

การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะและแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดโคเนื้อ
สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอห่มสั๊ก จังหวัดเพชรบูรณ์
The Participatory Process Building on Public Policy and Strategic Plan for Beef Cattle
Marketing to ASEAN Community of Namchun Tambol Administrative Organization,
Lomsak District, Phetchabun Province

สนธยา ชมภู

Sonthaya Chompoo

อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

Lecturer in Public Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Phetchabun Rajabhat University

Corresponding author e-mail: Dr.sonthaya@hotmail.com; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7203-5016>

Received 21/06/2022

Revised 30/06/2022

Accepted 05/07/2022

บทคัดย่อ

โคเนื้อมีเป็นสินค้าที่สำคัญประเภทหนึ่งที่เป็นที่ต้องการทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งหากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อมีความสามารถในการจัดการตลาดทั้งภายในและภายนอกได้ก็จะทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเป็นเรื่องสำคัญของการขับเคลื่อนภารกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นการการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดโคเนื้อของชุมชน พร้อมทั้งศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหา 2) สร้างการรับรู้ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3) สร้างสถานการณ์จำลองที่ก่อให้เกิดการดำเนินการด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนระดับชุมชน และ 4) หาแนวทางกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยทำการศึกษาพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอห่มสั๊ก จังหวัดเพชรบูรณ์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ 10 คน ภาคประชาสังคมในพื้นที่ 10 คน และนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านโคเนื้อ 10 รวม 30 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจงเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีอุปนัย ได้แก่ การวิเคราะห์และตีความ ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพการผลิตและการตลาดโคเนื้อของชุมชน มีวัตถุประสงค์ 3 อย่าง ได้แก่ 1) เลี้ยงเพื่อเป็นพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ 2) เลี้ยงเพื่อจำหน่ายเนื้อ 3) เลี้ยงขุนเพื่อจำหน่ายน้ำเชื้อ ปัญหาและอุปสรรคในการเลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นปัญหาพันธุ์ โคเนื้อที่นำมาเลี้ยงไม่มีความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ขณะที่สภาพตลาดโคเนื้อในพื้นที่ยังเป็นการจำหน่ายให้กับคนในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ในห้วงปี 2559 เป็นต้นมา สภาพการตลาดโคเนื้อเริ่มมีการขยายไปจำหน่ายนอกพื้นที่มากขึ้น

[1]

2. การสร้างการรับรู้ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้มีส่วนได้เสีย มีพัฒนาการสร้างการรับรู้อย่างเป็นลำดับ เริ่มต้นจากการรับรู้ผ่านการพูดคุยกันในบางครัวเรือนที่เลี้ยงโคเนื้อ การรับรู้ผ่านเนื้อหาสาระที่นำมาพูดคุยซึ่งเริ่มให้ความสนใจกันมากขึ้น การรับรู้ผ่านการปรึกษาหารือเพื่อตัดสินใจในการเลี้ยงโคเนื้ออย่างจริงจัง การรับรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่มีการลงมือเลี้ยงโคเนื้อแล้วและมีการแบ่งปันประสบการณ์กัน การรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการยกระดับการรับรู้เรื่องโคเนื้อจากแหล่งความรู้ที่มีความหลากหลาย การรับรู้ผ่านการสร้างเครือข่ายโดยมีการพบปะกันและกระจายข้อมูลข่าวสารถึงกันอย่างต่อเนื่อง และการรับรู้ผ่านทางสมาคมหรือองค์กร ซึ่งเป็นผลจากการสร้างเครือข่ายและรวมตัวกันเป็นองค์กรที่ถูกต้องตามกฎหมายให้การสนับสนุนช่วยเหลือหรือเสนอข้อเรียกร้องที่เป็นพลังในการต่อรอง

3. ผลของการสร้างสถานการณ์จำลองที่ก่อให้เกิดการดำเนินการด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้ดำเนินการ (1) ร่วมกันค้นหาปัญหา พบว่าปัญหาด้านข้อมูลตลาดโคเนื้อที่ยังไม่มีการกระจายอย่างทั่วถึง (2) ร่วมกันค้นหาทางเลือกและแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยทุกฝ่ายเห็นเรียกร้องให้หน่วยงานราชการเข้ามาให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง (3) ร่วมวางแผนแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทุกคนร่วมกันเสนอแผนในการดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าว (4) ร่วมปฏิบัติในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน เป็นการดำเนินการขับเคลื่อนแผนงานที่ร่วมกันกำหนด (5) ร่วมรับผลประโยชน์จากผลของการลงมือปฏิบัติตามแผนและได้ผลเป็นรูปธรรม

4. แนวทางการกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ (1) การก่อตัวนโยบาย เป็นสภาพปัญหาหรือประเด็นข้อเรียกร้องของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้ประสมร่วมกันมาระยะเวลาหนึ่งและช่วยกันลำดับประเด็นข้อเรียกร้องเพื่อยกระดับให้ผู้บริหารตัดสินใจ (2) การกำหนดนโยบาย เป็นการนำข้อเรียกร้องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่ผ่านการพิจารณากลั่นกรองในชั้นของวาระนโยบายเพื่อผู้บริหารตัดสินใจและประกาศเป็นนโยบาย (3) การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นการแปลงนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้อไปสู่การปฏิบัติ โดยอาศัยกลไกระบบราชการและกลไกความร่วมมือประชารัฐในการขับเคลื่อน (4) การประเมินผลนโยบาย เป็นการวัดผลการดำเนินการในนโยบาย แผนงานและโครงการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ตั้งแต่การวัดผลปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ (5) การสิ้นสุดนโยบาย เป็นการยุติการดำเนินการในนโยบายสาธารณะด้านการโคเนื้อ เมื่อผู้บริหารได้พิจารณากันอย่างรอบคอบแล้วว่า นโยบายด้านการตลาดโคเนื้อไม่สามารถดำเนินการต่อไปอีกเนื่องจากเกิดภาวะขาดทุน แต่ในพื้นที่ตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก ไม่ยุตินโยบายสาธารณะด้านโคเนื้อเพราะประชาชนได้ผลประโยชน์จากนโยบาย

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม; นโยบายสาธารณะ

Abstract

Beef cattle are one of the important commodities that are in demand both inside and outside the country. If beef cattle farmers can manage both internal and external markets, they will increase their competitiveness. Involvement of all sectors is essential to driving a successful mission. Therefore, this research aims to (1) study the production and marketing of beef cattle and also study the solution to problems. (2) Create market awareness of beef cattle in the ASEAN community. (3) Create the market situation of beef cattle for the ASEAN economic community. And (4) to find out public policy guidelines for beef cattle marketing to the ASEAN Economic Community. The research area was Nam Chun Subdistrict Administrative Organization, Lom Sak District, Phetchabun Province. This research was qualitative research using in-depth interviews and participatory workshops from 30 key informant groups, including 10 public sector representatives, 10 civil society, and 10 cattle experts using proposal sampling. Data collective tools were in-depth interviews. The inductive methods including analyzing and interpreting were used. The results found that;

1. Production and marketing of beef cattle in the Community were 3 purposes 1) for breeding or reproducing 2) for sale and 3) for sperm distribution. The problems and obstacles for beef cattle are mostly breeding problems. The breeding was not suitable for the area. While the cattle market in the area was also sold to people in the area, however, in 2016 from now on, the beef market situation had expanded to sell outside.

2. Creating Cattle Market perceptions in ASEAN Economic Community for stakeholders. The perception development was in a sequential order starting from perception through talk between the villagers in some households who breed beef cattle. Perception of the content that brought the talk, which began to pay attention. Perception through deliberation to decide on beef cattle seriously. Perception through knowledge exchanges and shared experiences. Perception through social media had raised the awareness of cattle from diverse sources of knowledge. Perception through networking created a forum for information sharing. Recognition through associations or organizations, which were a result of networking and incorporating a legitimate organization to support, or offer, bargaining power.

[3]

Citation:

สนธยา ชมภู (2565). การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะและแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำขุ่น อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2 (4), 1-22.

Chompoo, S. (2022). The Participatory Process Building on Public Policy and Strategic Plan for Beef Cattle Marketing to ASEAN Community of Namchun Tambol Administrative Organization, Lomsak District, Phetchabun Province. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 2 (4), 1-22;

DOI: <https://doi.org/10.14456/iarj.2022.42>

3. The effect of simulated scenarios on the marketing of beef cattle to the ASEAN Economic Community has been done as followed (1) they worked together to find the problem discovered was market data was not widely distributed. (2) They found together with alternatives and solutions to problems. All of them agreed to urge the government to advise continuously. (3) They participated in planning solutions to problems. All of them jointly proposed a plan to solve the problems. (4) They participated to co-operate in planned development activities. (5) They participated together to benefit from the results of the implementation.

4. Guidelines for public policy on beef marketing to ASEAN Economic Community comprised in (1) Policy formulation; the problematic or demanding situation of cattle farmers had been experiencing for some time and had helped to identify the issues raised to the management decision. (2) Policy making; the adoption of the requirements of Agri-cattle farmers through the screening of the policy agenda for management decision and announcement as a policy. (3) The implementation of the policy; converting public policy towards beef marketing into practicing by using bureaucracy mechanisms and public-private partnerships to drive. (4) Policy evaluation; this was a measure of the implementation of the policy. Programs and projects related to beef marketing to the ASEAN Economic Community from both quantitatively and qualitatively measurement of inputs, processes, and results. (5) Policy Termination; ending the implementation of public policy on beef cattle. When the administrators had carefully considered that the beef marketing policy could not continue because of the loss. All in all, the administrators in Nam Chun sub-district administrative organization did not end up with the beef cattle public policy.

Keywords: Participation; Public Policy

บทนำ

ในอดีตที่ผ่านมาประชาชนโดยทั่วไปยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะในรูปแบบของการประกาศนโยบายจากรัฐบาล หรือจากหน่วยงานภาครัฐเท่านั้น ซึ่งเป็นนโยบายสาธารณะที่มีลักษณะเป็นเส้นตรงจากบนลงล่าง (top-down policy) การเกิดกระแสความขัดแย้งในการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาต่างๆ ของรัฐเกิดขึ้นในหลายพื้นที่ของประเทศไทยนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากกระบวนการกำหนดนโยบายซึ่งทำโดย

ภาคการเมืองและภาคราชการ ขาดการเข้ามามีส่วนร่วมจากภาคส่วนอื่นๆ ของสังคม เช่น ภาคประชาชน นักวิชาการ เป็นต้น รวมทั้งส่วนยังขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยตนเอง ดังนั้นการทำให้กิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ จึงยังเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ ทำให้ขาดการเรียนรู้ร่วมกันในกระบวนการนโยบายสาธารณะที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ในด้านต่างๆ รวมทั้งสภาพการณ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศไทยในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากสมัยก่อนมาก ซึ่งทำให้วิถีการดำรงชีพของประชาชนได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย และการดำเนินงานตามนโยบายสาธารณะต่างๆ มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและบุคคล ทั้งทางบวกและทางลบ ทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น สังคมจึงควรให้ความสำคัญกับกระบวนการนโยบายสาธารณะที่เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนของสังคมเข้ามามีกระบวนการนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วม เน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของคนในสังคม ซึ่งทำให้คนในชุมชนเกิดความตระหนักถึงปัญหาสาธารณะของชุมชน และนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายและแนวทางการทำงานร่วมกัน นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติและติดตามผลการดำเนินงาน เพื่อการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะของชุมชนเอง (อคิน รพีพัฒน์, 2547)

กระบวนการนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วมเป็นเรื่องใหม่ในสังคมไทยที่ต้องการความรู้เกี่ยวกับรูปแบบที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมในระดับต่างๆ ทั้งในพื้นที่เล็กระดับหมู่บ้าน ตำบล และในพื้นที่ใหญ่ระดับจังหวัด ในการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของทุกภาคส่วนในสังคมในกระบวนการนโยบายสาธารณะ ที่ทำให้สามารถนำมาใช้ได้จริงทั้งในระดับภาพรวมและระดับชุมชนหลายพื้นที่ของประเทศไทย มีกรณีศึกษาหลายกรณีที่อยู่ในข่ายแนวคิดที่เกี่ยวข้องในเรื่องของชุมชนเข้มแข็ง หรือแผนแม่บทชุมชน ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นการปฏิบัติการในพื้นที่เล็กๆ ระดับหมู่บ้านหรือตำบล ดังนั้น การศึกษารูปแบบของกระบวนการนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ระดับจังหวัด จึงเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างขึ้น เพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้กับพื้นที่อื่นๆ ได้

อุตสาหกรรมโคเนื้อเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อความมั่นคงด้านอาหารสำหรับประชากรโลก ปริมาณการผลิตเนื้อโคของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ระหว่างปี 2551 – 2555 มีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย เฉลี่ยปริมาณการผลิตที่ 57 ล้านตัน ในขณะที่การบริโภคเนื้อโคของโลกเฉลี่ยที่ 55 ล้านตัน โดยประเทศผู้ผลิตเนื้อโคมากที่สุดได้แก่สหรัฐอเมริกา รองลงมาคือ บราซิล และสหภาพยุโรป ส่วนประเทศที่ส่งออกเนื้อโคมากที่สุดคือ บราซิล รองลงมาคือ ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา โดยมีตลาดนำเข้าหลักเป็นประเทศในเอเชีย ได้แก่ รัสเซีย เกาหลีใต้ ฮองกง ญี่ปุ่น และมาเลเซีย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556) อุตสาหกรรมโคเนื้อของประเทศในกลุ่มอาเซียน ปริมาณการผลิตเนื้อโคของประเทศในกลุ่มอาเซียน ประเทศที่มีปริมาณการผลิตเนื้อโคมากที่สุด คือ อินโดนีเซีย รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม ฟิลิปปินส์ พม่า ไทย กัมพูชา มาเลเซีย และลาว ตามลำดับ แนวโน้มปริมาณการผลิตเนื้อโคตั้งแต่ปี 2551 – 2554 ประเทศที่มีการผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ อินโดนีเซีย

ฟิลิปปินส์ และพม่า ประเทศที่มีปริมาณการผลิตลดลง ได้แก่ เวียดนาม และไทย ส่วนประเทศที่มีปริมาณการผลิตค่อนข้างคงที่ ได้แก่ ลาวกัมพูชา และมาเลเซีย ปริมาณการผลิตของแต่ละประเทศส่วนใหญ่ไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายใน ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ส่วนการส่งออกมีไม่มากนัก (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2556)

อุตสาหกรรมโคเนื้อเป็นสาขาที่ไทยมีความพร้อมและมีศักยภาพในการแข่งขันสูงในกลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในขณะที่ความสามารถในการผลิตโคเนื้อของประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนส่วนใหญ่ยังไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ (รัตน นึกเร็ว และจิรสิน พันธุ์โสตา, 2555: 64) โดยเฉพาะประเทศนำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และสิงคโปร์ มีการนำเข้าเนื้อโครวมแล้วไม่น้อยกว่า 384,000 ตัน และประเทศไทยเองมีการส่งออกโคเนื้อไปยังกลุ่มประเทศเหล่านี้แต่ละปีมูลค่าไม่น้อยกว่า 1,500 ล้านบาท และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งในปัจจุบันไทยมีพ่อ-แม่พันธุ์โคเนื้อชั้นดีอยู่ในประเทศเป็นจำนวนพอสมควร (อำนาจ ภิญญาศรี, 2559: 68) และที่สำคัญการเลี้ยงดู พ่อ-แม่พันธุ์โคเนื้อชั้นดีของไทยเป็นไปตามมาตรฐานฟาร์มโคเนื้อของกรมปศุสัตว์ นอกจากนี้ไทยยังมีทั้งเทคโนโลยีการเลี้ยง และการปรับปรุงพันธุ์ที่มีศักยภาพเหนือประเทศผู้ผลิตอื่นๆ ในอาเซียนอีกด้วย ปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นจุดแข็งด้านการผลิตของไทย สำหรับโอกาสด้านการผลิตของไทย คือ ไทยมีความหลากหลายในการผลิตอาหารสัตว์ เพื่อใช้ในการขุนโคเนื้อ ซึ่งจะทำให้เนื้อโคที่ผลิตได้มีคุณภาพดี ส่วนโอกาสด้านการตลาดมองว่าการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 จะทำให้ตลาดเนื้อโคใหญ่ขึ้น (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2559: 5) จากประชากรกว่า 600 ล้านคน ซึ่งความต้องการบริโภคเนื้อโคย่อมสูงขึ้นตามไปด้วย ไทยนับเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมเนื้อโคมากที่สุด ในภูมิภาคอาเซียน จึงเป็นโอกาสที่ดีของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อของไทยที่จะหันกลับมาเลี้ยงโคเนื้ออีกครั้ง เพื่อให้เพียงพอับความต้องการในประเทศ และเพื่อการส่งออกไปยังประเทศอื่นใน AEC โดยอาจจะต้องมีการขยายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งจากศักยภาพที่ไทยมีทั้งเทคโนโลยีการเลี้ยงและการปรับปรุงพันธุ์ คาดว่าน่าจะสามารถสร้างมาตรฐานการส่งออกได้ไม่ยาก แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรระวัง สำหรับการผลิตโคเนื้อของไทยคือ การเปิดเสรีทางการค้า (FTA) กับนิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย ทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคต้องแข่งขันกับคู่แข่งที่มีศักยภาพสูงทั้งจากออสเตรเลียและจากนิวซีแลนด์ นอกจากนี้การไม่ควบคุมกฎหมายอย่างเคร่งครัด ทำให้เกิดปัญหาลักลอบนำเข้าโคเนื้อมีชีวิต และเนื้อโคจากประเทศเพื่อนบ้านและประเทศอินเดีย

จากสภาพปัญหาข้างต้นส่งผลให้องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน และสมาชิกชุมชนส่วนหนึ่งได้พูดคุยปรึกษาและวิเคราะห์กับผู้วิจัยถึงสาเหตุสำคัญประการหนึ่งคือ การขาดวางแผนและแนวทางการกำหนดนโยบายสาธารณะและแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และคนในชุมชน ตำบลน้ำซุน รวมทั้งขาดกระบวนการสร้างความตระหนักรู้ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดแนวคิดร่วมกันในการเตรียมความพร้อมรับมือ และหาแนว

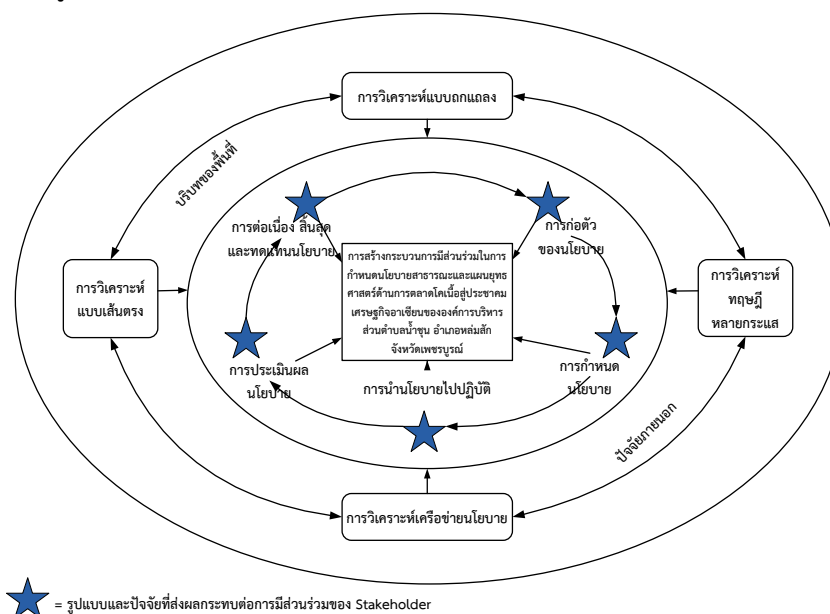
ทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอันนำไปสู่กำหนดตำแหน่งความสมดุลด้านความมั่นคงทางอาหารของชุมชน และสามารถกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะและแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนระดับครัวเรือนและระดับชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป และสร้างโอกาสในการส่งออกโคเนื้อสู่ประชาคมอาเซียนของชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดโคเนื้อของชุมชนในพื้นที่ตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พร้อมทั้งศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว
2. เพื่อสร้างการรับรู้ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนผ่านการสังเคราะห์ข้อมูลจากอดีตถึงปัจจุบัน
3. เพื่อสร้างสถานการณ์จำลองที่ก่อให้เกิดการดำเนินการด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนระดับชุมชน ตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน
4. เพื่อหาแนวทางกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน

กรอบแนวคิด

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีระเบียบวิธีการดำเนินการ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 10 คน ภาคประชาสังคมในพื้นที่ 10 คน นักวิชาการด้านสัตวแพทย์จากสถาบันอุดมศึกษา 10 รวม 30 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล : (1) แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล ซึ่งครอบคลุมตัวแปรต่างๆ ตามกรอบแนวคิดการวิจัย (2) แบบบันทึกภาคสนาม ใช้บันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยรูปแบบของแบบบันทึกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การจดบันทึกสิ่งที่สังเกตได้ตามความเป็นจริง (observation note) บรรยายอย่างละเอียดถึงสิ่งแวดล้อม สถานที่ บุคคล เหตุการณ์ คำพูดของบุคคล โดยไม่มีการตีความ

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนที่ตีความเบื้องต้น โดยใช้แนวคิดทฤษฎีของผู้วิจัยประกอบ (theoretical note) แสดงความคิดเห็น เน้นความหมายให้ชัดเจนและสร้างสมมติฐานชั่วคราว ในบางกรณีอาจต้องใช้ข้อมูลในส่วนที่ 1 หลายๆ เรื่อง จึงจะสรุปเป็นส่วนที่ 2 ได้

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล : ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทบทวนเอกสาร (Documents review) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory observations) และการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research)

การวิเคราะห์ข้อมูล : ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบทฤษฎีฐานราก (grounded theory) ซึ่งพัฒนาโดย Glaser and Strauss เมื่อปี ค.ศ.1967 และพัฒนาต่อมาโดย Strauss and Corbin ในปี ค.ศ.1990 เพื่อใช้ในการสร้างทฤษฎีใหม่ซึ่งได้ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในปัจจุบัน (เบญจา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติงส์ และกาญจนา ตั้งชลทิพย์, 2552) ร่วมกับกรอบการวิเคราะห์กระบวนการนโยบายสาธารณะ เพื่อพัฒนารูปแบบของกระบวนการนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้ได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลคู่ขนานไปพร้อมกับการเก็บข้อมูล โดยใช้แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลของทฤษฎีฐานรากในการให้รหัส (coding) 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) การให้รหัสแบบเปิด (2) การให้รหัสตามแนวคิดที่สัมพันธ์กัน (3) การให้รหัสแบบคัดสรรหรือการหาแก่นของเรื่อง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อย่างละเอียด เพื่อเชื่อมโยงอย่างรอบคอบไปสู่ทั้งการตรวจสอบและการตีความหมายของข้อมูล

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การผลิตและการตลาดโคเนื้อของชุมชนในพื้นที่ตำบลน้ำขุ่น อำเภอห่มสั๊ก จังหวัดเพชรบูรณ์ พร้อมทั้งศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหา มีข้อสรุปดังนี้

1.1 สภาพการเลี้ยงโคเนื้อ เป็นการเลี้ยงโคเนื้อตามหลักวิชาการที่ทางราชการได้ออกมาให้คำแนะนำและให้ข้อควรดำเนินการในการเลี้ยงที่เป็นประโยชน์ เช่น การให้อาหารกับโคเนื้อตอนแรกเกิดที่มีขนาดเล็กควรจะให้อาหารคั้น เมื่อโคเนื้อโตเต็มวัยจะให้อาหาร 2 ชนิด คือ อาหารข้นและอาหารหยาบ และเมื่อถึงเวลาเข้าโรงแปรรูปเนื้อโคจะให้อาหารชนิดชั้นอย่างเดียว เนื่องจากอาหารข้นจะทำให้เนื้อโคมีคุณภาพมากกว่า

1.2 สภาพพื้นที่ในการเลี้ยง ใช้เนื้อที่ประมาณ 1 งานต่อโคเนื้อ 3 ตัว และมีการจัดแบ่งระดับผู้ประกอบการธุรกิจการเลี้ยงโคเนื้อออกเป็น 3 ขนาด ได้แก่ ผู้ประกอบการขนาดเล็กมีโคเนื้อ 10-15 ตัว ผู้ประกอบการขนาดกลางมีโคเนื้อ 20-50 ตัว และผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีโคเนื้อ 50-100 ตัว

1.3 ระยะเวลาในการเลี้ยง การเลี้ยงโคเนื้อจะเห็นผลและสามารถจำหน่ายได้ต้องใช้เวลาประมาณ 4-5 ปี โดยการเลี้ยงโคเนื้อที่มีวัตถุประสงค์ 3 อย่าง ได้แก่ 1) เลี้ยงเพื่อเป็นพ่อพันธุ์ 2) เลี้ยงเพื่อจำหน่ายให้กับโรงแปรรูปเนื้อโค และ 3) เลี้ยงขุนเพื่อจำหน่ายน้ำเชื้อ

1.4 สภาพตลาดโคเนื้อ การตลาดโคเนื้อส่วนใหญ่ยังเน้นที่ตลาดภายในพื้นที่และยังเป็นการตลาดเชิงรับรอให้ลูกค้าเดินทางเข้ามาในพื้นที่ อย่างไรก็ตามการตลาดโคเนื้อเริ่มมีการยกระดับเพิ่มมากขึ้น โดยหาช่องทางการขยายตลาดออกนอกพื้นที่มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยกระดับตลาดไปสู่โคเนื้ออาเซียน

1.5 ช่องทางการตลาด การตลาดโคเนื้อในพื้นที่ไม่ประสบกับปัญหาเรื่องความต้องการ เพราะความต้องการบริโภคโคเนื้อที่ได้คุณภาพมาตรฐานมีมากจนไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าในแต่ละวัน

1.6 ปัญหาและอุปสรรค ปัญหาที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่มักจะประสบบ่อยครั้งและกลายเป็นปัญหาร่วมกันคือ พันธุ์โคเนื้อที่นำมาเลี้ยงยังไม่มี ความเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ เนื่องจากพันธุ์โคเนื้อที่นำมาเลี้ยงมีขนาดใหญ่และต้องใช้พื้นที่มากกว่าปกติ ซึ่งแต่เดิมการเลี้ยงโคทั่วไปที่ประชาชนเลี้ยงจะมีขนาดเล็กและใช้พื้นที่ไม่มาก เช่น พื้นที่เลี้ยง 3 ไร่ต่อโค 1 ตัว แต่ปัจจุบันเลี้ยงโคเนื้อ 1 ตัวต้องใช้พื้นที่ 1 งาน

1.7 แหล่งเงินทุน ส่วนใหญ่เป็นแหล่งเงินทุนส่วนบุคคลที่ดำเนินการตามกำลังเท่าที่มี เพราะที่ผ่านมาเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ยังไม่สามารถเข้าถึงแหล่งทุนที่จะนำมาลงทุนพัฒนาทั้งกระบวนการเลี้ยงโคเนื้อสายพันธุ์โคเนื้อ และช่องทางการตลาดโคเนื้อได้อย่างเต็มศักยภาพ อย่างไรก็ตามปัจจุบันหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบโดยตรงเริ่มหาช่องทางแหล่งเงินทุนให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้มากกว่าเดิม

1.8 แนวทางการแก้ไขปัญหา ประกอบด้วย 1) การแก้ไขปัญหาพันธุ์โคเนื้อที่นำมาเลี้ยง โดยการทำวิจัยและพัฒนาพันธุ์โคเนื้อให้สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ ซึ่งมีขนาดตัวไม่ใหญ่จนเกินไปแต่สามารถให้เนื้อที่มี

คุณภาพได้ 2) การแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยีการเกษตร คือ อาหารสำเร็จรูปที่มีจำหน่ายในท้องตลาดมาช่วยเสริมอาหารที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เนื่องจากหญ้าตามธรรมชาติมีไม่เพียงพอกับการกินของโคเนื้อ

2. การสร้างการรับรู้ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนผ่านการสังเคราะห์ข้อมูลจากอดีตถึงปัจจุบัน มีประเด็นการสร้างการรับรู้ดังนี้

2.1 การรับรู้ผ่านการพูดคุยกัน เป็นการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ที่เกิดจากการพูดคุยกันในเรื่องของการเลี้ยงโคเนื้อในบางครัวเรือนที่เห็นการเลี้ยงโคเนื้อจากเกษตรกรบางรายที่ทดลองนำโคเนื้อมาเลี้ยงเหมือนกับเลี้ยงโคทั่วไป ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อทำเป็นอาชีพและการค้า การรับรู้ถึงเรื่องโคเนื้อจึงมีลักษณะเป็นเพียงทราบข้อมูลว่า เป็นการเลี้ยงโคโดยทั่วไป

2.2 การรับรู้ผ่านเนื้อหาการพูดคุย เป็นการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ที่เริ่มมีความเข้มข้นในเนื้อหามากขึ้น เนื่องจากได้เห็นผลลัพธ์ของการเลี้ยงโคเนื้อจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อตั้งแต่เริ่มแรก โดยประชาชนที่เห็นผลลัพธ์การเลี้ยงโคเนื้อของครัวเรือนที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน เริ่มเข้ามาสนทนาถึงพันธุ์โคเนื้อ กระบวนการเลี้ยง การเพาะพันธุ์ การเข้าโรงแปรรูป แต่ยังไม่ถึงระดับการพูดคุยเกี่ยวกับการตลาด

2.3 การรับรู้ผ่านการปรึกษาหารือ เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการปรึกษาหารือกันอย่างจริงจังเพื่อเรียนรู้กระบวนการเลี้ยงโคเนื้อทั้งหมด ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับการรับรู้ขึ้นมามากกว่าการพูดคุยถึงเนื้อหาสาระ เพราะการปรึกษาหารือกันในหมู่ประชาชนที่มีความสนใจในการเลี้ยงโคเนื้อนั้น เป็นการยกระดับขึ้นมาถึงขั้นนำไปสู่การตัดสินใจว่า จะเลี้ยงโคเนื้อเป็นอาชีพหรือไม่ โดยกระบวนการนี้มีหน่วยงานราชการเข้ามาให้คำปรึกษาและเริ่มพูดคุยกันในเรื่องของการตลาดรองรับกับกระบวนการเลี้ยงโคเนื้อ

2.4 การรับรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นการรับรู้ที่ได้รับจากกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในหมู่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อด้วยกันและเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงโคเนื้อ โดยมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางวิชาการและประสบการณ์ตรง ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อกระบวนการเลี้ยงโคเนื้ออย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ การรับรู้ในขั้นนี้ได้ยกระดับให้เป็นวิชาการอย่างเต็มรูปแบบเพราะเนื้อหาที่มีการพูดคุยกันต่างผ่านการสังเคราะห์เนื้อหาทางวิชาการและผู้มีประสบการณ์ตรงจากการเลี้ยงโคเนื้อมาแล้ว

2.5 การรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นกระบวนการรับรู้ที่เกิดจากการได้รับฟังและรับชมข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ ข้อมูลการเลี้ยงโคเนื้อพร้อมรายละเอียดครบถ้วนผ่านทางแอปพลิเคชันในระบบ ไม่ว่าจะเป็น Google Youtube Instagram Facebook เป็นต้น ซึ่งแอปพลิเคชันเหล่านี้ได้ทำให้เกษตรกรทุกคนได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเรียนรู้สาระสำคัญอย่างครบถ้วนและเท่าเทียมกัน

2.6 การรับรู้ผ่านการสร้างเครือข่าย เป็นกระบวนการรับรู้ที่เป็นผลมาจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ซึ่งทำให้ขยายเครือข่ายได้อย่างรวดเร็วในหมู่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อและนักวิชาการด้านโคเนื้อ กระบวนการสร้างเครือข่ายนี้

ได้กลายเป็นพลังทั้งในการเรียกร้องและการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ที่ใช้ในการดำเนินการเรื่องโคเนื้ออย่างมีประสิทธิภาพ

2.7 การรับรู้ผ่านสมาคมหรือองค์กร เป็นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคเนื้อและการตลาดโคเนื้อทั่วทั้งประเทศ รวมตลอดถึงภายนอกประเทศผ่านช่องทางสมาคมหรือองค์กรที่มีการจัดตั้งขึ้นมาเพื่อเป็นศูนย์กลางในการกระจายข้อมูลข่าวสารและให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อด้วยกันด้วยเหตุผลที่ว่า การดำเนินการไม่ว่าจะเป็นข้อเรียกร้องและข้อเสนอแนะเพื่อส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจให้กับผู้มีอำนาจในการตัดสินใจได้ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งนี้การดำเนินการต้องกระทำในนามของสมาคมหรือองค์กร จึงจะทำให้มีน้ำหนักในการเรียกร้องหรือต่อรอง

3. สถานการณ์จำลองที่ก่อให้เกิดการดำเนินการด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนระดับชุมชน ตำบลน้ำขุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนมีกระบวนการดำเนินการ ดังนี้

3.1 การมีส่วนร่วมค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา เป็นการร่วมกันค้นหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นและเป็นปัญหาในภาพรวมที่ทุกฝ่ายเห็นพ้องกันว่า เป็นปัญหาที่ควรเร่งดำเนินการแก้ไขอย่างทันด่วนที่ และจากการสะท้อนมติของผู้ร่วมสนทนากลุ่มพบว่า ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดและปัญหาด้านข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการขยายตลาดโคเนื้อ

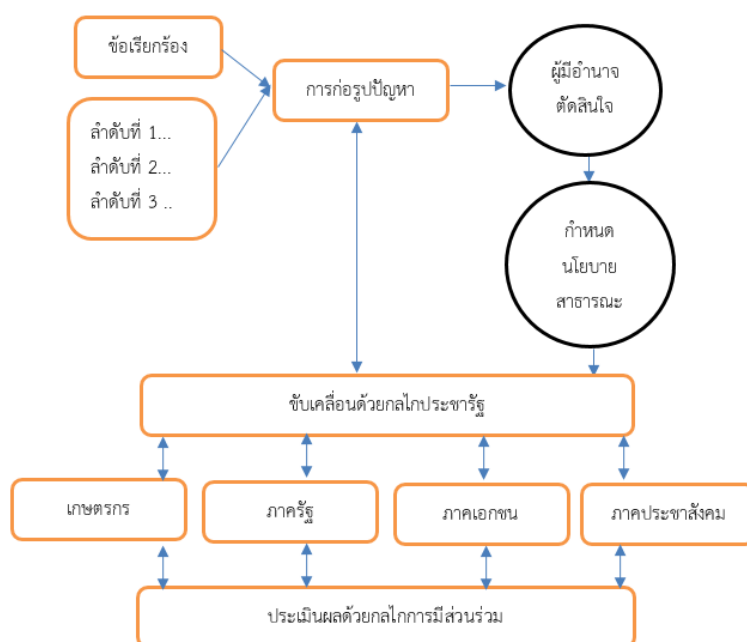
3.2 การมีส่วนร่วมค้นหาทางเลือกและแนวทางแก้ไขปัญหาคือ เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการค้นหาทางเลือกเพื่อนำไปสู่การกำหนดเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาคือ มีการเรียงลำดับเป็นประเด็นแนวทางเลือกเพื่อให้ทุกฝ่ายได้ลงมติว่า จะเลือกแนวทางใดในการใช้เป็นทางแก้ไขปัญหาคือ โดยทางเลือกที่ทุกภาคส่วนได้เห็นพ้องกัน คือ เสนอให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องเข้ามาส่งเสริมให้ความรู้ คำแนะนำด้านการตลาดโคเนื้อในระดับประเทศและอาเซียน รวมถึงเสนอให้หน่วยงานราชการส่งเสริมความรู้ด้านการผลิตเพื่อยกระดับคุณภาพโคเนื้อในพื้นที่ให้เป็นที่ยอมรับ

3.3 การมีส่วนร่วมตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ไขปัญหาคือ เป็นการวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหาคือ เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมที่เกิดจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้ร่วมกันตัดสินใจต่อแนวทางที่มีการนำเสนอไว้เป็นทางเลือก การร่วมตัดสินใจในประเด็นนี้ คือ การลงมติดูเคาะแนเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์ ซึ่งแนวทางที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อลงมติให้ความเห็นชอบโดยมติดูเคาะเสียงข้างมากนี้ ได้แก่ แนวทางการส่งเสริมให้ความรู้ด้านการผลิตเพื่อยกระดับคุณภาพโคเนื้อ นอกจากนี้เมื่อได้แนวทางที่ผ่านการลงมติแล้ว ก็จะเกิดเป็นขั้นตอนต่อไป คือ การร่วมกันวางแผนการแก้ไขปัญหาคือ โดยยกเอาทางเลือกที่ผ่านการลงประชามติมาตั้งเป็นเป้าหมายและหาวิธีการดำเนินการที่เหมาะสมต่อไป

3.4 การมีส่วนร่วมปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมที่ต่อเนื่องจากการวางแผนพัฒนาแก้ไขปัญหา ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามแผนงานที่ร่วมกันกำหนดและออกขึ้นมาพร้อมกัน การกำหนดแผนในกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การกำหนดบุคคลให้สอดคล้องกับภารกิจงานในแผนงาน การออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับแผนงานที่วางไว้ร่วมกัน และการกำหนดกรอบระยะเวลาในการปฏิบัติงานในแต่ละกิจกรรม ทั้งนี้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อทุกคนต้องมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งหมด และมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกันเพื่อให้แผนพัฒนาการแก้ไขปัญหาบรรลุผลและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจะได้มีความภาคภูมิใจในฐานะเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินการตามแผน

3.5 การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ในกิจกรรมการพัฒนา เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมในการรับผลของการดำเนินการตามแผนงาน เมื่อดำเนินการตามแผนงานแนวทางการแก้ไขปัญหาแล้ว หากผลการดำเนินการแก้ไขปัญหาเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อทุกคนย่อมมีความชอบธรรมที่จะได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน อาทิ ตลาดโคเนื้อขยาย รายได้เพิ่มขึ้น อาชีพมั่นคง

4. แนวทางการกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แนวทางการกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4.1 การก่อตัวนโยบาย เป็นสภาพปัญหาหรือประเด็นข้อเรียกร้องของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้ประสมร่วมกันมาระยะเวลาหนึ่ง และเห็นพ้องกันว่าจะลำดับประเด็นข้อเรียกร้องเพื่อยกระดับให้ผู้มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายได้เห็นว่า ข้อเรียกร้องที่ได้จัดทำและนำเสนอไปนั้น สร้างผลกระทบต่อการศึกษาจิตใจของผู้มีอำนาจหน้าที่ได้นำข้อเรียกร้องไปสู่วาระนโยบาย กำหนดนโยบาย และประกาศใช้นโยบาย

4.2 การกำหนดนโยบาย เป็นการนำข้อเรียกร้องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงในชั้นของวาระนโยบายเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจของคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน และกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะเพื่อพัฒนาพื้นที่ โดยมีการประกาศอย่างเป็นทางการผ่านสภาองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้รับทราบว่า คณะผู้บริหารได้ประกาศที่จะดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้ออย่างจริงจัง

4.3 การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นการแปลงนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้อไปสู่การปฏิบัติหรือทำจากสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม โดยอาศัยกลไกระบบราชการที่มีอยู่ภายในองค์กรเป็นหลักในการขับเคลื่อน และอาศัยการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ผ่านกลไกประชารัฐที่มีภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตอบโต้ความต้องการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้ครบทุกมิติ

4.4 การประเมินผลนโยบาย เป็นการวัดผลการดำเนินการในนโยบาย แผนงาน และโครงการที่เกี่ยวข้องกับการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยวัดผลตามหลักวิชาการ ตั้งแต่การวัดผลปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยทุกกระบวนการผ่านการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนทั้งสิ้น ทั้งนี้เมื่อได้ผลการประเมินในเบื้องต้น จะเป็นข้อสารสนเทศให้กับผู้บริหารที่เป็นฝ่ายกำหนดนโยบายได้ตัดสินใจนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขในข้อบกพร่องอีกครั้ง

4.5 การสิ้นสุดนโยบาย เป็นการยุติการดำเนินการในนโยบายสาธารณะด้านการโคเนื้อ เมื่อผู้บริหารได้พิจารณาจนรอบคอบแล้วว่า นโยบายด้านการตลาดโคเนื้อไม่สามารถดำเนินการต่อไปอีก เนื่องจากเกิดภาวะขาดทุน เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อไม่นิยมเลี้ยงและหันไปประกอบอาชีพอื่น ทั้งนี้การยุติการดำเนินการในนโยบายสาธารณะดังกล่าว ต้องผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมจากประชาชนด้วย อาทิ การลงประชามติในตำบล แต่ในปัจจุบันยังไม่มีกรยุติการดำเนินการในนโยบายสาธารณะดังกล่าว มีแต่จะพัฒนาให้ก้าวหน้ามากขึ้นกว่าเดิม

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะและแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์” มีประเด็นนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. สภาพการตลาดตลาดโคเนื้อในตำบลน้ำซุน อ.หล่มสัก จ.เพชรบูรณ์ เริ่มมีการยกระดับให้เป็นที่รู้จักแก่คนภายนอกพื้นที่มากขึ้นเป็นลำดับ เป้าหมายสำคัญของการยกระดับสภาพโคเนื้อในพื้นที่ คือ การยกสภาพตลาดโคเนื้อให้ไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนภายใต้กลไกประชารัฐ ซึ่งรัฐบาลชุดปัจจุบันให้การสนับสนุนและมีนโยบายที่ชัดเจนว่า การขับเคลื่อนตลาดโคเนื้อในประเทศต้องมีการขับเคลื่อนโดยกลไกของประชารัฐเพื่อรองรับกับการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งโคเนื้อในประเทศไทยสามารถแข่งขันกับโคเนื้อจากประเทศในภูมิภาคอาเซียนด้วยกันอย่างไม่เสียเปรียบ แต่สิ่งที่เป็นตัวแปรสำคัญและทำให้การตลาดโคเนื้อในพื้นที่ตำบลน้ำซุน ยกระดับอย่างรวดเร็วและเป็นจุดขายของพื้นที่ คือ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตและกระบวนการจำหน่ายรวมถึงการนำมาใช้ในการเพิ่มช่องทางการตลาดและช่องทางการบริการ เหนือสิ่งอื่นใดการจะได้รับการยอมรับจากตลาดภายนอกได้สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ คือ คุณภาพของพันธุ์โคเนื้อ เนื้อโค น้ำเชื้อของโคเนื้อ กระบวนการแปรรูป กระบวนการบรรจุหีบห่อ และกระบวนการเก็บรักษา ทั้งหมดเรียกว่า คุณภาพการผลิตและการรักษามาตรฐานการผลิต ซึ่งเป็นจุดแข็งของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของของ อานาจ ภิโยยศรี (2559: 90) ซึ่งศึกษาเรื่องยุทธศาสตร์การตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า การจะยกระดับตลาดโคเนื้อสู่ตลาดระดับประเทศและระดับอาเซียนได้นั้น สิ่งสำคัญ คือ การพัฒนาคุณภาพและรักษามาตรฐานคุณภาพกระบวนการผลิตแบบครบทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นพันธุ์โคเนื้อที่นำมาเลี้ยง กระบวนการเลี้ยงตามหลักวิชาการ โรงแปรรูปเนื้อโคที่ได้มาตรฐาน รวมถึงการผลิตและเก็บน้ำเชื้อโคเนื้อไว้จำหน่าย ทั้งหมดนี้ต้องดำเนินการตามหลักวิชาการทั้งสิ้น นอกจากนี้ประเด็นสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นตรงกัน คือ การวิจัยและพัฒนาพันธุ์โคเนื้อให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพการเลี้ยงในพื้นที่ เนื่องจากโคเนื้อที่เกษตรกรผู้เลี้ยงนำมาเลี้ยงนั้น มีขนาดตัวไม่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่เท่าที่ควร คือ ขนาดตัวใหญ่เกินไปทำให้เนื้อที่ในการเลี้ยงเล็กลง เนื่องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงบางรายมีเนื้อจำกัดในการเลี้ยง ฉะนั้น การวิจัยและพัฒนาพันธุ์โคเนื้อให้เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ จึงมีความเหมาะสมยิ่งนัก กล่าวคือ ขนาดไม่ใหญ่ไม่เล็กจนเกินไป แต่ให้มีเนื้อคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของดนัยศักดิ์เย็นใจ และภาณุ อินทฤทธิ์ (2559: 80-81) ซึ่งศึกษาเรื่องการศึกษาสภาพการเลี้ยงโคเนื้อและความต้องการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรในอำเภอบ้านค่าย อำเภอเมือง อำเภอแกลง และอำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า ขนาดโคเนื้อที่มีผลโดยตรงต่อคุณภาพและกระบวนการเลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่และลูกค้าส่วนใหญ่จะชอบเนื้อโคที่มีขนาดไม่ใหญ่และไม่เล็กจนเกินไป

2. การสร้างการรับรู้ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแก่ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชนผ่านการสังเคราะห์ข้อมูลจากอดีตถึงปัจจุบันที่มีความโดดเด่น โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ได้ให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ การรับรู้ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์และการรับรู้จากเครือข่ายร่วม กรณีการรับรู้ผ่านทางสื่อสังคม

ออนไลน์นั้นเป็นการรับรู้ที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคทุกคนเข้าถึงได้ง่ายในปัจจุบัน เพราะทุกคนมีอุปกรณ์การสื่อสารที่ทันสมัยและสามารถสืบค้นข้อมูลจากแอปพลิเคชันในอุปกรณ์การสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงกลายเป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกสบาย เช่น การค้นหาพันธุ์โคเนื้อจาก google วิธีการเลี้ยงโคเนื้อจาก Youtube การติดต่อกันเป็นเครือข่ายผ่านทาง Facebook เป็นต้น ทำให้การกระจายข้อมูลข่าวสารถึงกันหมดทุกคน โดยข้อมูลข่าวสารที่กระจายถึงกันนั้น เป็นข้อมูลทางวิชาการและข้อมูลประสบการณ์การเลี้ยงโคเนื้อที่สามารถถ่ายทอดถึงกันได้และเป็นการเรียนรู้ที่มีใช้จำกัดอยู่ในห้องเรียน หากแต่เป็นการเรียนรู้เพื่อรับรู้ข้อมูลนอกห้องเรียนที่ไม่เป็นทางการ ดังนั้น การรับรู้ด้านการตลาดโคเนื้อโดยภาพรวม ส่วนใหญ่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจะรับรู้ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดีและเห็นผลของการรับรู้ว่าเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของนุชนิษฐ์ ชอบดำรงธรรม (2553: 12) ซึ่งศึกษาเรื่องอิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก และเข้าเป็นส่วนสำคัญที่ขาดเสียมิได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในธุรกิจที่จะต้องมีการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาให้ผู้คนในโลกสังคมออนไลน์ได้รู้จักและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่สื่อสารไปได้อย่างขึ้น นอกจากนี้การสร้างการรับรู้ด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมอาเซียนของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในตำบลน้ำซุน ยังพบประเด็นการสร้างความรู้ที่โดดเด่นอีกประเด็นหนึ่ง คือการสร้างเครือข่ายแห่งการพัฒนา โดยรวบรวมเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อไม่เฉพาะในพื้นที่ตำบลน้ำซุนเท่านั้น แต่รวมถึงเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่อื่น ๆ ด้วย โดยการสร้างเครือข่ายนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญคือ เป็นเครือข่ายในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารด้านการเลี้ยงโคเนื้อและการตลาดโคเนื้อ ตลอดจนการแบ่งปันประสบการณ์และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เลี้ยงโคเนื้อด้วยกัน ซึ่งความเป็นเครือข่ายนี้สามารถยกระดับเป็นพลังที่เข้มแข็งเพื่อใช้ในการต่อรองและเสนอข้อเรียกร้องที่ทำให้ผู้มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบได้ให้ความสนใจและปล่อยทิ้งไปไม่ได้ เพราะฉะนั้นความเป็นเครือข่ายทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้รู้จักและสานสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นพลังเครือข่ายที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและกลายเป็นการทำธุรกิจแนวใหม่ที่ต้องการพันธมิตรและหุ้นส่วนของธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญทัน ดอกไธสง (2559: 59-60) นำเสนอว่าเครือข่ายแห่งการพัฒนาเป็นพลังที่ทรงอำนาจในการขับเคลื่อนภารกิจสำคัญทั้งในองค์กร และมีการกระจายไปอย่างรวดเร็วยิ่งองค์กรใดมีเครือข่ายพันธมิตรในการพัฒนาธุรกิจร่วมกันมากเท่าใด องค์กรนั้นยิ่งจะพัฒนาและมีความก้าวหน้ามากขึ้นกว่าเดิม และ สอดคล้องกับแนวคิดของสัญญา เคนาภูมิ (2559: 69-70) กล่าวว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์ส่วนใหญ่มาจากการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายเพื่อวัตถุประสงค์หลายอย่าง เช่น การแก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้น และดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน เช่นเดียวกันเครือข่ายการรับรู้การตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมอาเซียนผ่านการสร้างเครือข่ายของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่เล็งเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มกันในลักษณะของการกระจายเครือข่ายออกไปอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีสมาชิกที่เป็นเครือข่ายจำนวนมาก และมากพอที่จะสร้างเป็นพลังงานอำนาจในการต่อรองและยื่นข้อเสนอกับทุกภาคส่วน

ได้ตระหนักและนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเห็นผล นอกจากนั้น U-senyang, S., et al (2022) พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของการจัดการธุรกิจชุมชนในประเทศไทยประกอบด้วย 5 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยในการเป็นผู้นำกลุ่ม (2) ปัจจัยเฉพาะของผลิตภัณฑ์ (3) ปัจจัยในการสร้างการมีส่วนร่วมภายในกลุ่ม (4) ปัจจัยการเรียนรู้และการปรับตัว และ (5) ปัจจัยในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

3. ผลของการจัดทำสถานการณ์จำลองที่ก่อให้เกิดการดำเนินการด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนระดับชุมชน ตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้เข้าร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นจำนวนมากและได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันตลอดทั้งการทำกิจกรรมจนถึงการสิ้นสุดที่มีการสานเสวนาร่วมกัน การจัดทำสถานการณ์จำลองนี้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อได้ร่วมกันค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้นในภาพรวม ซึ่งได้สะท้อนปัญหาได้อย่างถึงรากเหง้าสำคัญ และนำไปสู่การกำหนดทางเลือกแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อร่วมกันนำเสนอทางเลือกและลงมติในทางเลือก จากนั้นกำหนดแผนที่จะแปลงแนวทางการแก้ไขปัญหาไปสู่การปฏิบัติและนำไปปฏิบัติร่วมกัน จนถึงขั้นตอนสุดท้ายคือ การนำเสนอถอดบทเรียนเพื่อหาข้อสรุปว่าการดำเนินการในกิจกรรมจำลองสถานการณ์ตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมอาเซียนนั้น ได้รับผลประโยชน์อะไรร่วมกัน เพราะฉะนั้น สิ่งที่ยกขานมานั้นแสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าจะทำกิจกรรมอะไรภายในชุมชนสิ่งสำคัญที่สุดที่จะได้รับการยอมรับคือ การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนจำเป็นต้องเข้าร่วมดำเนินการไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่งให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมที่มีการดำเนินการอยู่ รวมถึงมีความรู้สึกถึงความเป็นหุ้นส่วนและเจ้าของร่วม กรณีนี้จึงสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของ Cohen & Uphoff (1981: 87) ซึ่งได้สรุปแนวทางการมีส่วนร่วมไว้ว่า กระบวนการที่ทุกคนมีส่วนเกี่ยวข้องในกิจกรรมที่ดำเนินการอยู่ โดยแบ่งระดับการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ร่วมตัดสินใจทุกระยะ (2) ร่วมในการปฏิบัติ (3) ร่วมรับผลประโยชน์ และ (4) ร่วมในการประเมินผล สอดคล้องกับแนวคิดของ อคินรพีพัฒน์ (2547: 49) ได้จัดระดับการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การกำหนดปัญหา สาเหตุของปัญหา และแนวทางแก้ไข (2) การตัดสินใจเลือกแนวทาง และวางแผนพัฒนา แก้ไขปัญหา (3) การปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนาตามแผน (4) การประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา

4. แนวทางการกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าเป็นไปตามหลักการกระบวนการนโยบายสาธารณะที่มีการเริ่มต้นจากการก่อรูปนโยบาย ซึ่งเป็นสภาพปัญหาหรือข้อเรียกร้องที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ได้รวบรวมและสะท้อนให้ฝ่ายนโยบายได้เห็นว่า เป็นปัญหาของส่วนรวมและต้องมีการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เมื่อฝ่ายนโยบายได้เห็นและส่งผลต่อการตัดสินใจ ก็จะนำข้อเรียกร้องเข้าสู่วาระของการกำหนดนโยบายเพื่อกำหนดและประกาศเป็นนโยบายที่เร่งรีบดำเนินการ โดยนำนโยบายที่ประกาศนั้นแปลงไปสู่การ

.....

ปฏิบัติให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการซึ่งอาศัยกลไกระบบราชการและกลไกการมีส่วนร่วมเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อทุกคน ร่วมกันขับเคลื่อนผ่านทางแผนงาน กิจกรรม และโครงการ เมื่อดำเนินการไปได้สักระยะหนึ่ง ก็จะมีการประเมินผลนโยบายที่ได้ประกาศไว้และรายงานผลนโยบายให้กับผู้บริหารได้รับทราบเพื่อเป็นข้อสารสนเทศประกอบการตัดสินใจว่าจะยุตินโยบายหรือดำเนินการต่อ กรณีนโยบายสาธารณะการตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมอาเซียนนี้ มีแต่จะเดินหน้าต่อไป เพราะเป็นนโยบายสาธารณะที่กำหนดขึ้นและผ่านการประเมินผลในเบื้องต้นแบบมีส่วนร่วมจากทุกฝ่าย และทุกฝ่ายต่างเห็นพ้องกันว่า ไม่ควรยุติ เพราะสามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ สมบัติ อารงธัญวงศ์ (2544: 25-26), James E. Anderson (1994: 154-155) ได้นำเสนอไว้ว่า การกำหนดนโยบายสาธารณะเป็นเรื่องของการตัดสินใจว่าจะทำหรือไม่ทำของรัฐบาล ถ้าตัดสินใจว่าจะทำแล้วต้องดำเนินการไปตามลำดับขั้น อาทิ ค้นหาสภาพปัญหาที่ก่อรูปเป็นนโยบาย การกำหนดจากสภาพที่ก่อรูปปัญหาทำให้เป็นนโยบาย การนำนโยบายที่มีการกลั่นกรองและประกาศใช้ในฐานหนึ่งคือ สิ่งที่เป็นนามธรรม นำมาแปลงให้เห็นเป็นรูปธรรม และประเมินจากสิ่งที่ลงมือปฏิบัติเพื่อให้ทราบว่า ควรจะดำเนินการต่อไปหรือจะยุตินโยบาย และสอดคล้องกับแนวคิดของ Ira Sharkansky (1970: 124-125), Thomas R. Dye (1984: 69-70) ได้กล่าวไว้ว่า การกำหนดนโยบายสาธารณะเป็นกระบวนการที่เริ่มจากการก่อรูปของปัญหาที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกำลังประสบและเป็นปัญหาในภาพรวม ซึ่งผู้มีอำนาจหน้าที่ให้ความสนใจและตัดสินใจประกาศเป็นวาระในการดำเนินการ โดยใช้กลไกการบริหารจัดการที่มีอยู่ดำเนินการเพื่อให้นโยบายสาธารณะที่กำหนดขึ้นมาจากสภาพปัญหาและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกิดความพึงพอใจ นอกจากนั้น Tossamas, P., Sriyai, T., Phetsinchorn, T., Kuempukhio, C., & Fodsungnern, S. (2021) พบว่า นวัตกรรมเสริมสร้างความสามัคคีทางสังคมประกอบด้วย 1) การสนับสนุนทางอารมณ์และความเพ็ดเพลิน 2) การสนับสนุนข้อมูลและการเข้าถึงข้อมูล 3) การสนับสนุนด้านวัสดุ 4) ความรู้ด้านข้อมูล 5) ประโยชน์ของการใช้ 6) การสนับสนุนกลุ่มเครือข่ายและความสัมพันธ์สถาบัน 7) ทักษะต่อการใช้งาน ยุทธศาสตร์วิจัยวัยสูงอายุเชิงรุก ประกอบด้วย 1) หลักสุขภาพ 2) หลักการเรียนรู้ 3) หลักสังคม 4) หลักเศรษฐกิจและสังคมที่มีคุณภาพสำหรับทุกเพศทุกวัยเพื่อสนับสนุนสังคมสูงวัยในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 1) ร่างกาย/ ร่างกาย 2) ด้านสังคมและ วัฒนธรรม 3) ความฉลาดและความคิด 4) สิ่งแวดล้อม 5) ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและรายได้ 6) อารมณ์และจิตใจ

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1.1) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสภาพการเลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ได้ให้ข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า พันธุ์โคเนื้อที่นำมาเลี้ยงนั้นยังไม่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับสภาพพื้นที่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อที่มีเนื้อที่จำกัด ดังนั้น เพื่อให้ได้คุณภาพของโคเนื้อและเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อ.หล่มสัก จ.เพชรบูรณ์ ควรจะออกนโยบายส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนา ร่วมกับสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด รวมถึงนักวิชาการที่เกี่ยวข้องทางด้านโคเนื้อทำการวิจัยร่วมกัน เพื่อหาพันธุ์โคเนื้อที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่มากที่สุด

1.2) ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นสภาพการตลาดโคเนื้อพบว่า ตลาดโคเนื้อส่วนใหญ่ยังอยู่ในพื้นที่และจำหน่ายให้กับคนในพื้นที่เท่านั้น ยังไม่สามารถขยายการตลาดไปยังนอกพื้นที่ เช่น ขยายไปในจังหวัด ภาค ประเทศ และภูมิภาคอาเซียน เป็นต้น การตลาดภายในพื้นที่และจำหน่ายให้กับคนในพื้นที่ด้วยกัน หากมองในระยะยาวไม่สามารถจะยกระดับการตลาดโคเนื้อไปสู่ระดับอาเซียนได้อย่างทันท่วงที ตลาดใดที่ยังไม่วิสัยทัศน์จากฝ่ายนโยบายที่ต้องการจะเห็นการตลาดโคเนื้อที่กว้างไกลมากกว่าในพื้นที่ ดังนั้น ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน ควรจะวางยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดโคเนื้อภายในพื้นที่ให้ยกระดับสู่ตลาดโคเนื้อภายนอกประเทศ ซึ่งเป็นการขยายตลาดให้เป็นที่รู้จักและยอมรับสำหรับลูกค้าภายนอกภูมิภาค

1.3) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เกี่ยวกับประเด็นการรับรู้เรื่องการเลี้ยงโคเนื้อและการตลาดโคเนื้อในพื้นที่ตำบลน้ำซุนพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) มีความเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านโคเนื้อผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมและเป็นที่คุ้นเคยของประชาชนในพื้นที่ หากประชาชนในพื้นที่ต้องการจะทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคเนื้อและการตลาดโคเนื้อ ก็เข้าไปศึกษารายละเอียดผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ ทั้งในโทรศัพท์เคลื่อนที่และคอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นช่องทางการรับรู้ที่ง่ายและสะดวก ดังนั้น ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ควรออกนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการเรียนรู้ผ่านทางแอปพลิเคชันต่างๆ ให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระการให้ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานราชการ ซึ่งอาจจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ให้คำปรึกษาเท่านั้น

1.4) การจัดกิจกรรมจำลองสถานการณ์ตลาดโคเนื้อได้รับผลเป็นที่น่าพึงพอใจอย่างมาก เนื่องจากเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อต่างมีความประสงค์จะแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน/กระบวนการ เพราะฉะนั้น ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จ. เพชรบูรณ์ ควรจะกำหนดแผนยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อกรณีการเลี้ยงโคเนื้อและตลาดโคเนื้ออย่างเปิดกว้าง โดยกำหนดให้สอดคล้องกับ

หลักการของกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้นคือ การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาจนกระทั่งถึงการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนได้เรียนรู้กระบวนการมีส่วนร่วมไปในตัวด้วย

1.5) แนวทางการกำหนดนโยบายสาธารณะโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การก่อรูปนโยบายสาธารณะโคเนื้อ เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญและทำให้ผู้บริหารได้ทราบถึงสภาพการก่อรูปของปัญหาโคเนื้อมากที่สุด เพราะฉะนั้น ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายโดยอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อค้นหาปัญหาที่นำไปสู่การก่อรูปเป็นข้อเรียกร้องและความต้องการที่เป็นภาพรวมและส่งผลกระทบต่อสังคมในวงกว้าง

2. ข้อเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติ

2.1) การเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ตำบลน้ำซุน แม้ว่าข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกกลุ่มจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า มีการเลี้ยงโคเนื้อตามหลักวิชาการทุกประการ แต่การเลี้ยงที่ถูกต้องตามหลักวิชาการนั้น จำเป็นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญด้านการเลี้ยงมาให้คำแนะนำในลักษณะทำไปด้วยกัน และที่สำคัญเมื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อคนที่ได้รับการถ่ายทอดจะต้องสามารถขยายผลไปยังเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อคนอื่น หากจะพิจารณาในประเด็นนี้ก็เท่ากับว่าเป็นการสร้างองค์ความรู้ด้านวิชาการว่าด้วยการเลี้ยงโคเนื้อ ดังนั้น การเลี้ยงโคเนื้อจะถูกต้องตามหลักวิชาการและมีการสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ควรจะมีการดำเนินการในกระบวนการเลี้ยงให้ถูกต้องตามหลักวิชาการตามที่ทางเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการมาให้คำแนะนำ และควรจะมีการถ่ายทอดความรู้ไปยังเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อรายอื่นได้รับทราบและถือปฏิบัติในแนวทางเดียวกัน

2.2) การจะยกระดับตลาดโคเนื้อในพื้นที่ให้ไปสู่ตลาดโคเนื้อในอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับจากลูกค้าได้ สิ่งหนึ่งที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อต้องพิจารณาและดำเนินการอย่างเร่งด่วนคือ คุณภาพและขั้นตอนการผลิตเนื้อโคให้ได้มาตรฐาน จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในประเด็นนี้พบว่า “ขณะนี้ชาวบ้านที่เลี้ยงโคเนื้ออยากจะให้ทางการเขามาแนะนำการแปรรูปสินค้าโคเนื้อ การบรรจุหีบห่อ การเก็บรักษาเนื้อโค การเข้าโรงแปรรูปที่ถูกต้อง” จากประเด็นดังกล่าวนี้ทำให้เห็นได้ว่าคุณภาพการผลิตเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและเป็นจุดขายให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ดังนั้น กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ตำบลน้ำซุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ควรจะพัฒนาคุณภาพการผลิตเนื้อโคให้ดียิ่งขึ้น กล่าวคือ เนื้อโคนุ่มและแน่น หีบห่อบรรจุเนื้อโค และควรจะมีมาตรฐานคุณภาพการผลิตให้เป็นที่ยอมรับและสามารถยกระดับให้เป็นแบรนด์ของพื้นที่ตำบลน้ำซุน เช่นเดียวกับโคเนื้อขุนโพธิ์ยางคำ

2.3) ช่องทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอีกประเด็นที่สำคัญ เนื่องจากเนื้อโคจะจำหน่ายได้มากหรือน้อยลงขึ้นอยู่กับทางช่องทางการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของเกษตรกรใน

พื้นที่ โดยอาศัยการประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การสร้างตลาดจาก Facebook Youtube Line เป็นต้น ซึ่งเป็นอุปกรณ์สำคัญในการอำนวยความสะดวกเรื่องรายละเอียดของสินค้าและแพร่กระจายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องรอให้ลูกค้าเดินทางเข้ามาซื้อเนื้อโค แต่มีการใช้บริการจากแอปพลิเคชันดังกล่าวในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับลูกค้าในพื้นที่อื่น หรือลูกค้าต่างประเทศได้สั่งซื้อเนื้อโค ดังนั้น กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ ควรจะหาช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายจากการประยุกต์ใช้เครื่องมือสื่อสารทางเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาดำเนินการเพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่และเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อที่จะยกระดับให้เป็นเนื้อโคขุนที่มีคุณภาพทัดเทียมกับเนื้อโคขุนในพื้นที่อื่นๆ รวมถึงควรมีบริการจัดส่งเนื้อโคที่มีคุณภาพไปให้กับลูกค้า โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องเดินทางมาซื้อเองในพื้นที่

2.4) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) พบประเด็นการพัฒนากลุ่ม/องค์กรของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ตำบลน้ำซุน โดยประเด็นที่มีการยกกล่าวกันส่วนใหญ่ คือ การสร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อให้เกิดความเข้มแข็ง ข้อเท็จจริงในปัจจุบันการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ยังมีการรวมกลุ่มกันแบบไม่คงที่ ยังไม่มีการยึดโยงกันด้วยผลประโยชน์ร่วมเท่าที่ควร ดังนั้น เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ตำบลน้ำซุน ควรจะรวมตัวกันและสร้างเครือข่ายภายในพื้นที่และยกระดับเครือข่ายให้ไปเชื่อมต่อกับเครือข่ายเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่อื่น ๆ โดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย อาทิ ช่องทางการพบปะในงานแสดงโคเนื้อของจังหวัด ช่องทางการติดต่อซื้อขายจำหน่ายเนื้อโคตามปกติ และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งปรากฏว่าเป็นช่องทางการแพร่กระจายเครือข่ายได้เร็วที่สุด ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายรวมในหมู่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อด้วยกันมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารและการช่วยเหลือกัน

2.5) จากการรับฟังข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นการจัดทำแนวทางการกำหนดนโยบายสาธารณะตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมอาเซียนพบว่า กระบวนการนโยบายสาธารณะด้านการก่อรูปนโยบายนั้น เป็นกระบวนการที่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ได้ให้ความสนใจอย่างมาก โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในด้านการแสดงความคิดเห็นหรือข้อเรียกร้องเพื่อนำเสนอไปเข้าสู่วาระของการกำหนดนโยบายของผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลน้ำซุน การเสนอข้อเรียกร้องที่ก่อรูปเป็นปัญหาส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริหารนั้น จึงถือเป็นนิมิตหมายอันดีสำหรับการยื่นข้อเสนอและข้อเรียกร้องเพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายสาธารณะเพื่อการพัฒนาตลาดโคเนื้อในพื้นที่ ดังนั้น เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่ตำบลน้ำซุน ควรเสนอตัวเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอข้อเรียกร้องและข้อเสนอให้มากที่สุด ยิ่งกระบวนการมีส่วนร่วมจากเกษตรกรมากเท่าไร ยิ่งจะทำให้น้ำหนักข้อเรียกร้องและข้อเสนอกลายเป็นพลังที่สำคัญมากขึ้นเท่านั้น

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะโคเนื้อในพื้นที่ตำบลน้ำขุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์”

3.2 การวิจัยเรื่อง “การพัฒนานโยบายการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ตำบลน้ำขุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์”

3.3 การวิจัยเรื่อง “การขับเคลื่อนนโยบายการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อภายใต้กลไกประชารัฐในพื้นที่ตำบลน้ำขุน อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์”

เอกสารอ้างอิง

- दनัยศักดิ์ เย็นใจ และภาณุ อินทฤทธิ์. (2559). การศึกษาสภาพการเลี้ยงโคเนื้อและความต้องการส่งเสริมการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรในอำเภอบ้านค่าย อำเภอเมืองระยอง อำเภอแกลง และอำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดฉะเชิงเทรา.
- นุชรินทร์ ชอบดำรงธรรม. (2553). อิทธิพลของสื่อโฆษณาในเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญทัน ดอกไธสง. (2559). รัฐประศาสนศาสตร์เชื่อมโยง AEC ก้าวสู่ความมั่นคง 2020. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- เบญจยา ยอดดำเนิน-แอ๊ดติง และกาญจนา ตั้งชลทิพย์. (2552). การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ: การจัดการข้อมูลการตีความและการหาความหมาย. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รัตนา นิกะเรว และจิรสิน พันธุ์โสตา. (2555). สภาพการเลี้ยงโคพื้นเมืองและความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคพื้นเมืองในจังหวัดสมุทรสงคราม. รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสมุทรสงคราม
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2544). วิสัยทัศน์และกรอบการปฏิรูประบบราชการ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการปฏิรูประบบราชการ สำนักงาน ก.พ.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2559). การสร้างกลยุทธ์จากฐานการวิจัยเชิงสำรวจทางการบริหารจัดการ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 35 (2), 282-309.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2556). รายงานประจำปีสถานการณ์การตลาดโคเนื้อในภูมิภาคอาเซียน. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.

-
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2559). *การศึกษาเศรษฐกิจสินค้าเกษตรเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษา: สินค้าปศุสัตว์ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา*. เอกสารวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- อकिन รพีพัฒน์. (2547). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษานโยบายสาธารณสุข.
- อำนาจ ภิญญศรี. (2559). ยุทธศาสตร์การตลาดโคเนื้อสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 10 (3), 165-174.
- Cohen & Uphoff. (1981). *Rural Development Participation: Concept and Measure For Project Design Implementation and Evaluation: Rural Development Committee Center for International Studies*. New York: Cornell University Press.
- Ira Sharkansky. (1970). "The Political Scientist and Policy Analysis: An Introduction," in *Policy Analysis in Political Science*, ed. Ira Sharkansky. Chicago: Markham Publishing Company
- James E. Anderson. (1994). *Public Policy – Making: Introduction*. 2nd edition. New York: Houghton Mifflin Company.
- Thomas R. Dye. (1984). *Understanding public policy*. 7th edition. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Tossamas, P., Sriyai, T., Phetsinchorn, T., Kuempukhieo, C., & Fodsungnern, S. (2021). Conceptual Framework Innovation to Strengthen Social Bonding through the Active Aging Life Course Strategy to Create a Quality Society of all Ages to Support the Aging Society in Buriram Province. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews (IJSASR)*, 1 (4), 37-48; DOI: <https://doi.org/10.14456/jsasr.2021.20>
- U-senyang, S., Aeksapang, J., Ongklang, A., & Visutranukool, M. (2022). Success Factors of Community Business Management in Thailand. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews (IJSASR)*, 2 (3), 77-88; DOI: <https://doi.org/10.14456/jsasr.2022.21>