

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง การจัดการตลาดกลางสาตและลองกองในระบบวนเกษตรพื้นที่ทิวเขาฝิ่นน้ำ ตะวันออกในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ กรณีศึกษา ลองกองและกลางสาต ตำบลแม่พูล ตำบลบ้านด่านนาขาม และ ตำบลนางพญา มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิต สถานการณ์ การตลาด และสถานการณ์สภาพช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบ วนเกษตร ในพื้นที่ 3 ตำบล ในพื้นที่ตำบลแม่พูล ตำบลบ้านด่านนาขาม และตำบลนางพญา 2) เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและการตัดสินใจซื้อกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวน เกษตร และ 3) เพื่อพัฒนารูปแบบช่องทาง การจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวน เกษตร ซึ่งการศึกษานี้ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามพฤติกรรม ผู้บริโภคกลางสาตและลองกอง และศึกษารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการสนทนากลุ่ม 3 พื้นที่ สามารถนำเสนอบทสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

สรุปข้อค้นพบตามวัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อ 1 ผลการศึกษาสถานการณ์การผลิต สถานการณ์การตลาด และ สถานการณ์สภาพช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร

สถานการณ์การผลิตกลางสาตและลองกอง

สถานการณ์ผลผลิตกลางสาตและลองกองภาพรวม โดยการประมาณการ 3 ตำบล (สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรดิตถ์, 2562) พบว่า

พื้นที่เพาะปลูกกลางสาตปี 2562 มีจำนวน 8,682 ไร่ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่เพาะปลูก กลางสาตปี 2561 มีจำนวนพื้นที่เพาะปลูกลดลง จำนวน 2,416 ไร่ ซึ่งเป็นพื้นที่ให้ผลผลิตกลางสาตปี 2562 จำนวน 8,682 ไร่ เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่เพาะปลูกปี 2561 มีพื้นที่ลดลง จำนวน 2,131 ไร่ โดยคิดเป็นปริมาณผลผลิตกลางสาตปี 2562 จำนวน 4,341 ตัน ซึ่งลดลงจากปี 2561 จำนวน 1065.50 ตัน

พื้นที่เพาะปลูกลองกองปี 2561 และ 2562 มีปริมาณพื้นที่เพาะปลูกเท่ากัน คือ 27,636 ไร่ ซึ่งเป็นพื้นที่ให้ผลผลิตลองกองปี 2562 จำนวน 21,459 ไร่ และคิดเป็นปริมาณผลผลิตลองกองปี 2562 จำนวน 29,548.40 ตัน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลผลิตลองกองปี 2561 โดยมีปริมาณผลผลิต เพิ่มขึ้นจากปี 2561 เท่ากับ 17,437.70 ตัน

สถานการณ์การตลาดกลางสาตและลองกอง

สถานการณ์ราคาผลผลิตกลางสาตและลองกองภาพรวม 3 พื้นที่ พบว่า ราคาอ้างอิงของ กลางสาตและลองกอง จะมีราคาอ้างอิงจากตลาดกลางผลไม้ 2 แห่ง คือ ตลาดกลางผลไม้หัวดวง และ ตลาดกลางผลไม้บ้านกกก ซึ่งราคาอ้างอิงที่ตลาดกลางผลไม้บ้านกกก จะสูงกว่า 1-2 บาท

ปี 2562 กลางสาตตลาดกลางผลไม้หัว ราคาเบอร์ช่อรวม หน้าสวน 10 - 13 บาท ราคาขายส่ง 12 - 15 บาท ราคาเบอร์รวม หน้าสวน ราคา 6 -7 บาท ราคาขายส่ง 8 - 9 บาท ซึ่งมีราคาเฉลี่ย โดยรวมลดลงจากปี 2561 ประมาณกิโลกรัมละ 3 - 4 บาท

ปี 2562 ลองกองตลาดกลางผลไม้หัว ราคาเบอร์ช่อรวม หน้าสวน 19 – 25 บาท ราคาขายส่ง 12 - 15 บาท ราคาเบอร์ 2 หน้าสวนราคา 17 – 20 บาท ราคาขายส่ง 8 - 9 บาท ราคาเบอร์ 3 หน้าสวนราคา 13 - 18 บาท ราคาขายส่ง 8 - 9 บาท เบอร์รวม หน้าสวน ราคา 8 - 11 บาท ราคาขายส่ง 8 - 9 บาท ซึ่งมีราคาเฉลี่ยโดยรวมลดลงจากปี 2561 ประมาณกิโลกรัมละ 4 - 5 บาท

เมื่อเทียบสถานการณ์ราคาผลผลิต พบว่า ราคาตลาดและลองกองในปี 2562 มีราคาขายหน้าสวน และราคาขายส่งต่ำกว่าปี 2561 เนื่องจาก (1) มีปริมาณผลผลิตกลางสาต และลองกอง ปี 2562 มากกว่า ปี 2561 (2) ผลผลิตเกิดความเสียหายจากภัยธรรมชาติ (3) ผลผลิตของจังหวัดอุดรดิตรดิตรออกสู่ตลาดช้ากว่าผลผลิตของภาคตะวันออกและภาคใต้ ทำให้ความต้องการบริโภคอิมตัว 4) ในช่วงเวลาดังกล่าว มีผลไม้ชนิดอื่น เช่น มังคุด เงาะ สับปะรด ซึ่งจะมาทดแทนการบริโภคกลางสาตและลองกอง 5) ผลผลิตกลางสาต ลองกองในพื้นที่ใกล้เคียงเข้ามาจำหน่ายในตลาดกลางผลไม้หัวดวง และตลาดกลางผลไม้หน้าสวน

สถานการณ์ช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง

ลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตภาพและลองกองภาพรวม 3 พื้นที่ พบว่า ลักษณะการดำเนินงานของตลาดแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ

1) ช่องทางจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าคนกลาง

1.1) ผู้ค้าปลีกท้องถิ่นที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรและเปิดจุดจำหน่ายในพื้นที่ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้าย ได้แก่ ผู้ค้าปลีกที่จำหน่ายผลผลิตในตลาดระดับหมู่บ้าน ตำบล และอำเภอต่างๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดอุดรดิตรดิตรและจังหวัดใกล้เคียง

1.2) ผู้ค้าคนกลางที่ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตจากเกษตรกร และขนส่งเพื่อจำหน่ายให้กับผู้ค้าปลีกต่างจังหวัด

2) ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์

เกษตรกร และผู้ค้าปลีกท้องถิ่น รับคำสั่งซื้อจากสื่อออนไลน์ และส่งผลผลิตผ่านระบบขนส่งของเอกชนและไปรษณีย์ไทย ให้กับผู้บริโภคโดยตรง

วัตถุประสงค์ข้อ 2 ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคกลางสาตและลองกอง พี่ชเชษฐภคิจของระบบวนเกษตร

คณะผู้วิจัยสามารถสรุปข้อค้นพบพฤติกรรมกรรมการบริโภคกลางสาตและลองกอง ได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน มีรายละเอียดแต่ละปัจจัยดังนี้

จากข้อค้นพบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคกลางสาต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ที่ผู้บริโภคมีความเห็นในระดับมากดังนี้ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณภาพมีชื่อเสียงของกลางสาตและเป็นผลไม้ประจำจังหวัดอุดรดิตรดิตรมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (2) ด้านราคาผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณภาพกลางสาตจังหวัดอุดรดิตรดิตร ราคาถูกอยู่ในระดับมาก (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณภาพสะดวกในการหาซื้อกลางสาตจังหวัดอุดรดิตรดิตรอยู่ในระดับมาก และ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณภาพเทศกาลประจำปี กลางสาต ลองกองหวานสินค้า OTOP อยู่ในระดับมาก

สำหรับลองกอง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับมาก (1) ด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณภาพและปลอดภัยและเป็นผลไม้ประจำจังหวัดอุดรดิตรดีมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (2) ด้านราคาผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณค่าของราคาลองกองจังหวัดอุดรดิตรดีอยู่ในระดับมากที่สุด (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าคุณภาพในการหาซื้อลองกองจังหวัดอุดรดิตรดีอยู่ในระดับมากที่สุด และ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่างานเทศกาลประจำปี ลางสาต ลองกองหวานสินค้า OTOP อยู่ในระดับมากที่สุด

2. จากข้อค้นพบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่าย 4 ช่องทาง ดังนี้ (1) ผู้บริโภคมีความมั่นใจได้ว่าจะได้บริโภคกลางสาตและลองกองที่มีคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด จากการที่เกษตรกรนำผลผลิตมาจำหน่ายเอง (2) ช่องทางการจัดจำหน่ายที่นำผลผลิตมาจำหน่าย ผู้บริโภคมีความมั่นใจได้ว่าจะซื้อกลางสาตที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด จากการซื้อผ่านพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่น (3) ผู้บริโภคมีความมั่นใจได้ว่าจะได้กลางสาตที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด จากการซื้อผ่านร้านค้าปลีก/ห้างสรรพสินค้า (4) ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด จากการรับประกันจากผู้จัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายในระบบออนไลน์

3. พฤติกรรมการบริโภคกลางสาตและลองกองจังหวัดอุดรดิตรดี พบว่า (1) ปริมาณการซื้อกลางสาตและลองกองจังหวัดอุดรดิตรดี ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้อในปริมาณครั้งละ 2 กิโลกรัม (2) ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะซื้อเพราะรสชาติ (3) คุณภาพของผลผลิต และ (4) มีลักษณะเป็นช่อยาว

จากข้อค้นพบในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และพฤติกรรมการบริโภคกลางสาตและลองกองที่นักวิจัยค้นพบจึงนำไปสู่การพัฒนาารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกองเพื่อนำผลผลิตขยายออกสู่ตลาดต่างจังหวัดในการแก้ปัญหาปริมาณผลผลิตโดยเฉพาะลองกองในกลางฤดูที่ผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมากเพื่อไม่ให้กลางสาตและลองกองล้นตลาดที่จะส่งผลให้ราคาของผลผลิตต่ำลงมาก และในปัจจุบันผู้บริโภคได้ให้ความสนใจในการหาซื้อสินค้าผ่านทางสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นเพราะผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพและการรับประกันจากผู้ขาย ดังนั้นการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์จึงเป็นช่องทางการตลาดอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถระบายผลผลิตกลางสาตและลองกองออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น

สรุปข้อค้นพบพฤติกรรมผู้ค้าคนกลางรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบเดิมในภาพรวมทั้ง 3 พื้นที่ พบว่า ผู้ค้าคนกลางเป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดราคาซื้อขายกลางสาตและลองกองจากเกษตรกรทุกเบอร์ โดยกลางสาตและลองกองที่มีลักษณะเป็นช่อยาว ผลไม่ร่วง ผิวสวย จะรับซื้อในราคาที่สูงกว่าผลผลิตที่มีลักษณะผลร่วง ผิวเปลือกดำ หากเกษตรกรไม่มีการคัดแยกเกรดมาให้กับพ่อค้าคนกลางๆ ก็จะรับซื้อในลักษณะเป็นชอรวมซึ่งจะทำให้เกษตรกรได้ราคาขายไม่สูง พ่อค้าคนกลางก็จะได้อีกโอกาสในการที่จะนำกลางสาตและลองกองที่รับซื้อในลักษณะรวมช่อมาคัดแยกเกรดทำคุณภาพเองอีกครั้งหนึ่งทำให้พ่อค้าคนกลางได้กำไรเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังค้นพบว่าพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกลางสาตและลองกองส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าในท้องถิ่นรายย่อยไม่สามารถระบายผลผลิตที่มีปริมาณมากไปยังตลาดต่างจังหวัดทำให้เกิดปัญหาปริมาณผลผลิตล้นตลาดทำให้ราคาผลผลิตตกต่ำและการกดราคาของผู้ค้าคนกลาง ดังนั้น (1) หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้เกษตรกรทำคุณภาพกลางสาตและลองกอง (2) ติดต่อผู้ค้าคนกลางนอกพื้นที่เข้ามาตั้งจุดรับซื้อกลางสาตและลองกอง (3) ควร

มีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลองกองในพื้นที่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางด้านการต่อรองราคาการจำหน่ายลองกอง เพื่อไม่ให้เสียเปรียบพ่อค้าคนกลางกตราคา (4) หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนงบประมาณค่าขนส่งผลผลิตกลางสาตและลองกอง เพื่อนำไปขายที่ตลาดกลางผลไม้ห้วงและตลาดกลางผลไม้บ้านกกก ซึ่งเป็นการช่วยระบายผลผลิตออกสู่ตลาด และเกษตรกรไม่ต้องปล่อยทิ้งผลผลิต (5) ส่งเสริมให้เกษตรกรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์

วัตถุประสงค์ข้อ 3 ผลการพัฒนาารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร

คณะผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง จำนวน 4 รูปแบบ ดังนี้

ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 1

เกษตรกรจำหน่ายลองกองให้กับผู้ค้าคนกลางตลาดต่างจังหวัดที่ตั้งจุดรับซื้อในพื้นที่ โดยเกษตรกรจะเป็นคนคัดแยกคุณภาพลองกองเอง และจำหน่ายให้กับผู้ค้าคนกลางตลาดผลไม้แต่ละจังหวัด ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 1 จะทำให้เกษตรกรมีรายได้จากการขายลองกอง เพิ่มขึ้น กิโลกรัมละ 1-2 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 2

เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ทำคุณภาพลองกอง เพื่อส่งเสริมด้านสวัสดิการ ความมั่นคง ยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกร และเพื่อแก้ไขปัญหาสถานการณ์ราคาผลผลิตตกต่ำ และผลผลิตล้นตลาด ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 2 จะทำให้เกษตรกรมีรายได้จากการขายลองกองเพิ่มขึ้น กิโลกรัมละ 0.50 – 1 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 3

การได้รับงบประมาณสนับสนุนค่าขนส่งผลผลิตกลางสาตและลองกองจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อนำไปขายที่ตลาดกลางผลไม้ในท้องถิ่นที่ห่างไกลและผลผลิตต่อวันปริมาณน้อย(ไม่คุ้มค่ากับผู้ค้าคนกลางที่เข้าไปรับซื้อผลผลิตต่อครั้ง) ส่งผลให้เกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตออกไปจำหน่ายโดยไม่ปล่อยทิ้ง

ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 4

เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตกลางสาตและลองกองแบบ Online Marketing สู่ผู้บริโภคโดยตรงมีรายได้เพิ่มขึ้น มีฐานลูกค้าเป็นของเกษตรกรโดยตรงเพื่อจัดจำหน่ายผลผลิตทางตลาดออนไลน์ในฤดูกาลผลผลิตในปีถัดไป

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัย เรื่อง การจัดการตลาดกลางสาตและลองกองในระบบวนเกษตรพื้นที่ทิวเขาผีปันน้ำตะวันออกในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ กรณีศึกษา ลองกองและกลางสาต ตำบลแม่พูล ตำบลบ้านด่านนาขาม และตำบลนางพญา สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ผลการศึกษาสถานการณ์การผลิต สถานการณ์การตลาด และสถานการณ์สภาพช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร ภาพรวม 3 ตำบล

สถานการณ์การผลิต พบว่า ปริมาณผลผลิตกลางสาตปี 2562 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 มีปริมาณผลผลิตลดลง คิดเป็นร้อยละ 11 เนื่องจาก เกษตรกรลดพื้นที่การปลูกกลางสาต โดยการนำเอากิ่งลองกองมาต่อยอดกับต้นกลางสาตที่เคยปลูกเดิม ทำให้ปริมาณกลางสาตในพื้นที่ลดลง สอดคล้องกับอาน แพลงดี (2557) ที่กล่าวว่า สถานการณ์กลางสาตในพื้นที่อำเภอลับแล เหลือพื้นที่ปลูกอยู่เพียง ร้อยละ 10 ของพื้นที่ปลูกผลไม้ทั้งหมดในอำเภอลับแล ส่วนที่เคยปลูกกลางสาตเดิมกลับกลายเป็นลองกองไปเกือบทั้งหมด จากการโค่นต้นกลางสาตเดิม นำยอดพันธุ์ลองกองมาเสียบเปลี่ยนต้นใหม่ เนื่องจากราคาซื้อขายในตลาดของลองกองสูงกว่ากลางสาตมาก นอกจากนี้แล้ว แนวคิดการปลูกพืชเศรษฐกิจที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงทดแทน ที่มีตลาดรองรับ เป็นผลมาจากกรณีที่เกษตรกรในพื้นที่ประสบกับปัญหาภาระหนี้สิน มีรายได้ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายในแต่ละฤดูการผลิต อันเป็นผลจากราคาผลผลิตตกต่ำ จึงทำให้เกษตรกรในพื้นที่ให้ความสำคัญกับการทำสวนทุเรียนและลองกอง เนื่องจากสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรมากกว่า

และมีปริมาณผลผลิตลองกองปี 2562 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2561 มีปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 19 แต่ผลผลิตลองกองมีคุณภาพต่ำ เนื่องจาก จำนวนของต้นลองกองที่ให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น รวมถึงสภาพอากาศแห้งแล้ง สอดคล้องกับ กฤษพร ศรีสังข์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องโครงการวิจัยและพัฒนการผลิตลองกองคุณภาพในสภาพแวดล้อม เปลี่ยนแปลงเขตภาคเหนือตอนล่าง ที่กล่าวว่า จังหวัดอุดรดิตถ์เป็นแหล่งผลิตลองกองในเขตภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งมีปัญหาในการผลิตลองกอง ผลผลิตมีคุณภาพต่ำ เนื่องจากการที่ภาวะแห้งแล้งผิดปกติ จะมีผลกระทบต่อการผลิตลองกองของเกษตรกร ก่อให้เกิดปัญหาผลผลิตต่ำมากและผลผลิตไม่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญมากในพื้นที่ ลองกองในภาคเหนือจึงมีคุณภาพด้อยกว่าทางภาคตะวันออกและภาคใต้มาก และไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งชื่อผลและรสชาติ ดังนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มคุณภาพผลผลิตลองกองของเกษตรกรเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ เกษตรกรควรการปรับกระบวนการผลิต รวมถึงการใช้เทคโนโลยีการผลิตลองกองให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลง ตลอดจนเงื่อนไขของเกษตรกรผู้ปลูกลองกอง โดยให้มีความเหมาะสมกับทางด้านเกษตรศาสตร์ เศรษฐกิจและสังคม

สถานการณ์การตลาด พบว่า ปริมาณความต้องการของตลาด และราคาจำหน่ายขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคคนสุดท้าย สอดคล้องกับ งานวิจัยของ รัชนิกร ปัญญา (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การวิจัยเพื่อพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า การตลาดสินค้าเกษตรของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดเชียงใหม่ เป็น การเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าเกษตรของกลุ่มผ่านเครื่องมือทางการตลาดที่จะทำให้สินค้าเกษตรนั้นไปถึงมือของผู้บริโภค และกลุ่มเกษตรกรยังคงต้องมีเป้าหมายของกลุ่มเพื่อสร้างกำไรและในขณะเดียวกันก็ต้องสามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มนั้น

ด้วย (ร้อยละ 26.92) รองลงมา คือ การหาช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเกษตร การส่งมอบสินค้า หรือการบริการสู่กลุ่มลูกค้า โดยกลุ่มเกษตรกรจำเป็นต้องศึกษาหาช่องทางการตลาดให้มากขึ้น (ร้อยละ 23.08) ต่อมาคือ ประเด็นการกำหนดราคาสินค้าเกษตร จะเป็นไปตามกลไกราคาท้องตลาดหรือตามความพึงพอใจของผู้ซื้อ ดังนั้นกลุ่มเกษตรกรต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเน้นคุณภาพและปริมาณและบรรจุกฎของสินค้าเกษตรให้เหมาะสมกับราคาสินค้านั้นๆ (ร้อยละ 19.23) และในประเด็นสุดท้ายคือ การจัดวางสินค้าเกษตรและสถานที่ในการขายสินค้าเกษตร ควรเน้นความสะดวกและเป็นระเบียบเรียบร้อย จัดกลุ่มสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เดียวกัน เพื่อสร้างความน่าสนใจในการดึงดูดลูกค้า (ร้อยละ 11.54)

สถานการณ์สภาพช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ลักษณะการดำเนินงานของตลาดแบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าคนกลางและช่องทางออนไลน์ ส่งผลให้เกษตรกรขาดอำนาจการต่อรองกับผู้ค้าคนกลาง ได้รับรายได้จากการขายผลผลิตราคาที่ไม่เป็นธรรม สอดคล้องกับ อัจฉริยา โชติกลาง (2561). ได้ศึกษาเรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับสับปะรดอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี ที่กล่าวว่า ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายสับปะรด คือ การที่เกษตรกรขาดอำนาจการต่อรองเกี่ยวกับการกำหนดราคาที่ขายให้กับผู้ค้าคนกลางที่รับซื้อ ทำให้บางครั้งถูกผู้ค้าคนกลางเอาเปรียบเรื่องกำหนดราคา เนื่องจาก เกษตรกรไม่มีความรู้เกี่ยวกับการตลาด คือ ไม่รู้ว่าผู้บริโภคอยู่ที่ไหน หรือขายที่ไหนจึงจะขายได้ ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างกลไกทางการตลาดที่มีการขายผลผลิตที่เป็นธรรม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมความรู้กับเกษตรกรในเรื่องการตลาดเพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจและสามารถนำไปวางแผนการตลาด รวมถึงส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่มโดยภาครัฐจะต้องส่งเสริมให้ความรู้กับสมาชิกในกลุ่มถึงวัตถุประสงค์ของการตั้งกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกกลุ่มได้เข้าใจและบริการจัดการกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ (รุ่งทิพย์ ชัยพรหม, 2551). และส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรมีการสร้างเครือข่ายทางการตลาดที่สามารถติดต่อประสานงานผู้ค้าคนกลางนอกพื้นที่เข้ามาตั้งจุดรับซื้อกลางสาตและลองกอง เพื่อเป็นการระบายผลผลิตกลางสาต และลองกองออกนอกพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเป็นการลดภาวะผลผลิตล้นตลาด

2) ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคกลางสาตและลองกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภค โดยสอดคล้องกับแนวคิดของฉัตรยาพร เสมอใจ (2549: 23) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4P's หมายถึงตัวแปรทางด้านการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีอิทธิพลเป็นอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติยา อินทรชัย (2559) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อผลไม้ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมที่มีผลกับการซื้อผลไม้ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญเป็นอันดับแรก และพฤติกรรมกรรมการบริโภคกลางสาตและลองกองที่ค้นพบจึงนำไปสู่การพัฒนาารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาตและลองกอง เพื่อนำผลผลิตขยายออกสู่ตลาดต่างจังหวัดในการแก้ปัญหาปริมาณ

ผลผลิตโดยเฉพาะล่องกองในกลางฤดูที่ผลผลิตออกสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก เพื่อให้สินค้าไม่ล้นตลาดที่จะส่งผลให้ราคาของผลผลิตต่ำลงมาก และในปัจจุบันผู้บริโภคได้ให้ความสนใจในการหาซื้อสินค้าต่างๆ ทางสื่อออนไลน์เพิ่มขึ้นด้วยเหตุที่ว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพ ถึงการได้รับการรับประกันคุณภาพจากผู้ขาย ดังนั้นการขยายช่องทางการตลาดออนไลน์ให้เพิ่มมากขึ้นจะเป็นช่องทางการตลาดอีกหนึ่งช่องทางที่จะสามารถระบายผลผลิตออกสู่ตลาดให้เพิ่มมากขึ้น

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของพ่อค้าคนกลางถึงรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบเดิมในภาพรวมทั้ง 3 พื้นที่ พบว่า ผู้ค้าคนกลางเป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดราคาซื้อขายกลางและล่องกองจากเกษตรกรทุกเบอร์ โดยกลางและล่องกองที่มีลักษณะเป็นช่อยาว ผลไม่ร่วง ผิวสวย จะรับซื้อในราคาที่สูงกว่าผลผลิตที่มีลักษณะผลร่วง ผิวเปลือกดำ หากเกษตรกรไม่มีการคัดแยกเกรดมาให้กับพ่อค้าคนกลางๆ ก็จะได้รับซื้อในลักษณะเป็นช่อรวมซึ่งจะทำให้เกษตรกรได้ราคาขายไม่สูง พ่อค้าคนกลางก็จะได้อีกโอกาสในการที่จะนำกลางและล่องกองที่รับซื้อในลักษณะรวมช่อมาคัดแยกเกรดทำคุณภาพเองอีกครั้งหนึ่งทำให้พ่อค้าคนกลางได้กำไรเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังค้นพบว่าพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อกลางและล่องกองส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าในท้องถิ่นรายย่อยไม่สามารถระบายผลผลิตที่มีปริมาณมากไปยังตลาดต่างจังหวัดทำให้เกิดปัญหาปริมาณผลผลิตล้นตลาดทำให้ราคาผลผลิตตกต่ำและการกดราคาของผู้ค้าคนกลาง ดังนั้น (1) หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้เกษตรกรทำคุณภาพกลางและล่องกอง (2) ติดต่อผู้ค้าคนกลางในพื้นที่เข้ามาตั้งจุดรับซื้อกลางและล่องกอง (3) ควรมีการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกล่องกองในพื้นที่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางด้านการต่อรองราคาการจำหน่ายล่องกอง เพื่อไม่ให้เสียเปรียบพ่อค้าคนกลางกดราคา (4) หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนงบประมาณค่าขนส่งผลผลิตกลางและล่องกอง เพื่อนำไปขายที่ตลาดกลางผลไม้หัวดวงและตลาดกลางผลไม้ขนาดกอก ซึ่งเป็นการช่วยระบายผลผลิตออกสู่ตลาด และเกษตรกรไม่ต้องปล่อยทิ้งผลผลิต (5) ส่งเสริมให้เกษตรกรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์

3) ผลการพัฒนาารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางและล่องกอง

คณะผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายกลางและล่องกอง พืชเศรษฐกิจของระบบวนเกษตร จำนวน 4 รูปแบบ ดังนี้

ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 1

เกษตรกรจำหน่ายล่องกองให้กับผู้ค้าคนกลางตลาดต่างจังหวัดที่ตั้งจุดรับซื้อในพื้นที่ ซึ่งช่องทางดังกล่าว มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ส่งผลต่อความยั่งยืน คือ เกษตรกรจะต้องทักษะการคัดแยกเกรดคุณภาพผลผลิตของเกษตรกร ความซื่อสัตย์ของเกษตรกรที่ส่งผลผลิตให้กับผู้ค้าคนกลาง ผู้นำชุมชนมีบทบาทในการกำหนดเกณฑ์คุณภาพผลผลิต และการส่งเสริมให้เกษตรกรคุณภาพล่องกอง ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถนพ เรื่องกัลปวงศ์. (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรธรรมชาติชุมชนวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ที่กล่าวว่าที่กล่าวว่า ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรธรรมชาติชุมชนวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร เนื่องจากผู้นำชุมชนจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ ยึดถือประโยชน์ของสมาชิกเกษตรกรเป็นหลัก รวมถึงต้องมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งของสมาชิกกลุ่มได้ นอกจากนี้แล้ว พระณรงค์ศักดิ์ น่วมเจริญ (2558). ได้ศึกษาเรื่อง ผู้นำ

ชุมชนกับการสร้างชุมชนเกษตรอินทรีย์ ศึกษาผ่านผู้นำชุมชน : ชุมชนบ้านชำปลาไหล ตำบลสองพี่น้อง อำเภอกำแพง จังหวัดจันทบุรีที่กล่าวว่า ผู้นำชุมชนเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของเกษตรกรในการเลือกทิศทางการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมของชุมชนบ้านชำปลาไหล โดยการที่ผู้นำชุมชนมีอุดมการณ์ทางความคิด มีความรู้ความสามารถ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถเป็นผู้ที่ฟังของชาวบ้านและนำสู่การเปลี่ยนแปลง จนนำไปสู่การยอมรับและเกิดแนวคิดร่วมต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ร่วมกัน ดังนั้น การที่จะขับเคลื่อนรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 1 ให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนนั้น ผู้นำชุมชนซึ่งถือเป็นปัจจัยหลัก ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติของเกษตรกรในชุมชน ควรสร้างการรับรู้ให้เกิดอุดมการณ์ร่วมในการทำคุณภาพลองกองในรูปแบบเดียวกัน จนเกิดศรัทธาภาพและพลังชุมชนขึ้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 2

เป็นช่องทางที่ผู้ค้าคนกลางต่างจังหวัดสั่งซื้อกับ กลุ่มลองกองคุณภาพโดยตรง โดยสมาชิกเป็นคนคัดแยกเกรด ซึ่งช่องทางดังกล่าว มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ส่งผลต่อความยั่งยืน คือ ผู้นำและกลุ่มลองกองคุณภาพเป็นผู้รวบรวม คัดแยกเกรด ตรวจสอบคุณภาพผลผลิต และลำเลียงผลผลิต โดยความซื่อสัตย์ของผู้นำและกลุ่มลองกองคุณภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ค้าคนกลาง รวมถึงการรับประกันเกี่ยวกับปริมาณผลผลิตที่เพียงพอต่อความคุ้มค่าต้นทุนในการขนส่งของผู้ค้าคนกลางตลาดต่างจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับ รุ่งทิพย์ ชัยพรหม (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลฮอด อำเภอสอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า ผู้นำกลุ่มมีบทบาทที่สำคัญในการรวมกลุ่มเกษตรกร ดังนั้น การอบรมส่งเสริมความรู้ให้กับผู้นำกลุ่ม เพื่อให้ผู้นำสามารถบริหารจัดการกลุ่มประสบความสำเร็จและเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการบริหารจัดการกลุ่มให้มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้แล้ว ศศิภัทร พงษ์กษัตริย์ (2549 : 5-7) กล่าวว่า เมื่อสมาชิกรวมกันเป็นกลุ่มการส่งเสริมและการควบคุมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะสามารถดำเนินการได้อย่างประหยัด เพราะเมื่อสมาชิกรวมกันเป็นกลุ่มจะสามารถติดต่อได้ง่ายและเกิดการประหยัดในการถ่ายทอดเทคโนโลยี การฝึกอบรม และการช่วยเหลือในด้านต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนา เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้ และ อรุช นวราช สอนสามพราน (2554) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การขับเคลื่อนโครงการวิจัยกลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่าสามพราน กล่าวว่า กระบวนการตรวจคุณภาพสินค้าผลผลิตทางการเกษตรของกลุ่มผู้นำภาคีเครือข่าย เป็นการเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่าสินค้าเกษตรมีคุณภาพ ซึ่งหากเกษตรกรเครือข่ายความซื่อสัตย์ จะห้ามมิให้จำหน่ายสินค้าเกษตรประเภทนั้นทันที และเตือนเป็นลายลักษณ์อักษร และจะถูกตัดสิทธิ์เข้าร่วมกับจำหน่ายผลผลิตเกษตรทันที นอกจากนี้แล้ว รุ่งทิพย์ ชัยพรหม (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลฮอด อำเภอสอด จังหวัดเชียงใหม่ กระบวนการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกลำไยตำบลฮอด อำเภอสอด จังหวัดเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการผ่านกลุ่ม จะสามารถติดต่อได้ง่ายและเกิดการประหยัดในการถ่ายทอดเทคโนโลยี การฝึกอบรม และการช่วยเหลือในด้านต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดการส่งเสริมและพัฒนา เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้น การบริหารจัดการกลุ่มลองกองคุณภาพ จะทำหน้าที่เปรียบเสมือนคนกลางในการประกันคุณภาพและปริมาณผลผลิตให้กับพ่อค้าคนกลาง ทำให้พ่อค้าเกิดความเชื่อมั่น และเกิดการติดต่อซื้อขายในอนาคต นอกจากนี้แล้วยังเป็นการสร้างการเรียนรู้กลไกทางการตลาด และประสบการณ์การทำงานร่วมกันระหว่างสมาชิก ซึ่งนำไปสู่

การบริหารจัดการกลุ่มล่องกองคุณภาพที่ยั่งยืน และ อรรถนพ เรืองกัลปวงศ์. (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรธรรมชาติชุมชนวัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ที่กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรกรควรมี การดำเนินการเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 กระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วมของเกษตรกรใน เครือข่าย ผู้นำเครือข่ายควรมีการสร้างกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในเครือข่าย โดยมีผู้ประสานงานเครือข่าย หรือองค์กรพี่เลี้ยงเข้ามาร่วมดำเนินงานอย่างมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน ตั้งแต่ การร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติการและร่วมประเมินผล จนถึงการร่วมรับผลประโยชน์ ระยะที่ 2 การบูรณาการด้วยการเชื่อมโยงเครือข่ายเกษตรกรธรรมชาติกับภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษาหรือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นหาพันธมิตรทางธุรกิจ

กรมส่งเสริมการเกษตร (เข้าถึง 16 กุมภาพันธ์ 2563) ที่กล่าวว่า การแก้ไขปัญหาล่องกอง โดยการรวมกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ ด้วยการจัดตั้งศูนย์รวบรวมและคัดแยกล่องกอง พร้อมกระจาย ล่องกองออกนอกพื้นที่ ทำให้ได้ราคาที่สูงขึ้น โดยสมาชิกกลุ่มทำการคัดแยกเกรดเพื่อจำหน่ายตาม เกรดและคุณภาพผลผลิตธรรมชาติ และเรียนรู้การบริหารผลผลิตของตนเองการกระจายสินค้า การขาย ส่ง การขายปลีก และการตลาดของล่องกองเกิดการทำงานในรูปกลุ่ม ซึ่งสามารถพัฒนาให้เกษตรกร พึ่งพาตัวเองในเรื่องการผลิต และการตลาดต่อไปได้วิธีการกระจายผลผลิตออกนอกพื้นที่ ไม่ทำลาย ระบบการค้าเสรี ไม่ทำลายพ่อค้าท้องถิ่น เพราะยังมีล่องกองในพื้นที่อื่นให้พ่อค้า สามารถบริหารจัดการ และกระจายผลผลิตอีกทางหนึ่ง สามารถดึงราคาผลผลิตในพื้นที่ให้สูงขึ้นได้ ซึ่งการดำเนินงาน ด้วยรูปแบบการรวมกลุ่มเกษตรกรดังกล่าว เป็นการประสานงานร่วมกันระหว่างส่วนราชการ องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำและเกษตรกร ทุกฝ่ายทำงานภายใต้ศักยภาพพบทบาทหน้าที่ และความถนัด ซึ่งส่งผลการดำเนินงานดังกล่าวมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สร้างรายได้ ความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับ เกษตรกร ชุมชน ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการขับเคลื่อนการทำงานของกลุ่มล่องกองคุณภาพ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมบทบาทผู้นำกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และมีการขอความ ร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกเป็นเครือข่ายในการสร้างผลประโยชน์ในเชิงพัฒนาร่วมกัน ตั้งแต่การ ร่วมกันวางแผน ร่วมปฏิบัติการและร่วมประเมินผล จนถึงการร่วมรับผลประโยชน์ ตลอดจนการ ส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีความรู้ ความเข้าใจในการวางแผนการตลาดรวมถึงควรมีส่วนร่วมในการเข้า ร่วมประชุมกลุ่มและส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการดำเนินงานกลุ่ม อย่างต่อเนื่อง เพื่อวางแผนการดำเนินงานและติดตามความก้าวหน้าในการดำเนินงานของกลุ่มให้การ บริหารจัดการกลุ่มประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 3

หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนค่าขนส่งผลผลิตกลางสาด และล่องกอง เพื่อนำไปขายที่ตลาด กลางผลไม้ท้องถิ่น ซึ่งช่องทางดังกล่าว มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ส่งผลต่อความยั่งยืน คือ การ ประสานความร่วมมือและความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนและหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ความสามารถ ของผู้นำชุมชนหรือตัวแทนชุมชนในการบริหารจัดการระบบโคเวตจัดการจัดสรรผลผลิตเพื่อจำหน่าย ให้กับผู้ค้าคนกลางตลาดต่างจังหวัด และทักษะการคัดแยกเกรดของเกษตรกร สอดคล้องกับงานวิจัย ปิยะนุช เงินคล้าย (2549) ที่ศึกษาเรื่อง นโยบายและมาตรการของรัฐในการยกระดับสินค้าเกษตร ที่ กล่าวว่า มาตรการจ่ายเงินอุดหนุนให้แก่เกษตรกรโดยตรง จะทำให้รัฐบาลลดการใช้จ่ายงบประมาณ

ลง ในกรณีที่ราคาผลผลิตต่ำกว่าราคาขั้นต่ำ ทำให้ลดภาระด้านงบประมาณในการรับจำหน่ายผลผลิตจากเกษตรกรลงได้มากและทำให้ไม่มีภาระด้านการเก็บรักษาผลผลิต ซึ่งผลผลิตจะตกอยู่กับเกษตรกรโดยตรง และกลไกทางการตลาดไม่ถูกบิดเบือนโดยจงใจ และสอดคล้องกับ กรมส่งเสริมการเกษตร เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2563 ที่กล่าวว่า การแก้ไขปัญหาหลงกองจังหวัดระนอง มีการแก้ปัญหาเชิงรุกโดยการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างผู้นำเกษตรกร สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานเกษตรจังหวัดสำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานการค้าภายใน และองค์การบริหารส่วนจังหวัด สมาชิกสภาจังหวัด เกษตรกรและผู้นำในท้องถิ่นร่วมกันแก้ปัญหาดังกล่าวหลักการคือ ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่งเสริมการเกษตรจัดให้มีการรวมกลุ่มผู้ปลูกหลงกอง เพื่อเก็บเกี่ยวผลผลิต ตั้งศูนย์รวบรวมและคัดแยกผลผลิตสมาชิกสภาจังหวัด และองค์การบริหารส่วนจังหวัด ได้สนับสนุนตะกร้าผลไม้และยานพาหนะพร้อมทั้งค่าน้ำมันเชื้อเพลิงในการลำเลียงผลผลิต กระจายไปจำหน่ายในภูมิภาคอื่น

ช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบที่ 4

รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ Online Marketing ซึ่งนักวิจัยสร้างสื่อออนไลน์ Face book <https://www.facebook.com/UttaraditLangsat> โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการอนุรักษ์ยางสด ซึ่งเป็นผลไม้ประจำจังหวัดอุตรดิตถ์ และมีเพื่อจำหน่ายผลผลิตยางสดและหลงกอง โดยเกษตรกรและผู้สนใจทั่วไป ซึ่งช่องทางดังกล่าว มีปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ส่งผลต่อความยั่งยืน คือ การมีเงื่อนไขประกันคุณภาพสินค้าและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้กับผู้ซื้อ ความสามารถและทักษะการขายผ่านสื่อออนไลน์ การโพสต์ การประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลการซื้อขาย การติดต่อซื้อขายผลผลิตยางสด และหลงกอง ทักษะการคัดเลือก การจัดบรรจุหีบห่อผลผลิตของเกษตรกร เพื่อป้องกันปัญหาคุณภาพของหลงกอง รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบริษัทขนส่งเอกชน ในช่วงฤดูกาล เพื่อลดต้นทุนค่าธรรมเนียมในการขนส่งผลผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ ปรานัตตราตี ฮาราน (2561) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่ยุติการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยมีสาเหตุที่ไม่ตัดสินใจซื้อสินค้า พบว่า 48% ระบุค่าจัดส่งสินค้าแพงกว่าที่คาดไว้ ดังนั้น เพื่อเป็นการเพิ่มยอดการสั่งซื้อขายผลผลิตยางสด และหลงกองผ่านสื่อออนไลน์ เกษตรกรควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับบริษัทขนส่งเอกชน ในช่วงฤดูกาล เพื่อลดต้นทุนค่าธรรมเนียมในการขนส่งผลผลิต และสอดคล้องกับ ดาริกา เสาร์ม (ม.ป.ป. 164 – 181) ที่กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางที่ผู้ผลิตจัดส่งสินค้าให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สั้นที่สุดและง่ายที่สุด คือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่มีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งตรงกับรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ที่คณะผู้วิจัยได้สร้าง Face book <https://www.facebook.com/UttaraditLangsat> “กลุ่มรักษายางสดหวานอุตรดิตถ์” เนื่องจาก การซื้อขายผ่านระบบตลาดออนไลน์สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้อย่างทั่วถึง และทำให้เกษตรกรผู้ปลูกยางสดมีช่องทางในการสร้างรายได้จากการขายยางสดเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การนำเสนอส่วนนี้ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการนำเสนอแนะเชิงปฏิบัติการและส่วนที่ 2 เป็นการนำเสนอข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยครั้งต่อไป ตามรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. หน่วยงานภาครัฐส่งเสริมให้เกษตรกรทำคุณภาพลองกอง
2. หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนให้กลุ่มมีการบริหารจัดการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพและสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน
3. ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายไปตลาดต่างประเทศเพื่อระบายผลผลิตไม่ให้เกิดการล้นตลาด
4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้เกษตรกรแปรรูปกลางสาดและลองกองเพื่อเป็นสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรมากขึ้น
5. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดทำระบบฐานข้อมูล พื้นที่เพราะปลูก จำนวนผลผลิตที่ออกสู่ตลาด ปริมาณการขายของผู้ค้าคนกลาง เพื่อใช้ในการบริหารจัดการข้อมูลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้หน่วยงานของภาครัฐหรือเอกชนให้ความช่วยเหลือ หรือแก้ปัญหาได้ตรงจุด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการแปรรูปกลางสาดและลองกองเพื่อขยายช่องทางการตลาดให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค
2. ศึกษาการจัดระบบฐานข้อมูลเกษตรกร ผู้ค้าคนกลาง ปริมาณผลผลิต กลางสาดและลองกองในจังหวัดอุดรธานี
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาลองกองและกลางสาดในพื้นที่อุดรธานีให้เป็นผลผลิตที่บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications หรือ GI)
4. ศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในการบรรจุกลางสาดลองกองส่งไปขายทางบริษัทขนส่ง เพื่อขยายระยะเวลาผลิตในนานขึ้น
4. ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและรูปแบบการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายกลางสาดและลองกองในตลาดต่างประเทศ