

การศึกษาความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหาร ที่ตั้งอยู่ในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

The demanding study for organic agriculture products of food store that located in Maejo University Chiang Mai Province

วันที่รับบทความ: 05/07/62

วันที่แก้ไขบทความ ครั้งที่ 1: 16/10/62

วันที่แก้ไขบทความ ครั้งที่ 2: 28/03/64

วันที่ตอบรับบทความ: 07/04/64

กัญญ์พัลวี กล่อมขงเจริญ*

*Kupatsawee Klomthongjareon**

โสภณ ฟองเพชร**

*Sophon Fongpetch***

ปิยวรรณ ลีประเสริฐศิลป์***

*Piyawan Siriprasertsin****

ประภัสสร วรรณสถิตย์****

*Prapassorn Vannasathid*****

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคของการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ 3) เพื่อศึกษาปัญหา

**กจ.ค. (การจัดการธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (2549), ปัจจุบันเป็น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

*D.M. (Business Management) Suan Dusit Rajabhat University (2006), Currently a Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Maejo University.

**M.B.A. (Finance) Cleveland State University, U.S.A. (1993), ปัจจุบันเป็น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

** M.B.A. (Finance) Cleveland State University, U.S.A. (1993), Currently a Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Maejo University.

***ปร.ด. (สารสนเทศศึกษา) มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2553), ปัจจุบันเป็น อาจารย์ ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

***Ph.D. (Information Studies) Khon Kaen University (2010), Currently a Lecturer, Faculty of Business Administration, Maejo University.

****ปร.ด. (บริหารทรัพยากรมนุษย์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2546), ปัจจุบันเป็น ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

****Ph.D. (Human Resource Management) Bangkok University (2003), Currently a Assistant Professor, Faculty of Business Administration, Maejo University.

อุปสรรคของเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์และเป็นเครือข่ายร่วมกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีการใช้ผลผลิตการเกษตรประกอบอาหารทั้งหมดจำนวน 21 ราย และกลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ที่เป็นเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ทั้งหมด จำนวน 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอสันทราย อำเภอแมริ่ม อำเภอสารภี อำเภอสันกำแพงและอำเภอแม่แตง ที่ได้รับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (PGS) กับทางมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ทั้งหมดจำนวน 25 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสนทนากลุ่มที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการสนทนากลุ่ม ทำการวิเคราะห์เนื้อหาและข้อมูลสรุปผลการวิจัยโดยการบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา ผู้ประกอบการร้านอาหารมีความต้องการผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในปริมาณมากเช่น ผักนึ่ง กระเพราแดงกวาเป็นต้น ขึ้นต่ำตั้งแต่ครึ่งกิโลกรัมถึง 10 กิโลกรัมต่อร้าน เหตุผลที่เลือกใช้เนื่องจากปลอดภัยกับผู้บริโภค และการส่งเสริมของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ให้ใช้วัตถุดิบที่มาจากเกษตรอินทรีย์ ส่วนที่ไม่เลือกใช้ เพราะราคาสูงและผลผลิตไม่ตรงความต้องการ ปัญหาการใช้ผลผลิตพบว่าปริมาณไม่เพียงพอในการใช้ประกอบอาหาร ราคาที่สูงกว่าผลผลิตตามท้องตลาดทั่วไป และช่วงเวลาการขายอาหารไม่เท่ากันของทำเลที่ตั้งแต่ละแห่ง ทำให้ผลประกอบการร้านอาหารแตกต่างกัน อีกทั้งการส่งเสริมการบริโภคอาหารเกษตรอินทรีย์ให้กับนักศึกษา บุคลากรและบุคคลทั่วไปยังมีน้อย ส่วนปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกร พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการผลิต เช่น การขาดแคลนปัจจัยการผลิต การวางแผนการผลิต เกษตรกรขาดองค์ความรู้ในการแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้อง ปัญหาพื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ คุณภาพของดินและการจัดการน้ำ สินค้าจากเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นสินค้าตามฤดูกาล ทำให้ปริมาณการผลิตมีไม่แน่นอนและไม่เพียงพอ มีต้นทุนในการเพาะปลูกสูง ในด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายยังมีน้อย ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง รวมถึงปัญหาด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศกับลูกค้าชาวต่างชาติ

คำสำคัญ: ความต้องการสินค้า เกษตรอินทรีย์ ร้านอาหาร

Abstract

This research is qualitative research aims to 1) study the needs of organic agriculture products of food store in Maejo University. 2) To study the problems and obstacles of organic agriculture products of food store in Maejo University 3) To study the problems and obstacles of farmers that doing organic agriculture. The population in this study are the restaurants entrepreneur group in Maejo University of 21 cases and organic agriculture farmers as being the network with Maejo University 5 districts include San Sai district, Mae Rim district, Sa Ra Phi district, San Kam Phaeng district and Mae Tang district of 25 cases, compared analysis and data links. The results of research in table and descriptive.

The study's results are the restaurant entrepreneur have the high volume demand of organic agriculture products such as morning glory, basil, cucumber, etc. with the minimum start from half a kilogram to 10 kilograms per store, the reasons is the safety of consumers and the promotion of Maejo University that they need the ingredients come from organic agriculture. However the person who are use organic agriculture, because of the high price and products do not meet the requirements. The problems of products found the quantity is insufficient for cooking, the higher price than the other market and the different time for selling food of each location. It makes the business profits of restaurant are different. Moreover, the consumption promotion of organic agriculture food to students, staff and other person are less.

In the part of problems and obstacles of farmers found that the majority problem is from the production such as the shortage of production factor, production planning, farmers lack of the knowledge to solve the problem properly, the of organic farming area problem, the quality of the soil and water management. Most of organic agriculture products are seasonal. It makes the production volume is uncertain and inadequate, high cost of cultivation. In the term of promotional activities are also less, lack of advertising and public relation widely. Including the problem of foreign language communication with foreign customers.

Keywords : The demanding for products, Organic Agriculture, food store

บทนำ

สถานการณ์ความมั่นคงทางอาหารในประเทศไทยเป็นปัญหาที่ซับซ้อน คนไทยได้รับอาหารในระดับที่เพียงพอมากขึ้น แต่ยังคงพบประชากรที่ขาดแคลนอาหารอีกกว่า 5 ล้านคน นอกจากนี้ยังพบปัญหาในกลุ่มประชากรบริโภคเกิน หรือบริโภคไม่เหมาะสม ส่งผลให้ประเทศไทยมีสัดส่วนของประชากรที่มีน้ำหนักเกินกว่ามาตรฐานสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (The Office of Health Promotion Foundation, 2014. From Online)

เกษตรอินทรีย์ทางเลือกในการสร้างความมั่นคงทางอาหาร ที่ผ่านมามีประเทศไทยผลิตอาหารเน้นปริมาณ มีการใช้สารเคมีในการเกษตรมากขึ้น ทำให้คุณภาพของอาหารที่ผลิตได้ ปนเปื้อนสารเคมี ซึ่งสิ่งที่จะเข้ามาแก้ปัญหานี้ได้ก็คือ การทำเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากการทำเกษตรอินทรีย์ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มการส่งออก และลดต้นทุนการผลิต เมื่อเทียบกับการผลิตที่ใช้สารเคมี ขณะเดียวกันผู้บริโภคในประเทศก็จะได้รับบริโภคอาหารที่มีคุณภาพปลอดภัย แม้ว่าเกษตรอินทรีย์จะได้รับความนิยมและมีการพูดถึงเป็นจำนวนมากแต่ในประเทศไทยยังคงมีปริมาณของการทำเกษตรอินทรีย์ที่ไม่สูงมาก ซึ่งทุกฝ่ายทุกหน่วยงานยังคงต้องทำงานอย่างหนักในการณรงค์เพื่อให้เกษตรอินทรีย์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตอาหารคุณภาพ เกื้อกูลต่อสิ่งแวดล้อมและความมั่นคงด้านอาหาร. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (The Office of Health Promotion Foundation, 2014. From Online)

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ได้กำหนดแผนพัฒนามหาวิทยาลัยแม่โจ้ 15 ปี โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาที่ว่า การเป็นมหาวิทยาลัยที่สร้างความสมดุล เศรษฐกิจและเป็นมิตรกับธรรมชาติ รักษา วัฒนธรรม และความดีงาม เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขและยั่งยืน ในช่วงเริ่มต้น 5 ปีแรกของการพัฒนา (พ.ศ. 2555-2559) มุ่งพัฒนาสู่ Organic University โดยการปรับเปลี่ยนแนวคิด และวิธีการในระบบเกษตรของมหาวิทยาลัย เพื่อให้เป็นต้นแบบของการทำเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง ควบคู่ไปกับการวางแผนพัฒนา การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัยและชุมชน โดยรอบ เช่น การทำเกษตรอินทรีย์ภายในมหาวิทยาลัย ตลาดรองรับผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ความปลอดภัยของอาหาร และผลิตผลทางการเกษตร ตลอดจนการพัฒนาร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัย โดยการส่งเสริมให้ใช้ผลผลิตจากเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) อันจะเป็นปัจจัยนำไปสู่ความมั่นคงทางด้านอาหาร (Food Security) ภายในมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (Maejo University, 2556)

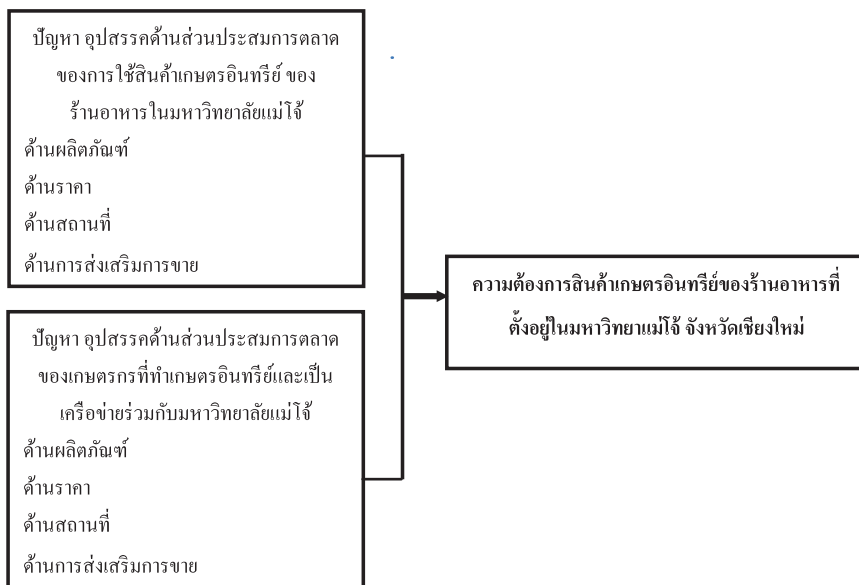
ร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ถือเป็นสถานที่สำคัญในการบริโภคอาหารของบุคลากร เจ้าหน้าที่และนักศึกษา รวมถึงบุคคลภายนอก ดังนั้นความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาให้เป็นต้นแบบของร้านค้า ร้านอาหารที่ใส่ใจผู้บริโภค และมีการใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การเป็นมหาวิทยาลัยเกษตรอินทรีย์ โดยต้องให้ความสนใจกับโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการเกษตร เช่น เกษตรกรผู้เพาะปลูกผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ผู้ประกอบการร้านค้าร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยและผู้บริโภค เพราะจะนำมาซึ่งการผลักดันผลผลิตเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น เพื่อที่ผู้บริโภคจะได้มีทางเลือกในการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยมีคุณประโยชน์ต่อสุขภาพ

ผลของการวิจัยจะนำมาซึ่งข้อมูลสำหรับการพัฒนาเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์เพื่อวางแผนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ต้องร่วมมือกันผลักดันให้เกิดความสำเร็จ อันจะนำไปสู่การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้
2. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคของการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคของเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์และเป็นเครือข่ายร่วมกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ เกษตรอินทรีย์ เป็นระบบการผลิตทางการเกษตรทางเลือกที่หลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ไม่ว่าจะเป็น ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช และฮอร์โมนต่าง ๆ ที่กระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ตลอดจนไม่ใช่พืชหรือสัตว์ที่เกิดจากการตัดต่อพันธุกรรมที่อาจเกิดมลพิษในสภาพแวดล้อมเน้นการใช้อินทรีย์วัตถุ เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสดและปุ๋ยชีวภาพในการปรับปรุงบำรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ การปลูกพืชหมุนเวียน รวมทั้งใช้หลักการควบคุมศัตรูพืชโดยชีวภาพ และเน้นการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน (Wookey, 1987)

แนวคิดและทฤษฎีความต้องการ (Need Defined) ความพยายามของธุรกิจที่กระทำขึ้น เพื่อสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคในท้องตลาดที่บุคคลแสวงหายังไม่สามารถทำให้ผลประโยชน์ส่วนบุคคลที่บุคคลแสวงหาได้รับความพอใจแล้ว ก็จะเป็นโอกาส

อันที่จะทำให้ธุรกิจสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการที่ยังไม่ได้รับความพอใจนั้นได้ ผู้บริโภคจะทำการซื้อสินค้าและบริการตามที่เขาเห็นว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจนั้นคือ บุคคลใดถ้าไม่มีความต้องการสิ่งใด บุคคลก็ไม่มี การซื้อสิ่งใด ๆ เช่นกัน ดังนั้นความต้องการ (Need) จึงหมายถึง “ความสามารถหรือความจำเป็นใด ๆ ของมนุษย์ ที่การกระทำและการมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยความสามารถหรือความจำเป็นนั้น ๆ” ศุภร เสรีรัตน์ (Saereerat, 2001)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติหรือการแสดงออกของมนุษย์โดยเฉพาะในบางเรื่อง คือ เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรทางการตลาดทั้งหลายนั้น มีความหมายเฉพาะกระบวนการของบุคคลที่ตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าและบริการอะไรหรือไม่ ถ้าจะซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร และซื้อจากใคร การตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งทางใจและทางกายที่จำเป็นต่อการตัดสินใจ ธงชัย สันติวงษ์ (Santiwong, 1992)

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 4P's ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมตลาดได้ทั้งหมด กล่าวคือเป็นตัวแปรที่สนองความต้องการของลูกค้า จนทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ ได้แก่ 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งสัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ 2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า 3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยัง ตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่าง ผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ Philip Kotler, (2003)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยวรรณ ศิริประเสริฐศิลป์, ภัณฑุ์พัสวีย์ กล่อมธงเจริญ, อนุชา กันทรดุษฎี และโสภณ ฟองเพชร (Siriprasertsilapa, Komthongcharoen, Kuntharadussadee & Fongphet, 2019) ศึกษาเรื่องการบริโภคสินค้าและอาหารอินทรีย์ของประชาชนในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้าและอาหารอินทรีย์ประเภทผัก คือ ผักบุ้ง ประเภทผลไม้ คือ แก้ว และประเภทอื่น ๆ คือ เห็ดชนิดต่าง ๆ

มีเหตุผลที่เลือกซื้อคือ ห่วงใยสุขภาพ โดยสถานที่เลือกซื้อสินค้าและอาหารอินทรีย์ 3 อันดับแรก คือ ตลาดสด, ร้านค้าในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และตลาดอินทรีย์ตามลำดับ ซึ่งเหตุผลที่ซื้อจากสถานที่ดังกล่าวเพราะว่ามีคุณภาพเชื่อถือได้ มีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งที่ซื้อสินค้าและอาหารอินทรีย์อยู่ระหว่าง 51 - 100 บาท โดยนิยมซื้อสินค้าและอาหารอินทรีย์ในช่วงเวลา 15.00 - 18.00 น. มีความถี่ในการเลือกซื้อจำนวน 2 - 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง สำหรับการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการบริโภคสินค้าและอาหารอินทรีย์พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ คือ ความปลอดภัยในการบริโภค ด้านราคา คือ ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีสถานที่จอดรถสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดทำโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ด้านบุคคลหรือพนักงาน คือ ด้านความสุภาพ มีมารยาท ซื่อสัตย์ จริงใจ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ คือ สถานที่มีความสะอาด มีการรักษาสีแวดล้อม ด้านกระบวนการ คือ ความถูกต้องในการคิดราคา

สร้อยสุตา แสงจันทร์ (Sangchan, 2017) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มผลผลิตของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ (ผักปลอดสารพิษ) ของสมาชิกชุมชนบ้านฉะเลือ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดเพชรบุรี พบว่าปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินงานการเพิ่มผลผลิตของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ (ผักปลอดสารพิษ) ของสมาชิก ได้แก่ ด้านทรัพยากร มีจำนวนแรงงานไม่เพียงพอ ขาดความต่อเนื่องในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย แนวทางแก้ไขคือชุมชนควรมีการกระจายการผลิตสู่ชุมชนรอบข้าง เพื่อเพิ่มผลผลิตให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด โดยมีการควบคุมคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานด้านการบริหารจัดการ ระบบการจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ (ผักปลอดสารพิษ) ยังไม่มีระบบแบบแผนการบริหารจัดการที่ชัดเจนแน่นอน ด้านการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่ด้านการตลาดคือแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์อยู่ในวงแคบช่องทางการจำหน่ายสินค้าไม่หลากหลาย ด้านการเงินและบัญชี คือ ขาดแหล่งเงินทุนในการบริหารจัดการด้านการเงินและบัญชี

กริชฐ์สพล หนูพรหม (Nuephomma, 2015) ศึกษาเรื่องการผลิตผักอินทรีย์ พบว่าผักอินทรีย์เป็นสินค้าที่ผู้ผลิตนำมาจำหน่ายในท้องตลาดเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้ผู้บริโภคได้บริโภคผักที่ปลอดภัยต่อสุขภาพถึงแม้ว่าผักอินทรีย์มีราคาสูงกว่าผักทั่วไป 20-30 เปอร์เซ็นต์ก็ตาม การผลิตผักอินทรีย์เป็นวิธีการปลูกผักที่มีขั้นตอนละเอียดกว่าการปลูกผักทั่วไป โดยผู้ผลิตต้องศึกษามาตรฐานการผลิตผักอินทรีย์เพื่อความเข้าใจก่อนการปลูกซึ่งการปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตผักอินทรีย์จะทำให้เกษตรกรได้ผลผลิตผักอินทรีย์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

รัชณี รูปหล่อ (Rooplor, 2015) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งต่อความสำเร็จในการทำเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอด่านช้างจังหวัดสุพรรณบุรีพบว่าเกษตรกรมีการปลูกพืชผักอินทรีย์แบบผสมผสานระหว่างผักและไม้ผล มีการตรวจสอบการผลิตร้อยละ 86.50 มีการจัดการการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 85.71 ความสำเร็จในการทำเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 95.64 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตพืชผักอินทรีย์ทั้ง 4 ด้าน คือปัจจัยส่วนบุคคล การผลิต การตลาด และการได้รับการสนับสนุน มีระดับความสำคัญมาก ปัญหาและอุปสรรคของการผลิตพืชผักอินทรีย์ที่สำคัญ เกษตรกรมีปัญหาด้านแหล่งน้ำ ขาดแคลนแรงงาน และการได้รับการสนับสนุนน้อย

ชนิตา พันธุ์มณีและรภัทสรณ์ คงธนจารูนันต์ (Phanmanee & Kongthanajaruanan, 2012) ศึกษาเรื่องความยินดีที่จะจ่ายและความสามารถที่จะจ่ายได้สำหรับผักสดอินทรีย์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะราคามากที่สุด รองลงมา คือ ตรายับรองมาตรฐาน สำหรับการประมาณค่าความยินดีจ่ายสำหรับผักสดอินทรีย์ผลการวิจัย พบว่าผู้บริโภคมีความยินดีที่จะจ่ายสำหรับผักสดอินทรีย์ในราคาสูงจึ้นร้อยละ 53.38 - 87.03 โดยปัจจัยที่มีผลต่อความยินดีจ่ายสำหรับผักสดอินทรีย์ทั้ง 6 ชนิดในเชิงบวก ในการวิเคราะห์ความสามารถที่จะจ่ายซื้อผักสดอินทรีย์ได้ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสามารถเพียงพอที่จะจ่ายซื้อผักสดอินทรีย์เพื่อบริโภค โดยปริมาณที่สามารถจะจ่ายซื้อผักสดอินทรีย์ทั้ง 6 ชนิดได้ ไม่เกิน 20 กิโลกรัมต่อเดือนเหตุผลที่ไม่ซื้อผักสดอินทรีย์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยซื้อผักสดอินทรีย์ โดยสาเหตุอันดับแรกคือ ไม่แน่ใจว่าผักสดที่ซื้อเป็นผักสดอินทรีย์จริงหรือไม่ รองลงมาคือ มีราคาแพง ตลาดที่ขายผักสดอินทรีย์หายาก ความเข้าใจว่าผักสดอินทรีย์ไม่แตกต่างจากผักทั่วไป และความไม่เชื่อถือในตรารับประกันผักสดอินทรีย์ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย จะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาการตลาดผักอินทรีย์สำหรับประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่

ภูษิตา เดชเถลิง และปรีดา ศรีนฤวรรณ (Dechthagrun & Srinaruewan, 2009) ศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ โดยมีการรับรู้และมีความรู้ผลิตภัณฑ์เกษตร จากสิ่งที่ตนบริโภคเป็นพื้นฐานและจากการที่ประชาชนและชาวท้องถิ่นนั้น ๆ ผลิตและบริโภคผู้บริโภครู้สึกพอใจในเรื่องที่ผู้จำหน่ายสามารถให้คำแนะนำและพอใจสถานที่จำหน่ายเดินทางสะดวกในการซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ ค่าไควส์แคว้งยังแสดงให้เห็นถึงอายุมีผลต่อความรู้สึก โดยผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 มีความรู้สึก

พอใจมากในด้านสถานจำหน่ายและสะดวก ในขณะที่ผู้อายุน้อยกว่า 20 ไม่ให้ความสนใจ นอกจากนี้มาตรฐานและตรารับรองมีผลต่อความต้องการ ส่วนปัญหาคือป้ายราคาไม่ชัดเจน จำนวนวันเปิดขายน้อยและช่วงเวลาเปิดขายสั้นไป นอกจากนี้สินค้าไม่หลากหลายและไม่เพียงพอต่อความต้องการสำหรับผู้มีอายุน้อยกว่า 20

ภาณุวัฒน์ ก้อนทรัพย์ (Konsub, 2008) ศึกษาเรื่องความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายภาคנדผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ตอบสนองความต้องการตลาดทั้ง 4 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการให้สินค้ามีตรารับรองมาตรฐานปลอดภัย ด้านราคา ต้องการให้ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ต้องการให้หาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการให้มีการรณรงค์ และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตร อินทรีย์ปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับ ปานกลางได้แก่ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าไม่มีความหลากหลาย ด้านราคาไม่แสดงป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ด้านการจัดจำหน่าย จำนวนวันในการเปิดขายสินค้าน้อย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

โอภามา จำเเกะ (Jakae, 2007) ศึกษาเรื่องการจัดการตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์: ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรยั่งยืนแม่ทา จำกัดพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตลาดทางเลือกคือ 1) สินค้าเกษตรอินทรีย์มีเฉพาะตามฤดูกาลเกษตรกรไม่สามารถผลผลิตนอกฤดูกาลได้ 2) จุดจำหน่ายหรือตลาดนัดเกษตรอินทรีย์อยู่ห่างไกลจากตลาดสดปกติ 3) การประชาสัมพันธ์ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่มีการใช้ผลผลิตการเกษตรประกอบอาหารทั้งหมด จำนวน 21 ราย ที่มีการใช้ผลผลิตการเกษตรประกอบอาหาร (ข้อมูลจากกองคลัง มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2560)

กลุ่มเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์และเป็นเครือข่ายร่วมกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ทั้งหมด ในเขตพื้นที่อำเภอ 5 อำเภอ ได้แก่ อำเภอสันทราย อำเภอแมริ่ม อำเภอสารภี อำเภอสันกำแพง และอำเภอแม่แตง ที่ได้รับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม (PGS) กับทางมหาวิทยาลัยแม่โจ้ทั้งหมดจำนวน 25 ราย (ข้อมูลจากกองแผนงาน มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2560)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้ประกอบการร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อทราบความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเพื่อทราบปัญหา อุปสรรคของการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์เพื่อทราบปัญหา อุปสรรคของเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ที่เป็นเครือข่ายร่วมกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ นอกจากนี้ยังทำการศึกษาโดยวิธีการสังเกตการณ์ (Observation) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation)

อุปกรณ์ที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลในขณะสนทนากลุ่ม คือเครื่องบันทึกเสียง เพื่อให้ได้ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มที่ครบถ้วนการจดบันทึกขณะที่สนทนากลุ่มและหลังการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยจดบันทึกย่อข้อมูลสำคัญ ๆ ในขณะฟังเกี่ยวกับการแสดงสีหน้าท่าทาง แล้วนำมาบันทึกรายละเอียดเมื่อสิ้นสุดการสนทนากลุ่ม

การทดสอบเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ โดยพัฒนาจากคำถามเอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ลักษณะของคำถามปลายเปิด จากนั้นจึงได้นำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมของคำถามก่อนที่จะนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายในการทำวิจัย ที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และเกษตรกรที่เป็นเครือข่ายเกษตรอินทรีย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนข้อมูลเอกสารทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์และเว็บไซต์

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และข้อมูล (Data) ด้วยการบรรยายเพื่อตีความข้อมูลในหลายลักษณะ ทำการเปรียบเทียบและเชื่อมโยงข้อมูล ทั้งข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง แบบสัมภาษณ์และจากการสนทนากลุ่มเป้าหมายในการวิจัย จากนั้นจึงจะทำการสรุปผลการศึกษาดำเนินการตามวัตถุประสงค์การวิจัยในรูปแบบของการพรรณนา และการบรรยายเชิงพรรณนา

สถานที่จำหน่ายเกษตรอินทรีย์อยู่ไกล หาซื้อได้ยากและมีราคาสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงใช้ผลผลิตไม่มาก โดยผู้ประกอบการก็ต้องไปสรรหาผลผลิต วัตถุดิบต่าง ๆ จากตลาดสด เมืองใหม่หรือตลาดสดทั่วไป เพราะมีความจำเป็นต้องใช้ในการประกอบอาหารภายในมหาวิทยาลัย

ด้านราคา พบว่าผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้มีความคิดเห็นในทิศทางเดียวกัน คือ มีความต้องการอยากให้ราคาผลผลิตเกษตรอินทรีย์มีความเหมาะสมและเป็นไปตามท้องตลาด ซึ่งจะส่งผลต่อปริมาณรับซื้อที่มากขึ้น ทั้งนี้ทางผู้ประกอบการก็ให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพของผู้บริโภค ต้นทุน และผลประกอบการเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจด้วยเช่นกัน หากจะปรับเปลี่ยนให้ร้านค้าร้านอาหารใช้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ทั้งหมด คงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากข้อจำกัดหลายประการ ทั้งด้านของผู้ประกอบการและผู้ผลิตที่เป็นเกษตรกรเอง เช่น ผลผลิตไม่เพียงพอกับปริมาณที่ต้องการ ราคาผลผลิตที่สูงกว่าท้องตลาด นโยบายของมหาวิทยาลัยในการคงราคาอาหารซึ่งสวนทางกับต้นทุนการผลิต เป็นต้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ได้เลือกซื้อผลผลิตทางการเกษตรทั้งแหล่งจำหน่ายภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกซื้อภายนอกมหาวิทยาลัยเช่น ห้างสรรพสินค้า, ตลาดนัดเจม มาร์เก็ต, ตลาดสดแม่เหิยะ, ตลาดสดแม่โจ้, ตลาดสดทั่วไป มีเพียงบางร้านที่รับซื้อผลผลิตจากนักศึกษาคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้นำมาจำหน่าย ส่วนแหล่งที่มาของผลผลิตทางการเกษตรภายในมหาวิทยาลัย พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากนักศึกษาคณะผลิตกรรมการเกษตร ที่ทำการเพาะปลูกและนำมาจำหน่ายให้กับทางร้านค้า ร้านอาหาร ทั้งยังรับซื้อผลผลิตจากสำนักงานบริหารทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยแม่โจ้จากนักวิชาการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้และจากคณาจารย์เกษตรอินทรีย์คณะบริหารธุรกิจ เนื่องจากร้านอาหารทุกร้านไม่ได้ใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ทุกวัน อีกทั้งวัตถุดิบทางการเกษตรที่ใช้อย่างไม่ใช่อินทรีย์และผู้ประกอบการไม่มั่นใจว่าใช้สารเคมีหรือไม่ ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้ในการประกอบอาหาร ผู้ประกอบการได้สรรหาจากตลาดสดเมืองใหม่ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางการค้าผัก พืชผลทางการเกษตรที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ และตลาดสดแม่โจ้ เนื่องจากทำเลที่ตั้งของตลาดใกล้กับสถานที่ประกอบอาหารเพื่อจำหน่ายให้กับนักศึกษามากที่สุด

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย พบว่าผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ทราบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับผลผลิตเกษตรอินทรีย์แหล่งจำหน่ายวัตถุดิบ

เกษตรกรอินทรีย์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และสำนักงานเกษตรอำเภอสันทราย มีความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดทำ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ

ปัญหาอุปสรรคของการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปัญหา อุปสรรคของการใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความคิดเห็น ต่อปัญหาและอุปสรรคของการใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในภาพรวม มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสรุปได้ดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลผลิตไม่เหมาะแก่การบริโภค เนื่องจากผ่านช่วงเวลา ที่ควรเก็บเกี่ยวเพื่อบริโภค คุณภาพของผลผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน ผลผลิตอยู่ในระดับสินค้า เกษตรปลอดภัยเท่านั้น ผลผลิตมีจำนวนไม่มากและไม่มีความหลากหลาย ผลผลิตที่เป็น เนื้อสัตว์ หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแปรรูป ตลอดจนเครื่องปรุงต่าง ๆ ยังมีน้อย อีกทั้ง ยังมีแอบแฝงว่าเป็นเกษตรอินทรีย์

ปัญหาด้านราคา พบว่า ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง มีรายได้สูง การตั้งราคาไม่เหมาะสมกับสถานที่จำหน่าย ส่งผลให้ ผู้บริโภคมีทางเลือกสูง หากไม่ใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่อยู่บนห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ มีราคาสูงมากกว่าตลาดสดตามท้องถิ่นทั่วไป การตั้งราคาส่งผลต่อทัศนคติของผู้บริโภค ความไม่มั่นใจของผู้บริโภค การตั้งราคาเอาเปรียบผู้บริโภคหรือเกษตรกร

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สถานที่จำหน่ายบางแห่งอ้างว่าการ ตั้งราคาสูงเป็นการช่วยเหลือเกษตรกร สถานที่จัดจำหน่ายบางแห่งมีสินค้าแอบอ้าง แหล่งจำหน่ายผลผลิตเกษตรอินทรีย์อยู่ไกลจากร้านค้าร้านอาหาร สินค้าส่วนใหญ่จำหน่าย ในรูปแบบการค้าปลีกเท่านั้น ตลาดรองรับสินค้ามีจำนวนน้อยราย เกษตรกรไม่มีช่องทาง กระจายสินค้าที่มากนัก สถานที่จัดจำหน่ายไม่รับซื้อผลผลิตของเกษตรกร

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง ในส่วนของสถานที่จัดจำหน่าย สินค้าเกษตรอินทรีย์ วันเวลาในการเปิดให้บริการ สินค้า เกษตรอินทรีย์ไม่เป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค และไม่เกิดการรับรู้ในวงกว้าง ผลผลิตเกษตร อินทรีย์ที่จัดจำหน่ายไม่ได้รับการส่งเสริมให้มีมาตรฐานรองรับจากหน่วยงานทางราชการ ที่ให้การยอมรับ ไม่มีการส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์

ปัญหา อุปสรรคของร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้

จากการดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ส่วนใหญ่พบปัญหาดังนี้

ปัญหาด้านผลิตภัณท์ พบว่า ผลิตผลเกษตรอินทรีย์มีปริมาณที่ไม่เพียงพอกับจำนวนความต้องการใช้ประกอบอาหารของร้านอาหารในแต่ละวัน เกษตรกรไม่มีผลผลิตสำหรับการจัดส่งให้กับทางร้านอาหารในเวลาที่ต้องการ ผลผลิตไม่หลากหลาย บางชนิดขาดแคลนหรือมีไม่ครบตามความต้องการของร้านอาหารที่มีความจำเป็นจะต้องใช้ อีกทั้งคุณภาพผลผลิตส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เช่น ผัก ไม่สดไม่สวยเหมือนตามท้องตลาด มีผลทำให้ผู้บริโภคไม่ซื้ออาหารทางร้านค้า ผู้บริโภคบางท่านไม่ยินยอมรับประทาน

ปัญหาด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการร้านอาหารให้ความสำคัญกับราคาวัตถุดิบมากที่สุด ราคาสูงกว่าผลผลิตตามท้องตลาดทั่วไป เนื่องจากมีผลกระทบต่อต้นทุนในการจัดจำหน่ายอาหาร ต้นทุนการแปรรูปวัตถุดิบอินทรีย์ให้เป็นอาหารสำหรับการบริโภค ไม่คุ้มค่างานจำหน่าย โดยผลกำไรจะลดลงหากใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์เนื่องจากนโยบายด้านราคาอาหารของทางมหาวิทยาลัยในการคงที่ราคาจานละไม่เกิน 25 บาท ขณะที่ต้นทุนอาหารอินทรีย์ต่อจานสูงกว่า 25 บาท ทำให้ผู้ประกอบการสรรหาวัตถุดิบตามท้องตลาดมาใช้แทน ซึ่งหากราคาผลผลิตเกษตรอินทรีย์ถูกลงทางร้านอาหารยินดีสนับสนุนการใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า แต่ละร้านมีระยะเวลาการขายอาหารไม่เท่ากัน ส่งผลต่อรายได้ของกิจการ และความคุ้มค่าในการใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ทำเลที่ตั้งของสถานที่จำหน่าย ส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลต่อรายได้ของผู้ประกอบการ เนื่องจากจำนวนผู้บริโภคที่ไม่เท่ากัน

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านอาหาร พบว่า แต่ละร้านมีความคับแคบระบบระบายอากาศที่ใช้ในการประกอบอาหารไม่เหมาะสม สถานที่จำหน่ายอาหารควรได้รับการปรับปรุงทั้งหน้าร้านและหลังร้าน รวมไปถึงจุดเก็บภาชนะ จดล้างทำความสะอาด ซ้อน ซ้อม ด้วยน้ำร้อน ให้มีความสะอาด และมีแปลงผลิตพืชผลเกษตรอินทรีย์เพื่อจัดส่งให้กับร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นกับผู้บริโภค การบริหารการดำเนินงานของสถานที่จัดจำหน่ายส่งผลต่อความเต็มใจให้บริการ และทัศนคติต่อการใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ อีกทั้งไม่ได้รับการส่งเสริมจากทางมหาวิทยาลัยให้มีการบริโภคอาหารอินทรีย์ ส่งผลต่อจำนวนผู้เข้าใช้บริการร้านอาหาร ดังนั้นควรมีการบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม หากผูกขาดสินค้าเกษตรอินทรีย์กับร้านอาหาร

จะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการประกอบอาหาร ค่าเช่าสถานที่ให้บริการจัดจำหน่ายอาหาร มีราคาสูง ส่งผลต่อการรับซื้อและการยินยอมปฏิบัติตามนโยบายมหาวิทยาลัย ด้านราคาอาหารและด้านเกษตรอินทรีย์

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามหาวิทยาลัยแม่โจ้ไม่ได้ให้การส่งเสริมการบริโภคอาหารที่ไว้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์เท่าที่ควร ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่รู้จักอาหารเกษตรอินทรีย์ อาหารคลีน (Clean Food) อาหารปลอดภัย ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะบริโภคพืชผักตามฤดูกาล หรือ ผักพื้นบ้าน อาหารพื้นเมือง อาหารท้องถิ่นต่าง ๆ ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้การช่วยเหลือด้านการส่งเสริมการตลาด สร้างการรับรู้และการส่งเสริมให้มีการบริโภคอาหารอินทรีย์มากขึ้น

ปัญหา อุปสรรคของเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าสินค้าอินทรีย์ส่วนใหญ่แบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1. ผักตามฤดูกาล 2. เนื้อสัตว์ 3. สินค้าแปรรูป รูปแบบการผลิตของผู้ผลิต มี 3 แบบ คือ 1) ปลูกเพื่อการบริโภคเองภายในครัวเรือนหากเหลือจากการบริโภคจึงจะนำไปจัดจำหน่าย 2) ปลูกเพื่อจำหน่ายตามตลาดสดหากเหลือจึงจะนำไปบริโภค 3) ปลูกเพื่อการจำหน่ายโดยตรงตามตลาดสดและแม่ค้าที่มารับซื้อ ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากปัญหาการส่งเสริมการนำผลผลิตไปแปรรูป ขาดองค์ความรู้ทางการเกษตร การเปิดโอกาสให้นำผักปลอดภัยเข้ามาจำหน่าย การพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ การสร้างความเข้าใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์และปัญหาคูณภาพผลิตภัณฑ์

ด้านราคา พบว่าเกิดปัญหาด้านต้นทุนในการเพาะปลูก ปัญหาการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและปัญหาการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการกำหนดราคามาตรฐาน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าเกิดปัญหาช่องทางการจัดจำหน่ายไม่รับซื้อสินค้า การสร้างความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการต่างๆ ในการรับซื้อและการบริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ปัญหาแหล่งรับซื้อผลผลิต สถานที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับการขายในราคาที่เหมาะสมเกษตรกรยอมรับได้ ปัญหาการกระจายสินค้าสู่ท้องตลาด ปัญหาการจัดการดำเนินงานของสถานที่จัดจำหน่าย ปัญหาด้านระยะทางการขนส่งผลผลิตไปยังสถานที่จัดจำหน่าย ปัญหาการกระจายสินค้าไปยังผู้ประกอบการร้านอาหาร

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย พบว่าเกิดปัญหาด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตลาดอินทรีย์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ขาดการจัดกิจกรรมสาธิตการประกอบอาหารพื้นบ้านให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาสนใจบริโภคอาหารพื้นบ้าน การทำแผ่นพับ ป้ายซื้อสินค้า

และข้อมูลด้านคุณประโยชน์ และคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ ปัญหาการสื่อสารกับชาวต่างชาติที่มาเลือกซื้อปัญหาด้านมาตรฐานรับรองสินค้าและผลผลิตเกษตรอินทรีย์

ด้านการผลิต พบว่าปัญหาด้านการขาดแคลนปัจจัยการผลิต และปัญหาด้านการจัดหาปัจจัยการผลิต ปัญหาด้านการวางแผนการผลิต ปัญหาด้านสภาพภูมิอากาศ คุณภาพของดิน แหล่งน้ำและการควบคุมคุณภาพการผลิต ปัญหาเกี่ยวกับโรคแมลงศัตรูพืชต่าง ๆ ปัญหาขีดความสามารถและกำลังการผลิต ปัญหาการผลิตสินค้าตามฤดูกาล ปัญหาการสร้าง ความเข้าใจให้กับผู้บริโภค และผู้รับซื้อผลผลิตปัญหาด้านความเหมาะสมของพื้นที่เพาะปลูก และปัญหาด้านการจัดการระบบน้ำที่ดี

ด้านผลผลิตและระยะเวลาในการผลิต พบว่าผลผลิตส่วนใหญ่เป็นผลผลิตตามฤดูกาล คือสามารถเก็บผลผลิตเป็นช่วง ๆ คือ ฤดูฝน เดือน มิถุนายน-กันยายน ฤดูหนาว เดือน ตุลาคม-มกราคม ฤดูร้อน เดือน กุมภาพันธ์-พฤษภาคม การซื้อผลผลิตในปริมาณมาก ต้องมีการตกลงกับเกษตรกร ผลผลิตมีจำหน่ายตลอดปีเฉพาะบางชนิดที่สามารถปลูกได้ ระยะเวลาในการเพาะปลูกต้องใช้เวลา ซึ่งอาจยาวนาน อีกทั้งต้องได้รับการดูแลอย่างมาก เนื่องจากไม่ใช้สารเคมีผลผลิตที่แปรรูปมีจำนวนไม่มาก ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการแปรรูป

อภิปรายผล

ความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ด้านผลิตภัณฑ์วัตถุดิบที่เป็นผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้เลือกใช้ในการประกอบอาหาร ได้แก่วัตถุดิบประเภทผักสด เนื้อสัตว์ เห็ด ไข่ไก่ ข้าวกล้อง ประเภทผักสด ได้แก่ ผักบุ้ง, ถั่วงอก, ต้นหอม, ผักทอง, ผักเขียว, ถั่วฝักยาว, ผักชี, แตงกวา, กระเทียม, ผักกาดขาว, กะหล่ำ, ขึ้นฉ่าย, ใบดองโอ, มะเขือเจ้าพระยา, สลัดใบ, กระเพรา, โหระพา เป็นต้นประเภทเนื้อสัตว์ได้แก่ไก่ (พื้นเมือง), หมู (พื้นเมือง) สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยวรรณ ศิริประเสริฐศิลป์, ทัศนัยพัสวดี กล่อมธงเจริญ, อนุชา กันทรคุณฎี และโสภณ ฟองเพชร (Siriprasertsilapa, Komthongcharoen, Kuntharadussadee & Fongphet, 2019) พบว่าผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อสินค้าและอาหารอินทรีย์ ประเภทผัก และเห็ดชนิดต่าง ๆ ความต้องการผลผลิตวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ในภาพรวมมีความต้องการมากในปริมาณตั้งแต่ 1/2 - 10 กิโลกรัมต่อวัน ส่วนใหญ่จะมีความต้องการคล้ายคลึงกัน มีเพียงส่วนน้อยที่มีความต้องการใช้ผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์บางชนิดที่แตกต่างกัน ซึ่งมีปริมาณผลผลิตทางเกษตรที่ต้องการขั้นต่ำ ตั้งแต่ 1/2 กิโลกรัม - 2 กิโลกรัม เนื่องจากขายอาหารได้น้อย หรือสามารถเปิดขายได้ในช่วงระยะ

เวลาสั้น ๆ เช่น ศูนย์อาหาร Green Canteen และร้านอาหารภายในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และการออกแบบสิ่งแวดล้อม และมีเพียงร้านอาหารบางแห่งที่มีความต้องการผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในปริมาณมาก คือ 3 กิโลกรัม -10 กิโลกรัมต่อวัน เนื่องจากอาหารที่จำหน่ายหมดเร็ว จำนวนลูกค้ามาก สามารถเปิดขายอาหารได้ตลอดวันสอดคล้องกับงานวิจัย ชนิตา พันธุ์ณี และรภัศรณี คงธนจารุอนันต์ (Phanmanee & Kongthanajaruanan, 2012) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความสามารถเพียงพอที่จะจ่ายซื้อผักสดอินทรีย์เพื่อบริโภค โดยปริมาณที่สามารถจะจ่ายซื้อผักสดอินทรีย์ทั้ง 6 ชนิดได้ ไม่เกิน 20 กิโลกรัมต่อเดือน เหตุผลที่ผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ส่วนใหญ่เลือกใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์เนื่องจากผลผลิตมีความกรอบ สด อร่อย ผ่านกระบวนการเพาะปลูกจากเกษตรกร ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าปลอดภัยต่อผู้บริโภคทั้งนี้มีการบรรจุจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่ส่งเสริมให้ใช้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ และทำข้อตกลงร่วมกันระหว่างสำนักงานบริหารทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยแม่โจ้ กับร้านค้าโดยใช้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ เหตุผลที่ผู้ประกอบการร้านค้าร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ไม่เลือกใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์เนื่องจากผลผลิตเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่เป็นผักพื้นบ้านและเป็นสินค้าตามฤดูกาล ไม่มีความหลากหลาย มีปริมาณไม่เพียงพอและไม่ตรงกับความต้องการ สถานที่จำหน่ายเกษตรอินทรีย์อยู่ไกล หาซื้อได้ยากและมีราคาสูง ดังนั้นผู้ประกอบการจึงใช้ผลผลิตไม่มาก โดยผู้ประกอบการก็ต้องไปสรรหาผลผลิต วัตถุดิบต่าง ๆ จากตลาดสดเมืองใหม่หรือตลาดสดทั่วไป เพราะมีความจำเป็นต้องใช้ในการประกอบอาหารภายในมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูษณิศ เทพเถลิง และปรีดา ศรีนฤวรรณ (Dechthagrung & Srinaruewan, 2009) พบว่ามาตรฐานและตรารับรองมีผลต่อความต้องการ ส่วนปัญหา คือ ภัยราคาไม่ชัดเจน จำนวนวันเปิดขายน้อยและช่วงเวลาเปิดขายสั้นไป นอกจากนี้สินค้าไม่หลากหลายและไม่เพียงพอต่อความต้องการสำหรับผู้บริโภค ด้านราคาผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความคิดเห็นในทิศทางเดียวกัน คือ มีความต้องการอยากให้ราคาผลผลิตเกษตรอินทรีย์มีความเหมาะสมและเป็นไปตามท้องตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ และคณะ (2562) ศึกษาเรื่องการบริโภคสินค้าและอาหารอินทรีย์ของประชาชนในเขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อสินค้าและอาหารอินทรีย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์, กัญญพัสดุ์ กล่อมทรงเจริญ, อนุชา กันทรคุณุฑ และโสภณ ฟองเพชร (Siriprasertsilapa, Komthongcharoen, Kuntharadussadee & Fongphet, 2019) พบว่า ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อสินค้าและอาหารอินทรีย์ที่ราคาขายเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งจะ

ส่งผลต่อปริมาณรับซื้อที่มากขึ้นทั้งนี้ทางผู้ประกอบการก็ให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพของผู้บริโภค ต้นทุน และผลประโยชน์ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจด้วยเช่นกัน หากจะปรับเปลี่ยนให้ร้านค้าร้านอาหารใช้วัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ทั้งหมดคงเป็นไปได้ยากเนื่องจากข้อจำกัดหลายประการ ทั้งด้านของผู้ประกอบการและผู้ผลิตที่เป็นเกษตรกรเองเช่นผลผลิตไม่เพียงพอกับปริมาณที่ต้องการ ราคาผลผลิตที่สูงกว่าท้องตลาด นโยบายของมหาวิทยาลัยในการคงราคาอาหารซึ่งสวนทางกับต้นทุนการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัย คริสฐ์สพล หนูพรหม (Nuephomma, 2015) พบว่าผักอินทรีย์เป็นสินค้าที่ผู้ผลิตนำมาจำหน่ายในท้องตลาดเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้ผู้บริโภคได้บริโภคผักที่ปลอดภัยต่อสุขภาพพบว่าผักอินทรีย์มีราคาสูงกว่าผักทั่ว ๆ ไป 20-30 เปอร์เซ็นต์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้เลือกซื้อผลผลิตทางการเกษตรทั้งแหล่งจำหน่ายภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยวรรณ ศิริประเสริฐศิลป์, กัญญ์พัศวี กล่อมธงเจริญ, อนุชา กันทรคุณฐิ และโสภณ ฟองเพชร (Siriprasertsilapa, Komthongcharoen, Kuntharadussadee & Fongphet, 2019)พบว่าสถานที่เลือกซื้อสินค้าและอาหารอินทรีย์ 3 อันดับแรกคือ ตลาดสด, ร้านค้าในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และตลาดอินทรีย์ตามลำดับ ซึ่งเหตุผลที่ซื้อจากสถานที่ดังกล่าวเพราะว่ามีคุณภาพเชื่อถือได้ ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกซื้อภายนอกมหาวิทยาลัย เช่น ห้างสรรพสินค้า, ตลาดนัด เจเจ มาร์เก็ต, ตลาดสดแม่เหิยะ, ตลาดสดแม่โจ้, ตลาดสดทั่วไป มีเพียงบางร้านที่รับซื้อผลผลิตจากนักศึกษาคณะเกษตรศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้นำมาจำหน่าย ส่วนแหล่งที่มาของผลผลิตทางการเกษตรภายในมหาวิทยาลัย พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลผลิตทางการเกษตรจากนักศึกษาคณะผลิตภัณฑ์การเกษตร ที่ทำการเพาะปลูกและนำมาจำหน่ายให้กับทางร้านค้า ร้านอาหาร ทั้งยังรับซื้อผลผลิตจากสำนักงานบริหารทรัพยากร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จากนักวิชาการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้ และจากกาดน้อยเกษตรอินทรีย์ คณะบริหารธุรกิจ เนื่องจากร้านอาหารทุกร้านไม่ได้ใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ทุกวัน อีกทั้งวัตถุดิบทางการเกษตรที่ใช้ที่ยังไม่ใช่อินทรีย์และผู้ประกอบการไม่มั่นใจว่าใช้สารเคมีหรือไม่ ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้ในการประกอบอาหาร ผู้ประกอบการได้สรรหาจากตลาดสดเมืองใหม่ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางการค้าผัก พืชผลทางการเกษตรที่ใหญ่ที่สุดในจังหวัดเชียงใหม่ และตลาดสดแม่โจ้ เนื่องจากทำเลที่ตั้งของตลาดใกล้กับสถานที่ประกอบอาหารเพื่อจำหน่ายให้กับนักศึกษามากที่สุดด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย พบว่าผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหารภายในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ทราบการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับผลผลิตเกษตรอินทรีย์ แหล่งจำหน่ายวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ และกลุ่มเกษตรกร

ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และสำนักงานเกษตรอำเภอสันทราย มีความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การจัดทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยวรรณ ศิริประเสริฐศิลป์, กัญญพัสดิ กล่อมขจรเจริญ, อนุชา กันทรคุญี และ โสภณ ฟองเพชร (Siriprasertsilapa, Komthongcharoen, Kuntharadussadee & Fongphet, 2019) พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการบริโภคสินค้าและอาหารอินทรีย์ คือ การจัดทำโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ

สรุปความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ ก้อนทรัพย์ (Konsub, 2008) พบว่ากลุ่มผู้บริโภคมีความต้องการให้กลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ตอบสนองความต้องการ ตลาดทั้ง 4 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการให้สินค้ามีตรารับรองมาตรฐานปลอดภัย ด้านราคา ต้องการให้ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ต้องการให้หาซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ต้องการให้มีการรณรงค์ และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์

ปัญหา อุปสรรคของเกษตรกรผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากปัญหาการส่งเสริมการนำผลผลิตไปแปรรูป ขาดองค์ความรู้ทางการเกษตร การเปิดโอกาสให้นำผักปลอดภัยเข้ามาจำหน่าย การพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ การสร้างความเข้าใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์และปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สร้อยสุดา แสงจันทร์ (Sangchan, 2017) พบว่าปัญหาและอุปสรรคคือรูปแบบผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ คริสฐ์สพล หนูพรหม (Nuephomma, 2015) พบว่าการผลิตผักอินทรีย์เป็นวิธีการปลูกผักที่มีขั้นตอนละเอียดกว่าการปลูกผักทั่วไปโดยผู้ผลิตต้องศึกษามาตรฐานการผลิตผักอินทรีย์เพื่อความเข้าใจก่อนการปลูก ซึ่งการปฏิบัติตามมาตรฐานการผลิตผักอินทรีย์จะทำให้เกษตรกรได้ผลผลิตผักอินทรีย์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคด้านราคา พบว่า เกิดปัญหาด้านต้นทุนในการเพาะปลูก ปัญหาการกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและปัญหาการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการกำหนดราคารามาตรฐาน สอดคล้องกับงานวิจัย คริสฐ์สพล หนูพรหม (Nuephomma, 2015) พบว่าผักอินทรีย์เป็นสินค้าที่ผู้ผลิตนำมาจำหน่ายในท้องตลาดเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้ผู้บริโภคได้บริโภคผักที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ พบว่าผักอินทรีย์มีราคาสูงกว่าผักทั่ว ๆ ไป 20-30 เปอร์เซ็นต์ ตามการผลิตผักอินทรีย์เป็นวิธีการปลูกผักที่มีขั้นตอนละเอียดกว่าการปลูกผักทั่วไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า เกิดปัญหาช่องทางการจัดจำหน่ายไม่รับซื้อสินค้า การสร้างความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการต่างๆ ในการรับซื้อและการบริโภคผลผลิตเกษตรอินทรีย์ ปัญหาแหล่งรับซื้อผลผลิต สถานที่จัดจำหน่ายไม่เหมาะสมกับการขายในราคา

ที่เกษตรกรยอมรับได้ ปัญหาการกระจายสินค้าสู่ท้องตลาด ปัญหาการจัดการดำเนินงานของสถานที่จัดจำหน่าย ปัญหาด้านการระยะทางขนส่งผลผลิตไปยังสถานที่จัดจำหน่าย ปัญหาการกระจายสินค้าไปยังผู้ประกอบการร้านอาหารสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอโกมาว่า จ้าแกะ (Jakae, 2007) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตลาดทางเลือก เกษตรอินทรีย์ในด้านต่าง ๆ คือจุดจำหน่ายหรือตลาดนัดเกษตรอินทรีย์อยู่ห่างไกลจาก ตลาดสดปกติ **ด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย** พบว่าเกิดปัญหาด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลาดอินทรีย์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า ให้เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ขาดการจัดกิจกรรมสาธิตการประกอบอาหารพื้นบ้าน ให้แก่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาสนใจบริโภคอาหารพื้นบ้าน การทำแผนพับ ป้ายชื่อ สินค้าและข้อมูลด้านคุณสมบัติประโยชน์ และคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ ปัญหา การสื่อสารกับชาวต่างชาติที่มาเลือกซื้อ ปัญหาด้านมาตรฐานรับรองสินค้าและผลผลิต เกษตรอินทรีย์สอดคล้องกับงานวิจัยของ โอโกมาว่า จ้าแกะ (Jakae, 2007) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์ในด้านต่าง ๆ คือ การประชาสัมพันธ์ ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร **ด้านการผลิต** พบว่า ปัญหาด้านการขาดแคลนปัจจัยการผลิต และปัญหาด้านการจัดหาปัจจัยการผลิต ปัญหาด้านการวางแผนการผลิต ปัญหาด้านสภาพภูมิอากาศ คุณภาพของดิน แหล่งน้ำและการควบคุมคุณภาพการผลิต ปัญหาเกี่ยวกับโรคแมลงศัตรูพืชต่าง ๆ ปัญหาขีดความสามารถและกำลังการผลิต ปัญหาการผลิตสินค้าตามฤดูกาล ปัญหาการสร้างความเข้าใจให้กับผู้บริโภค และผู้รับซื้อผลผลิต ปัญหาด้านความเหมาะสมของพื้นที่เพาะปลูก และปัญหาด้านการจัดการระบบน้ำที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชนิ รูปล่อ (Rooplor, 2015) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการผลิตพืชผักอินทรีย์ที่สำคัญ เกษตรกรมีปัญหาด้านแหล่งน้ำ ขาดแคลนแรงงาน และการได้รับการสนับสนุนน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของสร้อยสุดา แสงจันทร์ (Sangchan, 2017) พบว่า ปัญหาและอุปสรรค ด้านการดำเนินงานการเพิ่มผลผลิตของผลิตภัณฑ์ เกษตรอินทรีย์ (ผักปลอดสารพิษ) ของสมาชิกชุมชนบ้านต้าเสือ อำเภอแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ ด้านทรัพยากร มีจำนวนแรงงานไม่เพียงพอ ขาดความต่อเนื่องในการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โอโกมาว่า จ้าแกะ (Jakae, 2007) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์ในด้านต่าง ๆ คือ สินค้าเกษตรอินทรีย์ มีเฉพาะตามฤดูกาล เกษตรกรไม่สามารถผลิตสินค้านอกฤดูกาลได้ สินค้ามีลักษณะแปรผันตามฤดูกาล (Seasonal Variation)

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้

1. ควรมีการวางแผนความต้องการวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ แต่ประเภทเช่น ผักสด เนื้อสัตว์เห็ด ไข่ไก่ ข้าวกล้อง ในแต่ละวัน แต่ละสัปดาห์ให้ชัดเจนเพื่อทราบความต้องการที่แน่นอน

3. ควรมีการคำนวณต้นทุนการประกอบอาหาร โดยใช้สินค้าเกษตรอินทรีย์

4. ควรมีการประสานกับกลุ่มเกษตรกรเกษตรอินทรีย์ที่มหาวิทยาลัยแม่โจ้ส่งให้การส่งเสริมสนับสนุน และนักศึกษาที่เข้าร่วม โครงการปลูกผักเพื่อแลกค่าเทอม เพื่อเป็นแหล่งในการจัดหาวัตถุดิบเกษตรอินทรีย์ ในประกอบอาหารเพื่อจำหน่ายเนื่องจากอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงสะดวกต่อการขนส่ง

5. ควรติดตามข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากทางมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และหน่วยงานภาคการเกษตรที่เกี่ยวข้อง

เกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ที่เป็นเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้

1. ควรมีการวางแผนการผลิต หรือการเพาะปลูกให้สอดคล้องกับความต้องการของร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ โดยอาจมีการประชุมร่วมกันกับร้านค้าเพื่อสอบถามความต้องการและวางแผนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ร่วมกัน

2. ควรทำการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้มีความหลากหลาย มีการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

3. ควรทำการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ได้มาตรฐาน และได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์พยายามลดต้นทุนการผลิตและมีการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ

4. ควรมีการกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์และสร้างเครือข่ายเกษตรกรเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นเพื่อจะได้สามารถ

5. รวบรวมสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้ได้ในปริมาณที่มากขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของร้านค้า

6. ควรหาแหล่งจำหน่ายผลผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีความเหมาะสมที่มีผู้ซื้อจำนวนมากผู้ซื้อสามารถเข้าถึงได้ง่ายและไม่ห่างไกลเกินไปเพื่อการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

7. ควรทำการประชาสัมพันธ์สินค้าโดยการจัดทำแผ่นพับ ป้ายชื่อสินค้าและข้อมูลด้านคุณประโยชน์ และคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์เพื่อแนะนำสินค้าให้แก่ผู้บริโภค

8. ควรเข้าร่วมโครงการอบรมเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์เพื่อจะได้มีองค์ความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์ที่ถูกต้อง

มหาวิทยาลัยแม่โจ้และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ควรส่งเสริม สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือในการวางแผนการผลิต การเพาะปลูก ร่วมกันระหว่างร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ กับเกษตรกรเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงการเก็บเกี่ยวผลผลิต เช่น การทำสัญญากับเกษตรกร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าผลผลิต ของเกษตรกรสามารถจัดจำหน่ายได้แน่นอน และเพียงพอพอกับความต้องการของ ร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้
2. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกษตรกร ในการทำการเพาะปลูกให้ได้มาตรฐาน เกษตรอินทรีย์
3. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกษตรกรในการแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า เกษตรอินทรีย์
4. ควรมีการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ในด้านการจัดการกลุ่ม การตลาด การผลิต การเงินและบัญชีแก่เกษตรกรเกษตรอินทรีย์
5. ควรช่วยเหลือในการรวบรวมและกระจายสินค้าให้แก่เกษตรกรเกษตรอินทรีย์ รวมถึงการช่วยประสานในการสร้างเครือข่ายเกษตรกรเกษตรอินทรีย์
6. ควรมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และรณรงค์ เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของ เกษตรกรให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางสร้างการรับรู้และการส่งเสริมให้มีการบริโภคอาหาร อินทรีย์มากขึ้น รวมถึงสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์
7. มหาวิทยาลัยควรส่งเสริมร้านอาหารในมหาวิทยาลัยแม่โจ้ให้ใช้ผลผลิตเกษตร อินทรีย์ สร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้กับบุคลากรและนักศึกษา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแรงจูงใจของผู้ประกอบการร้านอาหารในการใช้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ เพื่อการประกอบกิจการ
2. ควรศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนการประกอบกิจการร้านอาหารอินทรีย์ การเพาะปลูกผลผลิตเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกร
3. ควรศึกษาการวางแผนการผลิต ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรเพื่อการ จัดส่งให้กับร้านอาหาร หน่วยงาน และองค์กรที่มีความต้องการผลผลิตเกษตรอินทรีย์
4. ควรศึกษาศักยภาพของเกษตรกรในการทำเกษตรอินทรีย์เพื่อให้ได้ตามมาตรฐานสากล
5. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์อย่างเข้มแข็ง เพื่อสร้าง ความมั่นคงทางด้านอาหาร

References

- Kritsapol Nuephomma. (2015). The production of Organic Vegetable, **The Science and Technology Journal** Year 23, Chanita Phanmanee and Rapatsorn Kongthanajaru a-nan (2012). The Appreciation and Capability of Payment for Organic Vegetable of the consumers in Chiang Mai. Research Report. Chiang Mai :The Faculty of Economics Maejo University, 63-64. (in Thai)
- Maejo University.(2013). The 15-year strategic development plan of Maejo University(2012-2026).Chiang Mai : Maejo University. (in Thai)
- Manit Rattanasuwon and Somruedee Srijanya. (2011). **Marketing Strategy**. Bangkok: Sukkum Printing. (in Thai)
- Okama Jakae.(2007). **The Organic alternative market management. The case study of Mae Ta Sustainable Agriculture Co-operative Thumbol Mae Ta Mae-on Sub District Chiang Mai**. Thammasat University/Bangkok. (in Thai)
- Panuwat Konsub.(2008). **The demand of consumers to purchase the organic agriculture product for the organic producer network in Chiang Mai**. (The thesis of Master Degree) Maejo University. (in Thai)
- Philip Kotler. (2003). Marketing Management. Englewood Cliff: Prentice Hall.
- Phusanisa Dechthagrun and Preeda Srinaruewan. (2009). The consumers' need and behaviour to organic agriculture product of the community enterprise in Chiang Mai. Research report. Chiang Mai: Maejo University, 71-75. (in Thai)
- Piyawan Siriprasertsilapa Kunpatsawee Komthonjaroen Anucha Kuntharadussadee Sophol Fongphet. (2019). The consumption of organic food and product of the people in Amphur Sansai Chiang Mai. **The Journal of Graduate Studies of Chiang Rai Rajabhat**. 12(6). May –August 2019, 105-117. (in Thai)
- Soisuda Sangchan. (2017). **The guidelines of increasing productivity of organic agriculture product (organic vegetable) of Ban Tha Suea community's members Amphur Kangkachan Petchaburi**. Business Administration Thesis. (in Thai)

Suporn Saereerat. (2001). **Consumer Behavior**. Bangkok : A.R. Business Press. (in Thai)

The Office of Health Promotion Foundation. (2014). The annual report for 2014 of
The Office of Health Promotion Foundation. Retreved December31, 2018,
from <http://resource.thaihealth.or.th/library/musthave/15462>. (in Thai)

Tongchai Santiwong. (1992). **Management Strategy**. Rungsang Printing, Bangkok.
(in Thai)

Wookey, B..(1987). Rushall : The Story of an Organic Farm. New York: Basil Blackwell.