

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกรในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษของ เกษตรกรในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยเสนอผลการศึกษา ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ ซึ่งประกอบด้วยระยะเวลาในการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ จำนวนของชนิดผักปลอดสารพิษที่จำหน่าย และรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งประกอบด้วย ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย ท่าเลที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย การรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย ประเภทคนกลาง การสั่งซื้อล่วงหน้า การทำสัญญาซื้อขาย ราคาขายผักปลอดสารพิษเมื่อเทียบกับผักทั่วไป การเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษ เงื่อนไขการจ่ายเงิน และหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือ

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการบรรจุ การเก็บรักษา และการขนส่ง

4.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายของเกษตรกร ได้แก่ ปริมาณผลผลิต ระยะทางการขนส่ง ความน่าเชื่อถือของคนกลาง ราคาขายของผักปลอดสารพิษในแต่ละช่องทาง เงื่อนไขการจ่ายเงิน การมียอดสั่งซื้อล่วงหน้า กำไรที่ได้รับจากการขายผักปลอดสารพิษ เป็นช่องทางที่หน่วยงานราชการจัดให้ไปจำหน่าย ความสามารถในการเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่ายความเสี่ยงของช่องทาง เช่น การชำระเงิน การขนส่ง ต้นทุนน้อยกว่าช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น และการได้รับข้อมูลจากผู้บริโภค เช่น ประเภทผักที่นิยมบริโภค ราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจ

4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการสัมภาษณ์พ่อค้าคนกลางเพื่อเก็บข้อมูลกิจกรรมในการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น การจัดหาผักปลอดสารพิษ การจัดซื้อผักปลอดสารพิษ การรับและการเก็บรักษาผักปลอดสารพิษ การตัดแต่งและคัดบรรจุ การบรรจุถุงผักปลอดสารพิษ การขนส่ง การประมวลผลคำสั่งซื้อ การเก็บข้อมูลข่าวสารลูกค้า และการบริการลูกค้า

4.1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

จากการสอบถามเกษตรกรจำนวน 150 ราย เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร ประกอบด้วย ระยะเวลาในการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ จำนวนของชนิดผักปลอดสารพิษที่จำหน่าย และรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ได้ผลดังตารางที่ 1 - 3

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

ระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	20	13.3
3 - 5 ปี	113	75.4
6 - 10 ปี	8	5.3
มากกว่า 10 ปี	9	6.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษในช่วง 3 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 75.4 รองมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการจำหน่าย อยู่ในช่วงน้อยกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการจำหน่ายมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 และกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการจำหน่ายอยู่ในช่วง 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนของชนิดผักปลอดสารพิษที่จำหน่าย

จำนวนของชนิดผักปลอดสารพิษที่จำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ชนิด	18	12.0
5 - 10 ชนิด	77	51.3
11 - 15 ชนิด	7	4.7
มากกว่า 15 ชนิด	48	32.0
รวม	150	100.0

จากตาราง 2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความหลากหลายในชนิดผักปลอดสารพิษ ที่นำมาจำหน่ายอยู่ในช่วง 5 - 10 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา คือ มากกว่า 15 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 32 น้อยกว่า 5 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 12 และอยู่ในช่วง 11 - 15 ชนิด คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ ต่อเดือนจากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

รายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	7	4.7
5,000 – 10,000 บาท	50	33.3
10,001 – 15,000 บาท	29	19.3
มากกว่า 15,000 บาท	64	42.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ ต่อเดือน จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ มากกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองมามีรายได้ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.3 และรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

4.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

1. ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรไปยังผู้บริโภค	66	44.0
เกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง	52	34.7
เกษตรกรไปยังผู้บริโภคและพ่อค้าคนกลาง	32	21.3
รวม	150	100.0

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่าง เลือกใช้การจำหน่ายตรงให้กับผู้บริโภค คิด เป็นร้อยละ 44 รองมาคือการจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.7 และใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งสองแบบ คิดเป็นร้อยละ 21.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ยอดขายต่อเดือน จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกรไปยังผู้บริโภค

ยอดขายจากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	15	22.7
10,001 – 15,000 บาท	21	31.7
15,001 – 20,000 บาท	10	15.2
มากกว่า 20,000 บาท	20	30.4
รวม	66	100.0

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ยอดขายต่อเดือน จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษไปยังผู้บริโภคโดยตรง อยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 31.7 รองลงมามียอดขายมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.4 ยอดขายน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.7 และยอดขายอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ยอดขายต่อเดือน จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง

ยอดขายจากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	8	15.4
10,001 – 15,000 บาท	20	38.5
15,001 – 20,000 บาท	7	13.5
มากกว่า 20,000 บาท	17	32.6
รวม	52	100.0

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มียอดขายจากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษผ่านพ่อค้าคนกลางต่อเดือน อยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองมามียอดขายมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 32.6 ยอดขายน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.4 และยอดขายอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ยอดขายต่อเดือน จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษของเกษตรกรไปยังผู้บริโภคและพ่อค้าคนกลาง

ยอดขายจากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	2	6.2
10,001 – 15,000 บาท	6	18.7
15,001 – 20,000 บาท	10	31.3
มากกว่า 20,000 บาท	14	43.8
รวม	32	100.0

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ยอดขาย จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ ผ่านผู้บริโภคและพ่อค้าคนกลางต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 43.8 รองลงมามียอดขายอยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.3 ยอดขายอยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 18.7 และยอดขายน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ ตารางนี้แสดงให้เห็นถึงการเพิ่มยอดขายผักปลอดสารพิษ โดยการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เพิ่มขึ้นโดยจำหน่ายทั้งทางตรงและการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง

2. ทำเลที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทำเลที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย

ทำเลที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย	จำนวน (n = 150)	ร้อยละ
หน้าสวนของตนเอง	29	19.3
ตลาดสด	42	28.0
สถานที่ราชการ	40	26.7
โรงเรียน	29	19.3
ไม่มีที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย(จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง)	52	34.7

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีทำเลที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย เนื่องจากจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาในตลาดสดเป็นที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 28 ใช้สถานที่ราชการเป็นที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 26.7 และจำหน่ายหน้าสวนของตนเองและในโรงเรียนมีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ตามลำดับ

3. การรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย

การรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
มีการรวมกลุ่ม	105	70
ไม่มีการรวมกลุ่ม	45	30
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 30 และมีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 70

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างการรวมกลุ่มเพื่อ
 จำหน่ายกับระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย

การรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย		ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย			รวม
		เกษตรกร ไปยัง ผู้บริโภค	เกษตรกร ไปยัง พ่อค้าคนกลาง	เกษตรกรไปยัง ผู้บริโภคและ พ่อค้าคนกลาง	
มีการรวมกลุ่ม เพื่อจำหน่าย	จำนวน	42	38	25	105
	ร้อยละ	(63.6)	(73.1)	(78.1)	(70.0)
ไม่มีการรวมกลุ่ม เพื่อจำหน่าย	จำนวน	24	14	7	45
	ร้อยละ	(36.4)	(26.9)	(21.9)	(30.0)
รวม	จำนวน	66	52	32	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยัง
 ผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ ไม่มีการ
 รวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 36.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง ส่วน
 ใหญ่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.1 รองลงมาคือ ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อ
 จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 26.9

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยังผู้บริโภคและพ่อค้า
 คนกลาง ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.1 รองลงมาคือ ไม่มีการ
 รวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 21.9

4. ประเภทคนกลาง

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทคนกลาง

ประเภทคนกลาง	จำนวน	ร้อยละ
หัวหน้ากลุ่มเกษตรกร	64	42.7
ผู้รวบรวมในท้องถิ่น	21	14.0
เจ้าหน้าที่ตรงไปยังผู้บริโภคร	65	43.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ตรงไปยังผู้บริโภคร คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองมาคือหัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลางรวบรวม คิดเป็นร้อยละ 42.7 และมีเพียง บางส่วนให้ ผู้รวบรวมในท้องถิ่นรวบรวมเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ

5. การสั่งซื้อล่วงหน้า

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการสั่งซื้อล่วงหน้า

การสั่งซื้อล่วงหน้า	จำนวน	ร้อยละ
มีการสั่งซื้อล่วงหน้า	12	8.0
ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า	138	92.0
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 92 และมีเพียงบางส่วนสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 8 ส่วนใหญ่การสั่งซื้อล่วงหน้าจะเป็นการสั่งล่วงหน้าไม่เกิน 1 อาทิตย์ เช่น การสั่งจองผักที่ต้องการบริโภคในครั้งต่อไป การบอกให้เกษตรกรนำผักชนิดอื่นมาจำหน่าย สำหรับการมียอดสั่งซื้อล่วงหน้าจะทำให้เกษตรกรมีโอกาสได้ยอดขายที่เพิ่มขึ้น ลดความเสี่ยงที่ผักจะขายไม่หมด หากมีการเพิ่มจำนวนการสั่งซื้อล่วงหน้าจะทำให้เกษตรกรได้ทราบถึงยอดขายที่จะได้รับในอนาคตและสามารถนำคำสั่งซื้อล่วงหน้าไปวางแผนการผลิตเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภคเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างการสั่งซื้อล่วงหน้ากับระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย

การสั่งซื้อล่วงหน้า		ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย			รวม
		เกษตรกร ไปยัง ผู้บริโภค	เกษตรกร ไปยัง พ่อค้าคนกลาง	เกษตรกรไปยัง ผู้บริโภคและ พ่อค้าคนกลาง	
มีการสั่งซื้อล่วงหน้า	จำนวน	6	2	4	12
	ร้อยละ	(9.1)	(3.8)	(12.5)	(8.0)
ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า	จำนวน	60	50	28	138
	ร้อยละ	(90.9)	(96.2)	(87.5)	(92.0)
รวม	จำนวน	66	52	32	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยังผู้บริโภค ส่วนใหญ่ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 9.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.2 รองลงมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 3.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยังผู้บริโภคและพ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 12.5

ตารางนี้แสดงให้เห็นถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้จำหน่ายและผู้บริโภค โดยผ่านการสั่งซื้อล่วงหน้า หากผู้บริโภคได้รับสินค้าที่ตรงตามความต้องการด้านเวลา สถานที่ ปริมาณและคุณภาพจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและการบอกต่อแก่ผู้บริโภคคนอื่น ซึ่งนับเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้จำหน่ายได้เป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือมากขึ้น

6. การทำสัญญาซื้อขาย

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการทำสัญญาซื้อขาย

การทำสัญญาซื้อขาย	จำนวน	ร้อยละ
มีการทำสัญญาซื้อขาย	2	1.3
ไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย	148	98.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 14 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการทำสัญญาซื้อขาย คิดเป็นร้อยละ 98.7 และมีเพียงบางส่วนทำสัญญาซื้อขาย คิดเป็นร้อยละ 1.3

7. ความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับราคาผักปลอดสารพิษที่ได้รับเมื่อเทียบกับผักทั่วไป

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับราคาผักปลอดสารพิษที่ได้รับเมื่อเทียบกับผักทั่วไป

ความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับราคาขายผักปลอดสารพิษที่ได้รับเมื่อเทียบกับผักทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เท่ากับผักทั่วไป	28	18.7
แพงกว่าผักทั่วไป	120	80.0
ถูกกว่าผักทั่วไป	2	1.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าราคาขายผักปลอดสารพิษที่จำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคและพ่อค้าคนกลาง แพงกว่าผักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 80 รองมาคือราคาขายผักปลอดสารพิษเท่ากับผักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 18.7 และราคาขายผักปลอดสารพิษถูกกว่าผักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาขายผักปลอดสารพิษ ที่ได้รับ เมื่อเทียบกับผักทั่วไปกับระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาขายผักปลอดสารพิษที่ได้รับเมื่อเทียบกับผักทั่วไป		ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย			รวม
		เกษตรกรไปย้งผู้บริโภคร	เกษตรกรไปย้งพ่อค้าคนกลาง	เกษตรกรไปย้งผู้บริโภครและพ่อค้าคนกลาง	
เท่ากับผักทั่วไป	จำนวน	19	5	4	28
	ร้อยละ	(28.8)	(9.6)	(12.5)	(18.7)
แพงกว่าผักทั่วไป	จำนวน	47	45	28	120
	ร้อยละ	(71.2)	(86.5)	(87.5)	(80.0)
ถูกกว่าผักทั่วไป	จำนวน	0	2	0	2
	ร้อยละ	(0.0)	(3.8)	(0.0)	(1.3)
รวม	จำนวน	66	52	32	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 16 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปย้งผู้บริโภคร ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผักปลอดสารพิษมีราคาขายแพงกว่าผักทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.2 รองลงมาคือมีราคาเท่ากับผักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 28.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปย้งพ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผักปลอดสารพิษมีราคาขายแพงกว่าผักทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาคือมีราคาเท่ากับผักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 9.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปย้งผู้บริโภครและพ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าผักปลอดสารพิษมีราคาขายแพงกว่าผักทั่วไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือมีราคาเท่ากับผักทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 12.5

8. การเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษ

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษ

การเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษ	จำนวน (n = 150)	ร้อยละ
ขึ้นอยู่กับฤดูกาล	96	64.0
ขึ้นอยู่กับผู้รวบรวม	37	24.7
ขึ้นอยู่กับราคาผักตลาดใกล้เคียง	69	46.0
ไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคา	11	7.3

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 17 กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษเนื่องจากฤดูกาล คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมา กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษเนื่องจากราคาผักตลาดใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 46 และกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษเนื่องจากผู้รวบรวม คิดเป็นร้อยละ 24.7 ตามลำดับ สำหรับเกษตรกรที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคาขายผักปลอดสารพิษเนื่องจากการตกลงกับผู้ซื้อว่าจะจำหน่ายราคาต่อถุงเท่าเดิม ด้านการตั้งราคาผักปลอดสารพิษหากเกษตรกรจำหน่ายตรงแก่ผู้บริโภค การตั้งราคาส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับราคาผักในตลาดบริเวณใกล้เคียงและฤดูกาล สำหรับเกษตรกรที่จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางการตั้งราคาขายผักปลอดสารพิษจะขึ้นกับผู้รวบรวม

9. เงื่อนไขการจ่ายเงิน

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเงื่อนไขการจ่ายเงิน

เงื่อนไขการจ่ายเงิน	จำนวน	ร้อยละ
จ่ายสด	148	98.7
การจ่ายเงินแบบเครดิต	2	1.3
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 18 เงื่อนไขการจ่ายเงินของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เกษตรกรได้รับเงินจากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษจากพ่อค้าคนกลางทันทีเมื่อได้รับผลผลิต คิดเป็นร้อยละ 98.7 ส่วนเงื่อนไขการจ่ายเงินแบบเครดิตจากพ่อค้าคนกลางมีเพียงร้อยละ 1.3

10. การมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ

การมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ	จำนวน	ร้อยละ
มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ	95	63.3
ไม่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ	55	36.7
รวม	150	100.0

จากตารางที่ 19 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือทั้งในด้านการผลิตและการตลาดรองรับ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ที่ว่าการอำเภอสารภี มหาวิทยาลัยต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 63.3 ส่วนที่ไม่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 36.7 หน่วยงานราชการควรเข้าไปส่งเสริมและรับกลุ่มที่ไม่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือดังกล่าวเข้าร่วมเป็นสมาชิก เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตและการตลาด

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาขายผักปลอดสารพิษเมื่อเทียบกับผักทั่วไปกับระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย

การมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ		ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย			รวม
		เกษตรกร ไปยัง ผู้บริโภค	เกษตรกร ไปยัง พ่อค้าคนกลาง	เกษตรกรไปยัง ผู้บริโภคและ พ่อค้าคนกลาง	
มีหน่วยงาน เข้ามาช่วยเหลือ	จำนวน	49	20	26	95
	ร้อยละ	(74.2)	(38.5)	(81.2)	(63.3)
ไม่มีหน่วยงาน เข้ามาช่วยเหลือ	จำนวน	17	32	6	55
	ร้อยละ	(25.8)	(61.5)	(18.8)	(36.7)
รวม	จำนวน	66	52	32	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 20 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยังผู้บริโภค ส่วนใหญ่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมาคือ ไม่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 25.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่ไม่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 38.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ เกษตรกรไปยังผู้บริโภคและพ่อค้าคนกลาง ส่วนใหญ่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.2 รองลงมาคือ ไม่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 18.8

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายจำแนกตามระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ และ รายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายกับระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย		ระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ				รวม
		น้อยกว่า 3 ปี	3 – 5 ปี	6 – 10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
เกษตรกรไปยังผู้บริโภครวม	จำนวน	6	50	7	3	66
	(ร้อยละ)	(30.0)	(44.2)	(87.5)	(33.3)	(44.0)
เกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง	จำนวน	8	39	1	4	52
	(ร้อยละ)	(40.0)	(34.5)	(12.5)	(44.4)	(34.7)
เกษตรกรไปยังผู้บริโภครวมและพ่อค้าคนกลาง	จำนวน	6	24	0	2	32
	(ร้อยละ)	(30.0)	(21.2)	(0.0)	(22.2)	(21.3)
รวม	จำนวน	20	113	8	9	150
	(ร้อยละ)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 21 กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษน้อยกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือช่องทางแบบเกษตรกรไปยังผู้บริโภครวม และแบบเกษตรกรไปยังผู้บริโภครวม และพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.0

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 3 ถึง 5 ปี ส่วนใหญ่ มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเกษตรกรไปยังผู้บริโภครวมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือช่องทางแบบเกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.5

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 6 ถึง 10 ปี ส่วนใหญ่ มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเกษตรกรไปยังผู้บริโภครวมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือช่องทางแบบเกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.5

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษมากกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่ มีระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเกษตรกรไปยังพ่อค้าคนกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคือช่องทางแบบเกษตรกรไปยังผู้บริโภครวม คิดเป็นร้อยละ 33.3

จากตารางจะเห็นว่ามิมีเกษตรกรจำนวนหนึ่งที่จำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางมาเป็นระยะเวลา นานกว่า 10 ปี แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งถือว่าเกษตรกรให้ความสำคัญและเชื่อถือในตัวพ่อค้าคนกลาง

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง การรวมกลุ่มเพื่อ จำหน่ายกับระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

การรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย		ระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ				รวม
		น้อยกว่า 3 ปี	3 – 5 ปี	6 – 10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
มีการรวมกลุ่ม เพื่อจำหน่าย	จำนวน	13	77	6	9	105
	(ร้อยละ)	(65.0)	(68.1)	(75.0)	(100.0)	(70.0)
ไม่มีการรวมกลุ่ม เพื่อจำหน่าย	จำนวน	7	36	2	0	45
	(ร้อยละ)	(35.0)	(31.9)	(25.0)	(0.0)	(30.0)
รวม	จำนวน	20	113	8	9	150
	(ร้อยละ)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 22 กลุ่มตัวอย่างที่ จำหน่ายผักปลอดสารพิษน้อยกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่มีการ รวมกลุ่มเพื่อจำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็น ร้อยละ 35

กลุ่มตัวอย่างที่ จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 3 ถึง 5 ปี ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเพื่อ จำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.1 รองลงมาคือไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 31.9

กลุ่มตัวอย่างที่ จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 6 ถึง 10 ปี ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเพื่อ จำหน่ายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 25 กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษมากกว่า 10 ปี ทุกคนมีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง ประเภทคนกลาง กับระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

ประเภทคนกลาง		ระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ				รวม
		น้อยกว่า 3 ปี	3 – 5 ปี	6 – 10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
หัวหน้ากลุ่มเกษตรกร	จำนวน	13	46	1	4	64
	(ร้อยละ)	(65.0)	(40.7)	(12.5)	(44.4)	(42.7)
ผู้รวบรวมในท้องถิ่น	จำนวน	1	18	0	2	21
	(ร้อยละ)	(5.0)	(15.9)	(0.0)	(22.2)	(14.0)
จำหน่ายตรงไปยังผู้บริโภค	จำนวน	6	49	7	3	65
	(ร้อยละ)	(30.0)	(43.4)	(87.5)	(33.3)	(43.3)
รวม	จำนวน	20	113	8	9	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 23 กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษน้อยกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ มีหัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือจำหน่ายตรงไปยังผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 30

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 3 ถึง 5 ปี ส่วนใหญ่ จำหน่ายตรงไปยังผู้บริโภค มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมาคือมีหัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.7

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 6 ถึง 10 ปี ส่วนใหญ่ จำหน่ายตรงไปยังผู้บริโภค มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือหัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 12.5

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษมากกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่หัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลางมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาคือจำหน่ายตรงไปยังผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างการสั่งซื้อล่วงหน้ากับระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

การสั่งซื้อล่วงหน้า		ระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ				รวม
		น้อยกว่า 3 ปี	3 – 5 ปี	6 – 10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
มีการสั่งซื้อล่วงหน้า	จำนวน	3	7	1	1	12
	(ร้อยละ)	(15.0)	(6.2)	(12.5)	(11.1)	(8.0)
ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า	จำนวน	17	106	7	8	138
	(ร้อยละ)	(85.0)	(93.8)	(87.5)	(88.9)	(92.0)
รวม	จำนวน	20	113	8	9	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 24 กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษน้อยกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่ "ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85 รองลงมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 15"

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 3 ถึง 5 ปี ส่วนใหญ่ "ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.8 รองลงมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 6.2"

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 6 ถึง 10 ปี ส่วนใหญ่ "ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 12.5"

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษมากกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่ "ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 88.9 รองลงมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 11.1"

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างกรณี หน่วยงานช่วยเหลือกับระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ

กรณีหน่วยงานช่วยเหลือ		ระยะเวลาการจำหน่ายผักปลอดสารพิษ				รวม
		น้อยกว่า 3 ปี	3 – 5 ปี	6 – 10 ปี	มากกว่า 10 ปี	
มีหน่วยงานช่วยเหลือ	จำนวน	10	71	7	7	95
	(ร้อยละ)	(50.0)	(62.8)	(87.5)	(77.8)	(63.3)
ไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ	จำนวน	10	42	1	2	55
	(ร้อยละ)	(50.0)	(37.2)	(12.5)	(22.2)	(36.7)
รวม	จำนวน	20	113	8	9	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 25 กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษน้อยกว่า 3 ปี จำนวนที่มีหน่วยงานช่วยเหลือเท่ากับจำนวนที่ไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 50

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 3 ถึง 5 ปี ส่วนใหญ่มี หน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองมาคือไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 37.2

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษระหว่าง 6 ถึง 10 ปี ส่วนใหญ่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองมาคือไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 12.5

กลุ่มตัวอย่างที่จำหน่ายผักปลอดสารพิษมากกว่า 10 ปี ส่วนใหญ่มี หน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองมาคือไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างระดับของช่องทางการจัดจำหน่ายกับรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน

ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย		รายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน				รวม
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001- 10,000บาท	10,001- 15,000บาท	มากกว่า 15,000บาท	
เกษตรกรไปย้งผู้บริโภครวม	จำนวน	5	21	8	32	66
	(ร้อยละ)	(71.4)	(42.0)	(27.6)	(50.0)	(44.0)
เกษตรกรไปย้ง พ่อค้าคนกลาง	จำนวน	1	18	11	22	52
	(ร้อยละ)	(14.3)	(36.0)	(37.9)	(34.4)	(34.7)
เกษตรกรไปย้งผู้บริโภครวม และพ่อค้าคนกลาง	จำนวน	1	11	10	10	32
	(ร้อยละ)	(14.3)	(22.0)	(34.5)	(15.6)	(21.3)
รวม	จำนวน	7	50	29	64	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 26 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นแบบเกษตรกรไปย้งผู้บริโภครวม คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย แบบเกษตรกรไปย้งพ่อค้าคนกลาง และแบบเกษตรกรไปย้งผู้บริโภครวมและพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.3

กลุ่มตัวอย่าง มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นแบบเกษตรกรไปย้งผู้บริโภครวม คิดเป็นร้อยละ 42 รองมาคือช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเกษตรกรไปย้งพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 36

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นแบบเกษตรกรไปย้งพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่าย แบบเกษตรกรไปย้งผู้บริโภครวมและพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.5

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน มากกว่า 15,001 บาท ส่วนใหญ่ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นแบบเกษตรกรไปย้งผู้บริโภครวม คิดเป็นร้อยละ 50 รองมาคือช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเกษตรกรไปย้งพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.4

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง การรวมกลุ่มเพื่อ
 จำหน่ายกับรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน

การรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย		รายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน				รวม
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001- 10,000บาท	10,001- 15,000บาท	มากกว่า 15,000บาท	
มีการรวมกลุ่ม เพื่อจำหน่าย	จำนวน	3	28	21	53	105
	(ร้อยละ)	(42.9)	(56.0)	(72.4)	(82.8)	(70.0)
ไม่มีการรวมกลุ่ม เพื่อจำหน่าย	จำนวน	4	22	8	11	45
	(ร้อยละ)	(57.1)	(44.0)	(27.6)	(17.2)	(30.0)
รวม	จำนวน	7	50	29	64	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 27 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน น้อยกว่า
 5,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองมาคือมีการรวมกลุ่ม
 เพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 42.9

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ระหว่าง 5,001 - 10000
 บาท ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 56 รองมาคือ ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อ
 จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 44

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือนระหว่าง 10,0001 - 15,000
 บาท ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองมาคือ ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อ
 จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 27.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน มากกว่า 15,0001 บาท
 ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 82.8 รองมาคือ ไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อจำหน่าย
 คิดเป็นร้อยละ 17.2

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง ประเภทคนกลาง กับรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน

ประเภทคนกลาง		รายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน				รวม
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001- 10,000บาท	10,001- 15,000บาท	มากกว่า 15,000บาท	
หัวหน้ากลุ่มเกษตรกร	จำนวน	2	22	18	22	64
	(ร้อยละ)	(28.6)	(44.0)	(62.1)	(34.4)	(42.7)
ผู้รวบรวมในท้องถิ่น	จำนวน	0	6	5	10	21
	(ร้อยละ)	(0.0)	(12.0)	(17.2)	(15.6)	(14.0)
ไม่ผ่านคนกลาง	จำนวน	5	22	6	32	65
	(ร้อยละ)	(71.4)	(44.0)	(20.7)	(50.0)	(43.3)
รวม	จำนวน	7	50	29	64	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 28 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่ผ่านคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองมาคือหัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ระหว่าง 5,001 - 10000 บาท หัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลางและไม่ผ่านคนกลางมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 44 รองมาคือผู้รวบรวมในท้องถิ่นเป็นคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 12

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ระหว่าง 10,0001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่หัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองมาคือไม่ผ่านคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน มากกว่า 15,0001 บาท ส่วนใหญ่ไม่ผ่านคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองมาคือหัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.4

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างการสั่งซื้อล่วงหน้า กับรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน

การสั่งซื้อล่วงหน้า		รายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน				รวม
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001- 10,000บาท	10,001- 15,000บาท	มากกว่า 15,000บาท	
มีการสั่งซื้อล่วงหน้า	จำนวน	1	2	4	5	12
	(ร้อยละ)	(14.3)	(4.0)	(13.8)	(7.8)	(8.0)
ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า	จำนวน	6	48	25	59	138
	(ร้อยละ)	(85.7)	(96.0)	(86.2)	(92.2)	(92.2)
รวม	จำนวน	7	50	29	64	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 29 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 14.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ระหว่าง 5,001 - 10000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 96 รองมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 4

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือนระหว่าง 10,0001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 13.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน มากกว่า 15,0001 บาท ส่วนใหญ่ไม่มีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ 92.2 รองมาคือมีการสั่งซื้อล่วงหน้า คิดเป็นร้อยละ

7.8

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง หน่วยงาน
ช่วยเหลือกับรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน

การมีหน่วยงานช่วยเหลือ		รายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน				รวม
		น้อยกว่า 5,000 บาท	5,001- 10,000บาท	10,001- 15,000บาท	มากกว่า 15,000บาท	
มีหน่วยงานช่วยเหลือ	จำนวน	1	34	19	41	95
	(ร้อยละ)	(14.3)	(68.0)	(65.5)	(64.1)	(63.3)
ไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ	จำนวน	6	16	10	23	55
	(ร้อยละ)	(85.7)	(32.0)	(34.5)	(35.9)	(36.7)
รวม	จำนวน	7	50	29	64	150
	ร้อยละ	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)

จากตารางที่ 30 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่มี หน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 85.7 เนื่องจากจำหน่ายผักปลอดสารพิษเป็นอาชีพเสริมจึงไม่สามารถเข้าร่วมกลุ่มผักปลอดสารพิษ รองมาคือมีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 14.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ระหว่าง 5,001 - 10000 บาท ส่วนใหญ่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 68 รองมาคือ ไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 32

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท ส่วนใหญ่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองมาคือไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 34.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการจำหน่ายผักปลอดสารพิษต่อเดือน มากกว่า 15,001 บาท ส่วนใหญ่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 64.1 รองมาคือไม่มีหน่วยงานช่วยเหลือ คิดเป็นร้อยละ 35.9

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือ ทั้งในด้านการผลิตและการหาตลาดรองรับ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ที่ว่าการอำเภอสารภี มหาวิทยาลัยต่างๆ สำหรับเกษตรกร ที่ไม่มีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ จะมีพ่อค้าคนกลางในท้องถิ่นมาทำหน้าที่จัดจำหน่ายผลผลิตให้

4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการบรรจุ การเก็บรักษา และการขนส่ง

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการบรรจุ

การบรรจุ	จำนวน (n=150)	ร้อยละ
บรรจุถุงพลาสติก	67	44.7
บรรจุตะกร้าไม้	13	8.7
บรรจุตะกร้าพลาสติก	30	20.0
ไม่มีการบรรจุ	75	50.0

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 31 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีการ ใช้บรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 50 รองมา ใช้การบรรจุถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 44.7 นอกจากนี้ยังใช้การบรรจุตะกร้าพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเก็บรักษา

การเก็บรักษา	จำนวน (n=47)	ร้อยละ
แช่ตู้เย็น	15	31.9
แช่กล่องโฟม/พลาสติก	18	38.3
ตากน้ำค้าง	36	76.6

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 32 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หากเก็บผักมาแล้วยังไม่ขายทันทีในวันเดียวกันหรือจำหน่ายผักไม่หมดจะมีการเก็บรักษาเพื่อนำผักมาจำหน่ายในวันถัดไปโดยนำผักไปตากน้ำค้าง เช่น ผักกวางตุ้ง ผักคะน้า คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมาคือ การแช่กล่องโฟมหรือกล่องพลาสติกโดยใส่น้ำแข็งไว้ก้นกล่องปูด้วยผ้าหรือกระสอบและนำผักข้างบน คิดเป็นร้อยละ 38.3 นอกจากนี้จะเก็บรักษาโดยการแช่ตู้เย็น คิดเป็นร้อยละ 31.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อเดือน

ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง	ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 500 บาท		99	66.0
500 – 1,000 บาท		33	22.0
1,001 – 1,500 บาท		13	8.7
มากกว่า 1,500 บาท		5	3.3
รวม		150	100.0

จากตารางที่ 33 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ต่อเดือนน้อยกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 66 รองมาคือกลุ่มตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายในการขนส่ง 500 – 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง มีค่าใช้จ่ายในการขนส่ง 1,001 – 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.7 และกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งมากกว่า 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง

ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง	จำนวน	ร้อยละ	
รถจักรยานยนต์	88	58.7	
รถยนต์	54	36.0	
ไม่มีรถขนส่ง	8	5.3	
รวม		150	100.0

จากตารางที่ 34 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ใช้รถจักรยานยนต์ในการขนส่ง ผักปลอดสารพิษ เพื่อจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองมาใช้รถยนต์ในการขนส่ง คิดเป็นร้อยละ 36 ไม่มีรถขนส่ง เนื่องจากพ่อค้าคนกลางมารับผักที่สวน คิดเป็นร้อยละ 5.3

4.5 ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อความสำคัญของ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย

ได้แก่ ปริมาณผลผลิต ระยะทางการขนส่ง ความน่าเชื่อถือของคนกลาง ราคาขายของผักปลอดสารพิษในแต่ละช่องทางเงื่อนไขการจ่ายเงิน การมียอดสั่งซื้อล่วงหน้า กำไรที่ได้รับจากการขายผักปลอดสารพิษ เป็นช่องทางที่หน่วยงานราชการจัดให้ไปจำหน่าย ความสามารถในการเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่ายความเสี่ยงของช่องทาง ต้นทุนน้อยกว่าช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น และการได้รับข้อมูลจากผู้บริโภค เช่น ประเภทผักที่นิยมบริโภค ราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจ

ตารางที่ 3 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของระดับความสำคัญของ ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					X ± S.D แปลผล	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ปริมาณผลผลิต ผักปลอดสารพิษ	144 (96.0)	4 (2.7)	2 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.95±0.27 สำคัญ มากที่สุด	1
ระยะทางการขนส่ง การขนส่งสะดวกรวดเร็ว	144 (96.0)	3 (2.0)	1 (0.7)	0 (0.0)	2 (1.3)	4.91±0.50 สำคัญ มากที่สุด	2
ความน่าเชื่อถือของคนกลาง	99 (66.0)	0 (0.0)	1 (0.7)	0 (0.0)	50 (33.3)	3.65±1.89 สำคัญมาก	10
ราคาขายของผักปลอด สารพิษในแต่ละช่องทาง	139 (92.7)	4 (2.7)	4 (2.7)	0 (0.0)	3 (2.0)	4.84±0.65 สำคัญ มากที่สุด	4
เงื่อนไขการจ่ายเงิน เช่น ขายสด ขายฝาก	140 (93.3)	3 (2.0)	4 (2.7)	0 (0.0)	3 (2.0)	4.85±0.65 สำคัญ มากที่สุด	3
การมียอดสั่งซื้อล่วงหน้า	75 (50.0)	0 (0.0)	8 (5.3)	1 (0.7)	66 (44.0)	3.11±1.94 สำคัญ ปานกลาง	11

ปัจจัยที่มีผล ต่อการเลือกช่องทาง การจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
กำไรที่ได้รับจากการขายผัก ปลอดสารพิษ	123 (82.0)	24 (16.0)	2 (1.3)	0 (0.0)	1 (0.7)	4.79±0.52 สำคัญ มากที่สุด	6
เป็นช่องทางที่หน่วยงาน ราชการจัดให้ไปจำหน่าย	74 (49.3)	1 (0.7)	0 (0.0)	2 (1.3)	73 (48.7)	3.01±1.99 สำคัญ ปานกลาง	12
ความสามารถในการเปลี่ยน ช่องทางการจัดจำหน่าย	129 (86.0)	12 (8.0)	1 (0.7)	0 (0.0)	8 (5.3)	4.70±0.93 สำคัญ มากที่สุด	8
ความเสี่ยงของช่องทาง เช่น การชำระเงิน การขนส่ง	133 (88.7)	10 (6.7)	1 (0.7)	1 (0.7)	5 (3.3)	4.77±0.79 สำคัญ มากที่สุด	7
ต้นทุนน้อยกว่าช่องทาง การจัดจำหน่ายอื่น	134 (89.3)	9 (6.0)	4 (2.7)	0 (0.0)	3 (2.0)	4.81±0.67 สำคัญ มากที่สุด	5
การได้รับข้อมูลจากผู้บริโภค เช่น ประเภทผักที่นิยม บริโภค ราคาที่ผู้บริโภค พึงพอใจ	133 (88.7)	7 (4.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (6.7)	4.69±1.01 สำคัญ มากที่สุด	9
ค่าเฉลี่ยรวม						4.42±0.54 สำคัญมาก	

หมายเหตุ ตัวเลขในวงเล็บ คือ ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 35 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายผักปลอดสารพิษ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ปริมาณผลผลิตผักปลอดสารพิษ(4.95) ระยะเวลาการขนส่ง การขนส่งสะดวกรวดเร็ว(4.91) เงื่อนไขการจ่ายเงิน เช่น ขายสด ขายฝาก(4.85) ราคาขายของผักปลอดสารพิษในแต่ละช่องทาง(4.84) ต้นทุนน้อยกว่าช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น(4.81) กำไรที่ได้รับจากการขายผักปลอดสารพิษ(4.79) ความเสี่ยงของช่องทาง เช่น การชำระเงิน การขนส่ง(4.77) ความสามารถในการเปลี่ยนช่องทางการจัดจำหน่าย(4.70) การได้รับข้อมูลจากผู้บริโภค เช่น ประเภทผักที่นิยมบริโภค และราคาที่ผู้บริโภคพึงพอใจ(4.69)ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของคนกลาง(3.65) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ การมีข้อตกลงซื้อขายล่วงหน้า(3.11) และช่องทางที่หน่วยงานราชการจัดให้ไปจำหน่าย(3.01)

4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับการสัมภาษณ์พ่อค้าคนกลางเพื่อเก็บข้อมูลกิจกรรมในการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งแสดงผลการศึกษาดังหัวข้อต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของพ่อค้าคนกลาง คุณพิภพ โสวะนาหัวหน้ากลุ่มเกษตรกรในตำบลสันทราย รับผักปลอดสารพิษจากกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายในตำบลสันทรายและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อจำหน่ายโดยตรงสู่ผู้บริโภค ผู้รวบรวมรายอื่น และห้างค้าปลีก ส่วนคุณศรีวรรณ ปันมงคล หัวหน้ากลุ่มเกษตรกรในตำบลยางน่องรับผักปลอดสารพิษจากกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายในตำบลยางน่อง หนองแฝกและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อจำหน่ายโดยตรงสู่ผู้บริโภค ผู้รวบรวมรายอื่น และห้างค้าปลีก

1. การจัดหาและจัดซื้อผักปลอดสารพิษ

หัวหน้ากลุ่มเกษตรกรจะทำหน้าที่เสมือนพ่อค้าคนกลาง คือ จัดหาและจัดซื้อผักปลอดสารพิษจากกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายผักปลอดสารพิษเพื่อนำมาจำหน่าย และส่งต่อผักปลอดสารพิษให้ผู้รวบรวมอื่น ขั้นตอนการจัดซื้อจะเริ่มจากการเจรจาสอบถามเรื่อง ชนิด ปริมาณ ราคา ขนาดและคุณภาพของผักปลอดสารพิษ เมื่อพอใจกันทั้งสองฝ่ายจะทำการนัดหมายเพื่อรับส่งผลผลิต ซึ่งจัดซื้อและจัดหาจากกลุ่มเกษตรกรเครือข่ายผักปลอดสารพิษโดยตรง ประกอบด้วยเกษตรกรในตำบลสันทราย ตำบลยางน่อง และตำบลหนองแฝก อำเภอสารภี นอกจากนี้หัวหน้ากลุ่มเกษตรกรยังมีการแลกเปลี่ยนผลผลิตบางชนิดระหว่างกันหากผลผลิตชนิดนั้นมีปริมาณมากเกินไปเพื่อเป็นการระบายผลผลิตไปจำหน่ายอีกช่องทางหนึ่ง การรักษาเกษตรกรที่นำผลผลิตมาจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางทำโดยการรับผักจากเกษตรกรเป็นประจำสม่ำเสมอ และให้ราคาที่นำพึงพอใจสำหรับเกษตรกร

ส่วนใหญ่การรับซื้อเป็นแบบซื้อขาดไม่มีการคืนผลผลิตเมื่อขายไม่หมด ในส่วนของคุณภาพผักปลอดสารพิษของแต่ละตำบลไม่มีความแตกต่างกัน เนื่องจาก สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ มีการควบคุมมาตรฐานผักปลอดสารพิษอย่างเข้มงวด โดยมีการสุ่มจัดเก็บตัวอย่างเพื่อนำมาตรวจหาสารพิษอย่างสม่ำเสมอ จึงทำให้ผู้รวบรวมยอมรับในผักปลอดสารพิษของกลุ่มเกษตรกรนี้ ด้านคุณภาพโดยรวมยังไม่พบปัญหามากนัก พบเพียงแต่ปัญหาเรื่องอายุการเก็บ น้ำหนักและขนาด ของผักไม่ตรงตามมาตรฐานทำให้ไม่สามารถขยับเปลี่ยนช่องทางใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าของผักปลอดสารพิษ ส่วนปัญหาการ จัดหาและจัดซื้อผักปลอดสารพิษ คือปัญหาปริมาณผักปลอดสารพิษไม่คงที่ เนื่องจากการผลิตยังมีปัญหาในเรื่องการควบคุม โรคพืชและแมลงระบาดควบคุมได้ยากมาก ซึ่งทำให้บางช่วงผักปลอดสารพิษมีปริมาณ ไม่เพียงพอ

2 . การรับและการเก็บรักษาผักปลอดสารพิษ

การรับผักปลอดสารพิษมีทั้งพ่อค้าคนกลางไปรับเองจากเกษตรกรหรือให้เกษตรกรมาส่ง การขนส่งใช้รถจักรยานยนต์หรือรถยนต์ ขึ้นอยู่กับระยะทางและปริมาณของผลผลิต เกณฑ์การรับซื้อส่วนใหญ่คล้ายผักทั่วไป คือ ตามความนิยมของผู้บริโภค และส่วนต่างราคาขายเมื่อเทียบกับผักทั่วไป ในการซื้อขายแต่ละครั้งมีมูลค่าการรับซื้อประมาณ 700 – 1,200 บาท ส่วนใหญ่รับซื้อวันเว้นวัน ซึ่งขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลต่างๆ

การเก็บรักษาผักปลอดสารพิษแยกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นผลผลิตระหว่างรอการตัดแต่งจะเก็บในพื้นที่ที่เน้นความสะอาด อากาศถ่ายเทได้สะดวก เรียงในตะกร้าโดยไม่ให้ผักซ้อนกันมากเกินไปเพื่อไม่ให้ผักช้ำ และกลุ่มที่สองเป็นผลผลิตที่ได้รับในช่วงเย็นไม่สามารถส่งห้างสรรพสินค้าได้ในวันนั้นจะเก็บผักในตู้เย็นหรือตากน้ำค้างเพื่อรอการตัดแต่งในวันถัดไป

ปัญหาในการรับผักปลอดสารพิษ คือ ชนิดและปริมาณผักปลอดสารพิษไม่ตรงตามมาตรฐานและความต้องการ เนื่องจากผักช้ำ พบเศษดินปนเปื้อน ปริมาณผักส่วนใหญ่น้อยกว่าความต้องการ ซึ่งแก้ไขโดยหาแหล่งใหม่มาซดเชย สำหรับการแก้ไขในระยะยาวจะมีการพูดคุยกับเกษตรกรถึงปัญหาต่อไป

3. การตัดแต่งและคัดบรรจุ

การตัดแต่งและคัดบรรจุเป็นงานที่ใช้ความชำนาญสูง อีกทั้งใช้ความรวดเร็ว แม่นยำ บรรจุภัณฑ์มี 2 รูปแบบ คือ ถาดโฟมหุ้มพลาสติก และถุงพลาสติกใส การตัดแต่งผักทำโดยการล้างผักให้สะอาดแล้วตัดส่วนที่เน่าเสียทิ้ง การบรรจุโดยการเรียงผักปลอดสารพิษในบรรจุภัณฑ์ให้เป็นระเบียบและสวยงามตามขนาดและความยาว ค่าใช้จ่ายในการตัดแต่งและคัดบรรจุประมาณ 1,000

บาทต่อเดือน ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือการขาดแรงงานในการตัดแต่งและคัดบรรจุ เนื่องจากเป็นงานที่ทำให้เฉพาะบุคคล เมื่อประสบปัญหาขาดแรงงานอันเนื่องมาจากปริมาณผักที่จำเป็นต้องตัดแต่งและคัดบรรจุมีมาก หรืออยู่ในช่วงเทศกาล ทำให้ต้องมีการเพิ่มเวลาในการตัดแต่งและคัดบรรจุแทนการเพิ่มแรงงาน

4 . การขนส่ง

ช่องทางที่จำหน่ายจะมีการส่งเข้าห้างสรรพสินค้า ได้แก่ คาร์ฟูร์ และบิ๊กซี รวมทั้งการส่งต่อผู้รวบรวมรายอื่น และการจำหน่ายเอง การขนส่งจะใช้รถกระบะ โดยรวบรวมผักที่บรรจุหีบห่อแล้วใส่ในลังพลาสติกและกล่องโฟมเพื่อไม่ให้ผักเสียหาย หากแดดร้อนเกินไปจะมีการนำผ้าชุบน้ำมาคลุมผักเพื่อไม่ให้เสียหาย การดูแลด้านการขนส่ง มีการจัดตารางเวลาการทำงาน ตารางการเดินทาง รับส่งผักปลอดสารพิษ การเพิ่มคนขับและรถยนต์สำหรับขนส่งในช่วงเทศกาลพิเศษ เพื่อให้การขนส่งมีความคล่องตัวและรวดเร็ว

5 . การเก็บข้อมูลข่าวสารลูกค้า

การเก็บข้อมูลข่าวสารลูกค้าแต่ละรายใช้บิลเงินสดในการบันทึกการซื้อขาย และใช้การจดบันทึกอย่างง่าย รวมถึงพูดคุยเพื่อสอบถามแนวคิดและความนิยมการบริโภคผักปลอดสารพิษ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและจัดหาผักให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค