

การศึกษาเรื่องการศึกษาโครงการสร้างตลาดเกษตรทฤษฎีใหม่ กรณีศึกษา ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อ 1. ศึกษาโครงการสร้างตลาดเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 2. ศึกษาปัจจัยที่สำคัญต่อตลาดเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 3. หาแนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรทฤษฎีใหม่ ตำบลแม่แฝกใหม่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกจำนวน 55 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานให้เกบครรรร ร่วมกันวิเคราะห์ความสามารถขององค์การ (SWOT) โดยการสนทนากลุ่มและร่วมกันหาแนวทางพัฒนาตลาดเกษตรทฤษฎีใหม่

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 87.30 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 56.40 มีระดับการศึกษาจบชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 54.50 มีสถานภาพสมรสเดียว ร้อยละ 92.70 และเป็นหัวหน้าครอบครัว ร้อยละ 81.80 เกษตรกรทั้งหมดเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่กิจกรรมออมทรัพย์ และส่วนใหญ่เลือกเป็นสมาชิกของกลุ่มย่อย 2 กิจกรรม ร้อยละ 27.28

โครงการสร้างตลาดเกษตรทฤษฎีใหม่มี 2 ตลาด คือ ตลาดผลผลิตและตลาดปัจจัยการผลิต และรูปแบบตลาดเกษตรทฤษฎีใหม่มี 3 รูปแบบ คือ กิจกรรมที่มีรูปแบบตลาดแบบเดี่ยว คือ กิจกรรมเดี่ยงปลา กิจกรรมเดี่ยงไก่ และกิจกรรมไวน่าสวนผสม ส่วนกิจกรรมที่มีรูปแบบตลาดแบบกลุ่ม คือ กิจกรรมปูยและนำสกัดชีวภาพ กิจกรรมเมล็ดพันธุ์ข้าวและกิจกรรมผักปลดสารพิษ และกิจกรรมที่มีรูปแบบตลาดแบบผสม คือ กิจกรรมเพาะเห็ด

การวิเคราะห์ความสามารถขององค์การ (SWOT) พบว่ากลุ่มเกษตรทฤษฎีใหม่สามารถดำเนินอยู่ได้ภายใต้วิกฤตเศรษฐกิจ คือ

- จุดแข็ง การประชุมกลุ่มของเกษตรกรทุกเดือนทำให้เกษตรกรได้รับความรู้ใหม่ ๆ มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทราบถึงปัญหาและข้อมูลของเพื่อนสมาชิก และร่วมกันแก้ไขปัญหา และการรวมกลุ่มทำกิจกรรม ทำให้การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีอำนาจต่อรอง ลดค่าใช้จ่าย มีรายได้เสริม มีการวางแผนสร้างอาชีพ ไว้รองรับภัยแล้ง และช่วยลดความเสี่ยงจากการประกอบอาชีพ การรับฝ่ากเงินออมทุกเดือน ทำให้เกษตรกรมีนิสัยรักการออม มีทุนการดำเนินงานและสามารถซื้อยกันแก้ไขปัญหาด้านเงินแก่สมาชิกในบ้านชุมชน

- จุดอ่อน เกษตรกรขาดความร่วมมือในการเข้าร่วมประชุม ส่งผลให้เกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน เกิดข้อบกพร่องในการประชาสัมพันธ์ แจ้งข้อมูลข่าวสารให้แก่สมาชิกและไม่สามารถจัดสรรพื้นที่ให้เป็นไปตามแนวทางที่กำหนดได้ และเกษตรกรทุกคนใหม่เน้นให้รู้จักการพ่ออยู่พอกิน ทำให้เกษตรกรเกิดความไม่แน่ใจในการทำเกษตรทุกภูมิใหม่ ว่าสามารถปลูกเปลือกหนึ้สิน

- โอกาสทั้งการรู้และอุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำเกษตร ช่วยเหลือด้านพื้นที่พืช ให้อาสาไปศึกษาดูงานและมีเจ้าหน้าที่มาแนะนำให้ความรู้แก่เกษตร

- อุปสรรค การช่วยเหลือส่งเสริมสนับสนุนด้านการผลิต ทุนการดำเนินงาน และวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการทำเกษตร ช่วยเหลือด้านพื้นที่พืช ให้อาสาไปศึกษาดูงานและมีเจ้าหน้าที่มาแนะนำให้ความรู้แก่เกษตร

สำหรับปัจจัยหรือเงื่อนไขที่สำคัญคือตลาดเกษตรทุกภูมิใหม่ คือชนิด ปริมาณ และความหลากหลายของสินค้า ความแตกต่างของราคาที่ได้รับ ความยากง่ายของการคมนาคมที่เข้าถึง จุดจำหน่าย การมีปัจจัยสนับสนุนทางการตลาด และกระบวนการกลุ่ม

แนวทางการพัฒนาตลาดเกษตรทุกภูมิใหม่ เพื่อให้กลุ่มเกษตรทุกภูมิใหม่เกิดความยั่งยืน ควรมีการพัฒนาดังนี้ การสร้างความต่อเนื่องให้กับสินค้า การร่วมกันซื้อขายมากขึ้น และการวางแผนการผลิตร่วมกัน

จากผลการวิจัยที่ได้ เกษตรกรควรหันมาเลี้ยงไก่พื้นเมืองมากขึ้นและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าเกษตรทุกภูมิใหม่ การทำสัญญาผูกพันร่วมกับบริษัทเกษตรกร การทำในนามกลุ่ม ควรมีการแปรรูปผลผลิตและขายร่วมกันในลักษณะวิสาหกิจชุมชน ควรมีการกระจายการลือหุ้นเพื่อรับการขยายตัวและเพื่อเพิ่มทุนการดำเนินงาน ควรมีการเพิ่มการผลิตให้หลากหลายและวางแผนการตลาดไปพร้อมกัน และรัฐควรมีการส่งเสริมการทำเกษตรทุกภูมิใหม่ในพื้นที่ที่ใกล้เคียงกัน เพื่อจ่ายในการส่งเสริมและพัฒนาต่อไป

The objectives of this research are to: (1.) Study agro-marketing structure of new theory in Maefaeekmai Sub-District, Sansai District, Chiangmai Province; (2.) Study vital factors effecting on agro-market of new theory in Maefaeekmai Sub-District, Sansai District, Chiangmai Province; and (3.) Find out the method of agro-market of new theory development in Maefaeekmai Sub-District, Sansai District, Chiangmai Province.

Questionnaires were used to collect data from 55 farmers. Then, the data analysis was discussed and presented by SWOT analysis method to develop agro-marketing structure of new theory.

The result found that most farmers were male (87.30%) and 56.40% were in the age of 40 to 49 years old, 54.50% were educated in Prathom 4 of Primary school, 92.70% were married and 81.80% were the family's leaders. Moreover, all farmers were members of saving cooperative and 27.28% participated two group activities.

Agro-marketing Structure of new theory consisted of product market and resource market. There were three kinds of the new theory agro-marketing which were different activities; single market-fish farm, chicken farm and mixed farm, group market-microorganisms (EM), rice variety and non toxic vegetables, mixed market-mushroom activity.

SWOT analysis was shown that the farmers could live in economic crisis of Thailand as following;

- Strength : As the farmers had a meeting monthly, they had new experience, shared ideas, accessed information and problems of group to understand and to help each other to solve the problems. This advantage was to maximize utility of resource usage,

to have power of bargaining, to decrease expense, to increase extra income, to do occupation plan, and to reduce the risk of occupation. Moreover, they deposited money to their saving account every month so that they had budget for investment and had subsidy financial support.

- Weakness : Some members were absent in the meeting so they were confused and had a misinformation. The new theory process could not be successful.

- Opportunity : Both private and government sectors supported the production, budget and agricultural material. They also provided seed, visual education and training.

- Threats : The assistance from supporting organizations were not continuous and repeated. High competition and materialism made high living cost and changed their life style. Human labor was replaced by technology so the farmer's income was decreased.

Not only, type, quantity and diversity of product were the factors which had influence on agro-marketing of new theory, but also reasonable price, transportation, promotion and group process were important factors.

In brief, making variety of product, cooperating on distribution and planning of productivity are the ways of consistenble development of Agro-market of new theory.

Finally, the farmers should be interested in traditional chicken farm more than before. They should build the trust of agro-market of new theory product. They should make contract between agro-marketing group and private company. They should transform the products and cooperate their selling in the way of community relation. Moreover, they should enhance the priority of stock-holding to support business growing and to increase the budget. They should produce the diversity of product while doing marketing plan. The government should support and encourage farmers to increase the area of agro-marketing structure of new theory.