

การพัฒนาเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดง ของเกษตรกรในตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์

ยุพิน เกื้อนศรี

อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

lala_yupin@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาศักยภาพ ปัญหาความต้องการพัฒนา และสร้างกระบวนการพัฒนาเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงของเกษตรกรตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประชากร คือ เกษตรกรผู้ผลิตหอมแดง ตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ จำนวน 78 คน กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ แกนนำเกษตรกร ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 30 คน เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม แนวคำถามสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพด้านการผลิตของเกษตรกรดีกว่าด้านการตลาด โดยมีผลผลิตต่อไร่สูงและมีคุณภาพดี ส่วนศักยภาพด้านการตลาดอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากเกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองราคา จำหน่ายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยไม่มีการแบ่งเกรด 2) ปัญหาที่พบมี 2 ด้าน ดังนี้ ด้านการผลิต ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกมีจำนวนลดลง ผลผลิตต่อไร่ลดลง และต้นทุนการผลิตสูง ด้านการตลาด ได้แก่ ราคาผลผลิตกำหนดโดยพ่อค้าและตกต่ำ และเกษตรกรต้องการพัฒนาให้มีการผลิตหอมแดงปลอดสารเคมี 3) ผลการพัฒนาเครือข่ายมีดังนี้ เกษตรกรจดทะเบียนกลุ่มจำนวน 42 ราย โดยได้เข้าอบรมเพื่อลดต้นทุนการผลิตและการเข้าสู่มาตรฐานการผลิตอาหารปลอดภัย มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับหน่วยงานภายนอกอย่างต่อเนื่อง ส่วนข้อเสนอแนะเชิงนโยบายหน่วยงานภาครัฐควรมีการหนุนเสริมด้านการผลิตและการตลาดอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

คำสำคัญ เกษตรกรผู้ปลูกหอมแดง การพัฒนาเครือข่าย การผลิตและการตลาดหอมแดง

Research

Network Development for the Marketing and Production for Shallot Farmers in Tungyung Sub-district, Lablae District, Uttaradit Province, Thailand

Yuphin Thuansri

*Lecturer of Humanities and Social Sciences Faculty Uttaradit Rajabhat University**lala_yupin@yahoo.com*

Abstract

The aims of this research were to study shallots farmers' produce and market potential, and their problems and needs, in order to develop their production and marketing and to develop a farmers' network for production and marketing in Tungyung Sub-district, Lablae District, Uttaradit Province in Thailand. The population consisted of 78 shallot farmers in that area. The target groups were 30 farmer leaders and government representatives. The tools consisted of a questionnaire and focus group discussion guidelines. Statistics included frequency, percentage, and content analysis. The results revealed the following. 1) The potential for shallot production was better than seen in the marketing. The shallot yield per rai was high and of good quality; however, the potential for shallot marketing was at a low level because the farmers did not know the standard prices—they sold shallots in bulk without grading through middlemen. 2) There was a production problem in terms of the reduction of the number of shallot farmers, the reduction of yield per rai, and higher production costs. The problem of marketing was that the yield prices were fixed by middlemen and at a low level. 3) The results of network development included a group of 42 registering farmers that were trained to reduce production costs and to prepare for standardized safe food production through continuous sharing of knowledge and experience with external agencies. Provincial agricultural extension officers and commercial extension officers should encourage farmers to produce and market their shallots practically and continuously.

Keywords: Shallot Farmers, Network Development, Shallot Production and Marketing

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรงในทุกมิติ ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี ส่งผลให้ประชากรของโลกจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้น การทำงานในรูปแบบของเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นอยู่ในรูปแบบใด อาทิ เครือข่ายชาวนา เครือข่ายเกษตรกร เป็นต้น เป็นการร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ มีความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อน จึงนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งประโยชน์ของการทำงานแบบเครือข่าย ก่อให้เกิดผลที่ปัจเจกบุคคลไม่สามารถกระทำได้ ก่อเกิดประสิทธิภาพมากกว่า สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ได้ชัดเจนมากขึ้น (เสรี พงษ์พิศ, 2548) โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของเครือข่าย ได้แก่ ความเป็นหนึ่งเดียวกัน สมาชิกมีเจตนารมณ์ร่วมกัน มีการติดตามและประเมินผล และผู้นำเครือข่ายมีวิสัยทัศน์ (สนธยา พลศรี, 2550) ดังนั้น การสร้างและพัฒนาเครือข่ายการทำงานของกลุ่มเกษตรกรจึงนับว่ามีความสำคัญ

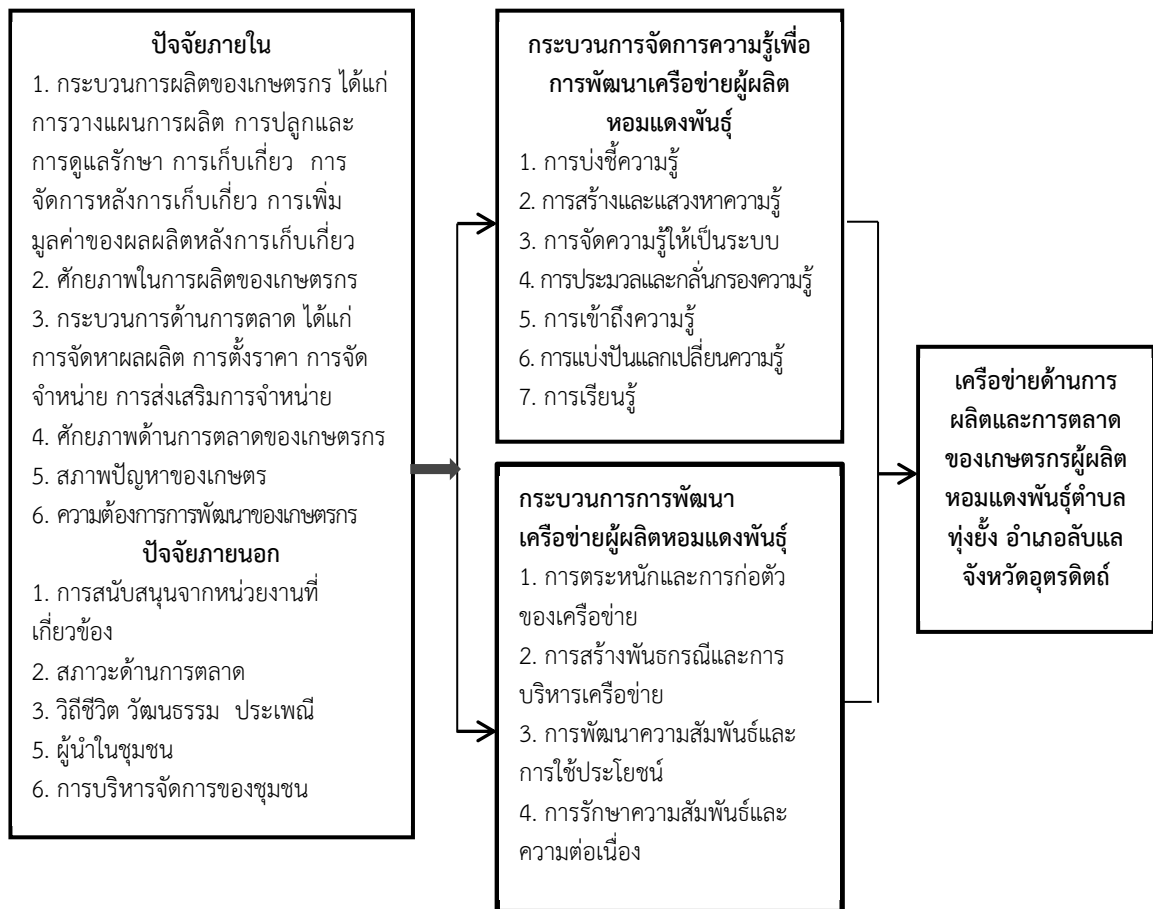
หอมแดง (Shallot) นับว่าเป็นพืชผักทางเศรษฐกิจที่โดดเด่นชนิดหนึ่งของประเทศไทย และเป็นสินค้าในตระกูลหอม - กระเทียม ที่มีปริมาณการส่งออกมากที่สุด ปัจจุบันมีตลาดรับซื้อผลผลิตในต่างประเทศที่สำคัญสองอันดับแรก ได้แก่ อินโดนีเซีย และมาเลเซีย โดยมีสถิติการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2556 มากถึงร้อยละ 66.85 และ 20.35 ตามลำดับ ส่วนแหล่งนำเข้าหลัก คือ จีน และอินโดนีเซีย ร้อยละ 66.20 และ 12.02 ตามลำดับ พื้นที่ปลูกแหล่งใหญ่ที่สุดอยู่ในเขตภาคเหนือ (สุรสิทธิ์ สิงหพรพงศ์, 2548; สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) จังหวัดอุดรดิตถ์ตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง เป็นแหล่งปลูกหอมแดงที่สำคัญของประเทศ ถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้สูงสุดให้แก่จังหวัด ในปี 2556 มีผู้ปลูกหอมแดงจำนวน 1,110 ราย ผลผลิตหอมแดงมีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 105 ล้านบาท (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) มีพื้นที่เพาะปลูกมากถึง 10,057 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรดิตถ์, 2556) โดยในปี พ.ศ. 2557 มีผลผลิตสูงเป็นอันดับ 3 ของประเทศ รองมาจากจังหวัดศรีสะเกษและเชียงใหม่ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2557) อาจกล่าวได้ว่า อุดรดิตถ์เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาด้านการผลิตหอมแดงที่สำคัญของประเทศไทยแหล่งหนึ่ง นอกจากนี้ คุณสมบัติที่โดดเด่นของหอมแดงจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้แก่ เนื้อแน่น ไม่ฝ่อง่าย สามารถเก็บไว้ได้นานกว่าหอมแดงจากที่อื่น ทำให้หอมแดงของจังหวัดอุดรดิตถ์มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับใช้ทำพันธุ์อย่างแพร่หลายในประเทศ (สุรสิทธิ์ สิงหพรพงศ์, 2548 และจักรกฤษณ์ พิญาพงษ์, 2549) ในอดีตเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอลับแล อำเภอฟากท่า อำเภอ น้ำปาด และอำเภอเมือง และจากการสัมภาษณ์แกนนำเกษตรกรพบว่าในปัจจุบัน (พ.ศ. 2557) พื้นที่ที่มีการปลูกหอมแดงมากที่สุดในจังหวัดอุดรดิตถ์อยู่ในเขตตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล การปลูกหอมแดงของเกษตรกรจังหวัดอุดรดิตถ์ ถือเป็นวิถีชีวิตมาตั้งแต่ดั้งเดิม เป็นวัฒนธรรม และเป็นส่วนหนึ่งของการคงอยู่ของระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชน นอกจากนี้ การปลูกหอมแดงเป็นอาชีพเสริมสำคัญที่ช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง และช่วยสร้างงานให้แก่คนในชุมชน อย่างไรก็ตาม ผลผลิตที่ได้ยังไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ ดังนั้น การแข่งขันของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงจึงเป็นการแข่งขันทั้งกับตนเอง ตั้งแต่กระบวนการผลิตถึงการตลาด และการแข่งขันกับผู้ผลิตภายนอกจังหวัด พันธุ์หอมแดงที่เกษตรกรนิยมปลูกโดยทั่วไปได้แก่ พันธุ์ลับแล และพันธุ์ลู่เข้ม พอจะกล่าวได้ว่า เกษตรกรในจังหวัดอุดรดิตถ์มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบด้านต้นทุนการผลิตมากกว่าเกษตรกรที่อื่น (ไม่มีต้นทุนของค่าหัวพันธุ์) ส่วนสภาพ

ปัญหาและข้อจำกัดที่พบได้แก่ เกษตรกรใช้สารเคมีมากเกินไปและใช้ไม่ถูกวิธี ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นมาก ราคาผลผลิตผันผวน มีการนำเข้าหอมแดงจากต่างประเทศจำนวนมาก ทั้งที่ถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย หากพิจารณาด้านกระบวนการผลิต อาจถือได้ว่า กลุ่มเกษตรกรมีขีดความสามารถในการผลิตอยู่ในระดับดีมาก มีความชำนาญและประสบการณ์ในการผลิตสูงมาก ส่วนการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด การค้าภายในจังหวัด ยังไม่มีนโยบายในการสนับสนุนเกษตรกรที่ชัดเจน ไม่ต่อเนื่อง ลำช้า ไม่ทั่วถึง และขาดการประสานงานระหว่างองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (พัชรินทร์ สิริสุนทร และ ยุพิน เกื่อนศรี, 2551; สำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์, 2556)

ส่วนด้านการตลาดพบว่า ศักยภาพโดยรวมยังไม่ดีนัก กล่าวคือ เกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่มีการคัดแยกเกรดหัวหอมในการจำหน่าย และขายผลผลิตด้วยตนเอง รวมทั้งพ่อค้ามักเป็นผู้กำหนดราคาขาย จึงส่งผลให้ขายผลผลิตได้ราคาถูก อย่างไรก็ตาม หอมแดงลับแลมีขนาดหัวเล็กกว่าที่อื่นประมาณเท่าตัว เมื่อนำไปปลูกผลผลิตจะมีหัวใหญ่แตกหัวได้จำนวนมากทำให้ขายได้ราคาดี พ่อค้าจึงนิยมซื้อไปทำพันธุ์มากกว่า ส่วนจุดอ่อนด้านการตลาดที่สำคัญ ได้แก่ เกษตรกรขาดความรู้ ทักษะ ความสามารถด้านการตลาด (สำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์, 2556) เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีโกดังเก็บหอมแดงเป็นของตนเอง ไม่มีตลาดรองรับมากพอ ขาดตลาดกลางพืชผลทางการเกษตรที่ครบวงจร ปัญหาราคาตกต่ำและผลผลิตเน่าเสีย เป็นปัจจัยที่เร่งรัดให้เกษตรกรไม่มีอำนาจในการต่อรองมากนัก ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกี่ยวพันกันเป็นลูกโซ่ ซับซ้อน และยากที่จะแก้ไขได้ด้วยวิธีง่าย ๆ ดังนั้น หากต้องการช่วยเหลือ หรือแก้ไขปัญหาให้กับเกษตรกร จำเป็นต้องคิดและทำอย่างเป็นระบบ ไม่แยกส่วน จึงจะทำให้ประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ การช่วยเหลือของหน่วยงานของรัฐ ทั้งทางด้านการผลิต และการตลาดไม่มีความต่อเนื่อง (พัชรินทร์ สิริสุนทร และ ยุพิน เกื่อนศรี, 2551; สำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์, 2556) จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง อาทิ เกษตรอำเภอ การค้าภายใน และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด พบว่า ยังไม่มีการจัดทำทะเบียนผู้ปลูกหอมแดงอย่างเป็นระบบ ทั้งในระดับตำบล และระดับอำเภอ โดยสาเหตุสำคัญประการหนึ่งเนื่องมาจากเกษตรกรไม่มีการปลูกต่อเนื่องทุกปี

จากสภาพปัญหาดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า เกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงพันธุ์ กำลังตกอยู่ในสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงต่อการดำรงอยู่ของวิถีชีวิตการผลิตพันธุ์พืชพื้นเมือง ที่มีความโดดเด่นและหายากของท้องถิ่นเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงพันธุ์ โดยการใช้กระบวนการจัดการความรู้ ทั้งนี้ เพื่อให้เกษตรกรเกิดการเรียนรู้ร่วมกันในประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ทำให้เกษตรกรมีความเข้มแข็ง มีศักยภาพเพิ่มขึ้น เกิดการพึ่งตนเองและมีองค์ความรู้ ที่สามารถใช้ถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นหลังได้ในโอกาสต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเครือข่าย โดยเฉพาะเครือข่ายทางสังคม และแนวคิดการจัดการความรู้เป็นแนวคิดหลักในการพัฒนากลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ ดังแผนภูมิที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research Method) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

1. ศึกษาศักยภาพด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์ของเกษตรกร และศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ผลิตหอมแดงพันธุ์ โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณและวิธีการเชิงคุณภาพ วิธีการเชิงปริมาณ เป็นการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรที่ปลูกหอมแดงในปีพ.ศ. 2557 จำนวน 78 คน ในเขตพื้นที่ ตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาประกอบกับการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป ส่วนวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ได้มีการจัดเวทีประชาคมเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงาน และศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาของเกษตรกรผู้ผลิตหอมแดง

โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ แกนนำเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดง ผู้นำชุมชนของแต่ละหมู่บ้าน ผู้รู้ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 5 หมู่ 7 และหมู่ 8 หมู่บ้านละ 10 คน จำนวนทั้งสิ้น 30 คน และจัดเวทีในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (SWOT Analysis) และการทำแผนที่ความคิดและสร้างอนาคตร่วมกัน (Mind Map and Future Search Conference) โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ สรุปรบทเรียน และจัดเวทีคืนข้อมูลให้แก่เกษตรกร แกนนำ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

2.สร้างกระบวนการพัฒนาเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์ของเกษตรกร
โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ ดังนี้ ในขั้นนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกร โดยจัดเวทีเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับชุมชนในพื้นที่เป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ การถอดบทเรียน การจัดทำแผนที่ทางเครือข่าย และสร้างอนาคตร่วมกัน (Network Mapping and Future Search Conference) กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เกษตรกรผู้ผลิตหัวพันธุ์หอมแดง แกนนำเกษตรกร และผู้นำชุมชน ที่อาศัยในเขตพื้นที่ ตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ หมู่บ้านละ 10 คน ซึ่งคัดเลือกโดยใช้เทคนิคการบอกต่อ (Snowball Sampling) มาร่วมเวทีวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ติดตามผลการดำเนินงาน สรุปรบทเรียน และวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์ของเกษตรกร

3. การติดตามประเมินผลการปฏิบัติการพัฒนาเครือข่าย โดยใช้การสังเกตทุก 4 สัปดาห์ พร้อมทั้งจัดสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึก ประเมินศักยภาพเกษตรกรหลังจัดกระบวนการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ เกษตรกรผู้ผลิตหัวพันธุ์หอมแดงในปี พ.ศ. 2557 จำนวน 78 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับประชากรทั้งหมด

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ แกนนำเกษตรกร ผู้นำชุมชน ที่อาศัยในเขตพื้นที่ ตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีการเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสำรวจ แนวทางในการสนทนากลุ่ม แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสังเกต ประเด็นชุดคำถามในการสร้างการเรียนรู้ และแบบประเมินผลการเข้าร่วมการเรียนรู้ และแผนที่เครือข่าย (Network Map)

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าร้อยละและการแจกแจงความถี่ ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามประเด็นที่ได้กำหนดไว้ และตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการสามเส้า (Triangulation Technique) ทั้งด้านข้อมูล ด้านผู้ให้ข้อมูล และด้านวิธีการสังเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ศักยภาพด้านการผลิต

พบว่า การปลูกหอมแดงจำนวน 2 ครั้ง ต่อปี ร้อยละ 89.7 ได้ผลผลิตหอมแดงส่วนใหญ่ประมาณ 2,000 กิโลกรัม/ไร่ ร้อยละ 44.9 ต้นทุนการผลิตหอมแดงส่วนใหญ่ 20,000 บาท/ไร่ ร้อยละ 46.2 พันธุ์หอมแดงที่ใช้ปลูกเป็นพันธุ์พื้นเมืองอุตรดิตถ์และขยายพันธุ์ด้วยตนเอง ร้อยละ 76.9 เกษตรกรมีการใช้

เครื่องทุ่นแรงในการปลูกหอมแดง ได้แก่ เครื่องสูบน้ำ เครื่องพ่นยา/ปุ๋ย และสปริงเกอร์ เกษตรกรเกือบทุกราย มีการใส่ปุ๋ยในการปลูกหอมแดง โดยบางรายใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่ได้จากมูลสัตว์ ส่วนใหญ่ใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมี ในการกำจัดศัตรูพืช และมีการจ้างแรงงานเพื่อช่วยปลูกและดูแลหอมแดง มีการเก็บผลผลิตไว้ในโกดังตนเอง ประมาณ 1 เดือนก่อนจำหน่าย ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการผลิตหอมแดงของเกษตรกร ได้แก่ ผลผลิตมีคุณภาพดี ราคาผลผลิตเป็นที่พอใจของลูกค้า และแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ส่วนศักยภาพด้านการตลาด พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้จากการปลูกหอมแดงต่อปี 150,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 23.1 กำไรจากการขายผลผลิตต่อปีส่วนใหญ่ต่ำกว่า 30,000 บาท ราคาหอมแดง (ปี 2556 - 2557) 8 บาท ต่อกิโลกรัม ส่วนใหญ่ไม่ทราบแหล่งที่มาของข้อมูลราคาผลผลิต พ่อค้าที่รับซื้อผลผลิตส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าท้องถิ่น สาเหตุที่เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ สะดวกและรวดเร็ว ไม่มีเวลาดำเนินการไปขายเอง และไม่รู้จักร่องทางติดต่อ การจำหน่ายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลาง ระบบการจำหน่ายหอมแดงของเกษตรกรส่วนใหญ่มีการตกลงราคาก่อนผลิต และขายปลีก รองลงมาเป็นการขายเองโดยขายเหมา เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายหอมแดง ณ สวนของตนเองโดยมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อถึงที่ ผู้กำหนดราคาซื้อขายผลผลิตหอมแดงส่วนใหญ่เป็นพ่อค้าที่มารับซื้อ และเกษตรกรไม่มีการแบ่งเกรดผลผลิตหอมแดงในการจำหน่ายมากถึงร้อยละ 78.2 สำหรับผู้ที่มีการแบ่งเกรดผลผลิตระบุเหตุผลของการแบ่งเกรดหอมแดงว่า ขายได้ราคาสูงกว่าการไม่แบ่งเกรด โดยกระบวนการผลิตหอมแดงของเกษตรกรตำบลทุ่งยังยังสามารถแบ่งออกได้ 4 ขั้นตอนสำคัญ ดังนี้ (1) การเตรียมพันธุ์หอมแดงสำหรับปลูก เกษตรกรนิยมปลูกด้วยหัวพันธุ์และคัดเลือกพันธุ์ด้วยตนเอง (2) การปลูกหอมแดง (หอมฝน) จะเริ่มในเดือนสิงหาคม-กันยายน (3) การเก็บเกี่ยวหอมแดง (หัวหอม) จะเก็บเกี่ยวได้เมื่อหอมแดงมีอายุประมาณ 45 - 60 วัน และ (4) การเก็บผลผลิตหอมแดงไว้ในโกดัง จะนำไปแขวนบนราวไม้ไผ่เพื่อผึ่งลมไว้รอการจำหน่ายต่อไป

สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนา

ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ จำนวนเกษตรกรปลูกหอมแดงลดลง สภาพดินฟ้าอากาศไม่เอื้อต่อการปลูกหอม ผลผลิตต่อไร่มีปริมาณลดลง ไม่มีพ่อค้าจากจังหวัดอื่นเข้ามารับซื้อผลผลิตหอมแดง ราคาหอมแดงตกต่ำ ต้นทุนการผลิตสูง เกษตรกรมีการใช้สารเคมีเป็นจำนวนมาก คุณภาพหอมแดงไม่ได้มาตรฐาน และปัญหาด้านการตลาด พบว่า เกษตรกรไม่รวมกลุ่มกันจำหน่ายผลผลิต และไม่สามารถต่อรองราคากับพ่อค้าได้ พ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคา มีหอมแดงจากต่างประเทศ (อินโดนีเซีย) ราคาถูกกว่าเข้ามาตีตลาด ผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกัน มีการลักลอบนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านมาขายตัดราคา พ่อค้ามาซื้อลดลง มีคู่แข่งจำนวนมาก มีแหล่งปลูกหลายจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ศรีสะเกษ พะเยา

ในประเด็นของจำนวนผู้ปลูกหอมแดงลดลง เกษตรกรรายหนึ่งกล่าวว่า ”ต้นทุนสูงขึ้นทุกปี ...ขายไม่ค่อยได้ราคา คนเลยเลิกปลูกกันเยอะ.....ไปทำหอมแบ่งได้ราคาดีกว่า...”

ส่วนความต้องการในการพัฒนาของเกษตรกร ได้แก่ ด้านการผลิต เกษตรกรผู้ผลิตหอมแดงจะปรับปรุงสภาพดินให้มีคุณภาพมากขึ้นโดยการใช้ปุ๋ยชีวภาพ ลดการใช้สารเคมีเพื่อลดต้นทุนการผลิต รักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของเกษตรกร ด้านการรวมกลุ่ม เกษตรกรจะรวมกลุ่มกันเพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางมากขึ้น ด้านการตลาด เกษตรกรต้องการเรียนรู้และแสวงหาข้อมูลทางด้านการตลาดอย่างรอบด้านโดยการสร้างเครือข่ายกับองค์กร หน่วยงานภาครัฐและภาคที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และด้านการพัฒนากระบวนการผลิต เกษตรกรจะพัฒนาการผลิตหอมแดงไปสู่การผลิตหอมแดงที่ปลอดภัย (GAP: Good Agricultural Practice) เพื่อลดความเสียหายด้านราคาที่สูงต่ำ และสามารถขายผลผลิตได้ในราคาที่สูงขึ้น นอกจากนี้ ยังมีโอกาสเติบโตและขยายตลาดได้อีกมาก เนื่องจากแนวโน้มกระแสการบริโภคของผู้บริโภคปัจจุบันนิยมสินค้าที่ปลอดภัยจากสารเคมีและใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

กระบวนการพัฒนาเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์ มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักและการก่อตัวของเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์ มีวิธีการดังนี้ การศึกษาข้อมูลและสภาพการณ์ โดยจัดเวทีประชาคม เพื่อสร้างความเข้าใจ และวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหาทั้งในด้านการผลิตและด้านการตลาด และการสร้างระบบความสัมพันธ์ของเครือข่าย โดยเชิญ นายเป็ง โอตอ่อน เกษตรกรต้นแบบตำบลชัยชุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ มาให้ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการผลิตและการตลาดของหอมแดงปลอดภัยจากสารพิษ ทำให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน อันเป็นการกระตุ้นให้มีการสร้างและขยายเครือข่ายเพิ่มขึ้นทั้งภายในและภายนอกตำบล โดยเกษตรกรรายหนึ่งกล่าวว่า “... เจอกันบ่อย ๆ ก็ดีเหมือนกันนะ มีอะไรก็มาคุยกัน...บอกกัน...จะได้มีความรู้เรื่องต่างๆ มากขึ้น”

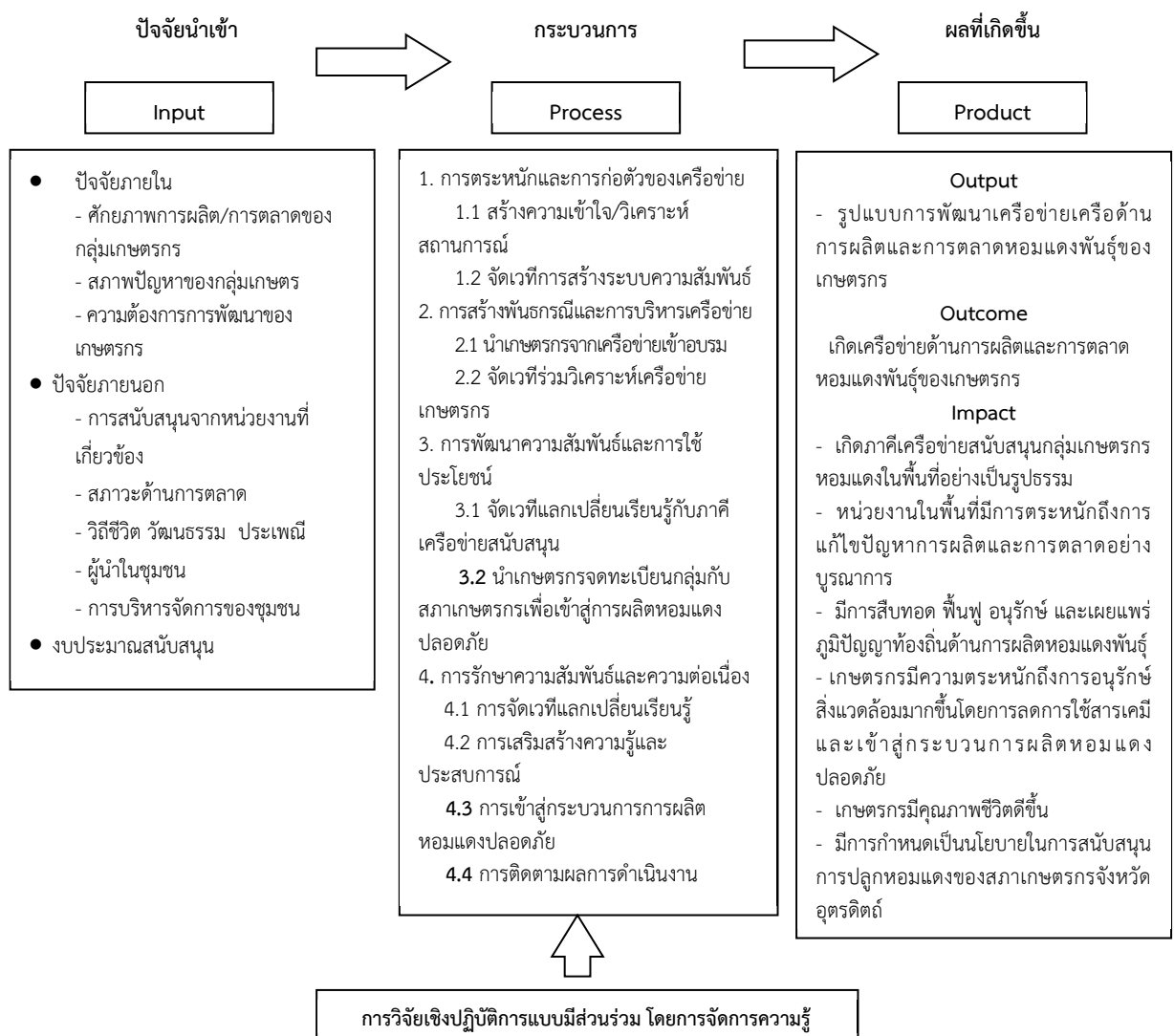
โดยกระบวนการพัฒนาเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์ ตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ แบบมีส่วนร่วม สามารถแสดงให้เห็นกระบวนการ ดังแผนภูมิที่ 2

2. การสร้างพันธมิตรและการบริหารเครือข่าย ได้มีการนำเกษตรกรจากเครือข่ายเข้าอบรมการตรวจวิเคราะห์ดินเบื้องต้นเพื่อลดต้นทุนการผลิตทางการเกษตร และมีการจัดเวทีประชุมโดยให้เกษตรกร ผู้นำ และแกนนำ ร่วมวิเคราะห์เครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดง ในตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เพื่อให้เกษตรกรและเครือข่ายเกิดความผูกพัน มีกิจกรรมร่วมกันและมีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ โดยให้ความสำคัญกับสมาชิกทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

3. การพัฒนาความสัมพันธ์และการใช้ประโยชน์จากเครือข่าย ในขั้นตอนนี้ ได้จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์กับหน่วยงานภายนอกที่เป็นภาคีสนับสนุนการทำงานของเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่ม และการมีเครือข่ายการทำงานมากขึ้น

4. การรักษาความสัมพันธ์และความต่อเนื่อง ได้มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และมีความพยายามรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันด้วยการจัดกิจกรรมและการสื่อสารระหว่างกัน รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือและการแก้ไขปัญหาภายในเครือข่าย ซึ่งจะช่วยให้เครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงพันธุ์ในตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ เกิดความเข้มแข็งและมีกระบวนการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ดังนี้ คือ (1) มีการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้กลุ่มเกษตรกรสนใจรวมกลุ่ม โดยการจดทะเบียน

กับสภาเกษตรกรจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 42 คน (2) มีการเสริมสร้างความรู้และประสบการณ์ โดยให้เกษตรกรเข้ารับการอบรมกระบวนการเข้าสู่การผลิตหอมแดงปลอดภัย 6 ราย และ (3) มีการติดตามผลการดำเนินงาน ซึ่งพบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจ มีความรู้ความเข้าใจ มีความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม และมองเห็นประโยชน์ของกระบวนการทำงานในรูปแบบของเครือข่ายมากขึ้น มีเครือข่ายการทำงานขององค์กรภาครัฐและหน่วยงานเอกชน รวมทั้งหน่วยงานสนับสนุนทางวิชาการให้ความสำคัญกับเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงในตำบลทุ่งยังมากขึ้น อันจะช่วยสร้างแกนนำเกษตรกรให้มีภาวะผู้นำสูง และกลุ่มเกษตรกรมีเครือข่ายทางด้านการผลิตและการตลาด



ภาพที่ 2 แผนภูมิกระบวนการพัฒนาเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงของเกษตรกรในตำบลทุ่งยัง อำเภอลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์

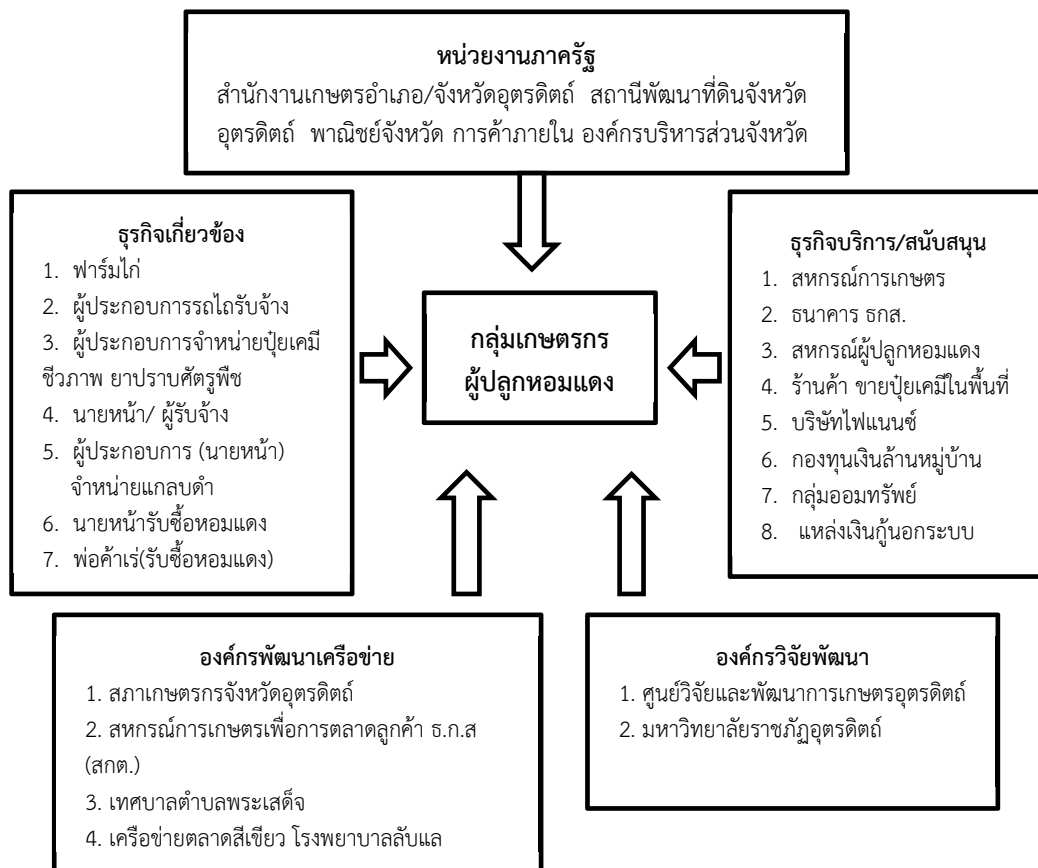
บทเรียน คุณค่า และการนำไปใช้ประโยชน์

1. กลุ่มเกษตรกรเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน คำนึงถึงคุณภาพชีวิตของตนเอง และตระหนักถึงความสำคัญ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งสังเกตได้จากการลดการใช้สารเคมี และสมัครใจเข้าสู่กระบวนการผลิต หอมแดงปลอดภัยของเกษตรกร

2. มีการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ สำนักงานสภาเกษตรกร จังหวัดอุตรดิตถ์ และเทศบาลตำบลพระเสด็จ อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่องมากขึ้น โดยมีการติดตาม สนับสนุนส่งเสริมเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงในตำบลทุ่งยั้ง ทั้งทางด้านการผลิตและการตลาด อาทิ จัดทำวีดิทัศน์เผยแพร่กระบวนการผลิตหอมแดงของเกษตรกร การประสานงานเครือข่ายการตลาดในท้องถิ่น ให้เกษตรกร และติดตามกระบวนการเข้าสู่การผลิตหอมแดงปลอดภัยจากสารพิษให้เกษตรกร

3. มีการใช้ฐานข้อมูลร่วมกันเป็นฐานในการพัฒนาเครือข่ายของเกษตรกรผู้ผลิตหอมแดงพันธุ์ ในตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ รวมทั้งมีการขยายเครือข่ายการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ

จากการวิเคราะห์เครือข่ายของเกษตรกร ในตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ สามารถ แสดงให้เห็นภาคีต่าง ๆ ดังแผนภูมิที่ 3



ภาพที่ 3 แผนภูมิเครือข่ายผู้ปลูกหอมแดง ตำบลทุ่งยั้ง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์

จากแผนภูมิที่ 3 สามารถอธิบายได้ดังนี้ เครือข่ายของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงของตำบลทุ่งยัง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ มีองค์การภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งด้านการผลิตและด้านการตลาด 5 ประเภทด้วยกัน ได้แก่

1. หน่วยงานภาครัฐ ให้การสนับสนุนด้านการผลิตและการตลาด ได้แก่ สำนักงานเกษตรอำเภอ/จังหวัดอุตรดิตถ์ สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดอุตรดิตถ์ พาณิชย์จังหวัด การค้าภายใน องค์การบริหารส่วนจังหวัด
2. ธุรกิจบริการ/สนับสนุน เป็นหน่วยงานที่ให้บริการเกี่ยวกับเงินทุนและปัจจัยในการผลิต ได้แก่ สหกรณ์การเกษตร ธนาการ ธ.ก.ส. สหกรณ์ผู้ปลูกหอมแดง ร้านค้าขายปุ๋ยเคมีในพื้นที่ บริษัทไฟแนนซ์ กองทุนเงินล้านหมู่บ้าน กลุ่มออมทรัพย์ แหล่งเงินทุนกระบบ
3. ธุรกิจเกี่ยวข้อง เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาปัจจัยในการผลิตและการตลาด ได้แก่ ฟาร์มไก่ ผู้ประกอบการรถไถรับจ้าง ผู้ประกอบการจำหน่ายปุ๋ยเคมี/ชีวภาพ ยาปราบศัตรูพืช นายหน้า/ผู้รับจ้าง ผู้ประกอบการ (นายหน้า) จำหน่ายกล้วยดำ นายหน้ารับซื้อหอมแดง พ่อค้าเร่รับซื้อหอมแดง
4. องค์กรพัฒนาเครือข่าย เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการทำงานของเครือข่าย ได้แก่ สมาเกษตรกรจังหวัดอุตรดิตถ์ สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส (สกต.) เทศบาลตำบลพระเสด็จ เครือข่ายตลาดสีเขียว โรงพยาบาลลับแล
5. องค์กรวิจัยพัฒนา เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนด้านวิชาการ ได้แก่ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรอุตรดิตถ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์

อภิปรายผล

ศักยภาพด้านการผลิตและด้านการตลาด

ด้านการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรมีการเตรียมพันธุ์สำหรับเพาะปลูก ปรับสภาพดิน วิเคราะห์ดิน ซึ่งเป็นพันธุ์พื้นเมืองอุตรดิตถ์และขยายพันธุ์ด้วยตนเอง เป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น มีการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการผลิต ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการผลิตหอมแดง ได้แก่ ผลผลิตมีคุณภาพดี ราคาผลผลิตเป็นที่พอใจของลูกค้า และแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพ จะเห็นได้ว่า กระบวนการผลิตหอมแดงพันธุ์ของเกษตรกรเป็นองค์ความรู้ ที่มีอยู่ภายในตนเองของเกษตรกรที่ทรงคุณค่าเป็นอย่างยิ่ง ในทุกขั้นตอนของการผลิตเกษตรกรจะมีความรู้เป็นอย่างดี เนื่องจากได้ลงมือกระทำด้วยตนเอง ส่งผลให้เกษตรกรประสบความสำเร็จในการผลิตหอมแดงเป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของไชยรัตน์ ปราณี สมญา อินทรเกษตร และชนันทิพย์ จันทโรสภา (2550) ที่พบว่า ปัจจัยในการดำรงอยู่ได้ประการสำคัญ ได้แก่ ทุนสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ที่มีประเพณียึดโยง ทำให้คนอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หมายถึง ที่ตั้งของชุมชนอยู่ในภูมิประเทศที่สภาพทางภูมิศาสตร์อุดมสมบูรณ์ และทุนทางความรู้ หมายถึง องค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งมีการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชุมชนและได้รับการยอมรับจากภายนอก นอกจากนี้ยังได้สอดคล้องกับวาริ ถาวรวงศ์กิจ (2548) ที่ได้ศึกษา พบว่า เครือข่ายการเรียนรู้ของเกษตรกรในการประกอบอาชีพเสริมในชุมชนชนบท เป็นเครือข่ายการเรียนรู้ที่ผ่านเครือข่ายทางสังคมภายในและภายนอกชุมชน การประกอบอาชีพเสริมที่เกษตรกรสนใจและเลือกทำ เครือข่ายการเรียนรู้

ของเกษตรกรที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ได้แก่ เครือญาติและเพื่อนบ้าน ซึ่งเป็นเครือข่ายการเรียนรู้ในแนวนอนที่มีให้เห็นอยู่เสมอในสังคมชนบท เป็นความสัมพันธ์ของเกษตรกรที่มีประสบการณ์ ความรู้ที่แลกเปลี่ยนเป็นความรู้ดีต่อกันซึ่งได้จากการเรียนรู้จากของจริง

ส่วนศักยภาพด้านการตลาด พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปีประมาณ 150,000 บาทขึ้นไป โดยมีกำไรจากการขายผลผลิตต่อปีต่ำกว่า 30,000 บาท ราคาหอมแดง 8 บาท ต่อกิโลกรัม เกษตรกรไม่ทราบแหล่งที่มาของข้อมูลราคาผลผลิต พ่อค้าที่รับซื้อผลผลิตหอมแดงเป็นพ่อค้าท้องถิ่น เหตุผลที่เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ ความสะดวกและรวดเร็ว การไม่มีเวลานำผลผลิตไปขายเอง และการไม่รู้จักร่องทางติดต่อ วิธีการจำหน่ายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางจะมีการตกลงราคาก่อนผลิต เกษตรกรจำหน่ายหอมแดง ณ สวนของตนเอง ผู้กำหนดราคาซื้อขายผลผลิตหอมแดงเป็นพ่อค้า และเกษตรกรไม่มีการแบ่งเกรดผลผลิตในการจำหน่าย จากข้อมูลดังกล่าวเป็นที่น่าสังเกตว่า อาจเป็นสาเหตุประการสำคัญที่ทำให้เกษตรกรขาดอำนาจในการต่อรองราคาจึงทำให้ขายผลผลิตได้ในราคาต่ำ จึงสรุปได้ว่า ศักยภาพด้านการตลาดหอมแดงพันธุ์ของเกษตรกรยังอยู่ในระดับที่น่าเป็นห่วงเป็นอย่างยิ่ง สอดคล้องกับแนวคิดการตลาดสินค้าเกษตรของไพฑูรย์ รอดวินิจ (2541) กล่าวคือ การตลาดสินค้าเกษตรไม่อาจตอบสนองต่อความต้องการของเกษตรกรได้ทุกประการ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เกษตรกรอาศัยอยู่ ได้แก่ เกษตรกรมีความรู้และมีโอกาสได้รับความรู้ด้านการตลาดน้อยมาก อีกทั้ง เกษตรกรมีฐานะทางเศรษฐกิจและอำนาจต่อรองในตลาดต่ำมาก จึงเป็นการเปิดโอกาสให้คนกลางในตลาดอาศัยความได้เปรียบในทางเศรษฐกิจกอบโกยผลประโยชน์และเอาเปรียบต่อเกษตรกรได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ราคาหอมแดง ที่เกษตรกรขายได้ส่วนใหญ่ประมาณ 8 บาท ต่อกิโลกรัม เป็นราคาที่ทำให้เกษตรกรประสบกับภาวะขาดทุนเนื่องจากการวิเคราะห์ต้นทุนรวมประมาณ 10 บาท ต่อกิโลกรัม และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีระ ภาควัตถุ ไพฑูรย์ คัชมาตย์, ธนาภรณ์ กระสวยทอง และพรทิพย์ แพงจันทร์ (2553) ที่พบว่า ปัญหาทางด้านการตลาดของเกษตรกรที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ราคาผลผลิตที่เกษตรกรขายได้ค่อนข้างต่ำ

สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาของเกษตรกร

ปัญหาด้านการผลิต ที่พบคือ เกษตรกรปลูกหอมแดงมีจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งมีสาเหตุมาจากผลผลิตต่อไร่มีปริมาณลดลง ต้นทุนการผลิตสูง มีการใช้สารเคมีจำนวนมาก เนื่องจากมีโรค แมลง และวัชพืชจำนวนมาก และคุณภาพหอมแดงไม่ได้มาตรฐาน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพัชรินทร์ สิริสุนทรและยุพิน เกื่อนศรี (2551) ที่พบว่า ปัญหาและข้อจำกัดของเกษตรกร ได้แก่ ปัญหาการขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้เกษตรกรบางส่วนผลิตหอมแดงที่มีคุณภาพต่ำ เพราะใช้สารเคมีมากเกินไป สำหรับปัญหาที่เกิดจากปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ ได้แก่ ปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่สูงมาก ทั้งค่าแรงงาน ค่าปุ๋ย และค่าสารเคมี และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีระ ภาควัตถุ, ไพฑูรย์ คัชมาตย์, ธนาภรณ์ กระสวยทอง และพรทิพย์ แพงจันทร์ (2553) ที่พบว่า ปัญหาในการผลิตที่เกษตรกรประสบส่วนใหญ่เป็นปัญหาเรื่องโรคและแมลง และงานวิจัยของมาฆะสิริ เขาวกุล, ธนัส กนกเทศ และศิริภา ปาณย (2554) ที่พบว่าเกษตรกรมีปัญหาเรื่องวัชพืช นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติ สัจจาวัฒนา และณัฐ โฆษิตาภรณ์ (2554) ได้พบว่า ปัญหาสำคัญของเกษตรกรได้แก่ ปัญหาเรื่องวัชพืช เช่นเดียวกัน จากปัญหาหลายด้านดังกล่าว ทำให้เกษตรกรขาด

แรงจูงใจในการปลูกจึงทำให้มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องจากในอดีตเคยปลูกกันแทบทุกหลังคาเรือนปัจจุบัน (พ.ศ. 2557) เหลือเพียง 78 รายเท่านั้น ส่วนปัญหาด้านการตลาด ที่พบคือ เกษตรกรไม่รวมกลุ่มกันจำหน่าย ผลผลิต และพ่อค้ามักเป็นผู้กำหนดราคาไม่สามารถต่อรองราคากับพ่อค้าได้ มีพ่อค้ามาซื้อลดลง ราคาผลผลิตตกต่ำ มีหอมแดงจากต่างประเทศราคาถูกกว่าเข้ามาตีตลาดเกษตร ไม่มีการคัดแยกเกรดผลผลิต ผลผลิตออกสู่ตลาดพร้อมกัน มีคู่แข่งจำนวนมาก และมีการลักลอบนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพัชรินทร์ สิริสุนทร และยุพิน เกื่อนศรี (2551) ที่ศึกษาพบว่า ปัญหาเรื่องราคาผลผลิตผันผวนมีส่วนทำให้เกษตรกรมีความเสี่ยงสูง ในการขายผลผลิต และปัญหาการนำเข้าหอมแดงจากต่างประเทศ ส่วนด้านการตลาดหอมแดง พบว่า เกษตรส่วนใหญ่ไม่มีการคัดแยกเกรดหัวหอมในการจำหน่าย โดยพ่อค้าเป็นผู้กำหนดราคาขาย และสภาพการตลาดของหอมแดง ยังดำเนินไปโดยกลไกการตลาดที่ไม่สมบูรณ์ พ่อค้ามีบทบาทสูงภายใต้ระบบอุปถัมภ์และความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ในขณะที่เกษตรกรมีอำนาจต่อรองน้อยมาก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศุจินทร์ ปัญญาสันต์, นริศรา สายสงวนสัจย์ และกิงกร นริทรกุล ณ อยุธยา (2555) ที่ศึกษาเรื่องข้าว พบว่า ผู้ส่งออกมีอำนาจมากที่สุดในการกำหนดราคา ขณะที่ชาวนาซึ่งเป็นผู้ผลิตข้าวต้องเป็นผู้รับราคาที่กำหนดมาเพียงอย่างเดียว นัยเดียวกันนี้ อาจเปรียบได้กับวิธีการผลิตของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงนั่นเอง อนึ่ง ปัญหาการลดลงของเกษตรกรปลูกหอมแดงในพื้นที่นั้น มีสาเหตุสำคัญประการหนึ่งมาจากเกษตรกรหลายรายหันไปปลูกหอมแบ่ง (ต้นหอมที่ใช้ปรุงในอาหารสดนิยมรับประทานทั้งต้น) ซึ่งขายได้ราคาสูงกว่าและใช้ระยะเวลาปลูกจนถึงเก็บเกี่ยวน้อยกว่า นอกจากนี้ จากการที่อุดรดิตถ์เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาด้านการผลิตหอมแดงที่สำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสมบัติที่โดดเด่นของหอมแดงจังหวัดอุดรดิตถ์ ที่มีเนื้อแน่น ไม่ฝ่อง่าย สามารถเก็บไว้ได้นานกว่าหอมแดงจากที่อื่น ทำให้หอมแดงของจังหวัดอุดรดิตถ์มีคุณสมบัติเหมาะสมสำหรับใช้ทำพันธุ์อย่างแพร่หลายในประเทศ ตลอดจนการปลูกหอมแดงถือเป็นวิถีชีวิตและเป็นรายได้เสริมหลักของเกษตรกร จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่ง หากหน่วยงานภาครัฐละเลยไม่เข้ามาให้การสนับสนุนเกษตรกรอย่างจริงจังและต่อเนื่องทั้งด้านการผลิตและการตลาด

สำหรับความต้องการพัฒนาของเกษตรกรมีหลายมิติที่เชื่อมโยงกัน ในมิติด้านการผลิต เกษตรกรต้องการพัฒนากระบวนการผลิตหอมแดงไปสู่การผลิตหอมแดงที่ปลอดภัยจากสารพิษ (GAP) เพื่อลดความเสียหายด้านราคา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิต เนื่องจากยังมีโอกาสเติบโตและขยายตลาดได้อีกมาก กอปรกับแนวโน้มกระแสการบริโภคของผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสนใจในสุขภาพตนเองและนิยมสินค้าที่ปลอดภัยและปลอดสารเคมี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านการตลาดสมัยใหม่ ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมไร้พรมแดน อันส่งผลให้ธุรกิจต้องปรับตัวอยู่เสมอ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนส่วนใหญ่ (คณาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ, 2555) ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความรู้สึกที่ดีแก่ลูกค้า และการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมหรือการตลาดสีเขียวที่มุ่งสนองความต้องการของผู้บริโภคทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด และแนวคิดการตลาดมุ่งสังคม (Kotler, 1989) ที่มุ่งเน้นให้นักการตลาดต้องมีความรับผิดชอบต่อความต้องการของสังคมในวงกว้าง เพื่อให้กิจการมั่นคงและดำรงกิจกรรมทางการผลิตไว้อย่างยั่งยืน สนใจผลกระทบและความอยู่รอดของสังคมในระยะยาวเป็นสำคัญ ในขณะเดียวกันต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ส่วนมิติด้าน

การตลาด เกษตรกรต้องการเรียนรู้และแสวงหาข้อมูลทางด้านการตลาดอย่างรอบด้าน โดยการสร้างเครือข่ายกับองค์กร หน่วยงานภาครัฐและภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเกษตรกรตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญของกิจกรรมด้านการตลาด เพื่อให้เท่าทันต่อความเป็นไปของเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิทวัส รุ่งเรืองผล (2546) ที่มีความเห็นว่า การตลาดจะช่วยผลักดันให้เกิดกิจกรรมในระบบเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสเงิน ก่อให้เกิดการจ้างงาน รวมทั้งทำให้ชีวิตของผู้บริโภคสะดวกสบายขึ้น สร้างอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มให้แก่ผู้บริโภคและช่วยกระตุ้นกลไกทางเศรษฐกิจให้เกิดการขยายตัวในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเวลา ด้านสถานที่ ด้านความเป็นเจ้าของ และด้านข้อมูล อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ รวมทั้งผลักดันเศรษฐกิจของประเทศให้มีการเจริญเติบโต และหากเกษตรกรมีความรู้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นก็จะตกกับทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิต คือกลุ่มเกษตรกรนั่นเอง

กระบวนการพัฒนาเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์

1. การตระหนักและการก่อตัวของเครือข่าย ด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์ ถือเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญยิ่ง เป็นจุดเริ่มต้นของการใช้พลังความเข้มแข็งของกลุ่มและความเป็นเครือข่ายที่เป็นทุนทางสังคมที่สำคัญ ผลการศึกษาข้อมูลและสภาพการณ์ปัญหาของเกษตรกร ทำให้ได้ข้อมูลพื้นฐานเพื่อช่วยในการตัดสินใจหาทางเลือกในการพัฒนาเครือข่าย ศักยภาพด้านการผลิตและด้านการตลาดของเกษตรกร รวมทั้งเป็นการสร้างศรัทธาและหาแนวร่วม เนื่องจากการสร้างความคุ้นเคยกับบุคคลที่เป็นแกนนำ ผู้นำชุมชน ทำให้เกิดความไว้วางใจ ยอมรับและเห็นความสำคัญของการรวมตัวกันเป็นเครือข่าย เห็นความจริงจังในการร่วมมือกันเพื่อแก้ไขปัญหา ให้ทุกคนได้ร่วมแสดงความคิดเห็น ส่งเสริมให้ผู้นำหรือแกนนำ เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย ซึ่งเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงพันธุ์ในตำบลทุ่งยั้ง จัดเป็นเครือข่ายได้หลายประเภท กล่าวคือ การเกิดขึ้นของเครือข่ายผู้ปลูกหอมแดงพันธุ์มีความสัมพันธ์แบบขั้นเดียว ที่มีการทำงานประสานกันในแนวนอน สมาชิกเป็นระดับบุคคล ที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันมาก มีขนาดเล็ก ทำกิจกรรมที่มีลักษณะเหมือนกันคือ การปลูกหอมแดงพันธุ์ เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ไม่มีการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคล และมีการทำงานตลอดจนบทบาทหน้าที่และความสัมพันธ์ของสมาชิกในเครือข่ายเป็นแบบไม่เป็นทางการ (สนธยา พลศรี, 2550) โดยลักษณะของเครือข่ายดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดของพัชรินทร์ สิริสุนทร (2556) ที่สรุปว่า เครือข่าย เป็นกลุ่มบุคคลที่สมัครใจสื่อสารสัมพันธ์กัน หรือดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน โดยไม่ทำให้แต่ละคนสูญเสียความเป็นอิสระ นอกจากนี้ได้กล่าวถึงการเป็นเครือข่ายทางสังคม ว่า เป็นแนวร่วมเชิงกลยุทธ์ หรือหุ้นส่วนการทำงาน ที่มีการเชื่อมโยง สัมพันธ์กันอย่างหลวมๆ ของปัจเจกบุคคล ที่อาจมีความแตกต่างกันในด้านความคิด ความเชื่อ ประสิทธิภาพ แต่สมาชิกมีความสมัครใจที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามความสนใจ ภายใต้กฎเกณฑ์และบริบทที่สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตและความต้องการ (พัชรินทร์ สิริสุนทร, 2552) และยังสอดคล้องกับองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่าย ดังที่สนธยา พลศรี (2550) ระบุว่า ควรประกอบด้วย ระบบความสัมพันธ์ของเครือข่ายที่ สมาชิกของเครือข่ายมารวมกันด้วยความสมัครใจ แต่สมาชิกยังคงมีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน มีความเท่าเทียมในการดำเนินกิจกรรม มีระบบในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกให้เกิดความยั่งยืน และสอดคล้องกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จร่วมกันของ

เครือข่ายที่สำคัญประการหนึ่งคือ มีการเคลื่อนไหวและจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง (สุทธิธรรม เลหวิวัฒน์, 2549)

2. *การสร้างพันธมิตรและการบริหารเครือข่าย* การนำเกษตรกรจากเครือข่ายเข้าอบรมการตรวจวิเคราะห์ดินเบื้องต้นเพื่อลดต้นทุนการผลิต ภายใต้การวิจัยนี้ถือเป็นการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ให้มีความต่อเนื่อง ตามแนวคิดในการจัดการความรู้ของชัชวาล วงษ์ประเสริฐ (2548) ที่สรุปไว้ว่า การจัดการความรู้จำเป็นต้องมีการช่วยเหลือ สนับสนุน ร่วมมือกันในการแบ่งปันความรู้ และมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุว่า ในกระบวนการของการจัดการความรู้ ท้ายที่สุดแล้ว เครือข่ายเกษตรกรต้องเกิดการเรียนรู้ และทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตประจำวันของการทำงาน เช่น เกิดระบบการเรียนรู้จากการนำความรู้ไปใช้ เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ หมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง เมื่อได้มีการลงพื้นที่เพื่อติดตามประเมินผลการทำงานของเครือข่าย เพื่อเป็นการเสริมสร้างและดำรงไว้ซึ่งความสัมพันธ์ของเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงของเกษตรกร พบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดเครือข่ายทางสังคม (ชินสัคค สุวรรณ อัจฉริย, 2549) ที่อธิบายว่าเครือข่ายทางสังคมนั้นต้องมีความร่วมมือ การพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อันเป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างในรูปแบบที่หลากหลาย ตลอดจนมีเป้าหมายร่วมกัน นอกจากนี้ในการสร้างเครือข่าย องค์กรภาคีจะต้องมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนที่จะตกลงเป็นองค์กรเครือข่าย เช่นเดียวกับเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงของเกษตรกรตำบลทุ่งยั้ง ที่มีความสัมพันธ์กันมาช้านานอยู่ในหมู่บ้านเดียวกัน ทำอาชีพเดียวกัน ต่างประสบปัญหาในการประกอบอาชีพคล้ายกัน ซึ่งในการสร้างเครือข่ายทางสังคมนั้นเป็นการมุ่งให้สามารถบรรลุเป้าหมายของปัจเจกบุคคลที่ไม่สามารถทำได้โดยลำพัง หากต้องอาศัยการรวมตัวกันผสมผสานเป็นกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากร เป็นการประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน มีการสื่อสารภายในเครือข่าย และมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน (พระมหาสุทิตย์ อาภากร, 2548; เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543; นฤมล นิราทร, 2543) จึงจะทำให้สมาชิกเครือข่ายมีความผูกพันกันและสามารถบริหารเครือข่ายให้ประสบความสำเร็จได้

3. *การพัฒนาความสัมพันธ์และการใช้ประโยชน์* การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้และประสบการณ์กับหน่วยงานภายนอกที่เป็นภาคีสนับสนุนการทำงานของเกษตรกร เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการความรู้ ในประเด็นการถ่ายทอดความรู้และการใช้ประโยชน์จากความรู้ จัดว่ามีความจำเป็นสำหรับเครือข่ายเกษตรกรหอมแดง เนื่องจากเครือข่ายเกษตรกรหอมแดง จะเรียนรู้ได้ดีขึ้น เมื่อความรู้ได้เผยแพร่และถ่ายทอดไปอย่างรวดเร็ว และเหมาะสมทั่วทั้งเครือข่าย ทั้งนี้ การเผยแพร่และการถ่ายทอดความรู้ มีลักษณะทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสนธยา พลศรี (2550) ที่สรุปว่า การสร้างความเจริญเติบโตของเครือข่ายควรมีการเชื่อมประสานจากจุดเล็กและไปสู่หน่วยใหญ่ และแสวงหาภาคีใหม่ซึ่งจะทำให้เครือข่ายได้มีความรู้ ประสบการณ์ และมีพลังอำนาจในการต่อรองกับกลุ่มผลประโยชน์ เชื่อมประสานกันกับเครือข่ายอื่นในกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งในระดับพื้นที่และระดับนโยบาย ด้วยวิธีการทำงานที่หลากหลาย เนื่องจากหากไม่มีการรักษาสัมพันธ์ภาพระหว่างกัน แล้วกิจกรรมและการเคลื่อนไหวของเครือข่ายอาจจะสิ้นสุดได้ เพราะขาดภาคร่วมดำเนินการ

4. *การรักษาความสัมพันธ์และความต่อเนื่อง* ได้มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือและการแก้ไขปัญหาภายในเครือข่าย ภายในการวิจัยนี้

การดำเนินการเหล่านี้ช่วยให้เครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงพันธุ์ เกิดความเข้มแข็งและมีกระบวนการพัฒนาที่ต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะแกนนำ ผู้ประสานงาน สมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการพัฒนาตนเอง จัดระบบการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา และการจัดการความรู้ที่เป็นระบบ ตั้งแต่การถ่ายทอดความรู้และการแบ่งปันความรู้ โดยกระบวนการที่ทำให้ความรู้มีการพัฒนาและแพร่กระจายที่สำคัญไปสู่เครือข่ายด้านการผลิตและการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดง มีผลทั้ง 2 ด้านคือ ความมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างและพัฒนาเครือข่ายสังคมของพัชรินทร์ สิริสุนทร (2556) ในขั้นตอนงานกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การสร้างแกนนำ การแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิก การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และขยายผลเชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ และการพัฒนาระบบเครือข่าย ได้แก่ การสร้างความสามัคคี การมีกิจกรรมต่อเนื่อง การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และการรักษาเครือข่ายเดิม เพิ่มเครือข่ายใหม่

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์ ควรเข้ามาหนุนเสริมให้ความรู้ และพัฒนากระบวนการผลิตหอมแดงของเกษตรกรอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อให้กระบวนการผลิตหอมแดงของเกษตรกรได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น และควรกำหนดเป็นนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรมีการปลูกหอมแดงอย่างต่อเนื่อง และจัดพื้นที่ในการผลิต (Zoning) เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทรงคุณค่านี้
2. ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรอุตรดิตถ์ ควรเข้ามาให้ความรู้ สนับสนุน และส่งเสริมให้เกษตรกรใช้สารอินทรีย์ทดแทนการใช้สารเคมีในการผลิตให้มากขึ้น รวมทั้งมีกระบวนการสนับสนุน ส่งเสริมเกษตรกรให้มีความรู้และเข้าสู่กระบวนการผลิตหอมแดงที่ปลอดภัย (GAP) อย่างเป็นรูปธรรม
3. สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ควรมีนโยบายและจัดทำยุทธศาสตร์ ในการส่งเสริมการจำหน่ายหอมแดงให้แก่กลุ่มเกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการจัดทำฐานข้อมูลทั้งด้านการผลิตและการตลาดหอมแดงให้เป็นปัจจุบัน และจัดให้มีโครงการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดในทุกมิติเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่เกษตรกร
4. เทศบาลตำบลพระเสด็จ ควรกำหนดนโยบายในการอนุรักษ์ สืบทอด และเผยแพร่การปลูกหอมแดงพันธุ์ ให้แก่อนุชนในพื้นที่ เพื่อให้การดำรงอยู่ของวิถีชีวิตเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงที่ทรงคุณค่า โดยการจัดให้มีศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการเกษตรที่มีการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องในพื้นที่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตหอมแดงพันธุ์ ที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตให้แก่เกษตรกร
2. ควรมีการวิจัยเพื่อขยายเครือข่ายการผลิตและการตลาดหอมแดงพันธุ์ของจังหวัดอุตรดิตถ์ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ
3. ควรมีการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการดำรงไว้ของจำนวนเกษตรกรผู้ปลูกหอมแดงพันธุ์ และกระบวนการปลูกหอมแดงพันธุ์ของเกษตรกร ที่เป็นพืชพันธุ์พื้นเมืองที่ถือเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดอุตรดิตถ์

4. ควรมีการวิจัยเพื่อหาช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมและหลากหลายสำหรับหอมแดงพันธุ์จังหวัดอุดรดิตถ์

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณในการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ สัจจาวัฒนา และณัฐ โฆษวิภากาญจน์. (2554). *การพัฒนาและขยายผลระบบการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวโพดพันธุ์ผสมเปิดเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของเครือข่ายเกษตรกรภาคเหนือตอนบน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ชัคเชสมิเดีย.
- คณาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ. (2555). *หลักการตลาด*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- จักรกฤษณ์ พิญาพวงษ์. (2549). *รายงานการวิจัยเรื่องรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อลดการใช้สารเคมีในเกษตร กรณีตำบลชัยชุมพล อำเภอลับแล จังหวัดอุดรดิตถ์*. อุดรดิตถ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- ชินสัค สุวรรณอัจฉริย. (2549). *เครือข่ายทางสังคม*. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. (2548). *การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ Knowledge Management for Business Firms*. กรุงเทพฯ: เอ็กสเปอร์เนท.
- ไชยรัตน์ ปรานี, สมญา อินทรเกษตร, และชนันทิพย์ จันทโรสภา. (2550). *การพัฒนาชุดโครงการเดินตามพ่อ: วิจัยการจัดการเครือข่ายเกษตรกรตาม แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- นฤมล นิราทร. (2543). *การสร้างเครือข่ายการทำงาน: ข้อควรพิจารณาบางประการ*. กรุงเทพฯ: โครงการระหว่างประเทศว่าด้วยการจัดปัญหาการใช้แรงงานเด็ก.
- พระมหาสุทนต์ อามาโร. (2548). *เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.
- ไพฑูรย์ รอดวินิจ. (2541). *ตลาดสินค้าเกษตร*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2552). *กระบวนการเครือข่ายทางสังคม เพื่อส่งเสริมการออกกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพ*. พิษณุโลก: ดาวเงินการพิมพ์.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร. (2556). *แนวคิด ทฤษฎี เทคนิค และการประยุกต์เพื่อการพัฒนาสังคม Concept, Theory and Technique for Social Development Practice*. กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์
- พัชรินทร์ สิริสุนทร และ ยุพิน เกื่อนศรี. (2551). *รายงานการวิจัยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน*

- และการสร้างเสริมความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิตหอมแดง จังหวัดอุตรดิตถ์. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มาฆะสิริ เชาวกุล, ธนัส กนกเทศ และ ศิริินภา ปาณย. (2554). *โครงการเชิงปฏิบัติการการพัฒนาเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรเพื่อการผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวและการพัฒนาระบบตลาดเมล็ดพันธุ์ข้าว จังหวัดชัยนาท*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- วารี ถาวรรุ่งกิจ. (2548). *เครือข่ายการเรียนรู้ของเกษตรกรในการประกอบอาชีพเสริมในชุมชนชนบท*. ปริญญาโท ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2546). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีระ ภาคอุทัย, ไพฑูรย์ ศัษมาตย์, ธนาภรณ์ กระสวยทอง และ พรทิพย์ แพงจันทร์. (2553). *โครงการการพัฒนาและสร้างเครือข่ายเกษตรกรผู้ปลูกพริกปลอดภัย เพื่อรองรับการขยายตัวของระบบการปลูกพริกปลอดภัยในจังหวัดชัยภูมิ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- สุทธิธรรม เลขวิวัฒน์. (2549). *เครือข่ายชุมชนพอเพียง*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สุรสิทธิ์ สิงหพรพงษ์. (2548). *การผลิตหอมแดงในจังหวัดศรีสะเกษ*. ศรีสะเกษ: สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดอุตรดิตถ์. (2556). *ข้อมูลพืชผักหอมแดง*. แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2557). *ราคาหอมแดง*. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557. จาก <http://www.oae.go.th>
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). *เครือข่าย ยุทธวิธีเพื่อประชาชนเข้มข้น ชุมชนเข้มแข็ง*. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- สนธยา พลศรี. (2550). *เครือข่ายการเรียนรู้ในงานพัฒนาชุมชน*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ศจินทร์ ปัญญาสันต์ นริศรา สายสงวนสัจย์ และ กิ่งกร นริทรกุล ณ อยุธยา. (2555). *รายงานวิจัยทางเลือกทางการตลาด ของชาวนา : ผลกระทบเชิงโครงสร้างต่อความไม่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์*. สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ: มุลินีเกษตรกรรมยั่งยืน.
- Kotler, P. (1989). *Principles of Marketing*. Englewood cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.