

ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกร
ปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี*

STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF THE MODERN ORGANIC RICE
MARKET OF ORGANIC RICE FARMERS IN UDON THANI PROVINCE

ประสพชัย ชูตระกูล

Prasobchai Chutrakun

บุษกร สุขแสน

Bussagorn Suksan

กฤตติกา แสนโภชน

Krittikar Sanposh

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Udon Thani Rajabhat University, Thailand

E-mail: prasobchaichutrakun@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี ดำเนินการ 2 ระยะ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ได้แก่ ระยะที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง 161 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ระยะที่ 2 ดำเนินการ 2 ขั้นตอน 1) จัดทำร่างการพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี กลุ่มเป้าหมาย 17 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง 2) ยืนยันยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี กลุ่มเป้าหมาย 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาการตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานีภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทางด้าน 1) ด้านการจัดจำหน่าย 2) ด้านการใช้พลัง 3) ด้านผลิตภัณฑ์ 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านการใช้พนักงานขาย 6) ด้านราคา 7) ด้านข่าวสาร และ 8) ด้านบรรจุภัณฑ์ กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี ได้วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ได้แก่ 1) พัฒนาระบบการจัด

* Received 5 August 2022; Revised 22 August 2022; Accepted 25 August 2022



จำหน่ายให้มีความทันสมัยและเหมาะสม 2) พัฒนาการใช้พลัง ให้มีอำนาจในการต่อรอง 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงความต้องการผู้ซื้อ 4) พัฒนาการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ และ 5) พัฒนาศักยภาพผู้ขายให้ขายผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อทำการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ภาพรวมมีความเหมาะสมและด้านความเป็นไปได้ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.51 ถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมิน

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์การพัฒนา, ตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่, กลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์

Abstract

The objectives of this research article were to study of problems in the development and to formulate a Strategy for The Development of the Modern Organic Rice Market of Organic Rice Farmers in Udon Thani Province in 2 phases. Mixed methods research. Phase 1: The populations 161 peoples, tools used the questionnaire. Phase 2: 2 steps: Step 1: create a draft Strategy for the Development of the Modern Organic Rice Market of Organic Rice Farmers in Udon Thani Province. The target group is 17 peoples. The research instruments used and semi-structured Interview. The Step 2 Confirm the strategy of developing a new era of organic rice market among farmers growing organic rice. Udon Thani Province. The target group is 30 peoples, the research instruments used the feasibility and feasibility assessment form. The data was analyzed statistics including: frequency, percentage, mean and standard deviation. Summary. The research results showed that: the problems in the development of the Modern Organic Rice Market of Organic Rice Farmers in Udonthani Province, 1) distribution, 2) use, 3) product, 4) marketing promotion, 5) use of salespeople, 6) price, 7) news and 8) packaging. Strategy for The Development of the Modern Organic Rice Market of Organic Rice Farmers in Udonthani Province Achieved the vision, mission, goals and 5 strategic which were 1) Develop a distribution system to be modern and appropriate, 2) the use of power to have the power to negotiate, 3) Develop products to have a variety of products that meet the needs of buyers, 4) Develop modern marketing promotion and 5) Developing sellers' potential to sell organic rice products with efficiency. When confirming the strategy, it was found that the overall was appropriate. And



the possibility of the high level, the mean higher than 3.51 is considered to pass the assessment criteria.

Keywords: Strategy for the Development, Modern Organic Rice Market, Organic Rice Farmers

บทนำ

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับเกษตรอินทรีย์ เริ่มด้วยกรมวิชาการเกษตรได้ริเริ่มจัดทำตรารับรองเกษตรอินทรีย์ "Organic Thailand" มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 โดยใช้เฉพาะกับผลิตภัณฑ์พืชอินทรีย์ ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานของสถาบันพืชอินทรีย์ของกรมวิชาการเกษตร แต่ต่อมามีกรมอื่น ๆ ในกระทรวงเกษตรฯ ได้พัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ขึ้นเองเช่น สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) ที่ได้พัฒนามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับประเทศขึ้น มีการตรวจรับรองตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับประเทศ (ที่กำหนดโดย มกอช.) และได้ผลักดันให้ทุกหน่วยงานในกระทรวงเกษตรฯ ปรับเปลี่ยนมาใช้ตรากลางเดียวกัน "Organic Thailand" (กรมวิชาการเกษตร, 2562) ความสำคัญอีกประการหนึ่งข้าวนอกจากเป็นอาหารเพื่อการยังชีพและเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการดำรงชีวิตของคนไทยแล้วข้าวยังจัดว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย ซึ่งนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันประเทศไทยจัดได้ว่าเป็นประเทศที่มีการส่งออกข้าวเป็นอันดับต้น ๆ ของโลกจากการรายงานข้อมูลขององค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติปี 2556 (กรมการข้าว, 2559)

ปัจจุบันจังหวัดอุดรธานีได้ดำเนินการพัฒนาเกษตรกรเข้าสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ปี 2557 โดยให้การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 2 ชนิด ได้แก่ ข้าวและพืชผสมผสาน ซึ่งสินค้าเหล่านี้จังหวัดได้เชื่อมโยงตลาด Modern Trade ได้แก่ Tops Market ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่าอุดรธานี และ Tops Superstore สาขาหนองหานและตลาดเกษตรกร (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอุดรธานี, 2560)

อย่างไรก็ตามแม้ว่าจังหวัดอุดรธานี จะมีการพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานการทำการเกษตรปลอดภัยและเกษตรอินทร์ เกษตรกรผู้ทำเกษตรอินทรีย์ โดยเฉพาะข้าวอินทรีย์ ได้แก่ ข้าวขาวดอกมะลิ 105 ข้าวข.6 ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวเหนียวดำ ข้าวมะลิแดง ข้าวหอมนิล ยังมีปัญหาและอุปสรรคหลัก 3 ประเด็น ประเด็นแรก คือ ปัญหาด้านการผลิต เนื่องจากการผลิตข้าวอินทรีย์ยังเป็นการผลิตในลักษณะขนาดเล็ก เกษตรกรยังไม่สามารถผลิตในระดับใหญ่ได้ และการทำผลิตข้าวอินทรีย์มีความเสี่ยงจากความเสียหายของผลผลิตสูงกว่าเนื่องจากการไม่ใช้สารเคมี ทำให้ปริมาณผลผลิตต่อไร่ต่ำและมีต้นทุนการผลิตสูง ส่งผลให้ปริมาณข้าวอินทรีย์ที่ออกสู่ตลาดน้อย ส่วนประเด็นที่สองคือ ปัญหาด้านการตลาด สำหรับตลาดในประเทศยังคงมีกลุ่มผู้บริโภคจำกัด เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังมีราคาสูง ขณะเดียวกัน



ประชาชนเองก็ยิ่งขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร สำหรับตลาดส่งออกไทยยังคงเผชิญอุปสรรคสำคัญ คือ ปัญหาการผลิตให้ได้มาตรฐานตามแนวทางการผลิตเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่ยอมรับตามหลักมาตรฐานสากล ไทยยังคงขาดองค์กรที่มีเอกภาพซึ่งให้การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ (Certified Body) ในระดับโลก ประเด็นสุดท้าย คือ การแปรรูปข้าวอินทรีย์ให้เป็นเกษตรอุตสาหกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวอินทรีย์ยังมีน้อย และมีประสิทธิภาพต่ำกว่ามาตรฐานสากล (ภาคภูมิ ปุฒมาศ และธนภุต ทวีสุทธิ, 2560)

จากความสำคัญที่กล่าวมานั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี เพื่อนำข้อมูลที่ได้เป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดข้าวอินทรีย์ให้ต่อยอดการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed methods research)
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population) ที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 1 คือ เกษตรกรผู้เกี่ยวข้องในการผลิตข้าวอินทรีย์ ของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ในจังหวัดอุดรธานี ผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ 11 กลุ่ม จำนวนเกษตรกร 161 ราย (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอุดรธานี, 2560) ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการวิจัยปรากฏดังตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างจากการศึกษาประชากรทั้งหมด

ลำดับที่	ชื่อกลุ่ม	ประชากร
1	กลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์บ้านหันเทา	15
2	กลุ่มข้าวอินทรีย์แปลงใหญ่จัดรูปที่ดินตำบลปะโค	24
3	กลุ่มข้าวอินทรีย์ข้าวบ้านหนองโสกดาว	22
4	กลุ่มโพนสูงรักถิ่นเกษตรกรยั่งยืน	18
5	กลุ่มนาอินทรีย์บ้านดอนแคน	12
6	กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์บ้านท่าเสียว	11



ลำดับที่	ชื่อกลุ่ม	ประชากร
7	กลุ่มเกษตรกรทฤษฎีใหม่อินทรีย์	13
8	กลุ่มเกษตรกรสามัคคีบ้านสันติธรรม	9
9	กลุ่มนาทมเกษตรอินทรีย์	10
10	กลุ่มข้าวอินทรีย์บ้านช้าง	8
11	กลุ่มผลิตข้าวอินทรีย์บ้านนำซิมกลาง	19
รวม		161

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 2 ตอนที่ 1 ได้แก่ 1) ผู้นำเกษตรกรที่ปลูกข้าวอินทรีย์พื้นที่จังหวัดอุดรธานีจำนวน 5 คน 2) หน่วยงานสนับสนุนทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 5 คน และเกษตรกรที่ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับ จำนวน 7 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 17 คน ที่มีคุณสมบัติเป็นที่ยอมรับในพื้นที่ และมีประสบการณ์เกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ไม่น้อยกว่า 5 ปี

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยระยะที่ 2 ตอนที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จำนวน 9 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert Method) (ยุทธ ไกยวรรณ, 2545) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ โดยนำข้อมูลการวิจัยระยะที่ 1 มาเป็นข้อมูลสำคัญ ดำเนินการดังนี้ 1) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis 2) จัดทำร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และการใช้ภาษา (Wording) แล้วนำคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คนมาหา ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับจุดประสงค์ที่ต้องการวัด (Index of Item - Objective Congruence : IOC) ตลอดจนความครอบคลุมของข้อคำถามและความชัดเจนของภาษา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป ซึ่งได้ค่า IOC ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.67 - 1.00 ถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหา จากนั้นนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน จำนวน 30 คน พื้นที่จังหวัดหนองคาย เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha - coefficient) ของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 9.65 ถือว่ายอมรับได้และสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้



4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการโดยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และชี้แจงเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ชื่อเรื่องการวิจัย วัตถุประสงค์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ การเก็บข้อมูลที่เป็นความลับ การนำเสนอผลการวิจัยโดยภาพรวม

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้สถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสรุปผล (บุญชม ศรีสะอาด, 2546) และวิเคราะห์เนื้อหา เนื่องจากข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเอกสารมีลักษณะเป็นข้อความบรรยาย ที่ได้จากการจดบันทึกมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากเอกสาร สรุปการสนทนากลุ่มเป็นภาพรวม

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี สรุปผลการวิจัยรายละเอียดดังนี้

ระยะที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัญหาการตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 161 คน จำแนกตามสถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00 มีสถานภาพพบว่า สมรส จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 67.70 อายุ 51 - 55 ปี พบว่า จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 36.02 ประสบการณ์เกี่ยวดำเนินการเกี่ยวกับข้าวอินทรีย์ พบว่า จำนวน 11 - 15 ปีขึ้นไป จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 53.42 และสภาพปัญหาการตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลำดับที่ 1 ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.57$) ลำดับที่ 2 ด้านการใช้พลัง ($\bar{X} = 3.54$) ลำดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.53$) ลำดับที่ 4 ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.51$) ลำดับที่ 5 ด้านการใช้พนักงานขาย ($\bar{X} = 3.46$) ลำดับที่ 6 ด้านราคา ($\bar{X} = 3.41$) ลำดับที่ 7 ด้านข่าวสาร ($\bar{X} = 3.40$) และ ลำดับที่ 8 ด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.02$) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับสภาพปัญหาการพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี ภาพรวม

สภาพปัญหาการพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี	สภาพปัญหา	แปลผล
	($\bar{X}$)	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.53	มาก
2. ด้านราคา	3.41	ปานกลาง
3. ด้านการจัดจำหน่าย	3.57	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51	มาก



สภาพปัญหาการพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี	สภาพปัญหา	แปลผล
	($\bar{x}$)	
5. ด้านบรรจุภัณฑ์	3.02	ปานกลาง
6. ด้านการใช้พนักงานขาย	3.46	ปานกลาง
7. ด้านข่าวสาร	3.40	ปานกลาง
8. ด้านกลยุทธ์การใช้พลัง	3.54	มาก
รวม	3.43	ปานกลาง

ระยะที่ 2 ผลการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

1. ผลการจัดทำร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี พบว่า ได้วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ประเด็น ได้แก่ 1) พัฒนาระบบการจัดจำหน่ายให้มีความทันสมัยและเหมาะสม 2) พัฒนาการใช้พลัง ให้มีอำนาจในการต่อรอง 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงความต้องการผู้ซื้อ 4) พัฒนาการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ และ 5) พัฒนาศักยภาพผู้ขายให้ขายผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการยืนยันร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี พบว่า ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ทุกด้าน เมื่อนำค่าเฉลี่ยที่ได้จากการประเมินไปเทียบกับเกณฑ์การประเมินที่กำหนดไว้ คือ ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป ผลการประเมินสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จึงถือได้ว่าผ่านเกณฑ์การประเมิน

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยทำการอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัญหาการตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี พบว่า สภาพปัญหาการตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี ลำดับที่ 1 ด้านการจัดจำหน่าย ลำดับที่ 2 ด้านการใช้พลัง ลำดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 4 ด้านส่งเสริมการตลาด ลำดับที่ 5 ด้านการใช้พนักงานขาย ลำดับที่ 6 ด้านราคา ลำดับที่ 7 ด้านข่าวสาร และ ลำดับที่ 8 ด้านบรรจุภัณฑ์ เห็นด้วยกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปริญ ลักขิตานนท์ศุภกร กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญในการส่งเสริมการตลาดที่เป็นปัญหาหนึ่งในการตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานีซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นกลยุทธ์



การตลาดแบบ 8P โดยกลยุทธ์ 8P ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) ผลิตภัณฑ์นั้นมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายได้ ผลิตภัณฑ์ที่ต้องตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ รวมไปถึงการคิดเปรียบเทียบกับคู่แข่งทางการตลาด เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ 2) กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) กลยุทธ์ทางด้านราคาจะต้องคำนึงถึงต้นทุนของการผลิต และจะต้องมีราคาขายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เหมาะสมกับงบประมาณของผู้บริโภค โดยที่จะต้องคำนึงถึงสภาพการแข่งขันของสินค้าชนิดนั้น ๆ 3) กลยุทธ์สถานที่ (Place Strategy) สถานที่จัดจำหน่าย หรือช่องทางการจัดจำหน่าย นักธุรกิจหรือผู้ดำเนินการทางธุรกิจจะต้องพิจารณาให้ดี เพราะช่องทางที่เลือกใช้ในการจัดจำหน่ายสินค้าหรือกระจายสินค้า 4) กลยุทธ์โปรโมชัน (Promotion Strategy) โปรโมชัน หรือการส่งเสริมการตลาด เป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างมากในการขายสินค้า และเพิ่มประสิทธิภาพในการขายได้เป็นอย่างดี แต่จะต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดอื่น ๆ เช่น การลด แลก แจก แถมสินค้า 5) กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy) บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก เพราะเปรียบเสมือนหน้าตาของแบรนด์ หรือของสินค้านั้น ๆ รวมถึงยังเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็นจึงสามารถสร้าง First Impression ได้ 6) กลยุทธ์บุคลากร / พนักงานขาย (Personal Strategy) ผู้ขายหรือพนักงานขายเป็นกลยุทธ์แบบเฉพาะตัวบุคคล ไม่ได้มีสูตรตายตัว หรือมีแพทเทิร์นที่สามารถลอกเลียนแบบกันได้ง่ายส่วนที่ช่วยให้บรรลุผล 7) กลยุทธ์ข้อมูลข่าวสาร (Public Relation Strategy) ข่าวสาร เป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างทัศนคติที่เป็นบวกต่อสินค้าและธุรกิจ เป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการชักจูงผู้บริโภคได้ ซึ่งมีความสำคัญมากในปัจจุบัน และ 8) กลยุทธ์ด้านพลัง (Power Strategy) จะเห็นว่าปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลกระทบต่อการวางแผนการตลาด เกี่ยวข้องกับอำนาจในการต่อรองแลกเปลี่ยนทางการค้า รวมถึงข้อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางการค้ากับคู่แข่งในตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และปริญ ลักขิตานนท์ศุภกร, 2541) และงานวิจัยของ อติสร สิทธิเวช วิจัยเรื่องแนวทางการยกระดับราคาผลผลิตข้าวอินทรีย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรอินทรีย์ร่วมใจพัฒนาอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการทำการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถใช้โอกาสที่ฝ่ายการเมืองและหน่วยงานพัฒนาต่าง ๆ สนับสนุนการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ลูกค้านักค้าสามารถหาข้อมูลข้าวอินทรีย์ผ่านเทคโนโลยีได้รวมทั้งมีโอกาสดึงดูดคนต้นตัวด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้นอย่างไรก็ดีปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจซบเซาทำให้ผู้บริโภคต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ราคาไม่แพงและพบคู่แข่งสำคัญคือโครงการหลวงที่มีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี อย่างไรก็ตามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็มีจุดแข็งที่มีประสบการณ์ด้านการปลูก การได้รับการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ ค่อนข้างมาก จุดอ่อนของกลุ่มคือมีเงินทุนน้อยมีความสามารถทางเทคโนโลยีไม่เพียงพอและยังไม่มีทำเลขายที่เจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่ทำงานในเขตเมืองได้ (อติสร สิทธิ



เวช, 2559) อีกทั้งยังมีการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการผลิตและการจำหน่ายข้าวอินทรีย์และการวิเคราะห์เส้นทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจผลิตข้าวอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตข้าวอินทรีย์โดยรวมมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมและบริการ รองลงมา คือ ด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจ (สุรัชย์ กังวล, 2559) นอกจากนี้การศึกษาของ ขวัญ เพชรสว่าง และคณะ ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัญหาแรงจูงใจและปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสู่การผลิตข้าวอินทรีย์ของเกษตรกร จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยระดับการคำนึงถึงสุขภาพของหัวหน้าครัวเรือน จำนวนครั้งที่ได้รับการอบรมและความเข้าใจในข้อมูลการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ มีผลกระทบทางบวกต่อการยอมรับการผลิตข้าวอินทรีย์ อย่างไรก็ตามปัจจัยระดับการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือน ปริมาณหนี้สินของครัวเรือน ต้นทุนการปลูกข้าวและอุปสรรคในการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ มีผลกระทบเชิงลบต่อการยอมรับการผลิตข้าวอินทรีย์ของครัวเรือนเกษตรกร ดังนั้นถ้าภาครัฐต้องการสนับสนุนให้เกษตรกรสามารถผลิตให้ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ควรส่งเสริมให้เกษตรกรคำนึงถึงสุขภาพ มีการอบรมเกษตรกรอินทรีย์จำนวนมาก สร้างความเข้าใจในข้อมูลการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์และพยายามลดอุปสรรคในการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ให้มากที่สุด (ขวัญ เพชรสว่าง และคณะ, 2559) และการศึกษาเรื่อง การผลิตและการจำหน่ายข้าวอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดอุบลราชธานี การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาการผลิตและการจำหน่ายข้าวอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า สภาพปัญหาการปลูกข้าวอินทรีย์ ของเกษตรกร ร้อยละ 32 มีการคัดพันธุ์และเปลี่ยนพันธุ์ข้าวในทุกปี ขั้นตอนเตรียมดินคือ ไถตะ ไถแปร ไถคลาด ทำเทือกนา และปรับสภาพดิน ร้อยละ 64 ใช้ปุ๋ยอินทรีย์และสารสกัดชีวภาพในการปรับสภาพดิน ปลูกข้าวโดยการปักดำกำจัดวัชพืชด้วยมือโดยการถอน การเก็บเกี่ยว ร้อยละ 73 เกี่ยวข้าวด้วยมือ และร้อยละ 27 เกี่ยวข้าวด้วยเครื่องจักร เกษตรกรร้อยละ 40 เก็บเมล็ดพันธุ์ข้าวไว้ปลูกในฤดูกาลถัดไปและปลูกพืชตระกูลถั่วคลุมดิน โดยเกษตรกรมีพื้นที่เฉลี่ย 12.74 ไร่ และพื้นที่ในการเพาะปลูกข้าวเฉลี่ย 12.58 ไร่ เกษตรกรผลิตข้าวอินทรีย์เฉลี่ย 4,616.86 กิโลกรัม คิดเป็น 367 กิโลกรัมต่อไร่ การจัดการผลผลิต เพื่อการบริโภคในครัวเรือนเฉลี่ย 1,336.12 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 29.00 ที่ เหลือเก็บเป็นพันธุ์ข้าวและชำระหนี้สิน เฉลี่ย 2,538.89 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 54.63 โดยมีการจำหน่ายผลผลิตเฉลี่ย 741.85 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 16.06 ของผลผลิตทั้งหมดจากสมาชิกผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ และเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น (ธนพนธ์ อิศงค์ และคณะ, 2560) อีกทั้ง ยุพิน เกื้ออนศรี และนิชภา โมราถบ ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลวังกะพือ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลวังกะพือ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มด้านการผลิต ได้แก่ ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและความเชื่อของเกษตรกรในการหันมาใช้อินทรีย์แทนปุ๋ยเคมี โดยมีเกษตรกรจำนวนมากที่ยังคงมีความเชื่อแบบเดิม ๆ ว่าการผลิตโดยใช้เคมีจะให้ผลผลิตต่อหน่วยมากกว่าการผลิตแบบปลอดภัย



ทำให้เกษตรกรเปลี่ยนแปลงความเชื่ออย่างยั่งยืน เป็นปัจจัยที่จะเป็นเงื่อนไขไปสู่ความสำเร็จของการผลิตข้าวปลอดภัยสาธิต ในด้านปัจจัยในการผลิตพันธุ์ข้าว อาจจะได้คุณภาพและเพียงพอต่อการผลิต ผลภาวะเนื่องจากพื้นที่การผลิตอยู่ใกล้โรงงานน้ำตาล ซึ่งมีการปล่อยสารเคมีทางน้ำ และการพ่นหมอกควันและการปลูกข้าวปลอดภัยสาธิต อาจจะทำให้ผลผลิตต่อหน่วยลดลง อาจทำให้ไม่เป็นที่สนใจแก่เกษตรกร การเข้าสู่กระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบนั้น มีกระบวนการที่ค่อนข้างยุ่งยาก และซับซ้อน รวมทั้งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกระบวนการหลายฝ่ายด้วยกัน จึงทำให้มีจำนวนเกษตรกรที่มีการผลิตข้าวอินทรีย์อย่างเต็มรูปแบบยังคงมีจำนวนไม่มากนัก รวมทั้งการสร้างเครือข่ายทั้งด้านการผลิตและการตลาดข้าวอินทรีย์ในพื้นที่ตำบลวังกะพังยังไม่ชัดเจนเป็นรูปธรรม ในการวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการพัฒนาต่อยอดจากกลุ่มเกษตรกรที่ได้เริ่มต้นมาแต่เดิม และมีการสร้างเครือข่ายรวมทั้งการพัฒนาเครือข่ายของเกษตรกรเพื่อดำเนินการเข้าสู่การผลิตข้าวอินทรีย์ต่อไป ที่เป็นเช่นนั้นอาจส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดด้านการผลิตและการใช้อำนาจต่อรองราคา เนื่องจากหากมีการผลิตจำนวนมาก หากมีเครือข่ายจะสามารถทำให้การใช้พลังในการต่อรองราคามีประสิทธิภาพมากกว่ายิ่งขึ้น (ยุพิน เกื้ออนศรี และนิชภา โมราถบ, 2563) แตกต่างกับ ศานิต เก้าเอี้ยน ได้วิจัยเรื่องการยกระดับมูลค่าเพิ่มข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ผลิตโดยเกษตรกรรายย่อยการทำนาอินทรีย์ต้องมีการรวมกลุ่มผลิต รวมกลุ่มแปรรูป และรวมกลุ่มจำหน่ายจึงจะมีความสำเร็จและยั่งยืน การส่งเสริมให้ชาวนาทำการผลิตข้าวอินทรีย์เกิดความสำเร็จได้ มีปัญหาด้านขาดแคลนแรงงาน และขาดน้ำนอกจากนี้ก็เป็นปัญหาที่ดินขาดความอุดมสมบูรณ์และน้ำท่วม ส่วนใหญ่ในการทำนาของชาวนาไม่เคยคิดต้นทุนผลตอบแทนทำด้วยความเคยชิน ชาวนายังขาดความรู้เรื่องการบริหารจัดการผลผลิตสู่ตลาด ยังคงมีปัญหาเรื่อง เพราะเป็นการทำนาอาศัยน้ำฝน ทำให้ควบคุมน้ำไม่ได้เจอฝนแล้ง ต้องมีการวางแผนการผลิตและรวมกลุ่มการผลิตปัจจัยการผลิตและรวมกลุ่มการผลิตปัจจัยการผลิต แบ่งงานกันทำตามความสามารถโดยเฉพาะเมล็ดพันธุ์ข้าวหอมมะลิพันธุ์ดีที่ผลิตอย่างถูกต้องมีคุณภาพ ต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการที่ตรวจสอบได้ และมีส่วนร่วมจากสมาชิก (ศานิต เก้าเอี้ยน, 2558) และแตกต่างจาก พรทิพย์ ถาบรรแก้ว วิจัยแนวทางการพัฒนาและสร้างกระบวนการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มชาวนาอินทรีย์ กรณีศึกษา กลุ่มข้าวคุณค่าชาวนาคณธรรม อำเภอบัวตี่ จังหวัดยโสธร จากการสรุปบทเรียนก่อนการดำเนินงานวิจัยมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ถูกกำหนดโดยหน่วยงานภายนอก ระบบการทำเกษตรอินทรีย์ที่จะต้องมีการเตรียมการและทำงานอย่างต่อเนื่อง ทั้งก่อนและหลังฤดูปลูกก็ยังคงทำงานอยู่เช่นเดิม ซึ่งเป็นลักษณะที่เกษตรกรทั่วไปถือว่าเป็นวิถีชีวิตที่หนักและเหน็ดเหนื่อยหรืออาจเทียบได้ว่า มีคุณภาพชีวิตที่ค่อนข้างต่ำโดยไม่ได้พิจารณาถึงคุณภาพชีวิตที่แท้จริง ในการทำงานเพื่อการพึ่งพาตนเอง ผลิตอาหารเองที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูง ความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์เชิงคุณธรรมในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยพิจารณาถึงการพัฒนาศักยภาพ การระดมทุน การเตรียมการ ทุนที่ต้องใช้ ผลตอบแทนที่ได้รับ ต้องใช้ตามเงื่อนไข



ของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสม มติด้านสุขภาพ เกษตรอินทรีย์คุณธรรมจะส่งเสริมและสร้างความยั่งยืนให้กับสุขภาพ เกษตรอินทรีย์คุณธรรมจึงมุ่งที่จะผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูง และมีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อสนับสนุนให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น มติด้านระบบนิเวศ เกษตรอินทรีย์คุณธรรมตั้งอยู่บนรากฐานของระบบนิเวศวิทยา ช่วยทำให้ระบบและวัฏจักรแห่งธรรมชาติยั่งยืน การผลิตการเกษตรอินทรีย์จึงต้องพึ่งอาศัยขบวนการทางนิเวศวิทยา และวงจรของธรรมชาติ การจัดการเกษตรอินทรีย์จึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขทั้งถิ่น ภูมิประเทศ วัฒนธรรม และเหมาะสมกับขนาดของฟาร์ม มติด้านความเป็นธรรม ในด้านการดูแลเอาใจใส่ การจัดการเกษตรอินทรีย์เชิงคุณธรรมต้องดำเนินการอย่างระมัดระวัง การรับผิดชอบเพื่อปกป้องความเป็นอยู่ของผู้คนในปัจจุบันและอนาคตรวมทั้งปกป้องสภาพแวดล้อม โดยรวมด้วย ต้องระมัดระวังอย่าให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (พรทิพย์ ถาบรรณแก้ว, 2558)

2. ผลการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี ได้ 5 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาระบบการจัดจำหน่ายให้มีความทันสมัยและเหมาะสม ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการใช้พลัง ให้มีอำนาจในการต่อรองประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายตรงความต้องการผู้ซื้อ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาการส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาศักยภาพผู้ขายให้ขายผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์อย่างมีประสิทธิภาพ ในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ จะประกอบไปด้วย 1) เป้าประสงค์ 2) กลยุทธ์ 3) โครงการ และ กฎกติกา แส่นโภชน์ และบุษกร สุขแสน ได้กล่าวถึงการท่ายุทธศาสตร์ว่ามีจุดหมายที่จะเพิ่มพูนความเป็นไปได้ที่จะชนะและผลสืบเนื่อง โดยลดโอกาสพ่ายแพ้ (กฎกติกา แส่นโภชน์ และบุษกร สุขแสน, 2563) ขณะ เมตต์ เมตต์การุณจิต ได้อธิบายยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ หมายถึง การวางแผนทางในการใช้ทรัพยากรเหนือคู่แข่งปรับเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง สร้างวิกฤตให้เป็นโอกาสเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย (เมตต์ เมตต์การุณจิต, 2556) อีกทั้งการศึกษาของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ ได้วางแผนทาง ในการจัดทำยุทธศาสตร์ (กลยุทธ์) ให้ส่วนราชการนำไปปฏิบัติตามแนวทางการบริหารที่ดี (Good Governance) ให้มีความสำคัญกับวิธีกำหนดเป้าประสงค์ เชิงยุทธศาสตร์ (กลยุทธ์) ยกระดับความสามารถการแข่งขันผลการดำเนินงานโดยรวม ความสำเร็จในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2562) นอกจากนี้การศึกษางานวิจัยของ สุรัชย์ กังวล เรือง กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการผลิตและการจำหน่ายข้าวอินทรีย์และการวิเคราะห์เส้นทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจผลิตข้าวอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตข้าวอินทรีย์โดยรวมมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมและบริการ รองลงมา คือ ด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ (สุรัชย์ กังวล, 2559) และการศึกษาของ อนุรุท อินทวงศ์ เรื่อง ความรู้ ทักษะคติ และการปฏิบัติของเกษตรกรตามมาตรฐานข้าวอินทรีย์ส่งออกในภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า การติดต่อกับเจ้าหน้าที่



ส่งเสริมการเกษตร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความรู้ในกระบวนการผลิตของเกษตรกร ตามมาตรฐานข้าวอินทรีย์ส่งออก ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของเกษตรกรต่อมาตรฐาน การผลิตข้าวอินทรีย์ส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับการศึกษา ผลผลิตข้าว อินทรีย์ การได้รับข้อมูลข่าวสาร และการได้รับการฝึกอบรม มีความสัมพันธ์เชิงบวก และ รายได้จากการขายข้าวอินทรีย์ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับทัศนคติของเกษตรกรต่อมาตรฐานการ ผลิตข้าวอินทรีย์ส่งออก และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติของเกษตรกรตามมาตรฐาน ข้าวอินทรีย์ส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ขนาดพื้นที่การผลิตข้าวอินทรีย์ การได้รับ ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติของเกษตรกรต่อมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ส่งออก มีความสัมพันธ์ เชิงบวก และการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการปฏิบัติของ เกษตรกรตามมาตรฐานข้าวอินทรีย์ส่งออก และปัญหาและอุปสรรคในการผลิตข้าวอินทรีย์ของ เกษตรกร คือเกษตรกรขาดแคลนแหล่งน้ำในการผลิต ส่วนใหญ่อาศัยน้ำฝน คุณภาพเมล็ดพันธุ์ ไม่ได้มาตรฐานทำให้ผลผลิตมีคุณภาพต่ำ ขาดแคลนแรงงานในการผลิต และไม่มีแรงงานรุ่น ต่อไปสืบทอด เมื่อเกิดการระบาดของโรค และแมลงศัตรูพืช ไม่สามารถป้องกันกำจัดได้ทัน และเกษตรกรไม่สามารถขยายพื้นที่การผลิตได้ เนื่องจากการจำกัดพื้นที่การผลิต ความต้องการของเกษตรกรในการผลิตข้าวอินทรีย์ คือ 1) การปรับราคารับซื้อให้เพิ่มสูงขึ้น 2) การหาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ สารชีวภัณฑ์ป้องกันกำจัดแมลงศัตรูพืช ในราคาที่ถูก และตรงตามความต้องการใช้ 3) การพัฒนาคุณภาพเมล็ดพันธุ์ข้าวให้ได้มาตรฐาน จะทำให้ ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพ และมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น และ 4) ต้องการให้บริษัทฯ จัดหาเครื่องมือ และ อุปกรณ์การเกษตร เช่น รถไถ รถปลูกข้าว รถเกี่ยวข้าว ให้กับเกษตรกรในลักษณะของการให้ยืม หรือเช่า/ซื้อในราคาที่ไม่สูงมาก ที่เป็นเช่นนั้นเนื่องจากการพัฒนาการทำการตลาดข้าวอินทรีย์ จำเป็นต้องจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อกำหนดแผนการดำเนินการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้การตลาด ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ได้รับการพัฒนาและยอมรับซึ่งจะส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นและมี คุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป (อนุรุท อินทวงศ์, 2560)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า สภาพปัญหาการตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่ม เกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดอุดรธานี พบว่า ลำดับที่ 1 ด้านการจัดจำหน่าย ลำดับที่ 2 ด้านการใช้พลัง ลำดับที่ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 4 ด้านส่งเสริมการตลาด ลำดับที่ 5 ด้านการ ใช้พนักงานขาย ลำดับที่ 6 ด้านราคา ลำดับที่ 7 ด้านข่าวสาร และ ลำดับที่ 8 ด้านบรรจุภัณฑ์ จากสภาพปัญหาข้างต้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชน องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น ควรพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ยุคใหม่ของกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัด อุดรธานี โดยวิธีการสำรวจข้อมูลสภาพเกษตรกรที่ผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ สนับสนุนให้ จัดทำแผนการตลาด การสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การศึกษาดูงานและจัดอบรมให้เกิดความรู้



ความเข้าใจ รวมถึงทักษะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ อีกทั้งควรวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์ การพัฒนาการตลาดเกษตรกรปลูกผักปลอดสารในจังหวัดอุดรธานี ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการใช้พลัง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการใช้พนักงานขาย ด้านข่าวสาร และด้านบรรจุภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

- กรมการข้าว. (2559). เทคโนโลยีการผลิตข้าวอินทรีย์. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมวิชาการเกษตร. (2562). การรับรองมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์. เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2562 จาก <https://www.doa.go.th/psco/wp-content/uploads/2020/06/B-5.pdf>
- กฤตติกา แสนโภชน์ และบุษกร สุขแสน. (2563). ยุทธศาสตร์การบริหารการจัดเก็บเงินค่ากระแสไฟฟ้าของรัฐวิสาหกิจไฟฟ้าลาว ในเขตพื้นที่นครหลวงเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ขวัญ เพชรสว่าง และคณะ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตข้าวอินทรีย์ของเกษตรกรกรณีศึกษา จังหวัดบุรีรัมย์. เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2562 จาก http://www.ecojournal.ru.ac.th/journals/1475737133_proceedings_econru_rev.pdf
- ธนพนธ์ อิศงค์ และคณะ. (2560). รูปแบบการจัดการความรู้การผลิตข้าวอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ จังหวัดอุบลราชธานี. เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2562 จาก <https://uctal.thailis.or.th/Catalog/Bibltem.aspx?BibID=b02303956>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2546). การพัฒนาหลักสูตรและการวิจัยเกี่ยวกับหลักสูตร. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- พรทิพย์ ถาบรรรแก้ว. (2558). แนวทางการพัฒนาและสร้างกระบวนการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มชาวนาอินทรีย์ กรณีศึกษา กลุ่มข้าวคุณค่าชาวนาคณธรรมาอำเภอป่าติ้ว จังหวัดยโสธร. เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2562 จาก http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Cre
- ภาคภูมิ ปุฒาศ และธนกฤต ทูริสุทธิ. (2560). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์กลุ่มเครือข่ายเกษตรประชารัฐ จังหวัดอุดรธานี. เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2562 จาก <http://uc.thailis.or.th/Catalog/Bibltem.aspx?BibID=b02915231>
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2556). ยุทธศาสตร์การพัฒนา : จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติเชิงรุก. นนทบุรี: บั๊คพอยท์.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2545). พื้นฐานการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.



- ยุพิน เกื่อนศรี และนิชชา โมราถบ. (2563). การพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ใน จังหวัดอุดรดิตถ์: กรณีศึกษา ตำบลวังกะพ้อ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรดิตถ์. วารสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 5(2), 116-132.
- ศานิต แก้วเอียน. (2558). การยกระดับมูลค่าเพิ่มข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่ผลิตโดยเกษตรกรราย ย่อย. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ ปริญ ลักขิตานนท์ศุภร. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหาร การตลาด. กรุงเทพมหานคร: อีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอุดรธานี. (2560). เกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ใน จังหวัดอุดรธานี. เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2562 จาก <https://www.doae.go.th/service.php>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2562). ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ (พ.ศ. 2564 - 2565). เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2562 จาก <http://dmsic.moph.go.th/index/detail/8768>
- สุรัชย์ กังวล. (2559). กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการผลิตและการจำหน่ายข้าวอินทรีย์และการ วิเคราะห์เส้นทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจผลิตข้าวอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่. เรียกใช้เมื่อ 20 กันยายน 2562 จาก http://164.115.28.48/?page=result_search&record_id=10152084
- อดิศร สิทธิเวช. (2559). แนวทางการยกระดับราคาผลผลิตข้าวอินทรีย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ร่วมใจพัฒนาอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. ใน รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อนุรุท อินทวงศ์. (2560). ความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติของเกษตรกรตามมาตรฐานข้าว อินทรีย์ส่งออกในภาคเหนือของประเทศไทย. ใน วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและพัฒนาชนบท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.