

บทคัดย่อ

จังหวัดเชียงรายเป็นแหล่งผลไม้ที่มีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร โดยเฉพาะการปลูกส้มเขียวหวาน ซึ่งมีสายพันธุ์ที่สำคัญคือ พันธุ์สายน้ำผึ้งและพันธุ์สีทอง ที่มีการปลูกกระจายเกือบทุกอำเภอ ทั้งนี้จากการสำรวจในปี 2546 พบว่าพื้นที่ปลูกส้มของเกษตรกรในจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่รวมกันประมาณ 15,000 ไร่ อย่างไรก็ตามปัญหาในด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดยังคงเป็นปัญหาสำคัญของเกษตรกร อันเนื่องมาจากปัญหาพื้นฐานที่สำคัญคือการขาดข้อมูลข่าวสารการตลาด การขาดการรวมกลุ่มที่จริงจัง การบริหารการผลิตไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เป็นต้น ปัญหาดังกล่าวนับว่าเป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดที่สำคัญของเกษตรกรผู้ปลูกส้ม การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบการบริหารจัดการตลาดส้มของเกษตรกร น่าจะเป็นแนวทางที่สามารถนำไปสู่กระบวนการแก้ปัญหาในอนาคต

สำหรับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยรูปแบบและแนวทางในการจัดการด้านการตลาดส้มปลอดภัยภายในประเทศ และเพื่อศึกษาผลลัพธ์ในเชิงเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ปลูกส้มในการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า การพัฒนาการสร้างเครือข่ายผู้ปลูกส้มปลอดภัยยังคงมีปัญหาในหลายประการซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาให้เครือข่ายเกษตรกรมีความเชื่อมโยงและพัฒนาไปสู่องค์กรเกษตรกรที่เข้มแข็ง ปัญหาสำคัญประกอบไปด้วย การเข้ามามีส่วนร่วมของสมาชิกระบบการสื่อสารระหว่างกลุ่มและสมาชิกไม่มีประสิทธิภาพ การขาดแคลนทุนในการดำเนินการของกลุ่ม อย่างไรก็ตามสิ่งที่มีการพัฒนาอย่างเห็นได้ชัดคือการประสานงานระหว่างกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกส้ม มีการประสานงานกันอย่างใกล้ชิดมากขึ้น

การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตส้มปลอดภัย มีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาบูรณาการร่วมกับแนวทางการจัดการและการพัฒนาส้มในระบบใหม่ ซึ่งได้แก่การใช้ปุ๋ยเคมีในช่วงและระยะเวลาที่เหมาะสมกับความต้องการของต้นส้ม เกษตรกรมีความเข้าใจในความสำคัญของกระบวนการผลิตที่เน้นความสำคัญในการจัดการกับการผลิตที่ปลอดภัย ในส่วนของการตรวจสอบคุณภาพส้ม เกษตรกรให้ความสำคัญกับการส่งตัวอย่างเพื่อการตรวจสอบราคาค้าง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและความรับผิดชอบต่อการสร้างผลผลิตที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้บริโภค และเป็นแนวโน้มที่ดีต่อการขยายผลไปยังเกษตรกรรายอื่นๆ ต่อไป

ในการพัฒนาช่องทางทางการจัดจำหน่ายของเกษตรกร มีการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่เพิ่มขึ้นและสำหรับช่องทางการตลาดเดิมมีการพัฒนารูปแบบและเงื่อนไขการจำหน่ายที่เหมาะสมมากขึ้นกว่าเดิม

สำหรับช่องทางการตลาดใหม่ กลุ่มเกษตรกรมีการแสวงหาช่องทางการตลาดใหม่ๆ โดยการออกสำรวจแหล่งรับซื้อผลผลิตในภูมิภาคต่างๆ เช่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดนครปฐมฯ นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายผลผลิตผ่านระบบห้างค้าส่งเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งที่จะรักษาคุณภาพของส้ม พร้อมทั้งพัฒนาระบบขนส่งทำให้สามารถลดต้นทุนในการขนส่ง และสามารถขนส่งผลผลิตไปยังผู้ซื้อได้ในระยะเวลาที่กำหนด

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาลดต้นทุนเชิงเศรษฐกิจของเกษตรกรพบว่า รายได้เฉลี่ยของเกษตรกรที่ลดลง จากการจำหน่ายผลผลิตส้มนั้น ปัจจัยสำคัญคือระดับราคาของส้มในปี 2547/2548 มีระดับราคาที่ต่ำกว่าในปีที่ผ่านมา

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะที่สำคัญ เช่น ควรมีการกำหนดมาตรฐานผลไม้ปลอดภัยในแต่ละชนิดที่ชัดเจน เพื่อเป็นมาตรฐานตัววัดและเปรียบเทียบ (Benchmark) ที่น่าเชื่อถือและสามารถนำไปปฏิบัติได้ การให้บริการรับรองความปลอดภัยของผลไม้อาจมอบหมายหรือมอบอำนาจในการตรวจวิเคราะห์พร้อมทั้งการมอบอำนาจในการออกใบรับรองให้กับห้องปฏิบัติการที่มีมาตรฐานทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เช่น ห้องปฏิบัติการของสถาบันการศึกษาต่างๆ เพื่อเป็นการลดระยะเวลาในการรอผลการตรวจวิเคราะห์ และลดค่าใช้จ่ายของเกษตรกรลง และการส่งเสริมให้มีการขยายการผลิตผักผลไม้ปลอดภัยให้มากขึ้น โดยภาครัฐควรมีข้อกำหนดหรือบทบัญญัติทางกฎหมายเพื่อการสนับสนุนเกษตรกรกลุ่มดังกล่าว ทั้งนี้อาจกำหนดให้เกษตรกรได้รับผลประโยชน์ในรูปแบบการลดหย่อนภาษีรายได้ทั้งตัวเกษตรกร และผู้รับซื้อผลผลิต นอกจากนี้การกำหนดนโยบายหรือแผนเพื่อแก้ไขปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกส้มจำเป็นต้องได้รับการวางแผนอย่างจริงจัง เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการบรรจุลงในแผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์กรที่ใกล้ชิดและมีบทบาทอย่างสูงต่อการเข้ามาร่วมกำหนดขอบเขตการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น

Abstract

Chiang Rai is one of the major sources of fruits in Thailand, especially mandarin orange. Two popular breeds of mandarin orange are Sai Nampung and Sithong which are planted in almost every district of Chiang Rai. A survey in 2003 pointed out that Chiang Rai's orange farms totaled approximately 15,000 rai. However, marketing management remains the vital problem of the farmers due to the lack of marketing information, determined networking of the farmers, and market-oriented production. These are important weaknesses and threats of the orange farmers. A research into the development of marketing management for orange farmers should provide a solution for future problem-solving process.

The objectives of this research were to study the formats and measures in the management of safe oranges for the domestic market and to study economic results of marketing activities by orange farmers.

The study found that the development of safe orange farmers' network still faced many problems that prevented the linkage and development of stronger and more sustainable networks. These problems were participation of members, inefficient communication between the network and its members, and the network's lack of operating capital. However, the most improved aspect was apparently the closer coordination between the networks.

The development of safe orange production technology was found to integrate local wisdom into modern management, namely the use of chemical fertilizer in appropriate periods of orange life cycle. The farmers understood the importance of the management of safety-oriented production process. In terms of quality inspection, the farmers emphasized sending samples for inspection of chemical residue. This reflected the understanding and the responsibility of safe production, and showed good tendency for better practice among other farmers.

Regarding distribution channels, new market channels were developed while new methods and requirements for existing markets were being developed as well to streamline the marketing of the product.

Regarding the new market, the farmers' network sought out new marketing channels by surveying marketplaces for agricultural products in different regions, for example in Udonthani, Khon Kaen, Ubon Ratchathani and Nakorn Pathom provinces. Besides, it increased the sales through department stores, which required the network to develop packaging to preserve orange quality and to develop transport system to save cost and to reduce lead time for transport.

However, the study of the economic result showed that the average income of the farmers was on the decline. The main factor for this was the price of oranges in the year 2004/2005, which was lower than that of the previous years.

From the study, prime recommendations are that there should be a clear benchmarking for each kind of safe fruit which must be reliable and practical. Safety certification should be mandated and assigned to regional or central laboratories which met the required standards. These laboratories are, for example, those in educational institutes. This will help reduce the lead time and the costs for sample analysis. There should be government regulations to support the safe-fruit farmers. This could include some benefits in the form of reduced personal income tax both of the farmers and the buyers. Besides, policies or planning should be developed to solve orange farmers' problems. These plans should be included in the development plan of the local administration organization, which work closely with the farmers and are very influential in approving local resource use.