บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ **ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการส่งเสริมการผลิต และ การตลาดผักปลอดสารพิษของเกษตรกรบ้านนาแสนคำ อำเภอเมืองไชย แขวงอุดมไชย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว** ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการวิจัย โดยแยกออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทางกายภาพของพื้นที่
2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตผลทางการเกษตรปลอดสารพิษ
3. แนวคิดเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ
4. การตลาดของผักปลอดภัยจากสารพิษและมาตรฐานสินค้าการเกษตร
5. แนวคิดความพอใจของผู้บริโภค (Consumer Satisfaction)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทางกายภาพของพื้นที่

ลาว (ลาว: ລາວ) หรือชื่ออย่างเป็นทางการ คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ลาว: ສາທາລະນະລັດປະຊາທິປະໄຕປະຊາຊົນລາວ, อักษรย่อ: ສປປ.ລາວ) เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเลในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพื้นที่ 236,800 ตารางกิโลเมตร มีพรมแดนติดต่อกับจีน ทางทิศเหนือ ติดต่อกับพม่าทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ติดต่อกับเวียดนามทางทิศตะวันออก ติดต่อกับกัมพูชาทางทิศใต้ และติดต่อกับประเทศไทยทางทิศตะวันตก กั้นด้วยแม่น้ำโขงเป็นบางช่วง

ที่ตั้งและอาณาเขต

ประเทศลาวเป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งตั้งอยู่บนใจกลางของคาบสมุทรอินโดจีน ระหว่างละติจูดที่ 14 - 23 องศาเหนือ ลองติจูดที่ 100 - 108 องศาตะวันออก มีพื้นที่โดยรวมประมาณ 236,800 ตารางกิโลเมตร แบ่งเป็นภาคพื้นดิน 230,800 ตารางกิโลเมตร ภาคพื้นน้ำ 6,000 km² โดยลาวเป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล เนื่องด้วยตลอดแนวชายแดนของประเทศลาว ซึ่งมีความยาวรวม 5,083 กิโลเมตร ล้อมรอบด้วยชายแดนของประเทศเพื่อนบ้าน 5 ประเทศ เรียงตามเข็มนาฬิกา ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- **ทิศเหนือ** ติดกับประเทศจีน
- **ทิศตะวันออก** ติดกับประเทศเวียดนาม
- **ทิศใต้** ติดกับประเทศไทย และประเทศกัมพูชา
- **ทิศตะวันตก** ติดกับประเทศไทย และประเทศพม่า

ความยาวพื้นที่ประเทศลาวตั้งแต่เหนือจรดใต้ยาวประมาณ 1,700 กว่ากิโลเมตร ส่วนที่กว้างที่สุดกว้าง 500 กิโลเมตร และที่แคบที่สุด 140 กิโลเมตร เนื้อที่ทั้งหมด 236,800 ตารางกิโลเมตร

ลักษณะภูมิประเทศ

ภูมิประเทศของลาวอาจแบบได้เป็น 3 เขต คือ

1. เขตภูเขาสูง เป็นพื้นที่ที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลโดยเฉลี่ย 1,500 เมตรขึ้นไป พื้นที่นี้อยู่ในเขตภาคเหนือของประเทศ

2. เขตที่ราบสูง คือพื้นที่ซึ่งสูงกว่าระดับน้ำทะเลเฉลี่ย 1,000 เมตร ปรากฏตั้งแต่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ของที่ราบสูงเมืองพวนไปจนถึงชายแดนกัมพูชา เขตที่ราบสูงนี้มีที่ราบสูงขนาดใหญ่อยู่ 3 แห่ง ได้แก่ ที่ราบสูงเมืองพวน (แขวงเชียงขวาง), ที่ราบสูงนากาย (แขวงคำม่วน) และที่ราบสูงบริเวณ (ภาคใต้)

3.เขตที่ราบลุ่ม เป็นเขตที่ราบตามแนวฝั่งแม่น้ำโขงและแม่น้ำต่างๆ เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุดในเขตพื้นที่ทั้ง 3 เขต นับเป็นพื้นที่อู่ข้าวอู่น้ำที่สำคัญของประเทศ แนวที่ราบลุ่มเหล่านี้เริ่มปรากฏตั้งแต่บริเวณตอนใต้ของแม่น้ำงึม เรียกว่า ที่ราบลุ่มเวียงจันทน์ ผ่านที่ราบลุ่มสะหวันนะเขด ซึ่งอยู่ตอนใต้เซบั้งไฟและเซบั้งเหียง และที่ราบจำปาสักทางภาคใต้ของลาว ซึ่งปรากฏตามแนวแม่น้ำโขงเรื่อยไปจนจดชายแดนประเทศกัมพูชา

ทั้งนี้ เมื่อนำเอาพื้นที่ของเขตภูเขาสูงและเขตที่ราบสูงมารวมกันแล้ว จะมากถึง 3 ใน 4 ของพื้นที่ประเทศลาวทั้งหมด โดยจุดที่สูงที่สุดของประเทศลาวอยู่ที่ภูเบี้ย ในแขวงเชียงขวาง วัดความสูงได้ 2,817 เมตร (9,242 ฟุต) ประเทศลาวมีแม่น้ำสายสำคัญอยู่หลายสาย โดยแม่น้ำซึ่งเป็นสายหัวใจหลักของประเทศคือแม่น้ำโขง ซึ่งไหลผ่านประเทศลาวเป็นระยะทาง 1,835 กิโลเมตร แม่น้ำสายนี้เป็นแม่น้ำสำคัญทั้งในด้านเกษตรกรรม การประมง การผลิตพลังงานไฟฟ้า การคมนาคมจากลาวเหนือไปจนถึงลาวใต้ และการใช้เป็นพรมแดนธรรมชาติระหว่างประเทศลาวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ลักษณะภูมิอากาศที่ลาว

สปป. ลาวอยู่ในภูมิอากาศเขตร้อน มีลมมรสุมแต่ไม่มีลมพายุ สำหรับเขตภูเขาภาคเหนือและ เขตเทือกเขา อากาศมีลักษณะกึ่งร้อนกึ่งหนาว อุณหภูมิสะสมเฉลี่ยประจำปีสูงถึง 15-30 องศาเซลเซียส และความแตกต่างของอุณหภูมิระหว่างกลางวันและกลางคืนมีประมาณ 10 องศาเซลเซียส จำนวนชั่วโมงที่มีแสงแดดต่อปีประมาณ 2,300 - 2,400 ชั่วโมง (ประมาณ 6.3 - 6.5 ชั่วโมงต่อวัน) ความชื้นสัมพัทธ์ของอากาศมีประมาณร้อยละ 70 - 85 ปริมาณน้ำฝนในฤดูฝน (ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงตุลาคม) มีร้อยละ 75 - 90 ส่วนในฤดูแล้ง (ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึงเมษายน) ปริมาณน้ำฝนมีเพียงร้อยละ 10 - 25 และปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยต่อปีของแต่เขตก็แตกต่างกันอย่างมากมาย เช่น เขตเทือกเขาบริเวณทางใต้ได้รับน้ำฝนเฉลี่ยปีละ 300 เซนติเมตร ขณะที่บริเวณแขวงเซียงขวาง แขวงหลวงพะบาง แขวงไซยะบุลี ได้รับเพียงแค่ 100 - 150 เซนติเมตร ส่วนแขวงเวียงจันและสะหวันนะเขตในช่วง 150 - 200 เซนติเมตร เช่นเดียวกับแขวงพงสาลี แขวงหลวงน้ำทา และแขวงบ่อแก้ว

ประชากร

จากสถิติในปี พ.ศ. 2548 (ตามข้อมูลกระทรวงการต่างประเทศของไทย) ประเทศลาวมีประชากรรวม 6,068,117 คน ประกอบด้วยชนชาติต่างๆ หลากหลายเชื้อชาติ ซึ่งในภาษาลาวจะเรียกรวมกันว่า "ประชาชนบรรดาเผ่า" สามารถจำแนกได้เป็น 68 ชนเผ่าโดยประมาณ แบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ตามถิ่นที่อยู่อาศัย ดังนี้

1. **ลาวลุ่ม** หมายถึงชาวลาวที่อาศัยอยู่ในเขตที่ราบ ส่วนใหญ่ได้แก่คนเชื้อชาติลาว ภูไท ไทดำ ไทลื้อ ฯลฯ ใช้ภาษาลาวหรือภาษาตระกูลภาษาไทเป็นภาษาหลัก ประชาชนกลุ่มนี้มีอยู่ร้อยละ 68 ของจำนวนประชากรทั้งหมดและอาศัยกระจายอยู่ทั่วประเทศ ถือว่าเป็นกลุ่มชาวลาวที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศ

2. **ลาวเทิง** หมายถึงชาวลาวที่อาศัยอยู่ในเขตที่ราบสูง เช่น ชาวบรู มะกอง งวน ตะโอย ตาเลียง ละเม็ด ละเวน กะตัง ฯลฯ ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ทางภาคใต้ของประเทศ เช่น แขวงจำปาสัก แขวงเซกอง แขวงอัตตะปือ คิดเป็นร้อยละ 22 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

3. **ลาวสูง** หมายถึงชาวลาวที่อาศัยอยู่ในเขตภูเขาสูง เช่น ชาวม้ง เย้า มูเซอ ผู้น้อย และชาวเขาเผ่าต่างๆ ส่วนมากอาศัยอยู่ในเขตภาคเหนือของลาว เช่น แขวงหลวงพระบาง แขวงเชียงขวาง และตามแนวตะเข็บชายแดนภาคเหนือ ชาวลาวกลุ่มนี้คิดเป็นจำนวนร้อยละ 9 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

นอกจากนี้ยังมีชาวลาวเชื้อสายเวียดนาม ชาวลาวเชื้อสายจีน รวมทั้งชาวต่างชาติอื่นๆ ในลาวคิดเป็นร้อยละ 2 ของจำนวนประชากรทั้งหมดด้วย

ภาษา

ประเทศลาวใช้ภาษาลาวเป็นภาษาทางการทั้งในส่วนของภาษาพูดและระบบการเขียน ส่วนในกลุ่มชาวลาวเทิงและชาวลาวสูงยังคงมีการใช้ภาษาประจำเผ่าของตนควบคู่กับภาษาลาว ส่วนภาษาต่างประเทศอื่นที่มีการใช้ได้แก่ภาษาฝรั่งเศสซึ่งมีการใช้มาตั้งแต่สมัยอาณานิคม ปัจจุบันยังคงใช้ในวงราชการและการติดต่อค้าขายบ้าง อีกภาษาหนึ่งที่สำคัญคือภาษาอังกฤษซึ่งใช้ในการติดต่อกับต่างประเทศและการค้า ซึ่งนับวันการศึกษาภาษาอังกฤษก็ยิ่งจะขยายตัวมากขึ้น สำหรับอัตราการรู้หนังสือของลาวนั้น ประชากรเพศชายรู้หนังสือร้อยละ 67 หญิงร้อยละ 43 เมื่อคิดเฉลี่ยรวมทั้งสองเพศแล้วปรากฏว่าประเทศลาวมีอัตราประชากรที่รู้หนังสือ ร้อยละ 55

ศาสนา

ชาวลาวส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาทซึ่งเป็นศาสนาประจำชาติ (ร้อยละ 60 ของชาวลาวทั้งหมด) ควบคู่ไปกับลัทธินับถือผีบรรพบุรุษของชนชาติส่วนน้อยในแถบภูเขาสูง ส่วนชาวลาวที่นับถือศาสนาคริสต์และศาสนาอิสลามมีจำนวนที่ค่อนข้างน้อยมาก โดยศาสนาคริสต์ส่วนมากจะมีผู้นับถือเป็นกลุ่มชาวเวียดนามอพยพและชาวลาวเชื้อสายเวียดนาม ส่วนศาสนาอิสลามพบว่ามีการนับถือในหมู่ชนชาติส่วนน้อยจีนฮ่อที่อาศัยตามชายแดนด้านติดกับประเทศพม่า และมีชุมชนมุสลิมที่มีเชื้อสายเอเชียใต้ และจามในเวียงจันทน์

แขวงอุดมไชย

แขวงอุดมไชย เป็นแขวงหนึ่งที่ตั้งอยู่ใจกลางภาคเหนือของ สปป.ลาว มีเนื้อที่ 21,190 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 290,000 คน แบ่งออกเป็น 11 เมือง คือ เมืองไชย, เมืองนาหม้อ,เมืองหลา. เมืองแบ่ง,เมืองฮุม, เมืองปากแบ่ง, เมืองผาอุดม, เมืองปากทา,เมืองงา,เมืองเชียงฮอม และเมืองหงสา แขวงไชยอุดมมีชายแดนติดกับแขวงหลวงน้ำทา, แขวงพงสาลี, แขวงหลวงพระบาง, แขวงไชยะบุรี และแขวงบ่อแก้ว , เมืองอุดมไชย หรืออีกชื่อหนึ่งว่าเมืองไชยา เป็นเมืองหลวงของแขวงอุดมไชยตั้งอยู่ห่างจากกำแพงนครเวียงจันระยะทาง 590 กม. เมืองหลวงพระบาง 195 กม. เมืองห้วยทรายในแขวงบ่อแก้ว 300 กม. เมืองขรัวในแขวงพงสาลี 100 กม.และห่างจากชายแดนลาว-เวียดนาม 180 กม.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตผลทางการเกษตรปลอดสารพิษ

ความหมายและประเภทของผลิตผลทางการเกษตรปลอดภัยสารพิษ

ปัจจุบันได้มีผักผลไม้ที่นอกเหนือจากผักผลไม้ทั่วไปซึ่งไม่เน้นความปลอดภัยจากสารพิษ โดยมีชื่อเรียกแตกต่างกัน ได้แก่ ผักอนามัย ผักปลอดสารพิษ ผักผลไม้ปลอดภัยจากสารพิษ ผัก ผลไม้ออร์กานิก ผักไฮจีนิก ไฮโดรโปนิกส์ ผักผลไม้ไอพีเอ็ม (IPM) ซึ่งทำให้ผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยเกิดความสับสนว่าเป็นผักผลไม้อะไร หรือเป็นผลผลิตไร้สารพิษโดยสิ้นเชิงหรือไม่ หรือมีความแตกต่างจากผลผลิตที่ไม่ได้ถูกประทับตราอย่างไรบ้าง ซึ่งโดยแท้จริงแล้วผักผลไม้เหล่านี้ได้แก่ ผลิตผลที่มีการควบคุมการใช้สารเคมีในระดับต่างๆ กันนั่นเอง โดยสามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท ดังนี้ (อินโฟไมนิ่ง, คู่มือเสริมสร้างความรู้ผู้ประกอบธุรกิจผักผลไม้ปลอดภัยสารพิษ,2546: หน้า 9-12)

1. ออร์แกนนิก (organic) หรือ เกษตรอินทรีย์ หมายถึง การทำการเกษตร (ปลูกพืชเลี้ยงสัตว์) ที่ไม่ใช้สารเคมีทุกชนิด เช่น ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช เวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ ฮอร์โมนกระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเน้นหลักการบำรุงรักษาระบบนิเวศวัสดุที่ใช้จึงเป็นวัสดุที่ได้มาจากธรรมชาติ ระบบการผลิตทางการเกษตรอินทรีย์จึงเน้นที่การสร้างและรักษาความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันเป็นการประยุกต์ใช้ธรรมชาติ ในการเพิ่มผลผลิตโดยเน้นการหมุนเวียนในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและพัฒนาความต้านทานต่อโรคของพืชและสัตว์เลี้ยง เกษตรอินทรีย์อาศัยการปลูกพืชหมุนเวียนจากเศษพืช มูลสัตว์ พืชตระกูลถั่ว ปุ๋ยพืชสด เศษซากพืชซากเหลือทิ้งต่างๆ การใช้ธาตุอาหารจากการผุพังของหินแร่ รวมไปถึงการใช้หลักการควบคุมศัตรูพืชโดยวิธีชีวภาพ เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดินสำหรับเป็นแหล่งธาตุอาหารของพืช รวมทั้งการควบคุมศัตรูพืชต่างๆ เช่น แมลง โรคพืช และวัชพืช หลักการเกษตรอินทรีย์นี้จึงเป็นหลักสากลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิอากาศและวัฒนธรรม ท้องถิ่น ผักผลไม้อินทรีย์ที่กลายเป็นผลผลิตแล้วนั้นจึงปราศจากสารพิษใดๆ ตกค้าง

2. ไฮจีนิก (hygienic) หรือปลอดภัยสารพิษ หรืออนามัย หมายถึง ระบบการผลิตที่คำนึงถึงความปลอดภัยจากสารพิษ หรือคำนึงถึงมาตรฐานด้านสุขอนามัย หรือการเพาะปลูกผักหรือผลไม้ที่ยังคงมีสารเคมีตกค้างในระดับปลอดภัยตามมาตรฐาน ซึ่งมาตรฐานด้านสุขภาพอนามัยมี 2 มาตรฐาน ดังนี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1. มาตรฐานที่ใช้ในระดับสากล คือ มาตรฐาน Codex ที่กำหนด โดย FAO และ WTO

2. มาตรฐานที่ใช้ในประเทศไทย คือ มาตรฐานของกรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร กระทรวงสาธารณสุข

ผักผลไม้ไฮจีนิก (hygienic) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ปลอดภัยจากสารพิษ หรือ อนามัย เป็นระบบการผลิตที่ยังคงใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีกำจัดศัตรูพืช ผลผลิตที่ได้ยังคงมีสารพิษตกค้างแต่ไม่เกินปริมาณที่กำหนดไว้ สารเคมีที่ใช้เป็นสารพิษตกค้างในระยะสั้น และใช้ในปริมาณที่จำเป็นเท่านั้น ผ่านกรรมวิธีการปฏิบัติก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวตลอดจนการขนส่งและการบรรจุหีบห่อได้ตามคุณลักษณะมาตรฐานที่กำหนดไว้ซึ่งรวมผักผลไม้ที่ผลิตด้วยระบบ IPM ด้วย วิธีการปลูกผักผลไม้ประเภทนี้เน้นการดูแลรักษาอันหลากหลาย เช่น การกำจัดศัตรูพืชแบบผสมผสาน การกำจัดศัตรูพืชด้วยวิธีธรรมชาติ

2. ปลอดสารพิษ ได้แก่ การเพาะปลูกที่ห้ามใช้ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าหญ้า สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช แต่ยังไม่พบว่ามีการห้ามใช้ GMO โดยเน้นความปลอดภัยต่อผู้บริโภคเป็นหลัก

3. ไฮโดรโปนิกส์ (hydroponics) หมายถึง การปลูกพืชโดยไม่ใช้ดิน แต่ใช้น้ำสะอาดที่มีสารละลายธาตุอาหารที่พืชต้องการ โดยสารอาหารเหล่านี้จะไหลผ่านรากพืชอย่างต่อเนื่อง ช่วยให้พืชได้รับออกซิเจนอย่างพอเพียงและสม่ำเสมอ ทำให้พืชเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

3. แนวคิดเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ

พืชผักเป็นพืชอาหารที่คนนิยมนำมาใช้รับประทานกันมาก เนื่องจากมีคุณค่าทางอาหารทั้งวิตามินและแร่ธาตุต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายสูง แต่ค่านิยมในการบริโภคผักนั้น มักจะเลือกบริโภคผักที่สวยงามไม่มีร่องรอยการทำลายของหนอนและแมลงศัตรูพืช จึงทำให้เกษตรกรที่ปลูกผักจะต้องใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดแมลงฉีดพ่นในปริมาณที่มาก เพื่อให้ได้ผักที่สวยงามตามความต้องการของตลาด เมื่อผู้ซื้อนำมาบริโภคแล้วอาจได้รับอันตรายจากสารพิษที่ตกค้างอยู่ในพืชผักนั้นได้เพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว เกษตรกรจึงควรหันมาทำการปลูกผักปลอดสารพิษ โดยนำเอาวิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชหลายวิธีมาประยุกต์ใช้ร่วมกันเป็นการทดแทนหรือลดปริมาณการใช้สารเคมีให้น้อยลง เพื่อความปลอดภัยของเกษตรกร ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมผัก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปลอดสารพิษ หมายถึง ผลผลิตพืชผักที่ไม่มีสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชตกค้างอยู่หรือมีตกค้างอยู่ไม่เกินระดับมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้ ในประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 163 พ.ศ. 2538 ลงวันที่ 28 เมษายน 2538 เรื่อง อาหารที่มีสารพิษตกค้าง

ข้อดีของการปลูกผักปลอดสารพิษ ได้แก่

1. ทำให้ได้พืชผักที่มีคุณภาพ ไม่มีสารพิษตกค้าง เกิดความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค

2. ช่วยให้เกษตรกรผู้ปลูกผักมีสุขภาพอนามัยดีขึ้นเนื่องจากไม่มีการฉีดพ่นสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช ทำให้เกษตรกรปลอดภัยจากสารพิษเหล่านี้ด้วย

3. ลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

4. ลดปริมาณการนำเข้าสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

5. เกษตรกรจะมีรายได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผลผลิตที่ได้มีคุณภาพ ทำให้สามารถขายผลผลิตได้ใน ราคาสูงขึ้น

6. ลดปริมาณสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืชที่จะปนเปื้อนเข้าไปในอากาศและน้ำ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและลดมลพิษของสิ่งแวดล้อมได้อีกทางวิธีการผลิตผักปลอดสารพิษนั้น จะใช้หลักการปลูกพืชผักโดยการใช้สารเคมีในการผลิตให้น้อยที่สุด หรือใช้ตาม ความจำเป็นและจะใช้หลัก “การป้องกันและกำจัดศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสานหรือ “ไอพีเอ็ม” แทนแต่การที่จะป้องกันและกำจัดศัตรูพืชให้ได้ผลนั้นจะต้องเลือกวิธีที่ประหยัดเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ปลูกจะต้องเข้าใจ เรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

6.1 สาเหตุการระบาดของศัตรูพืช ได้แก่

6.1.1 ศัตรูพืชเคลื่อนย้ายจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่ง ที่มีความเหมาะสมมากกว่าทำให้มีการขยายพันธุ์และระบาดทำความเสียหายเพิ่มขึ้น

6.1.2 สภาพแวดล้อมและสภาพทางนิเวศน์เปลี่ยนแปลงไปทำให้ศัตรูพืชมีการขยายพันธุ์ได้ดีขึ้นเพิ่มจำนวนมากขึ้น หรือมีผลต่อการพัฒนาสายพันธุ์ให้มีความต้านทาน และมีประสิทธิภาพในการเข้าทำลายมากขึ้น เช่น การกำจัดงู ทำให้หนูระบาด การใช้สารเคมี ทำให้แมลงที่กินแมลงศัตรูพืชตาย เป็นต้น

6.1.3 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ความต้องการผลผลิตในการบริโภคเปลี่ยนไป ความต้องการผลผลิตที่แตกต่างกันไปตามความต้องการของบริโภค บางครั้งร่องรอยการทำลายของ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ศัตรูพืชเพียงจุดเดียว ก็ถือว่าผลผลิตตกเกรดไม่ได้มาตรฐาน มีการระบาดของศัตรูพืชได้

6.2. การควบคุมศัตรูพืชให้ประสบผลสำเร็จ มีหลักการง่ายๆ คือ

6.2.1 ต้องป้องกันไม่ให้เกิดโรคในแปลงปลูก เช่น การใช้พันธุ์ที่ปราศจากโรคและแมลงการไม่นำชิ้นส่วนของพืชที่มีโรคแมลงเข้ามาในแปลงปลูก เป็นต้น

6.2.2 ถ้ามีศัตรูพืชเข้ามาในแปลงปลูกหรือแสดงอาการเป็นโรคแล้ว ต้องยับยั้งการแพร่ระบาด

6.2.3 และถ้ามีการระบาดแล้วต้องกำจัดให้หมดไป อย่างไรก็ตามสาเหตุสำคัญที่ก่อให้เกิดการระบาดของศัตรูพืชในแปลงปลูก คือ ตัวเกษตรกรเองที่ละเลยการควบคุมดูแลทำให้ศัตรูพืชสะสมในแปลงปลูก จนถึงระดับที่ไม่สามารถควบคุมกำจัดได้

6.3. วิธีการควบคุมศัตรูพืชอย่างมีประสิทธิภาพมีขั้นตอน ดังนี้

6.3.1 ต้องศึกษาชนิดของศัตรูพืชในแปลงปลูกนั้นๆ ก่อน

6.3.2 สำรวจสถานการณ์ศัตรูพืชในแปลงปลูก

6.3.3 พิจารณาแนวโน้มการระบาดของศัตรูพืชแล้วจึงหาแนวทางป้องกันและกำจัด

6.3.4 เมื่อควบคุมการระบาดให้อยู่ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายมากขึ้น แล้วให้เลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมเพื่อลดปริมาณ หรือรักษาระดับการเข้าทำลายให้คงที่หรือลดลง

6.3.5 ในกรณีที่ไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ศัตรูพืชด้วยวิธีการอื่นๆ ได้มีความจำเป็น ที่จะต้องใช้สารเคมีให้เลือกใช้สารเคมีที่ถูกต้องเหมาะสมกับชนิดศัตรูพืชและการระบาดตามแนะนำวิธีการใช้ในฉลาก

6.4. ผลดีของการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชโดยวิธีผสมผสาน คือ

6.4.1 ลดปริมาณศัตรูพืชให้ต่ำกว่าระดับที่จะก่อให้เกิดความเสียหายแก่พืช

6.4.2 ลดปริมาณการใช้สารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช

6.4.3 มีความปลอดภัยต่อสุขภาพของเกษตรกรผู้บริโภครวมไปถึงสภาพแวดล้อม

6.5. วิธีการผสมผสานในการควบคุมศัตรูพืชจะเป็นการนำเอาวิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชหลายวิธีมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน โดยวิธีการปลูกผักปลอดสารพิษนี้มีข้อแนะนำให้เกษตรกรเลือกใช้วิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชทดแทนการใช้สารเคมี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. การตลาดของผักปลอดภัยจากสารพิษ

การตลาด (Marketing) คือ กลุ่มของลูกค้าที่คาดหวังว่ามีความต้องการ ความเต็มใจ และความสามารถในการแลกเปลี่ยน ซึ่งธุรกิจเลือกที่จะใช้ความพยายามทางธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดความพอใจทั้งผู้บริโภคและธุรกิจ เครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ผลิตควบคุมได้ และใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคเรียกว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 4P's) มีองค์ประกอบ 4 ประการ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้าบริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจึงเกิดการตัดสินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) และติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่ง หมายร่วมกันได้

4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมที่ทำหน้าที่เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษา สินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

4.1 ช่องทางจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

4.2 การสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวของสินค้าจึงประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษา และการคลังสินค้า รวมทั้งการบริหารสินค้าคงเหลือ สำหรับผักปลอดสารพิษ เป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ที่ต้องการความปลอดภัยทางอาหาร และคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จัดอยู่ในกลุ่มการตลาดและการค้าเกษตรอินทรีย์ (Organic Market and Trading) ซึ่งมีการผลิตและการตลาดที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว

ในปัจจุบันกฎระเบียบมาตรฐานผลผลิตประเภทต่าง ๆ ลูกค้ามีส่วนเป็นผู้กำหนดโดยเฉพาะเน้นไปที่คุณภาพสินค้าไม่เพียง แต่รูปร่างลักษณะภายนอกที่เห็นเท่านั้น หากสินค้าที่ไม่ได้คุณภาพหรือไม่ได้มาตรฐานตามที่ถูกกำหนดก็จะถูกปฏิเสธจากผู้รับซื้อ ก่อให้เกิดความเสียหายทั้งธุรกิจตนเอง และส่วนรวมของการส่งออกของประเทศ เพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีมาตรการในการปฏิบัติดูแลที่ถูกต้องเหมาะสมทั้งขบวนการผลิต ดังนั้น มาตรฐานสินค้าเกษตรในปัจจุบัน หมายถึง ข้อกำหนด ระเบียบ หรือแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะต่างๆ ของตัวสินค้าเกษตรกรรม วิธี ระเบียบ หรือ แนวทางปฏิบัติ รวมถึงการดำเนินการที่เกี่ยวกับสุขลักษณะ ความปลอดภัย โดยทั่วไปมาตรฐานเกิดขึ้นจากการกำหนดร่วมกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค แล้วจะต้องได้รับการยอมรับจากทั้ง 2 ฝ่าย มาตรฐานจะถูกนำมาใช้เป็นบรรทัดฐานในการดำเนินการทางการผลิตของสินค้าเกษตรนั้น ๆจะเห็นได้ว่ามาตรฐานสินค้าเกษตรมีองค์ประกอบทั้งส่วนที่เป็นมาตรฐานคุณภาพในเชิง คุณลักษณะ เช่น พันธุ์ ขนาด รูปร่าง สี รสชาติ ความสมบูรณ์ของผลผลิต เป็นต้น และมาตรฐาน ของความปลอดภัย เช่น ปลอดภัยจากสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่ตกค้างในผลผลิต หรือความปลอดภัยจากการปนเปื้อนสารเคมี หรือเชื้อโรคอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อมนุษย์ ซึ่งรวมทั้งความปลอดภัยตลอดกระบวนการผลิตและระหว่างการขนส่งก่อนถึงผู้บริโภคความปลอดภัยในปัจจุบัน ยังรวมไปถึงความปลอดจากโรคแมลงศัตรูพืช และปลอดจากโรคสัตว์ที่จะเป็นอันตรายต่อสัตว์อื่นด้วย

5. แนวคิดความพอใจของผู้บริโภค (Consumer Satisfaction)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความสุขความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นความสุขสบายที่เกิดจากการเข้าร่วมได้รู้และได้เห็นในกิจกรรมนั้น ๆ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลในเชิงบวก สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง ซึ่งความพอใจนี้เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นทัศนคติที่เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อม (ป้องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง, 2544)

Kotler (1994 อ้างถึงใน ศิริวรรณ และคณะ, 2544) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจาก การทำงาน หรือประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งหากพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้าว่าจะเกิดระดับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าระดับผลที่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ได้รับของสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิด ความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ ซึ่งความแตกต่างกัน 3 ระดับของความพึงพอใจที่กล่าวมา จะส่งผลต่อ การตัดสินใจของลูกค้า และจะประชาสัมพันธ์ถึงสิ่งที่ดีและไม่ดีของสินค้าต่อบุคคลอื่น ๆ ต่อไป

ความพึงพอใจสามารถวัดได้โดยการใช้เครื่องมือในการติดตามและวัดความพึงพอใจ ของลูกค้า รวมทั้งเห็นว่าเครื่องมือที่ใช้วัดนั้นเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง(ศิริวรรณ และคณะ, 2544) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่นักการตลาดจะต้องค้นหาและวัดผลความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นวิธีการที่จะติดตามวัดผลและค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยยึดปรัชญาแนวคิดทางการตลาดที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้า มีจุดมุ่งหมายที่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงคือ วิธีการสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือเพิ่มการบริการ หน่วยธุรกิจจะต้องสามารถสร้างกำไรด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง อาจลงทุนมากขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ปัจจัยเหล่านี้มีผลทำให้กำไรของธุรกิจลดลงและมีผลกระทบทั้งรายได้และต้นทุน ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถวัด ติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ โดยการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า วิธีนี้หน่วยธุรกิจต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยการถามให้ลูกค้าระบุปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ว่าลูกค้าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนในการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจและคู่แข่ง พร้อมทั้งมีการระบุปัญหาของสินค้าหรือบริการ

4. การวิเคราะห์ลูกค้าที่สูญเสียไป วิธีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนใช้ ตราสินค้าอื่น จะทำให้ทราบถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ

6. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทวีรัศมิ์ (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปลูกผักปลอดสารพิษในจังหวัดลำปาง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการจำแนกกลุ่มเกษตรกรที่ยอมรับและไม่ยอมรับการปลูกผักปลอดสารพิษอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 มี 4 ประการคือ ทัศนะในการพึ่งตนเอง การมีส่วนรวมในกิจกรรมกลุ่ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ต่างๆ รายได้ทั้งหมดในครัวเรือน และทัศนะด้านสุขภาพของเกษตรกร ในขณะที่ศราวุธ (2548) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตผักตามระบบการเกษตรดีที่เหมาะสมของเกษตรกรศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มเกษตรกรที่ผ่านการรับรองGAPและกลุ่มเกษตรกรที่ไม่ผ่านการรับรอง GAP ไม่มีความแตกต่างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการเกษตรดีที่เหมาะสมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าแหล่งรับซื้อผลผลิตกับการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีความสัมพันธ์กับวิธีการปฏิบัติการเกษตรดีที่เหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบ คือ การที่เกษตรกรจำหน่ายผลผลิตการเกษตรได้ราคาต่ำกว่าที่กำหนดไว้ และมีความต้องการให้ราคาของวัสดุที่ใช้ในการผลิตทางการเกษตรมีราคาต่ำลงกว่าราคาปัจจุบัน และเอกรัตน์ (2545) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษของ เกษตรกรในจังหวัดสงขลา พบว่า ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ แหล่งสินเชื่อทางการเกษตรและการติดต่อกับเจ้าหน้าที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษของเกษตรกรในจังหวัดสงขลา

ส่วนพงศธร (2548) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปลูกผักปลอดสารพิษของกลุ่มเกษตรกรบ้านสันป่ากว๋าว อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยภายในที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปลูกผักปลอดสารพิษ ได้แก่ สินเชื่อทางการเกษตร การได้รับข่าวสารจากวิทยุหนังสือพิมพ์ เพื่อนบ้าน และการอบรมสัมมนา รวมทั้งความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปลูกผักปลอดสารพิษ ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปลูกผักปลอดสารพิษ ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นๆเมื่อผลผลิตเป็นที่ยอมรับของตลาด ในขณะที่วัชรา (2543) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของเกษตรกรผู้ผลิตผักปลอดสารพิษ ในตำบลแม่ทา กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เช่นกัน พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จมีอยู่ 2 ปัจจัยคือ (1) ปัจจัยภายในชุมชน คือความตระหนักในปัญหานิเวศน์ ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ ซึ่งช่วยแพร่กระจายแนวคิดเกษตรกรรมทางเลือกได้ด้วยทางหนึ่ง และองค์กรหรือกลุ่มชาวบ้านมีความเข้มแข็ง (2) ปัจจัยภายนอกชุมชน ได้แก่ กระแสพัฒนาประเทศ ที่ทำให้เกิดปัญหาซึ่งเป็นแรงผลักให้เกษตรกรหาทางเลือกใหม่ๆ การเผยแพร่ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับแนวความเกษตรทางเลือก รวมทั้งการนำเสนอกรณีตัวอย่างเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จการได้รับการสนับสนุนจากภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรพัฒนาเอกชน การแลกเปลี่ยน เรียนรู้และเชื่อมโยงกับเครือข่ายการเรียนรู้นอกชุมชน โดยการเข้าร่วมอบรม สัมมนา ศึกษาดูงานประชุมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของเกษตรกร ปัจจัยสุดท้ายคือตลาดซึ่งเริ่มมีอุปสงค์ต่อผลิตผลปลอดสารพิษ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ในเรื่องความพึงพอใจนั้น ศรัญญา (2543) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้ซื้อสินค้าในร้านซุปเปอร์มาร์เกตแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคของร้านซุปเปอร์มาร์เกต ศึกษาผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าของร้านซุปเปอร์มาร์เกต ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บตัวอย่างจากร้านซุปเปอร์มาร์เกตแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ตัวอย่าง ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ได้แก่ รายได้ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าจำนวนที่มากขึ้นทั้งทางด้านปริมาณและราคาตามสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นของรายได้ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับระดับการศึกษา กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมีการศึกษาที่สูงขึ้นสามารถสร้างรายได้ที่สูงขึ้น โดยผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงจะมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในจำนวนที่มากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่ำกว่า ปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากรายได้และการศึกษา คือ สถานที่ การบริการ การตกแต่ง ประเภทสินค้า และราคาสินค้า โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อันดับแรกคือ สถานที่ เนื่องจากเป็นห้างที่อยู่ในตัวเมือง เป็นทางผ่านในการเดินทาง หรืออยู่ใกล้บ้าน ทำให้เดินทางได้สะดวก สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคจะนิยมซื้อสินค้าหลักหรือสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ผู้บริโภคจะเน้นที่คุณภาพสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่มีอายุสั้นไม่สามารถเก็บได้นาน ด้านปัญหาในการใช้บริการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ สินค้าไม่ครบ ซึ่งสินค้าที่ไม่ครบส่วนใหญ่เป็นสินค้าหลัก หรือสินค้าที่ผู้บริโภคจำเป็นต้องใช้ อีกปัญหาหนึ่งคือ การค้นหาสินค้าที่ต้องการทำได้ยาก อันเนื่องมาจากการจัดเรียงสินค้า ซึ่งทางห้างควรจะดำเนินการแก้ไขต่อไป และสุมาตรา (2543) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ขนมบ้านอาจารย์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้ซื้อขนมจากร้านบ้านอาจารย์ จำนวน 150 ตัวอย่าง จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัท และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-10,000 บาท สำหรับส่วนประสมด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่พึงพอใจด้านความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์สูงสุดด้านราคาพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่พึงพอใจการชำระเงินด้วยเงินสดสูงที่สุด ด้านสถานที่ผู้ซื้อส่วนใหญ่พึงพอใจด้านความสะอาดของสถานที่สูงที่สุด ด้านการส่งเสริมการขายผู้ซื้อส่วนใหญ่พึงพอใจด้านความสุภาพและมารยาทของพนักงานขายสูงสุด ส่วนปัญหาที่ผู้ซื้อพบ คือ ประเภทของผลิตภัณฑ์มีให้เลือกน้อยเกินไป ขนาดบรรจุหีบห่อมีให้เลือกน้อย เช่น มีเพียง 2 ขนาด อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์สั้น ราคาของผลิตภัณฑ์บางชนิดไม่เหมาะสม ด้านสถานที่ ได้แก่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่จอดรถแคบจำนวนร้านค้ามีน้อยหาซื้อลำบาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีน้อยเกินไป การส่งเสริมการขายมีน้อย เช่น ไม่มีส่วนลดหรือไม่มีของแถม

และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2543) ได้ทำการศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพฝ่ายการตลาดมูลนิธิโครงการหลวง โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อให้เกษตรกรรู้เรื่องการดำเนินการตลาดของโครงการหลวง เพื่อนำไปสู่การช่วยเหลือตัวเอง ด้านการตลาด เพื่อหาแนวทางการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อลดการสูญเสียและการจัดส่งสินค้าไปให้ลูกค้าโดยไม่เสียหาย เพื่อลดต้นทุนค่าการตลาดของฝ่ายการตลาด รวมถึงการกำหนดราคา ส่วนหนึ่งของผลการศึกษาการตลาด สรุปได้ดังนี้

1. ลูกค้าเลือกซื้อผักจากโครงการหลวง แม้ว่าราคาผลผลิตจะสูงกว่าผู้ผลิตรายอื่นๆ เพราะผลผลิตมีคุณภาพดีกว่า คุณภาพสม่ำเสมอ เชื่อถือได้ ชื่อเสียง ตรายี่ห้อ ความปลอดภัยในการบริโภค ผลผลิตมีหลากหลายชนิดและมีผักที่ผู้ผลิตรายอื่นไม่มี

2 ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายรายอื่น ๆ แต่ต้องมีการปรับปรุงด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น ความสะดวกในการที่ลูกค้าจะติดต่อกับพนักงานขาย การส่งสินค้าให้ตรงเวลา และบริการช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้าของพนักงานขนส่งสินค้า

3. การจัดประเภทลูกค้าฝ่ายขาย ควรให้ความสำคัญกับผู้ซื้อรายใหญ่ที่มีน้อยราย แต่มีปริมาณการซื้อสูง โดยมุ่งเน้นความสำคัญและทุ่มเทความพยายามทางการตลาดแก่ลูกค้ากลุ่มนี้ก่อนลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ และควรคำนึงถึงความสามารถในการชำระหนี้ด้วย

4. จัดให้มีการติดตามลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์แต่ขาดการติดต่อไป เพราะการรักษาลูกค้ารายเดิมจะมีต้นทุนต่ำกว่าการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ ๆการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของส่วนประสมการตลาด พบว่า

5. ผลิตภัณฑ์ (Product) ของโครงการมีจุดแข็งที่ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีกว่าและคุณภาพสม่ำเสมอ มีหลากหลายชนิด และผู้ผลิตรายอื่นไม่มีรวมทั้งมีชื่อเสียงและตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก แต่อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีจุดอ่อนที่ปริมาณผลผลิตไม่สม่ำเสมอและบรรจุภัณฑ์ขาดรายละเอียดเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์

6. ราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ของโครงการหลวงมีจุดแข็งที่มีราคาแตกต่างทำให้ภาพพจน์สินค้าอยู่ในตลาดบน ขณะที่จุดอ่อนทำให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาลดลง ไม่มีส่วนลดการค้า ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงราคาผลิตภัณฑ์ยังกระจายช้าและไม่ทั่วถึง

7. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ของโครงการหลวง ถึงแม้ว่ามีจุดแข็งที่มีการจัดงานแสดงสินค้า แต่มีจุดอ่อนที่ความสะดวกใน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

การสั่งซื้อสินค้า ความล่าช้าในการจัดส่งสินค้าและไม่ได้รับบริการช่วยแก้ปัญหา การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์สินค้ายังมีน้อยและขาดการเยี่ยมเยียนลูกค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved