

THE DEVELOPMENT OF GREEN MARKET NETWORK IN LOGISTICS AND SUPPLY CHAIN PROCESS OF ORGANIC AND SAFETY AGRICULTURE GOOD, NAKHONSAWAN

Manit Singthongchai¹

Abstract

This research aims to study the guideline. Develop a network to find a model to develop a management system in the logistics and supply chain processes. Feasibility study, development of marketing activities and development of green market database. To promote the production of agricultural products, safe and agricultural safety in NakhonSawan province linked to the network of cooperation at all levels. The samples is of agro-industrial enterprise group and the network of safe agricultural community in NakhonSawan province, farmer participatory research (FPR) is development agriculture group.

The results showed that the farmers who learned and modified the original production system using the chemical. Agriculture is safe and organic. Through the factorization process, get a model called the “Tonnam Model” can be used as a guideline for solving organic problems. Farmers can reduce production costs by reducing production costs. Cessation of chemicals the quality of agricultural products is safe for consumers and the environment. As a producer, the “added value” of the supply chain. Increasing the capacity of the farmer group to function in the upstream, downstream and downstream areas is regulated by various standards such as the participatory guarantee system (PGS) and good agriculture practices(GAP) is a way for farmers to have their green marketing skills in the area. Finally, the supply chain is shortened without the need for an intermediary. As a result, the value and value of the agricultural products is increasing. The quality of products and products that are safe from organic farming.

Keywords: Green Market; Logistics and Supply Chain; organic and safety agriculture good

¹ Department of Economics, Faculty of Management Science, NakhonSawanRajabhat University
398 Moo 9 SawanWithi Rd. TambolNakhonSawanTok, Mueang District, NakhonSawan 60000
E-mail: signgthongchai.m@gmail.com

บทนำ

ปัจจุบันการผลิตสินค้าเกษตรมีการพึ่งพาเทคโนโลยีและสารเคมีชนิดต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคได้รับประทานเป็นสารเคมีจากการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารและสินค้าเกษตรซึ่งผลกระทบจากการใช้สารเคมีทางการเกษตรในระบบเกษตรกรรมอย่างไม่ระมัดระวังก่อให้เกิดผลกระทบต่อเกษตรกรผู้ผลิต ผู้บริโภคตลอดจนเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม (นัฐฉมิ ไม้ผาด, สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ และ อธิพัฒน์ สุทธิประภา, 2557) ดังนั้นความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการดูแลเอาใจใส่สุขภาพจึงมีมากขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องสร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคให้เล็งเห็นความสำคัญของมาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยในผลิตภัณฑ์อาหารและสินค้าเกษตรด้วยการจูงใจ การวางกรอบการดำเนินการให้เข้าสู่ระบบมาตรฐานการจัดการคุณภาพอาหารที่ได้รับการรับรองจากสถาบันที่มีความน่าเชื่อถือ และอบรมให้ความรู้กระบวนการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีแก่เกษตรกรผู้ผลิตมาสู่ตลาดสีเขียวก่อนถึงผู้บริโภค โดยมีการขยายพื้นที่และปริมาณการผลิตเกษตรอินทรีย์ที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

ตลาดสีเขียว (Green Marketing) นับเป็นช่องทางที่สำคัญในการกระจายผลผลิตจากเกษตรกรในระบบสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์หรือระบบเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ประทานทิพย์ กระมล, 2557) และเป็นแนวคิดที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย Chen (2010) ได้กล่าววาทองค์กรต่าง ๆ ได้นำมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านความแตกต่างของสินค้าและผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับ Porter and Van der Linde (1995, p. 130) อธิบายว่า จำนวนผู้บริโภคสีเขียวทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตสินค้าต้องไม่ใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตเพื่อเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และที่สำคัญสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม่มีการปนเปื้อนสารเคมี จึงเป็นเหตุผลสำคัญให้องค์กร หรือหน่วยงานที่

เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญกับตลาดสีเขียว นอกจากนี้ Yenipazarli (2012, p. 309) กล่าวว่า ตลาดสีเขียวจะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องประกอบด้วยการปรับส่วนประสมทางการตลาดให้เป็นสีเขียว ภาครัฐให้การสนับสนุน และองค์กรต่าง ๆ เกิดความตระหนักในเรื่องการตลาดสีเขียว รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ตลาดสีเขียวจะนำมาซึ่งการปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคและเป็นฟันเฟืองหนึ่งที่คอยขับเคลื่อนไปพร้อมกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคต อย่างไรก็ตามจากการเติบโตทางเศรษฐกิจในอดีตที่ผ่านมาทำให้เกษตรกรหลายพื้นที่มุ่งการผลิตสินค้าเกษตรสู่การค้าเชิงธุรกิจแบบเน้นกำไรเป็นหลัก โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ที่เกษตรกรส่วนใหญ่เร่งทำการเกษตรที่ต้องพึ่งปุ๋ยและสารเคมี เพื่อเน้นปริมาณผลผลิต นอกจากสารเคมีจะมีต้นทุนที่สูง และที่สำคัญก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพผู้บริโภค อีกทั้งเกษตรกรผู้ผลิตต้องได้รับสารเคมีโดยตรงเข้าสู่ร่างกาย ก่อให้เกิดการเสียค่าใช้จ่ายในการรักษาตนเองและทำให้เกษตรกรเป็นหนี้สินตามไปด้วย จากการดำเนินการของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในจังหวัดที่ได้ดำเนินการให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัยไร้สารพิษ แต่การผลิตยังไม่ได้รับความนิยมนอกจากเกษตรกรผู้ผลิตเท่าที่ควร อาจมีสาเหตุมาจากแหล่งรับซื้อมีพ่อค้าคนกลางเข้ามาลงทุนและรับซื้อผลผลิตโดยตรงกับเกษตรกร เกิดความเสี่ยงด้านราคา รวมถึงระบบการรวบรวม การขนส่งและลำเลียงสินค้าเกษตรจากตลาดเล็ก เช่น ตลาดริมปิงตลาดศรีนคร สู่ตลาดสินค้าเกษตรขนาดใหญ่ เช่น ตลาดไท และตลาดสี่มุมเมือง หรือที่วางขายในท้องตลาดทั่วไปโดยไม่มีมาตรการกีดกันสินค้าการเกษตรที่ใช้สารเคมีจึงเป็นมูลเหตุหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรผู้ผลิตยังใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค กล่าวคือ เกษตรกรผู้ผลิตหวังพึ่งพ่อค้าคนกลาง โดย

ขาดกลไกการตลาดที่สร้างหลักประกันความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค และขาดการประสานเครือข่ายความร่วมมือที่ชัดเจน จึงก่อให้เกิดระบบตลาดหรือการค้าที่ไม่เป็นธรรมระหว่างราคาที่ไม่เหมาะสมกับเกษตรกรผู้ผลิต และคุณภาพสินค้าที่ปลอดภัยไร้สารพิษตกค้างที่ผู้บริโภคจะได้รับ

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาเครือข่ายตลาดสีเขียวในกระบวนการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์พื้นที่จังหวัดนครสวรรค์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายตลาดสีเขียวในการยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรปลอดภัยที่สามารถเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมถึงการจัดการผลผลิตของเกษตรกร 2) หารูปแบบและพัฒนาระบบการจัดการตลาดสีเขียวในกระบวนการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรปลอดภัยที่เหมาะสมในปัจจุบันและอนาคต 3) ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนากิจกรรมการตลาดและพัฒนาระบบฐานข้อมูลเครือข่ายตลาดสีเขียวของพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์เชื่อมโยงกับเครือข่ายความร่วมมือทุกระดับ

แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานสีเขียว

แนวคิดระบบห่วงโซ่อุปทานสีเขียวหรือระบบโซ่อุปทานเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นแนวคิดที่แสดงให้เห็นถึงโอกาสที่จะนำไปสู่แนวทางการบริโภคอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption) นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยอาศัยการผสมผสานระหว่างแนวคิดของเทคโนโลยีสะอาดและการลดปริมาณของเสียการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระบบห่วงโซ่อุปทานสามารถกระตุ้นตลาดผลิตภัณฑ์สีเขียวพร้อมกับเป็นการสร้างแรงกระตุ้นให้กับเกษตรกรผู้ผลิตปรับปรุงการดำเนินงาน เกิดความตระหนักในเรื่องการตลาดสีเขียว (Yenipazarli, 2012, p. 309) และผลิต

สินค้าที่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดสีเขียวและการจัดการความรู้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2555, pp. 55-58) ได้อธิบายว่าตลาดสีเขียวเริ่มจากการส่งเสริมการผลิตเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับการบริโภคซึ่งมีแนวโน้มได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีโดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงเนื่องจากผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการซื้อสินค้ามาให้ความสำคัญและห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อมและการรับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้นซึ่งตลาดสีเขียวมีการดำเนินกิจกรรมการตลาดเพื่อการส่งมอบผลิตภัณฑ์และสินค้าให้กับผู้บริโภคได้โดยตรงกับความต้องการ เพื่อให้เกิดคุณค่าสูงสุดแก่ผู้บริโภค Kotler and Armstrong (2008, p. 49); Prakash (2002, p. 290); Yenipazarli (2012) และ กรัณย์พัฒน์ อัมประเสริฐ และอมรารัตนากร (2559) ได้สรุปว่าการปรับส่วนประสมทางการตลาดของตลาดสีเขียวโดยไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ไม่ใช้สารเคมีในกระบวนการผลิต และไม่ใช้ถุงพลาสติกสำหรับการบรรจุภัณฑ์ 2) ด้านราคา (Price) ควรมีการคำนึงถึงต้นทุนการผลิตกับต้นทุนสิ่งแวดล้อมอันจะนำไปสู่การกำหนดราคาที่แท้จริงต่อผู้บริโภค 3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เช่น เลือกใช้รถขนส่งที่ประหยัดพลังงาน 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต้องมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตลาดสีเขียวไปยังผู้ผลิตผู้บริโภค และผู้ประกอบการให้เกิดความรู้ ความเข้าใจและตระหนักใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมผู้บริโภค สินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการสีเขียว ซึ่งการจะสร้างความตระหนัก รับรู้ และเข้าใจต่อสิ่งแวดล้อมนั้นต้องมีกระบวนการจัดองค์ความรู้หรือการแลกเปลี่ยนความรู้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้นิยาม ความรู้ หมายถึง สิ่งที่ยังสมมาจาก การศึกษาเล่าเรียน การค้นคว้าหรือประสบการณ์รวมทั้งความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ ดังการศึกษาของ วิจารย์ พานิช (2558) ได้อธิบายว่าการจัดการความรู้หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ คือการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในส่วนราชการซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบเพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มี 2 ประเภท ได้แก่ 1) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์ หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้ง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้งจึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม 2) ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้แบบรูปธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายความร่วมมือในโซ่อุปทาน

ณัฐฉา ชนเสน (2557, หน้า 30-31) ได้อธิบายว่าระบบบริหารจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) หรือ SCM เป็นระบบการบริหารที่สนองความต้องการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยการบริหารจัดการให้หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าไปยังผู้บริโภคที่ได้รับสินค้าตามที่ต้องการ ซึ่งแนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรไม่สามารถแข่งขันได้โดยลำพัง แต่มีกระบวนการแข่งขันกันในรูปแบบของโซ่อุปทาน หรือการแข่งขันที่เป็นแบบเครือข่ายที่ต้อง

เกิดความร่วมมือกันทั้งภายในและระหว่างองค์กร เพื่อนำเสนอสิ่งที่ดี มีคุณภาพ และรวดเร็วให้กับลูกค้า สอดคล้องกับโกศล ดีศีลธรรม (2556) ที่ได้สรุปว่าการบูรณาการรูปแบบความร่วมมือทำงานร่วมกันได้แก่ ความร่วมมือกันภายใน (internal collaboration) ความร่วมมือกันระหว่างองค์กร (Inter-organization Collaboration) ความร่วมมือและประสานงานทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic collaboration) และการวางแผนพยากรณ์ร่วมกันและการเติมเต็ม (Collaborative Planning Forecasting and Replenishment) นอกจากนี้ Blanchard (2004, p. 8) ได้อธิบายว่าการทำงานร่วมกันและมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่างตามที่กำหนด มีการรวมตัวของพลังงานในคน ๆ หนึ่งกับพลังงานคนอื่น ๆ ที่มีอยู่ เพื่อที่จะทำงานให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีการสร้างสรรค์และมีคุณภาพ (อัจฉรา จัยเจริญ, 2556)

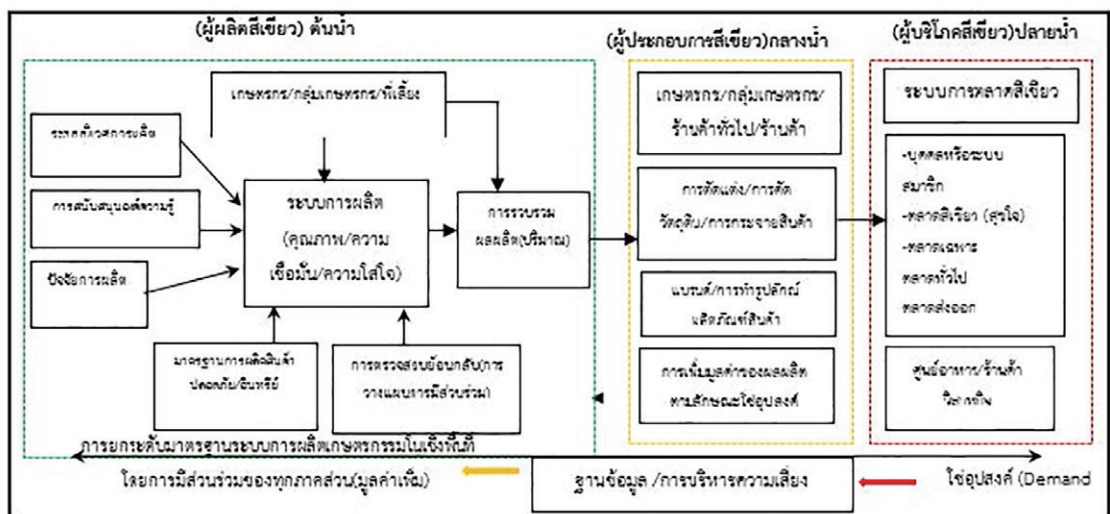
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรุช นวราช และคณะ (2554) ได้ศึกษาแนวทางในการยกระดับคุณภาพการผลิตสินค้าเกษตรสู่สินค้าปลอดภัยและสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายใต้การดำเนินงานในรูปของกลุ่มธุรกิจ 3 ระยะ คือ สร้างความเข้าใจ สร้างแนวความคิดการพึ่งพาและร่วมมือสามารถเชื่อมโยงระหว่างการผลิตและการตลาดอย่างยั่งยืนพบว่าการศึกษาแนวทางเกษตรปลอดภัยและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ร่วมกับภาคีเป็นตลาดต้นแบบที่มีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ สร้างความรู้ ความเข้าใจและแรงจูงใจให้คนในสังคมสนใจเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ก่อให้เกิด “ตลาดสุขใจ” สามารถเกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ภาคีที่เข้ามามีส่วนร่วมสอดคล้องกับการศึกษาของธิดารัตน์ ไชยมงคล และบุศรา ลัม นรินทร์กุล (2556) ที่สร้างความสำเร็จของการขยายผลของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ที่ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการ

การผลิต การบริหารจัดการกลุ่มและการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ พระพัฒน์ พิสุทธี อินทวิโร (2557) พบว่า แนวคิดการทำเกษตรอินทรีย์ทำให้เกิดแนวคิดที่มุ่งแสวงหาทางออกให้แก่สังคมในด้านการเกษตร ได้มีทางเลือกใหม่เกิดขึ้นและการศึกษาของ ง่ายงาม ประจวบวัน (2557) พบว่าปัจจัยทางด้านเทคนิค (Technical factor)แล้ว

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic factor) และปัจจัยทางด้านสังคม (Social factor) ก็มีผลต่อการปรับรูปแบบการผลิตสู่ระบบเกษตรกรรมยั่งยืนก่อให้เกิดตลาดสีเขียว ที่มีผู้บริโภคต้องการเพิ่มขึ้น (Porter and Van der Linde, 1995, p.130); (Yenipazarli, 2012); Chen (2010); (ประทานทิพย์ กระมล , 2557); (กรณียพัฒน์ อัมประเสริฐ และอมรา รัตตากร, 2559)

กรอบแนวคิด



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการ

โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายตลาดสีเขียวในระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์พื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ ทีมนักวิจัยได้ดำเนินการศึกษาด้วยการผสมผสานหล่อหลอมกิจกรรมภายในองค์กรและชุมชนตัวอย่าง ให้มีการตัดสินใจในแนวทางการพัฒนาและปฏิบัติที่ดีที่สุดโดยต้องมีการบูรณาการกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันและมีระบบบริหารจัดการร่วมกัน มีการแบ่งปันฐานข้อมูลร่วมกันผ่านกระบวนการสร้างเครือข่ายตลาดสีเขียวให้เกิดคุณค่าด้วยวิธีการร่วมกันผลิต (Co - production) และการร่วมกันสร้าง (Co - creation) ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างห่วงโซ่คุณค่าของการ

บูรณาการ (Integrated Value Chain) โดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ ด้วยวิธีการสุ่มเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และวิธีการสุ่มเลือกแบบบอกต่อหรือแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ซึ่งใช้กลไกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและศูนย์เรียนรู้ในการพัฒนาไปสู่การสร้างระบบเครือข่ายตลาดสีเขียว โดยทำการสุ่มเลือกอำเภอในเขตจังหวัดนครสวรรค์ แล้วกำหนดขอบเขต (Zone) กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้พิจารณาจากแกนนำเครือข่ายตามศักยภาพและความพร้อมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและศูนย์เรียนรู้เป็นสำคัญ ประกอบด้วย ผู้นำหมู่บ้าน ผู้นำชุมชน แกนนำ/สมาชิกกลุ่มอาชีพ องค์การภาคีเครือข่ายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคัดเลือก

จากการจำแนกวิสาหกิจชุมชนและศูนย์การเรียนรู้ในจังหวัดนครสวรรค์ ที่มีศักยภาพด้านทุนทางสังคม แคนนำและความร่วมมือในความรับผิดชอบต่อการเข้าร่วมโครงการเป็นสำคัญ โดยหลักคิด Farmer Participatory Research (FPR) เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนากลุ่มเกษตรกร และใช้เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ พร้อมใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

ทั้งนี้ได้ทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ กระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ 12 พื้นที่ ได้แก่ (1) ตลาดสดเรืองไทย อ.ลาดยาว (2) ตลาดหน้าค่ายจิรประวัติ มณฑลทหารบกที่ 31 (เสร์ - อาทิตย์) อ.เมือง (3) ตลาดธีระชัย อ.บรรพตพิสัย (4) ตลาดนัดช้างไพรณีย์ (ตลาดบ้าย) อ.พยุหะคีรี (5) ตลาดสดนิยมตากฟ้า อ.ตากฟ้า (6) ตลาดสดเจริญผล อ.หนองบัว (7) ตลาดสดโกรกพระใต้ อ.โกรกพระ (8) ตลาดสดท่าตะโก อ.ท่าตะโก (9) ตลาดริมน้ำเจ้าพระยา อ.เมือง (10) ตลาดศรีนคร อ.เมือง (11) ตลาดนัดสุขขอบฟ้า (วันจันทร์) (12) ตลาดชุมชนในพื้นที่กลุ่มสมาชิกและบริเวณใกล้เคียง นอกจากนี้คณะนักวิจัยได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ผลิตที่สามารถเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเพื่อให้กลุ่ม เครือข่ายตลาดสีเขียวนครสวรรค์ จำนวน 4 กลุ่มหลัก ๆ คือ กลุ่มเกษตรพัฒนา (พืชชา) (เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน) กลุ่มเกษตรพัฒนาบ้านบึงราษฎร์ (พืชดำ) กลุ่มพระนอน (พืชวนชม) และกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรปลอดภัย (พืช) จากนั้นนำดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไปซึ่ง การดำเนินการวิจัยนี้เป็นไปตามขั้นตอน ดังนี้

1. การประชุมวางแผนและประสานงานเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการสร้างความเข้าใจและกำหนดทิศทางในแนวทางของโครงการ โดยมีกระบวนการในการวางแผนการทำงานร่วมกันตามการมอบหมายภารกิจของสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรที่เข้าร่วมวิจัย

2. ศึกษาติดตามพฤติกรรมผู้บริโภคและสถานการณ์การขับเคลื่อนกระบวนการกลุ่มเครือข่ายการวางแผนการผลิต การพัฒนาระบบการรับรองคุณภาพสินค้าเกษตรปลอดภัย

3. การประสานงานแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับหน่วยงาน/องค์กร/ผู้ประกอบการ/ผู้บริโภคเพื่อการขยายผลเป็นแนวทางการพัฒนาเครือข่ายจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค รวมถึงภาคอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องที่บนฐานองค์ความรู้และการจัดการด้านการผลิตด้านการตลาดและโลจิสติกส์ และมาตรฐานด้านการบริหารจัดการและความร่วมมือของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น การอบรมการศึกษาดูงาน เป็นต้น

4. พัฒนาระบบการวางแผนการผลิตหรือฐานข้อมูลเชิงพื้นที่เพื่อสนับสนุนรูปแบบในการจัดการผลิตและการขยายช่องทางสินค้าปลอดภัยของกลุ่ม

5. การติดตามและประเมินผล การสังเคราะห์/ถอดบทเรียนร่วมกัน/เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์/ประสานความร่วมมือผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนและวางแผนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาศถานการณ์ทางด้านผู้ผลิตจังหวัดนครสวรรค์ ประชาชนในพื้นที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก อัตราเฉลี่ยร้อยละ 28.74 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมดของจังหวัด มีเนื้อที่ทางการเกษตรทั้งหมด 4,714,436 ไร่ แบ่งออกเป็นพื้นที่นา 2,867,371 ไร่ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 60.82 พื้นที่พืชไร่ 1,570,998 ไร่ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 33.32 ส่วนที่เหลืออีก 276,067 ไร่ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 5.86 เป็นพื้นที่ทางการเกษตรประเภท สวนพืชผัก เลี้ยงสัตว์และการประมง (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครสวรรค์, 2557) เมื่อศึกษาถึงชนิดถึงระบบการผลิตและผลผลิตของกลุ่มสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการเครือข่ายตลาดสีเขียวพบว่า ผลผลิตส่วนใหญ่ เป็นประเภท

ข้าว พืชผัก ได้แก่ มะเขือ ตำลึง ผักหวาน จิง ข่า ตะไคร้ พริกขี้หนู แตงกวา ผักคะน้า ผักบุ้ง กวางตุ้ง ผักชี ผักกาดเขียวปลี ชะอม ข้าวโพดฝักสด มะเขือขาว ถั่วฟักเขียว สะเดา มะนาว มะพร้าว ฯลฯ และระบบการผลิตสินค้าเกษตรยังไม่ได้รับรองมาตรฐานที่ผู้บริโภคยอมรับแต่อย่างใด ซึ่งแต่เดิมนั้น สมาชิกส่วนใหญ่ได้ ทำการเกษตรแบบไม่วางแผน ทำตามสมัยโบราณที่นิยมใช้เมล็ด ไร่ปุ๋ย ไร่ยา และไม่มีความรู้ด้านสารพิษต่าง ๆ โรคภัยไข้เจ็บ เรื่องสุขภาพ คุณค่าทางอาหารการทำเกษตรอินทรีย์ การแปรรูป การเพิ่มมูลค่าเกือบทุกด้าน ซึ่งทำให้มีปริมาณผลผลิตในแต่ละช่วงไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาดที่แท้จริง ทำให้กลุ่มสมาชิกไม่ทราบความต้องการของผู้บริโภค ผักปลอดภัย จนส่งผลให้ขาดโอกาสในด้านการตลาดและอำนาจในการต่อรองสินค้า

2. ผลการศึกษาสถานการณ์ทางด้านผู้บริโภคจากการศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่บริโภคสินค้าสีเขียว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 และเพศชาย 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 อยู่ในช่วงอายุ 20 - 30 ปี มีสถานภาพแต่งงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 56 ได้รับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 38 ราย ส่วนใหญ่ประกอบเป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัวถึง 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 34 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 - 20,000 บาทจำนวน 152 รายคิดเป็นร้อยละ 38 พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยของผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการแนะนำให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัย 386 คน คิดเป็น ร้อยละ 96.5 รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์และปลอดภัยจากโทรทัศน์ โดยมีกระบวนการการบอกกล่าว แนะนำให้บริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยจากบุคคลต่าง ๆ บุคคลในครอบครัว และเจ้าหน้าที่ทางราชการ ทั้งนี้สื่อโฆษณาทางทีวีเป็น

สื่อทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์มากที่สุด โดยนิยมซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยที่ซูเปอร์มาเก็ตและร้านที่จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยเฉพาะและใช้เวลาในการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์และเกษตรปลอดภัยไม่เกิน 30 นาที

3. ผลการศึกษา การพัฒนากลุ่มเกษตรกรโดยหลักคิด Farmer Participatory Research (FPR) จากการศึกษาสถานภาพกลุ่มเมื่อมีการสร้างความเข้าใจและการปลูกจิตสำนึกให้กับเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ผลจากการดำเนินกิจกรรม แบ่งได้ 4 กิจกรรม ดังนี้

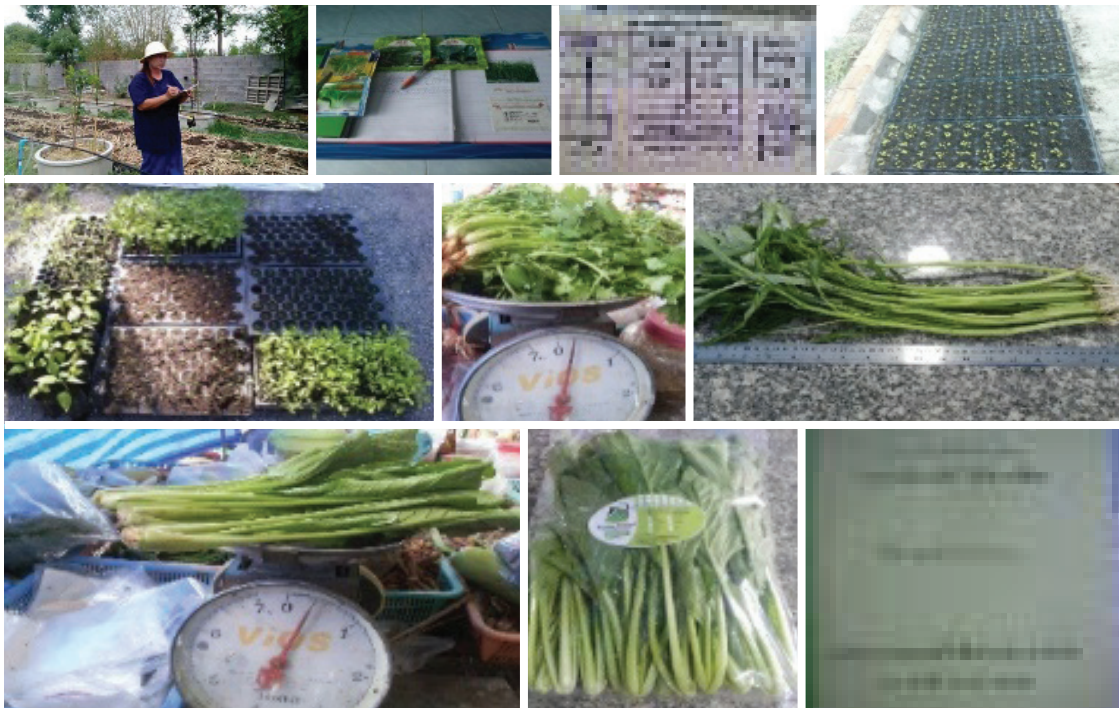
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมสร้างความเข้าใจและจิตสำนึกเพื่อเป็นเจ้าของร่วมกันในโครงการและสร้างแรงกระตุ้นในการมีส่วนร่วมตามบริบทของชุมชน พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีปัญหาหนี้สิน จึงเกิดการจัดการกับปัญหานี้ ส่วนใหญ่จะผลิตเพื่อรับประทานเหลือจึงขายตามตลาดนัด ตลาดสดในท้องถิ่นเป็นหลักโดยเน้นขายแบบสะดวกไม่สามารถกำหนดราคาได้จึงให้ทุกคนกำหนดเป้าหมายความคาดหวังได้แก่ ใครคือกลุ่มเป้าหมาย มีการผลิตเพื่อใคร และจะรับรองมาตรฐานได้อย่างไร

กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมด้านการพัฒนาองค์ความรู้ อบรมและการศึกษาดูงานพบว่า สมาชิกกลุ่มเครือข่ายตลาดสีเขียวได้รับการอบรมและศึกษาดูงานด้วยการนำเกษตรกรแกนนำเครือข่ายเข้าร่วมศึกษาเรียนรู้ถึงกระบวนการผลิตตามแนวเกษตรปลอดภัย ณ กลุ่มวิสาหกิจร่วมทุน อำเภอหันคา จังหวัดชัยนาท และสวนสามพรานรีเวอร์ไซด์ จังหวัดนครปฐม รวมถึงได้นำผู้ทรงคุณวุฒิมาให้ความรู้เกี่ยวกับการทำการเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์/การขอรับการรับรองคุณภาพ GAP, PGS จากศูนย์วิจัยพัฒนาการเกษตรนครสวรรค์ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมสำรวจพื้นที่เป้าหมายและเพื่อการส่งเสริมการปรับเปลี่ยนระบบการผลิต

สู่มาตรฐานเกษตรปลอดภัยพบว่า หลังจากได้เรียนรู้จากการศึกษาดูงานรวมทั้งจัดอบรมสมาชิกได้เรียนรู้ด้านการตลาด การแพ็คเกจจิ้ง บรรจุหีบห่อ และได้ส่งเสริมให้แกนนำกลุ่มที่แบ่งเขตรับผิดชอบ ทำให้เกษตรกรบางคนได้ประสบการณ์สามารถเป็นแกนนำตัวอย่างที่จะเริ่มถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิต

และได้มีการทำมาตรฐานการผลิตผักปลอดภัย และทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าผักที่ผลิตนั้นมีมาตรฐาน (GAP) สามารถนำมาใช้กับกระบวนการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ของตนเองและบอกเล่าต่อเกษตรกรอื่น ๆ ได้ดังภาพ 1



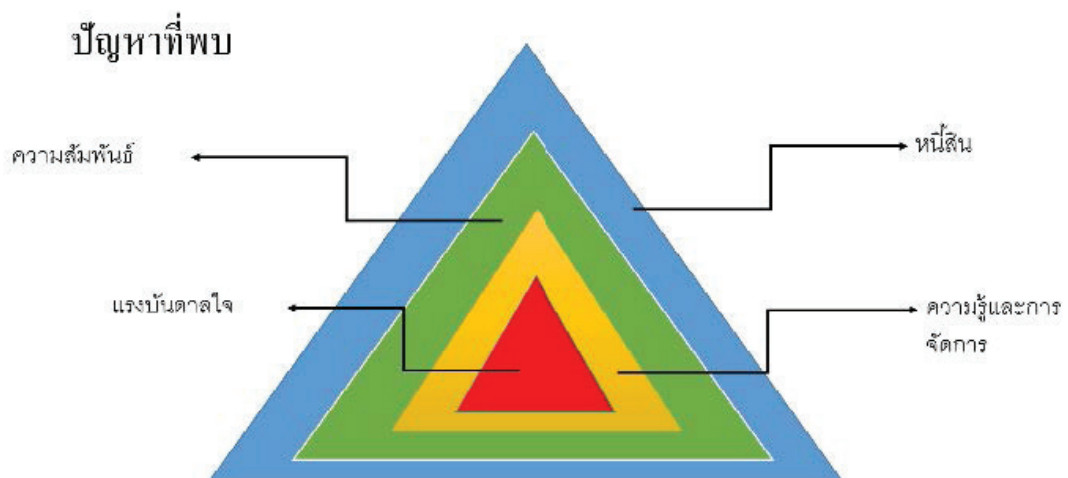
ภาพ 1 ผลจากการลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง

จากภาพ 1 ผลจากการลงมือปฏิบัติด้วยตนเองมีผลทำให้เกษตรกรได้เรียนรู้ และเปลี่ยนแปลงหลายสิ่งหลายอย่างที่สามารถนำมาปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาให้เกษตรกรได้อย่างแท้จริงด้วยหลักการหัวใจของการทำการเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งผลการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิตเช่นการทดลองการเพาะเมล็ดเลือกซื้อเมล็ดผักตามท้องตลาดร้านค้าเกษตรทั่วไป และสังเกตด้านข้างของถึงวิธีการเพาะปลูก จำนวนเมล็ดพันธ์ เพื่อที่นำไปคำนวณถึงผลผลิต และรายได้ที่จะเกิดขึ้น

กิจกรรมที่ 4 กิจกรรมด้านกระบวนการถอดบทเรียนกลุ่มเพื่อการสนับสนุนทางการตลาดและขับเคลื่อนสู่การเปิดตลาดสินค้าปลอดภัยพบว่า การขับเคลื่อนโครงการได้ต้นแบบการบริหารจัดการตลาดสีเขียวที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จนเกิดเป็นชุมชนและสังคมการเรียนรู้เกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์โดยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและศูนย์การเรียนรู้เป็นกลไกและเป็นแกนนำเชื่อมโยงเครือข่ายความร่วมมือทางการผลิตและการตลาดสีเขียวพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ซึ่งหลังจากการ

ส่งเสริมองค์ความรู้เพื่อเกิดเป็น “ฐานข้อมูลทางการตลาด” ด้วยวิธีที่ให้สมาชิกให้ปลูกบริโภคกินเอง เหลือขาย ลักษณะการขายให้สมาชิกมาแจ้งจดลงทะเบียน ผลผลิตว่าใครปลูกอะไร ประมาณการได้อันละเท่าไร มาเป็นฐานข้อมูลไว้ในกลุ่มเครือข่ายนอกจากนี้ผลจากการถอดบทเรียนในหลายมิติ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบและกระบวนการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตและวิธีคิดของเกษตรกรให้ตระหนักและคำนึงถึงการผลิต

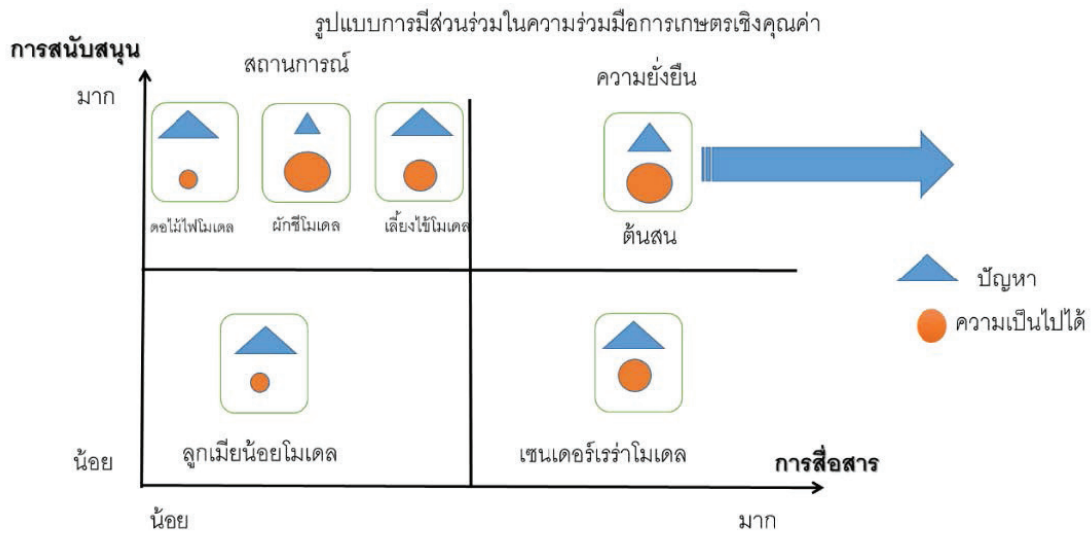
สินค้าปลอดภัยและเกษตร กลุ่มเกษตรกรมีความคาดหวังในการต้องการความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากภาครัฐจากปัญหาเศรษฐกิจของครอบครัว โดยเฉพาะปัญหาเรื่องนี้สิน สามารถสรุปได้เป็นแบบจำลองปัญหาที่สำคัญและเป็นอุปสรรคของการพัฒนาเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์พื้นที่นครสวรรค์ ดังภาพ 2



ภาพ 2 แสดงแบบจำลองปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนา

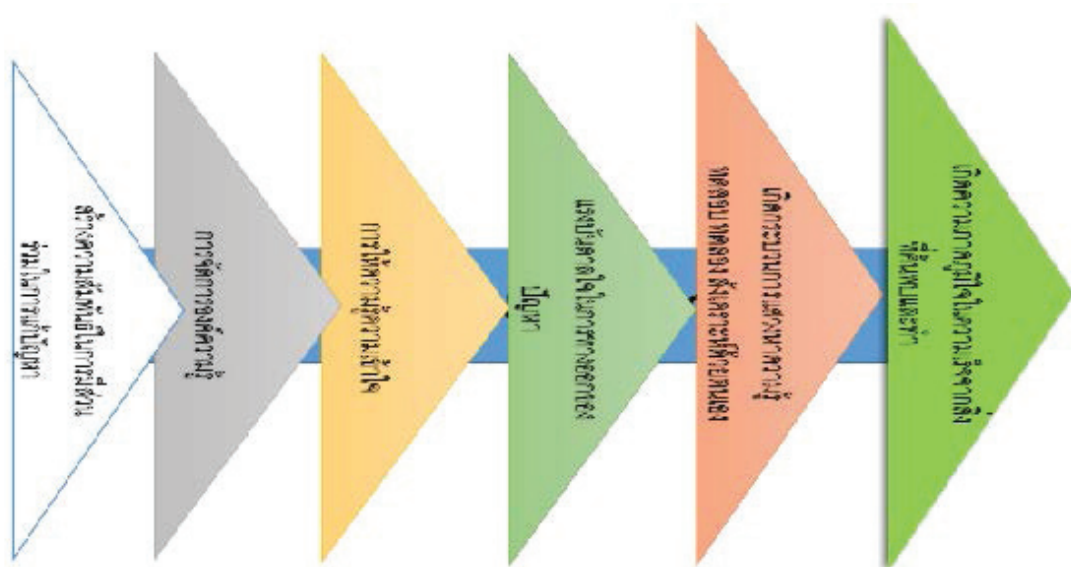
จากภาพ 2 พบว่า 1) ปัญหาหนี้สิน เกิดจากพฤติกรรมการใช้เงินโดยไม่มีการวางแผนและขาดความเข้าใจในการบริหารเงิน 2) ปัญหาความสัมพันธ์ เป็นการขาดการทำงานแบบร่วมแรงสามัคคีกัน ขาดการช่วยเหลือกันแบบการรวมกลุ่ม 3) ความรู้และการจัดการ เป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมจากการบอกเล่า การทำตาม แม้ว่า จะมีประสบการณ์ที่ดีในการลงมือทำ แต่ไม่สามารถ

สรุปและสังเคราะห์ออกมาเป็นความรู้หรือเพื่อการพัฒนาได้ และ 4) แรงบันดาลใจ ซึ่งกลุ่มเกษตรกรขาดแรงบันดาลใจที่จะพัฒนานตนเองหรือแก้ปัญหาที่ยาก ๆ จึงทำให้ขาดการเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาซึ่งจากการวิจัยได้สรุปเป็นแบบจำลองรูปแบบการมีส่วนร่วมในการทำเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ ดังภาพ 3



ภาพ 3 แบบจำลองรูปแบบการมีส่วนร่วมในการทำเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์

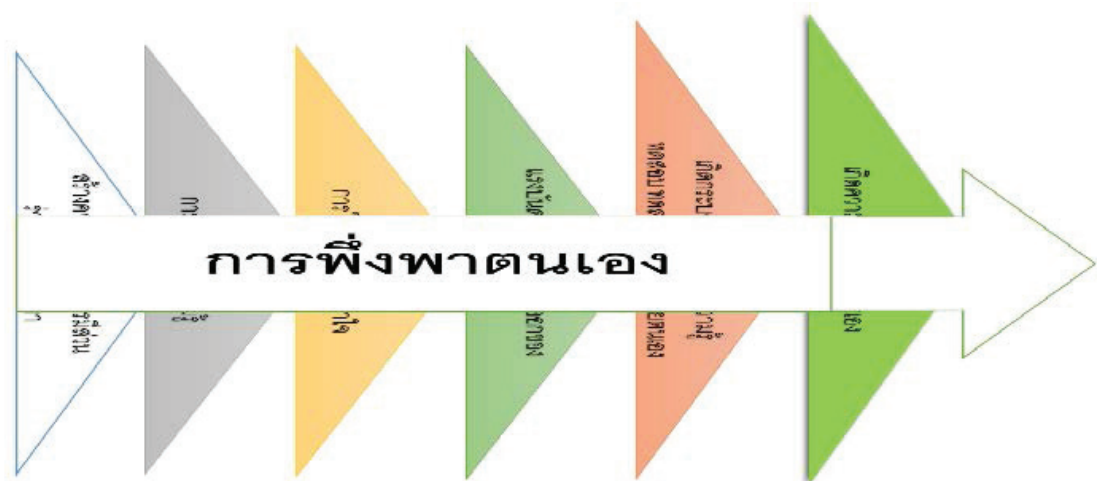
ทั้งนี้การคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เป็นเรื่องสำคัญ ผู้
วิจัยได้กำหนดรูปแบบ “ต้นน้ำโมเดล เป็นแบบจำลอง
ที่ได้สังเคราะห์เป็นปัจจัยความสำเร็จในการทำวิจัย
ครั้งนี้ดังภาพ 4



ภาพ 4 แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืน“ต้นน้ำโมเดล”

จากภาพ 4 ต้นน้ำโมเดล เป็นปัจจัยที่สามารถใช้เป็นแนวทางการแก้ปัญหาแบบยั่งยืน โดยเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์ในการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา เพื่อทำให้เกิด วัฒนธรรมการเรียนรู้ การพัฒนาตนเอง และการให้ความช่วยเหลือกัน และเมื่อมีการเปิดใจให้ความร่วมมือ จึงทำการจัดการองค์ความรู้ ให้ความรู้ความเข้าใจในปัญหาอย่างแท้จริงกับเกษตรกร และที่สำคัญคือ การสร้างกิจกรรมที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการหาทางออกของปัญหาให้เกิดขึ้น จึงจะสามารถทำให้เกษตรกร สร้างกระบวนการแสวงหาความรู้ จากการออกแบบการทดลอง และสามารถสังเคราะห์งานออกมาได้และพัฒนาต่อ จนเกิดสิ่งสำคัญที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนอย่างยั่งยืนคือ เกิดความ

ภาคภูมิใจจากความสำเร็จที่ค้นพบ นอกจากนี้การขับเคลื่อนที่สำคัญคือ การพึ่งพาตนเอง โดยเป็นแนวคิดที่สำคัญที่เป็นแกนของต้นสนโมเดล ซึ่งเมื่อเกษตรกรมีความคิดที่จะมุ่งมั่นพัฒนาตนเองและพร้อมที่จะพัฒนาแม้จะอยู่ท่ามกลางปัญหาต่าง ๆ ความมุ่งมั่นนี้ สามารถขับเคลื่อนกระบวนการทั้งหมดในต้นสนโมเดลได้จนถึงผลสำเร็จสุดท้าย ซึ่งต้นสนโมเดลเป็นผลที่ได้จากงานวิจัยโดยศึกษาจากกิจกรรมและจากจากเกษตรกรผู้ร่วมวิจัยที่สามารถแก้ปัญหาและพัฒนากระบวนการเกษตรของตนเองได้สำเร็จ และพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ดังภาพ 5



ภาพ 5 แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนสู่การพึ่งตนเอง “ต้นน้ำโมเดล”

4. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาเครือข่ายตลาดสีเขียวพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ ผลการศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบโดยใช้กรอบการวิเคราะห์ 4 ปัจจัย คือ 1. กระแสของมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรสีเขียว 2. กระแสการไหลข้อมูลข่าวสารของสินค้าเกษตรสีเขียว 3. กระแสเงินทุนและการบริหารความเสี่ยงของสินค้าเกษตรสีเขียวและ

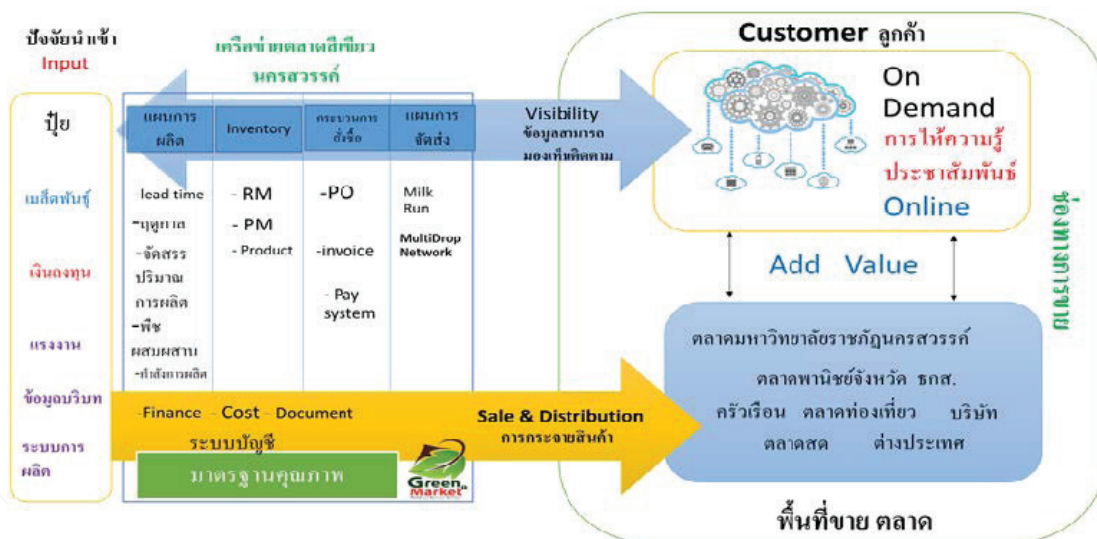
4. การเคลื่อนย้ายสินค้าของสินค้าเกษตรสีเขียวดังนี้
1. กระแสของมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรสีเขียว พบว่า การเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน โดยได้มุ่งเน้นที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ระดับเกษตรปลอดภัยและมีเป้าหมายทำให้โซ่สั้นลงโดยการตัดพ่อค้าคนกลางออก การลดต้นทุนในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทานการลดความสูญเสียของผลผลิต

ในห่วงโซ่อุปทานแต่ละขั้นตอนด้วยกระบวนการทดลองปฏิบัติและสร้างระบบการผลิต/การแปรรูปที่มีมาตรฐานและปลอดภัยและได้รับการรับรองมาตรฐาน (GAP) จากกรมวิชาการเกษตร 2. กระแสการไหลข้อมูลข่าวสารของสินค้าเกษตรสีเขียวพบว่า การพัฒนาระบบช่องทางสื่อสารยังไม่ครอบคลุมสมาชิกหรือกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง แต่ได้ดำเนินการสื่อสารในแบบความคุ้นเคยด้วยแอปพลิเคชันและเทคโนโลยีทั่วไป

3. กระแสเงินทุนและการบริหารความเสี่ยงของสินค้าเกษตรสีเขียวพบว่า ได้มีการให้องค์ความรู้และสร้างกระบวนการแสวงหาความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนากลุ่มเพื่อให้เกิดการป้องกันความเสี่ยงโดยที่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายได้มีการสร้างความสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง ในระดับต้นน้ำพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์และเน้นการมีเวทีพูดคุยประจำเดือน 4 เดือน/ครั้ง เพื่อกำกับทิศทาง และติดตามความก้าวหน้าของกลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ ที่เป็นเครือข่าย จึงเกิดกลไกในการจัดการความรู้ระดับต้นน้ำอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงต่อความเสียหายในการผลิตรวมทั้งการวางแผนผลผลิต

4. การเคลื่อนย้ายสินค้าของสินค้าเกษตรสีเขียวพบว่า เป้าหมายของโครงการและการดำเนินการที่ผ่านมาได้ทำให้โซ่สั้นลง โดยการตัดพ่อค้าคนกลางออกผ่านการนำเสนอสินค้าในตลาดเฉพาะตลาดทั่วไปจนถึงตลาดโดยตรง (ผู้บริโภค) ซึ่งติดต่อกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคภายในจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียงโดยเบื้องต้นอาศัยบทบาทของตลาดถูกใจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรพัฒนา

กล่าวโดยภาพรวมของการเปลี่ยนแปลงในห่วงโซ่อุปทาน คือ การทำให้ห่วงโซ่สั้นลง โดยเพิ่มศักยภาพของเกษตรกรให้สามารถจัดการกิจกรรมได้ตลอดทั้งห่วงโซ่ด้วยตนเอง และสร้างเครือข่ายผู้ผลิต และผู้บริโภค เน้นการสร้างฐานผู้บริโภคที่มีแนวคิดเฉพาะคือ ห่วงใยสุขภาพและใส่ใจต่อการรักษาระบบนิเวศและยืดหยุ่นยอมรับกับความเป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวที่แปรผันตามปัจจัยฤดูกาล รวมทั้งให้ความสำคัญต่อสุขภาพเป็นสำคัญ ซึ่งสองส่วนนี้สามารถเกิดรูปแบบตลาดที่สร้างการค้าที่เป็นธรรมเกิดเป็นนวัตกรรมเกษตรสีเขียวได้



ภาพ 6 กระแสห่วงโซ่อุปทานการเกษตรสีเขียวนครสวรรค์

จากภาพ 6 สามารถจะพัฒนาสู่นวัตกรรม การเกษตรสีเขียว โดยการพัฒนาระบบการขาย ซึ่งเป็น Demand เป็นจุดเริ่มต้นกระบวนการ เชื่อมโยงการขนส่ง และการวางแผนการผลิต โดยมีการ จัดระบบสอดคล้องกับการบริหารต้นทุน และฤดูกาล ของพืช โดยใช้ระบบ ERP และ Cloud System ในการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนและลดความสูญเสีย ของเงินที่เกิดจากการผลิตที่เกินความต้องการ ซึ่งกลุ่ม เกษตรกรในระบบจะสามารถ จัดสรรแบ่งปัน ผลผลิต การขนส่ง เพื่อรองรับลูกค้า นอกจากนี้ต้นทุนรวมจะ ลดลงเมื่อมี การบริหารซัพพลายเชนที่ดียิ่งขึ้น ร่วม กัน และมีการสร้างและรับรองมาตรฐานการผลิตที่เป็น ที่ยอมรับ ดังนั้นระบบการบริหารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ ทำให้การพัฒนาการเกษตรสีเขียว สามารถรักษาความ ยั่งยืนต่อไปได้ สรุปผลและอภิปรายผล

การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือสำหรับการ ผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทรีย์ระหว่าง ผู้ผลิตและตลาดสีเขียว โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มสิน ค้าที่สามารถเชื่อมโยงคุณค่าภายใน และคุณค่าทาง โภชนาการ พร้อมทั้งพัฒนารูปแบบและกลไกการ บริหารจัดการตลาดสีเขียวในกระบวนการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทานสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตร อินทรีย์พื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ที่เหมาะสมกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผู้บริโภค โดยเน้นใช้วิธีการด้าน การจัดการความรู้และระบบฐานข้อมูลเครือข่ายตลาด สีเขียวที่เอื้อประโยชน์ให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการ บริหารและการจัดการระบบตลาดสีเขียว

ผลการจากการดำเนินโครงการที่เน้นในลักษณะ เป็นการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area Based Approach) โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการ เน้นการเปลี่ยนแปลงจากฐานราก คือ เกษตรกรหรือ ผู้ผลิตจากต้นน้ำ ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การผลิต และมีการควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ตาม เกณฑ์มาตรฐานต่าง ๆ ทั้งที่เป็นมาตรฐานที่กำหนด ขึ้นเอง เช่น ข้อตกลงของกลุ่มในระบบ PGSหรือ

มาตรฐานที่หน่วยงานกำหนดขึ้น เช่น มาตรฐานพืช เกษตรปลอดภัย (GAP) หรือ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (IFOAM) ผ่านกระบวนการปัจจัยแบบจำลองที่เรียก ว่า “ต้นน้ำโมเดล” ที่สามารถใช้เป็นแนวทางการแก้ ปัญหาแบบยั่งยืน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการสร้างความ สัมพันธ์ในการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา เพื่อให้ เกิด วัฒนธรรมการเรียนรู้ การพัฒนาตนเอง และการ ให้ความช่วยเหลือกัน และเมื่อมีการเปิดใจให้ความ ร่วมมือ จึงทำการจัดการองค์ความรู้ ให้ความรู้ความ เข้าใจในปัญหาอย่างแท้จริงกับ เกษตรกร และที่สำคัญ คือ การสร้างกิจกรรมที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจใน การหาทางออกของปัญหาให้เกิดขึ้น จึงจะสามารถ ทำให้เกษตรกร สร้างกระบวนการแสวงหาความรู้ จาก การออกแบบการตลาด และสามารถสังเคราะห์งาน ออกมาได้และพัฒนาต่อยอด สู่การพึ่งพาตนเอง โดย เป็นแนวคิดที่สำคัญที่เป็นแกนของต้นสนโมเดล ซึ่งเมื่อ เกษตรกรมีความคิดที่จะมุ่งมั่นพัฒนาตนเองและพร้อม ที่จะพัฒนาแม้จะอยู่ท่ามกลางปัญหาต่าง ๆ ความมู่ มั่นนี้ สามารถขับเคลื่อนกระบวนการทั้งหมดในต้นสน โมเดลได้จนถึงผลสำเร็จสุดท้าย ซึ่งต้นสนโมเดลเป็นผล ที่ได้จากงานวิจัยโดยศึกษาจากกิจกรรมและจากจาก เกษตรกรผู้ร่วมวิจัยที่สามารถแก้ปัญหาและพัฒนา ระบบการเกษตรของตนเองได้สำเร็จ สอดคล้องกับ การศึกษาของ กรณ์ย์พัฒน์ อิมประเสริฐ และ อมรา รัตตากร (2559); ประทานทิพย์ กระมล (2557); Yenipazarli (2012) ที่สรุปว่าผู้บริโภคในตลาดสีเขียว จำหน่ายผลผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและเกษตร อินทรีย์จะได้รับความนิยม และเป็นที่ต้องการของ ผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นแม้ว่าจะมีการจําหน่ายสินค้าที่ เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในช่วง ระหว่างดำเนินการวิจัยทางโครงการได้เชิญหน่วย งานในจังหวัดมารับทราบผลดำเนินการหลายหน่วย

งาน เช่น สำนักงานสิ่งแวดล้อมภาคที่ 4 สำนักงานเกษตรจังหวัด พานิชย์จังหวัด และเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งเป็นลักษณะแจ้งเพื่อทราบและรับฟังข้อเสนอแนะ เมื่อสิ้นสุดการวิจัยแล้วโครงการควรสร้างการมีส่วนร่วมในเชิงลึกต่อไปกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกับกรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร และพาณิชย์จังหวัด ซึ่งอาจจะจัดดำเนินการในระดับจังหวัด เช่น การเข้าพบหน่วยงานหลักเพื่อสร้างความร่วมมือ (MOU) ร่วมกันขับเคลื่อนในลักษณะกำหนดเชิงนโยบายในระดับจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งการจะดึง User นั้นต้องมองในมุมว่าจะได้รับประโยชน์อะไรในการเข้ามาร่วมดำเนินการวิจัยหรือหลังสิ้นสุดการวิจัย ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยซึ่งมี 3 ระดับ ได้แก่

1) ระดับข้อมูล คือ การได้ข้อมูลใหม่ที่มีพร้อมในการเผยแพร่เพื่อรับทราบในประเด็นหัวข้อต่าง ๆ ตามกรอบประเด็นศึกษาที่โครงการวิจัยกำหนด 2) ระดับความรู้ คือ การนำความรู้ที่ได้นำไปใช้จริงในการพัฒนาเครือข่ายตลาดสีเขียวและ 3) ระดับกำหนดนโยบายและการส่งเสริม คือ การนำความรู้ที่ได้ไปกำหนดนโยบายและการส่งเสริมโดยภาครัฐที่เกี่ยวข้อง หรือ องค์กรที่เป็นหน่วยงานในการประสานงาน เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร อย่างไรก็ตามการศึกษาในอนาคตควรศึกษาถึงผลการเก็บเกี่ยวมูลค่าเพิ่มจากโซ่อุปทานด้วย กลุ่มเกษตรกรมีผลเป็นอย่างไร เปรียบเทียบกับปัจจัยต่าง ๆ ในห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรตลาดสีเขียว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร

เอกสารอ้างอิง

- กรณีย์พัฒน์ อิมประเสริฐ และอมรา รัตตากร. (2559). แนวคิดการตลาดสีเขียวเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี**, 10(2), 134-143.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2556). **บทบาทอินเทอร์เน็ตในห่วงโซ่อุปทาน**. บทความทั่วไป พฤษจิกายน – ธันวาคม 2556. ง่ายงาม ประจวบวันและคณะ. (2557). **การพัฒนาระบบเกษตรกรรมยั่งยืนชุมชนบ้านหลักเมตร ต. หุ้งขวาง อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม**. สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัด นครปฐม.
- ณัฐวุฒิ ธนเสน. (2557). **การพัฒนาความร่วมมือในโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า และผู้ประกอบการค้าปลีก**. **วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ**, 9(2), 27-41.
- ธิดารัตน์ ไชยมงคล และ บุศรา ลิ้มนิรันดร์กุล. (2556). **แนวทางการขยายผลการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรหมู่บ้านโพธิ์ทองเจริญ ตำบลเชิงดอย อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่**. **Agricultural Sci. J.** 44(2), 153- 156.
- ณัฐวุฒิ ไผ่ผาด, สมจิตต์ สุพรรณทัศน์ และ ชีรพัฒน์ สุทธิประภา. (2557). **ผลจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม อำเภอวังน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์**. **แก่นเกษตร**. 42(3), 301-310.
- ประทานทิพย์ กระมล. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์และปลอดภัยในในตลาดเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่**. **แก่นเกษตร**, 42(2), 227-234.
- พระพัฒน์พิสุทธิ์ อินทวิโร (วงเวียน). (2557). **การทำนาข้าวอินทรีย์ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของโรงเรียน ขาวนา จังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์, พุทธศาสนคณาจารย์ (การบริหารจัดการคณะสงฆ์), มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

- วิจารณ์ พานิช. (2558). **การเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง : Transformative Learnig**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดนครสวรรค์. (2557). **ข้อมูลผลผลิตทางการเกษตร**. กรมส่งเสริมการเกษตร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **รายงานการติดตามการประเมินผล การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 และติดตามความก้าวหน้า ปีแรกของแผนพัฒนาฉบับที่ 11**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อรุณวรราช และคณะ.(2554). **โครงการวิจัยกลุ่มธุรกิจเชิงคุณค่าสามพราน**. ภายใต้ชุดโครงการการ ขับเคลื่อน การพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม .สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- อัจฉรา จุ้ยเจริญ. (2556). **Synergy**. กรุงเทพฯ: แอคคอมแอนด์อิมเมจ อินเตอร์เนชั่นแนล.
- Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity : Green brand image, green satisfaction and green trust. **Journal of Business Ethics**,93(1), 307-319.
- Kotler, P. &Amstrong, G. (2008). **Principle of marketing**(12th ed.). New Jersey : Prentice Hall.
- Mintu, Alma T. &Lozada, Hector R. (1993). **Green marketing education : A call for action**. **Marketing Education Review**, 3(2), 17-25.
- Prakash, A. (2002). **Green marketing, public policy and managerial strategies**. Retrieved from <http://www.interscience.wiley.com>.
- Porter, M. E. & Linde, C. vander. (1995). Green and competitive : Ending the stalemate. **Harvard Business Review**, 73(5), 120-134.
- Yenipazarli, A. (2012). **Strategies for green product development**. A Dissertation Doctor of Philosophy Partial Fulfillment of The Requirements University of Florida.