ผลไม้ที่ปลูกมีความโดดเด่นด้านรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผลไม้ที่ปลูกในจังหวัดอุตรดิตถ์ อาทิเช่น ทุเรียน ลองกอง ลางสาด เป็นต้น มูลค่าผลผลิตทุเรียน ลองกอง ลางสาด จากระบบวนเกษตรดังกล่าว ในปี 2558 ประมาณ 1,348 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 17 ของ GPP ด้านการเกษตรของจังหวัดอุตรดิตถ์ (เจษฎา มิ่งฉาย, 2559) อย่างไรก็ตาม มูลค่าทางเศรษฐกิจของไม้ผลที่ปลูกบนทิวเขาผีปันน้ำ รวมทั้ง 3 อำเภอส่วนใหญ่เป็นพืชในกลุ่ม ลางสาดและลองกอง สำหรับสถานการณ์การผลิตลองกอง ลางสาดจังหวัดอุตรดิตถ์ ในปีการผลิต 2561 นี้ ลองกอง มีพื้นที่ปลูก จำนวน 27,636 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา 260 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.75 คาดว่าผลผลิตจะออกสู่ตลาด 20,386.35 ตัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ประมาณ 9,807.55 ตัน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 92.71 ส่วนลางสาด มีพื้นที่ปลูก จำนวน 10,912.23 ไร่ เท่ากับปีที่ผ่านมา(ฐานข้อมูลสำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์.รอบที่ 1/2558)

เนื่องจากผลผลิตทั้งลองกองและลางสาดจะออกสู่ตลาดในเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกันยายน - พฤศจิกายน และออกสู่ตลาดมากในเดือนตุลาคม ทำผลผลิตมีมากเกินความต้องการของผู้บริโภค อาจส่งผลให้การแข่งขันทางการค้าและสร้างกลไกทางการตลาดที่มีการซื้อ-ขายที่ไม่เป็นธรรมได้ ถ้าไม่มีการจัดการด้านการตลาดที่ดี จะส่งผลให้ราคาของลางสาดและลองกองมีราคาตกต่ำ นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์เกษตรกรในพื้นที่ตำบลแม่พูล ให้ข้อมูลว่า ปัญหาการจัดจำหน่ายผลผลิตลางสาดและลองกอง คือ มีช่องทางในการจัดจำหน่ายน้อย ทำให้มีความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีบทบาทช่วยเหลือในเรื่องช่วยในเรื่องการหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีมากขึ้น (วาสนา เชื้อมี, 2562)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทำให้หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ร่วมกันปรึกษาหารือเพื่อนำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาจังหวัดอุตรดิตถ์ เพราะมูลค่าทางเศรษฐกิจเกิดจากผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะผลผลิตจากอำเภอลับแล โดยยุทธศาสตร์จังหวัดอุตรดิตถ์ เกี่ยวข้องกับการผลิตภาคการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างบ้านเมืองน่าอยู่ ชุมชนและครอบครัวเข้มแข็ง มีคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรซึ่งเป็นพลเมืองหลักของจังหวัด ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนากิจกรรมเกษตรกรรม อุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพปลอดภัยได้มาตรฐาน และมีการบริหารจัดการด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และเน้นประเด็นสำคัญคือ ผลไม้ท้องถิ่น ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสวนผลไม้ตามภูเขา ตามค่านิยม “อุตรดิตถ์ เมืองมหัศจรรย์ผลไม้” และ “ภูเขากินได้” เป็นต้น ยุทธศาสตร์ที่ 4 อนุรักษ์ ป่าไม้ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และแหล่งน้ำ และส่งเสริมพัฒนาพลังงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมให้ทำ

การเกษตรแบบยั่งยืน ลดการทำลายป่า และลดการเกิดวิกฤติภัยธรรมชาติอย่างยั่งยืน และ ยุทธศาสตร์ที่ 5 เพิ่มศักยภาพการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน ที่มีการเน้นการเสริมสร้างผู้ประกอบการที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการส่งออก ซึ่งวัตถุดิบหลักของการแปรรูปก็คือ ไม้ผล เป็นต้น (ศูนย์บูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์, 2560)

คณะผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws และ 1H เพื่อนำมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลางสาดและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร ซึ่งทำให้สามารถเข้าใจถึงช่องทางในการตัดสินใจเลือกซื้อกลางสาดและลองกองของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และทำให้สามารถสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม เพื่อเป็นโอกาสทางการตลาดและการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับผลผลิตกลางสาดและลองกองจากตลาดต่างจังหวัด

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์จึงเสนอแนวคิดในการดำเนินงานวิจัยในการพัฒนาการจัดการการตลาดพืชเศรษฐกิจในระบบวนเกษตร ลองกอง ลางสาด กาแฟ เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพรายได้ด้วยเกษตรมูลค่าสูงจากระบบวนเกษตรบนทิวเขาผีปันน้ำ ตะวันออกในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ บนวิถีการอนุรักษ์พื้นที่ป่าไม้อย่างยั่งยืน เพื่อการสร้างรายได้ด้วยเกษตรมูลค่าสูงจากกลไกการอนุรักษ์ป่า เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเชิงนโยบายของจังหวัดในการสร้างระบบการบริหารจัดการทรัพยากรป่าไม้ และฐานข้อมูลที่สามารถใช้เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างรายได้ที่เกิดจากพืชผลต่างๆ ในระบบวนเกษตรอย่างเป็นรูปธรรม เกิดการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร และผู้ประกอบการในพื้นที่ สร้างการตลาดแบบใหม่ ซึ่งเป็นกลไกหลักในการเพิ่มมูลค่าผลผลิตมวลรวมของจังหวัด (GPP) ได้ และเกิดความยั่งยืนจากการใช้ผลผลิตทางเกษตรมูลค่าสูงในการดึงงบประมาณจากแหล่งลงทุนต่างๆมาในพื้นที่ได้ โดยการสร้างอัตลักษณ์ของการทำเกษตรแบบวนเกษตร เป็นส่งเสริมให้มีการเพิ่มพื้นที่วนเกษตรมากขึ้น นอกจากจะส่งผลให้มีการเพิ่มรายได้ให้เกษตรกร เพิ่มผู้ประกอบการนวัตกรรมในพื้นที่ให้กับจังหวัดแล้วยังสามารถลดความเสียหายการทำเกษตรกรรมจากภัยธรรมชาติ และลดความเหลื่อมล้ำจากกลไกการตลาดในปัจจุบันได้ โดยมุ่งหวังให้มหาวิทยาลัยได้ปฏิบัติพันธกิจในลักษณะของมหาวิทยาลัยพันธกิจสัมพันธ์ (Engagement University) และการตอบโจทย์ของการปรับยุทธศาสตร์ Re-Profiling ของมหาวิทยาลัยในประเด็นเกษตร อาหาร และสิ่งแวดล้อม ภายใต้การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่เป้าหมายของการหลุดพ้นกับดักจากรายได้ปานกลางในเรื่องของเกษตรและอาหาร ในทิศทางพัฒนาThailand 4.0 ที่สอดคล้องกับการพัฒนาจังหวัดอุดรดิตถ์ ทั้งนี้ เพื่อให้มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ได้ปฏิบัติพันธกิจที่สนองต่อปรัชญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 อย่างเต็มศักยภาพต่อไป

คำถามวิจัย

1. สถานการณ์การผลิต สถานการณ์การตลาด และสถานการณ์สภาพช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร ในพื้นที่ 3 ตำบล ในพื้นที่ตำบลแม่พูล ตำบลบ้านด่านนาขาม และตำบลนางพญา ในปัจจุบันเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการบริโภคและการตัดสินใจซื้อของกลางสาตและลองกอง เป็นอย่างไร
3. รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตรที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิต สถานการณ์การตลาด และสถานการณ์สภาพช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร ในพื้นที่ 3 ตำบล ในพื้นที่ตำบลแม่พูล ตำบลบ้านด่านนาขาม และตำบลนางพญา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและการตัดสินใจซื้อของกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร
3. เพื่อพัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลผลิตที่จะได้ (Output)

- 1) ข้อมูลสถานการณ์การผลิต สถานการณ์การตลาด และสถานการณ์สภาพช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง
- 2) ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภคกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร
- 3) ได้รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตรที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน

2. ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้ (Outcome)

- 1) องค์กรความรู้รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจในระบบวนเกษตร ของจังหวัดอุตรดิตถ์
- 2) เกษตรกรผู้ผลิตกลางสาตและลองกอง ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนการจัดการตลาดให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืน
- 3) เกิดเครือข่ายความร่วมมือของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตกลางสาตและลองกอง ผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ องค์กรบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบล สำนักงานพัฒนาเกษตร จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดอื่นๆ รวมถึงสถาบันการศึกษา

3. ผลกระทบที่คาดว่าจะได้ (Impact)

- 1) ผลผลิตกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจในระบบเกษตรของจังหวัดอุดรดิตถ์ มีคุณค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค และมีผลผลิตออกสู่ตลาดจำนวนมาก
- 2) เกษตรกรผู้ผลิตกลางสาตและลองกอง และผู้ประกอบการที่จำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ในระบบวนเกษตร มีรายได้เพิ่มพูนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

นิยามศัพท์เฉพาะ

การจัดการการตลาด หมายถึง การสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่เหมาะสม ด้วยการมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่รวดเร็วและสะดวก จะส่งผลให้สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกลางสาตและลองกองระบบวนเกษตรเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การเพิ่มความสามารถในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นกระบวนการเคลื่อนย้ายกลางสาตและลองกองระบบวนเกษตรจากผู้ผลิตหรือพ่อค้าคนกลางไปสู่ผู้บริโภคที่เหมาะสม โดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางตรงและการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านคนกลางทางการตลาด เพื่อให้สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกลางสาตและลองกองระบบวนเกษตรเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน

พืชเศรษฐกิจในระบบวนเกษตร หมายถึง ระบบการทำสวนป่าธรรมชาติ มีความสมบูรณ์ของระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ บนทิวเขาผีปันน้ำตะวันออกในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งปลูกผลไม้ที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ โดยเด่น อาทิเช่น ทุเรียน ลางสาต ลองกอง เป็นต้น

กลางสาต หมายถึง กลางสาตที่มีสายพันธุ์เฉพาะของท้องถิ่น บนทิวเขาผีปันน้ำตะวันออกในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ และมีเอกลักษณ์คือ ลักษณะของผลกลมอ่อนนุ่ม มียางมากเป็นสีเขียวขุ่น ๆ ผิวเปลือกสีเหลืองนวล เนื้อในสดใส กลิ่นหอม ในผลมีเมล็ดมากและขมจัด และรสชาติหวานจัด คุณค่าทางโภชนาการสูง แต่ราคาขายค่อนข้างต่ำ และมีปัญหาอายุการเก็บรักษาสั้น สีผิวเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลได้ง่าย ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพและราคาของกลางสาต

ลองกอง หมายถึง ลองกองที่มีสายพันธุ์เฉพาะของท้องถิ่น บนทิวเขาผีปันน้ำตะวันออกในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ และมีเอกลักษณ์คือ ลักษณะของผลกลม เปลือกหนา ผิวหยาบเล็กน้อย เนื้อมีกลิ่นหอม รสหวาน ในผลมีเมล็ดลีบหรือไม่มีเมล็ดเลย และเมล็ดไม่ขม

สถานการณ์การผลิต หมายถึง ปริมาณผลผลิตกลางสาต และลองกองของเกษตรกรที่ปลูกพืชเศรษฐกิจในระบบวนเกษตร บนทิวเขาผีปันน้ำตะวันออกในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์

สถานการณ์การตลาด หมายถึง ราคาหน้าสวนแต่ละเกรดของกลางสาต และลองกองที่เกษตรกรจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางและผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมถึงส่วนเหลือมทางการตลาด ที่เกิดขึ้นจากความแตกต่างของราคาขายหน้าสวนกับราคาที่ผู้บริโภคคนสุดท้ายจ่าย

สถานการณ์สภาพช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการหรือช่องทางที่เกษตรกรที่ปลูกพืชเศรษฐกิจในระบบวนเกษตรบนทิวเขาผีปันน้ำตะวันออกในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ กระจายผลผลิตไปยังพ่อค้าคนกลาง หรือ ผู้บริโภคคนสุดท้าย

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของลูกค้าที่ซื้อกลางสาตและลองกองแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้า รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกถึงพฤติกรรมผู้บริโภค

กรอบแนวคิดในการวิจัย

