

การตัดสินใจและความคาดหวังของเกษตรกรต่อการเข้าสู่ตลาดไฮเปอร์มาร์เก็ต ของพืชผักปลอดสารพิษ

ประทานทิพย์ กระทบผล¹ กุศล ทองงาม¹ และพญกษ ธิบมันตะสิริ²

บทคัดย่อ

พัฒนาการด้านตลาดของผลผลิตผักปลอดสารพิษของเกษตรกรจากกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วม เป็นไปตามเหตุผลและศักยภาพของเกษตรกรซึ่งได้พัฒนาตามระยะเวลาผ่านกระบวนการต่างๆ เกษตรกรในเครือข่ายเกษตรปลอดพิษแม่ปิง โดยการเริ่มต้นจากกลุ่มเกษตรกรปลอดสารพิษบ้านปิงน้อย ได้ร่วมในกระบวนการผลิต และตลาดกับศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตรมาตั้งแต่ปี 2544 เกิดการสั่งสมความรู้ความสามารถด้านการจัดการการผลิตและการตลาดผ่านการปฏิบัติจริง ทั้งในระบบขายด้วยตนเองในกระบวนการ “ผู้ผลิตพบผู้บริโภค” การฝากขายหรือการขายส่งให้กับร้านค้าสุขภาพ และการขายให้กับคนกลาง ปัจจุบันเครือข่ายเกษตรปลอดพิษแม่ปิงมีสมาชิก 18 กลุ่ม จาก 7 อำเภอ ในจังหวัดเชียงใหม่และลำปาง บทเรียนและประสบการณ์จากการทำงานแบบปฏิบัติจริงได้นำไปสู่การตัดสินใจของเกษตรกรในการเข้าสู่ตลาดไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเกษตรกรมีกระบวนการตัดสินใจและเหตุผลที่ไม่ได้มาจากรายได้เป็นสำคัญ หากเกิดจากความต้องการเรียนรู้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความเชื่อมั่น และความเสียสละ โดยมีเป้าหมายสุดท้ายที่จะให้สังคมได้รู้จักและเข้าถึงผักปลอดสารพิษในนามเครือข่ายเกษตรปลอดสารพิษแม่ปิง

คำสำคัญ: ไฮเปอร์มาร์เก็ต, ตลาดผัก, ผักปลอดสารพิษ

บทนำ

การปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากการใช้สารเคมีมาสู่การผลิตในระบบปลอดสารพิษ ซึ่งเป็นระบบเกษตรแบบปราศจากสารเคมีทำให้เกษตรกรต้องมีการปรับตัวอย่างมากทั้งในด้านการผลิตและการตลาด ทั้งนี้เกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสุขภาพที่ดี และให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม มีการจัดการการผลิตที่ต้องใช้แรงงานสูงกว่าการทำเกษตรในระบบเดิมที่ใช้เคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืช โดยอาศัยเทคโนโลยีทางเลือกต่างๆ เช่น การใช้วิธีการระบบนิเวศน์ และสมุนไพร ซึ่งปัญหาจากโรคและแมลงทำให้ผลผลิตที่ได้น้อยลง ในขณะที่เกษตรกรเหล่านี้ยังต้องเผชิญกับปัญหาที่สำคัญคือ การจัดการตลาดที่ยู่งยากขึ้น

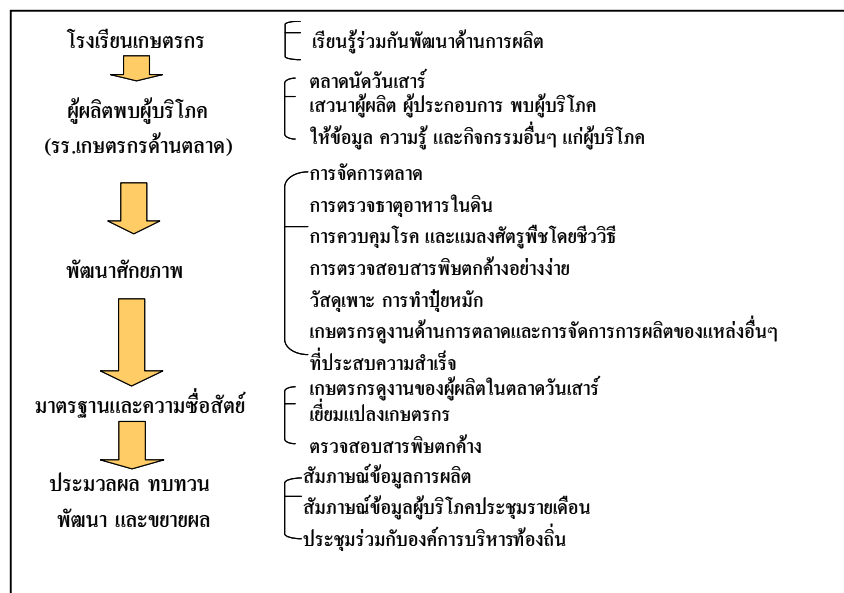
ผลผลิตที่ได้จากการผลิตในระบบปลอดสารพิษไม่สามารถจำหน่ายเข้าสู่ตลาดในระบบเดิมในลักษณะขายผ่านคนกลางได้ เนื่องจากสภาพภายนอกของพืชผักที่ไม่เป็นที่ต้องการดังเช่นพืชผักที่ผลิตในระบบใช้เคมีในกระบวนการผลิต ดังจะเห็นได้จาก ขนาดต้นที่เล็กลง สีที่เหลืองซีด ใบที่มีรูพรุนจากการเข้าทำลายของแมลงศัตรูพืช นำไปสู่การจัดการตลาดในหลากหลายรูปแบบเพื่อให้สามารถจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรได้ โดยเกษตรกรมี

¹ ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ 50200

² ภาควิชาพืชไร่ และ ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ 50200

วิธีการจัดการตลาดที่แตกต่างกันไป เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมขายขาดให้กับตัวแทนเพื่อนำไปจำหน่ายซึ่งมีลักษณะคล้ายกับการขาดผ่านคนกลางในวิถีตลาดเดิม ในขณะที่ส่วนหนึ่งเป็นการขายให้กับผู้บริโภคโดยตรงในตลาดนัดหรือตลาดจัดตั้งของหน่วยงานต่างๆ ที่พบรองลงมาเป็นลักษณะการฝากขายให้กับคนกลาง ร้านค้า ตลาดสด ในขณะที่การจำหน่ายเข้าสู่ห้างสรรพสินค้า หรือไฮเปอร์มาร์เก็ตยังพบเห็นน้อย

การพัฒนาการตลาดเกษตรปลอดภัยหรือเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรรายย่อย จำเป็นต้องทำร่วมกันระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการและ นักวิชาการ โดยพัฒนาควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพการผลิต ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร (ศวพ.) ได้พัฒนาศักยภาพการผลิต และการตลาดร่วมกับเกษตรกรมาตั้งแต่ปี 2544 โดยผ่านกระบวนการโรงเรียนเกษตรกร และการจัดการตลาดโดยวิธี ผู้ผลิตพบผู้บริโภค จนกระทั่งกลุ่มเกษตรกรรวมกลุ่มกันตั้งเป็น “เครือข่ายเกษตรปลอดภัยแม่ปิง” และได้พัฒนางานด้านการผลิตและการตลาดร่วมกับ ศวพ. โดยเริ่มเน้นการทำงานร่วมด้านตลาดตั้งแต่ปี 2547 เมื่อมีการจัดตั้งตลาดนัด “เกษตรปลอดภัย อาหารปลอดภัย” ขึ้นในวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2547 ทำให้เกิดการเรียนรู้ในด้านการจัดการตลาด การพัฒนาศักยภาพการผลิตอย่างสม่ำเสมอจนถึงการได้พบปะพูดคุยกับหน่วยงาน ผู้บริโภคและผู้ประกอบการมาตลอด (แผนภาพที่ 1) โดยความมุ่งหวังของเกษตรกรส่วนหนึ่งต้องการยกระดับสินค้าตนเองเข้าสู่ไฮเปอร์มาร์เก็ต ในขณะที่เดียวกันโอกาสในการเข้าสู่ตลาดและศักยภาพในด้านการผลิตและการจัดการตลาดของเกษตรกรยังอาจมีไม่พอเพียงในการปรับเปลี่ยนไปสู่ไฮเปอร์มาร์เก็ต อย่างไรก็ตามในปี 2547 เกษตรกรได้ตัดสินใจนำสินค้าเข้าจำหน่ายในไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งศักยภาพของกลุ่มเหตุผลและพฤติกรรมในการตัดสินใจ และผลที่เกิดขึ้นหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมของแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไป



แผนภาพที่ 1 กระบวนการเรียนรู้ของเกษตรกรร่วมกับ ศวพ.

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจของเกษตรกรต่อการเข้าสู่ การดำเนินงานต่อ และการยุติ การจำหน่ายผลผลิตในไฮเปอร์มาร์เก็ตของเกษตรกรเครือข่ายเกษตรปลอดภัยแม่ปิง
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหา ข้อจำกัด และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ

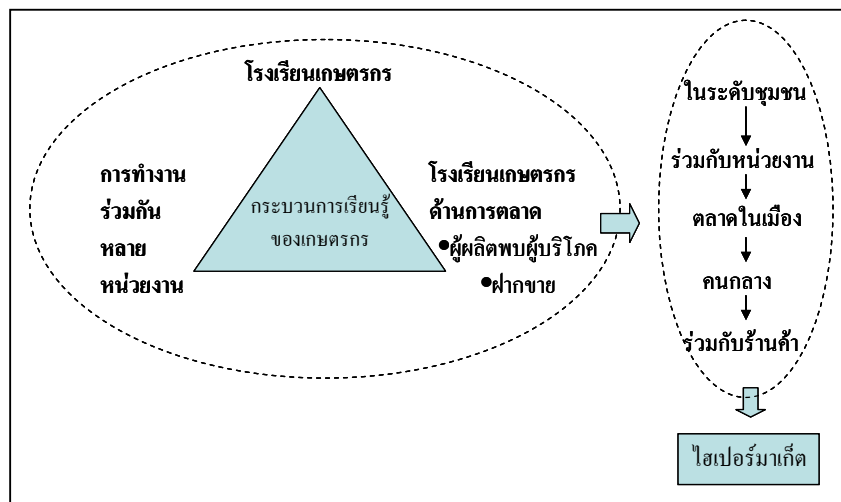
3. เพื่อทบทวนผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมาเพื่อวางแผนดำเนินการต่อไป

กระบวนการเรียนรู้ของเกษตรกร

พัฒนาการของเกษตรกรเริ่มจากกระบวนการโรงเรียนเกษตรกรที่เป็นการเสริมและสร้างศักยภาพการผลิตให้กับเกษตรกรและสนับสนุนให้เกษตรกรได้เรียนรู้การจัดการตลาด โดยการเข้าร่วมพบปะและพูดคุยกับเกษตรกรกลุ่มอื่นๆ ผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และหน่วยงานต่างๆ การทำงานร่วมกับหลายหน่วยงาน และการร่วมกระบวนการผู้ผลิตพบผู้บริโภค (โรงเรียนเกษตรกรด้านตลาด) ซึ่งในกระบวนการทำงานเหล่านี้เกษตรกรได้เข้าร่วมจัดการตลาดในหลากหลายรูปแบบซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทักษะและความสามารถในการจัดการตลาดเบื้องต้นให้กับเกษตรกร แม้ว่าเกษตรกรเคยชินกับการจำหน่ายผลผลิตทั้งหมดให้กับคนกลางในตลาดปกติครั้งละจำนวนมาก หรือขายเหมาสวน

เกษตรกรที่พัฒนาการตลาดร่วมกับ ศวพท. มีการจัดการตลาดหลากหลายวิธี คือ

- จำหน่ายผ่านร้านค้า MCC โดยมีนักศึกษาเป็นหลักในการกระจายผลผลิตออกสู่ผู้บริโภค
- จำหน่ายด้วยตนเองโดยร่วมกับ MCC ในการออกร้านในงานเทศกาลต่างๆ และการจำหน่ายในภาคใต้
- จำหน่ายผ่านคนกลางเพื่อไปขายฝากในเชียงใหม่และกรุงเทพฯ
- จำหน่ายให้กับร้านอาหารปรุงสำเร็จ
- จำหน่ายในลักษณะขายฝากให้กับร้านค้า MCC
- จำหน่ายในลักษณะขายฝากให้กับร้านค้าเพื่อสุขภาพในเชียงใหม่
- จำหน่ายด้วยตนเองในตลาดนัด “เกษตรปลอดพิษ อาหารปลอดภัย”



แผนภาพที่ 2 การพัฒนาศักยภาพการจัดการตลาดของเกษตรกร

การจัดการตลาดในหลากหลายวิธีสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับเกษตรกรทั้งในด้านการจัดการตลาด การตัดสินใจ และการปรับเปลี่ยนแนวคิดในการจัดการตลาด การเรียนรู้ในการจัดการตลาดโดยเกษตรกรเข้าร่วม

ขายสินค้าโดยตรงทำให้เกษตรกรได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับผู้บริโภค นำไปสู่การปรับปรุงทั้งด้านการผลิต และการจัดการตลาด (ประทานทิพย์ และคณะ 2548)

กระบวนการตัดสินใจ

เมื่อเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรปลอดภัยแม่ปิงได้ผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพด้านการผลิต การตลาด และผ่านกระบวนการเรียนรู้จากการแลกเปลี่ยนร่วมกับหน่วยงาน ผู้บริโภคและผู้ประกอบการบ่อยครั้ง นำไปสู่การตัดสินใจของเกษตรกรในการเข้าทดลองจำหน่ายสินค้าในไฮเปอร์มาร์เก็ตของจังหวัดเชียงใหม่ ในปลายปี 2547 จากการเข้าร่วมประชุมกับผู้ประกอบการ

เกษตรกรใช้เวลาประมาณ 2 เดือน ในการตัดสินใจเข้าร่วมทดลองจำหน่ายผลผลิตในไฮเปอร์มาร์เก็ต หลังจากผู้ประกอบการจะเสนอให้เครือข่ายเข้าทดลองจำหน่ายสินค้าในห้าง ทั้งนี้เกษตรกรมีความเห็นแตกต่างกันไป โดยเหตุผลในการตัดสินใจเข้าร่วมทดลองจำหน่ายผลผลิตในห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตที่สำคัญคือ

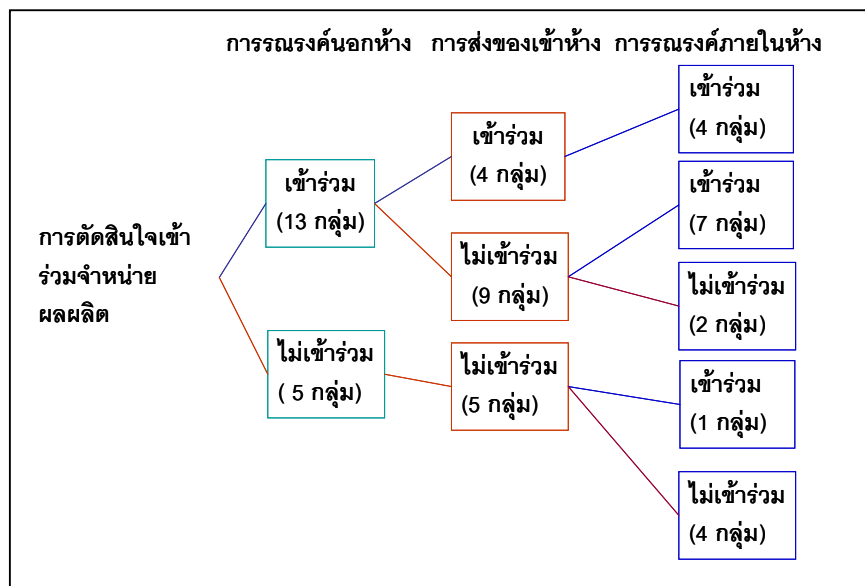
- เพื่อเป็นการทดลองและเรียนรู้การจัดการในกลุ่มผู้บริโภคระดับบน
- เป็นตลาดที่มั่นคง น่าจะรองรับผลผลิตได้มากและสม่ำเสมอ
- เป็นการพัฒนาและยกระดับสินค้าของเครือข่าย
- สร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายเกษตรปลอดภัยแม่ปิง

การจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรปลอดภัยแม่ปิงแบ่งออกเป็น 3 ครั้ง คือ

1. รณรงค์ด้านนอกแผนกผักและผลไม้สด (นอกห้าง) เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 29 พฤศจิกายน – 5 ธันวาคม 2547
2. จำหน่ายประจำในแผนกผักและผลไม้สด ของห้าง ตั้งแต่วันที่ 28 ธันวาคม 2547 เป็นต้นมา
3. รณรงค์ ในแผนกผักสดของห้างเป็นเวลา 2 สัปดาห์ 15 กุมภาพันธ์- 2 มีนาคม 2548

พฤติกรรมกรรมการตัดสินใจ

การตัดสินใจของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรปลอดภัยแม่ปิงทั้งหมด 18 กลุ่ม พบว่าเข้าร่วมกิจกรรมครั้งที่ 1 จำนวน 13 กลุ่ม ครั้งที่ 2 จำนวน 4 กลุ่ม และครั้งที่ 3 จำนวน 12 กลุ่ม (แผนภาพที่ 3)



แผนภาพที่ 3 พฤติกรรมการตัดสินใจของเกษตรกร

เกษตรกรมีการตัดสินใจแตกต่างกันไปในแต่ละครั้ง

ครั้งที่ 1 ทรนงค์ด้านนอกห้าง: เกษตรกรที่ตัดสินใจเข้าร่วมจำหน่ายผลผลิตให้เหตุผลว่าต้องการทดลองและเรียนรู้การจัดการตลาด การเห็นถึงความสำคัญของตลาดที่มั่นคง รองรับผลผลิตได้ เพื่อพัฒนาและยกระดับสินค้า เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค และเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย ในขณะที่กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมมีเหตุผลที่สำคัญคือ ไม่มีผลผลิต ผลผลิตไม่ตรงกับเงื่อนไขของห้างและข้อตกลงของเครือข่าย และไม่สะดวกในการจัดการ

ครั้งที่ 2 จำหน่ายประจำในแผนกผักและผลไม้สด : หลังจากประสบความสำเร็จในการรณรงค์นอกห้าง เกษตรกรต้องตัดสินใจอีกครั้งเพื่อทดลองจำหน่ายในแผนกผักสดของห้าง ซึ่งมีเกษตรกรที่เข้าร่วมจำหน่ายเพียง 4 ราย ด้วยเหตุผลที่เหมือนเดิม ส่วนผู้ที่ไม่เข้าร่วมส่วนใหญ่เกิดจาก ไม่มีสินค้า และไม่สะดวกในการจัดการ อย่างไรก็ตามเมื่อเกษตรกรได้ทำงานไประยะหนึ่งพบว่า 2 กลุ่มได้ยุติการส่งเนื่องจากไม่สามารถจัดการได้จากปัญหาระยะทางขนส่ง เวลาตัดแต่ง บรรจุ และการไม่ปฏิบัติตามกติกาที่ตกลงกันได้

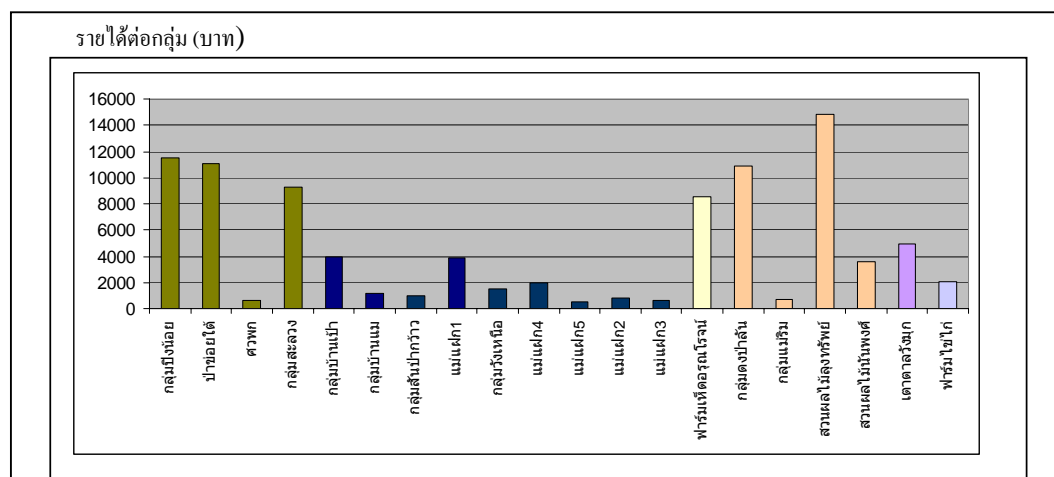
ครั้งที่ 3 ทรนงค์ในแผนกผักสด: หลังจากเกษตรกร 4 กลุ่มจำหน่ายผลผลิตภายในแผนกผักสด ทางห้างให้โอกาสในการเปิดตัวเพื่อรณรงค์สินค้า เกษตรกรจึงนำเสนอเครือข่ายเพื่อรณรงค์ร่วมกัน พบว่า มีเกษตรกรเข้าร่วมอีก 8 กลุ่ม ซึ่งในครั้งนี้อีกกลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วมมีเหตุผลจากประเภทสินค้าที่ไม่ตรงกับเงื่อนไขของเครือข่ายและทางห้าง

ผลสำเร็จจากการทำกิจกรรม

จากการทำกิจกรรมของเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรแม่เปิงทั้ง 3 กิจกรรม นั้นทำให้เกษตรกรได้เรียนรู้ทั้งการจัดการองค์กร และการจัดการตลาด นำไปสู่การพัฒนาภายในเครือข่าย ทั้งนี้พิจารณาผลการดำเนินงานทั้ง 3 กิจกรรมพบว่า

ครั้งที่ 1 ทรนงค์ด้านนอกห้าง

การรับโอกาสในการเข้าร่วมประชาสัมพันธ์ตนเองใน งานรณรงค์บริเวณนอกห้างทำให้เห็นถึงความเป็นไปได้ที่จะนำผลผลิตของตนเองจำหน่ายในไฮเปอร์มาเก็ต เนื่องจาก มีความต้องการจากผู้บริโภคค่อนข้างมาก ดังจะเห็นจากยอดจำหน่ายทั้งหมดถึง 93,000 บาท (แผนภาพที่ 4) ซึ่งทำให้ทางห้างให้ความสนใจและเสนอให้จำหน่ายในระบบของห้าง ณ บริเวณแผนกผักและผลไม้สด



แผนภาพที่ 4 รายได้จากการร่วมมรดงศ์ ณ ด้านนอกห่าง 29 พฤศจิกายน – 5 ธันวาคม 2547

นอกจากโอกาสในการจำหน่ายแล้วการทำงานร่วมกันของเครือข่ายครั้งนี้ทำให้เกษตรกรได้เรียนรู้การทำงานร่วมกันในรูปขององค์กร ซึ่งให้บทเรียนในการเสียสละ การเคารพในกติกา และความรับผิดชอบต่อหน้าที่และชื่อเสียงของกลุ่ม

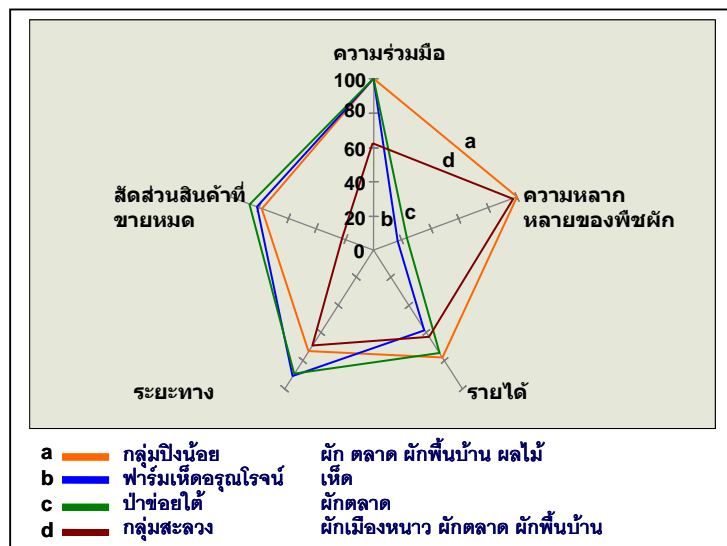
ครั้งที่ 2 จำหน่ายในบริเวณแผนกผักสด

เกษตรกรจำนวน 4 กลุ่ม ที่เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าเป็นประจำในแผนกผักและผลไม้สดของเครือข่ายเกษตรปลอดภัยแม่มิ่งนั้น มีลักษณะแตกต่างกันคือ ระยะทางจากกลุ่มมายังห้าง และความหลากหลายของพืชผัก (แผนภาพที่ 5) โดยจากการร่วมกิจกรรมในครั้งที่ 1 นั้นพบว่า

กลุ่ม a เป็นกลุ่มที่มีความพร้อมในการจำหน่ายสินค้าในห้างมากที่สุดเนื่องจากความเหมาะสมของระยะทาง ความหลากหลายของผลผลิต สัดส่วนของสินค้าที่ขายได้ต่อสินค้าทั้งหมด และความสามารถในการขายจากยอดขายที่สูง และความร่วมมือและความเสียสละกับกลุ่มดี

กลุ่ม b และ c เป็นกลุ่มที่มีระยะทางที่เหมาะสม มีสัดส่วนการขายได้ต่อสินค้าส่งเข้าทั้งหมดและยอดขายที่ดี และมีความร่วมมือและความเสียสละสูง แม้ว่าจะมีความหลากหลายของสินค้าน้อยที่สุด

กลุ่ม d เป็นกลุ่มที่มีความเหมาะสมในการจัดการในขณะที่ยังอยู่ในด้านความร่วมมือและความเสียสละและระยะทาง

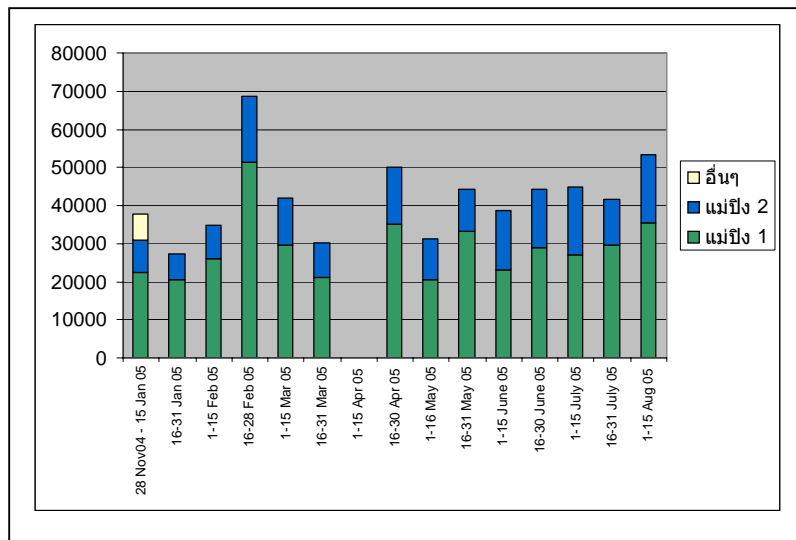


แผนภาพที่ 5 ลักษณะกลุ่มที่มีโอกาสเป็นหลักในการร่วมงานกับไฮเปอร์มาเก็ต

หลังจากการทำงานร่วมกันในระบายนั้นพบว่ากลุ่มเกษตรกรที่ยังสามารถจัดส่งผลผลิตเข้าสู่ห้างลดลงเหลือเพียง 2 กลุ่มในเวลาต่อมา จากทั้งความพร้อมของเกษตรกร ความสามารถในการจัดการ ความสามารถในการปรับตัว และความสามารถทำงานร่วมกันได้ ทั้งนี้การจำหน่ายในบริเวณแผนกผักสด ระยะแรกถูกหักค่าใช้จ่ายร้อยละ

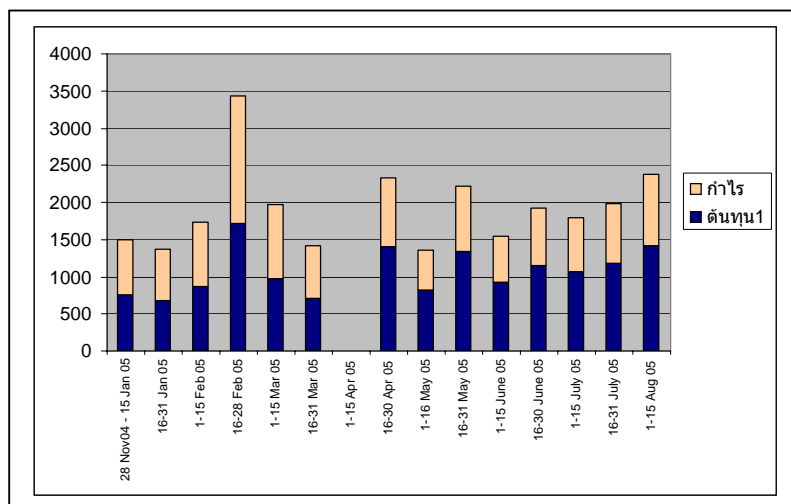
ละ 15 โดยที่เกษตรกรตั้งราคาตามฐานราคาของ ศวพท. ซึ่งมีราคาต่ำกว่าสินค้าจากผู้จำหน่ายรายอื่นๆ ในห้าง มีการตกลงปริมาณและชนิดของผลผลิตที่ส่งเข้าจำหน่ายของแต่ละกลุ่มอย่างคร่าวๆ ซึ่งในการจัดการจำเป็นต้องนำสินค้าเข้าสู่ห้างก่อน 7.00 น. ของทุกวันรวมถึงต้องมีการจัดการติดป้ายแสดงรหัสสินค้าและการจัดเรียงสินค้าด้วยตนเองให้แล้วเสร็จก่อน 8.30 น. นอกจากนี้ยังต้องทำการสำรวจปริมาณการจำหน่ายในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคหนาแน่นในห้าง เพื่อนำสินค้าเข้าวางในชั้นเพิ่มเติมให้พอเพียงกับการจำหน่ายในแต่ละวันและช่วงเวลา เหล่านี้นับเป็นการจัดการที่ใหม่

จากการจัดการตลาดร่วมกันในห้างพบว่าการจัดสรรปริมาณผลผลิตที่นำเข้าจำหน่ายในห้างเป็นสิ่งที่จำเป็นทั้งในด้านการจัดการและผลต่อรายได้ หากสัดส่วนรายได้น้อยมากจะไม่สามารถร่วมกันจัดการมากกลุ่มได้ เนื่องจากทุกกลุ่มต้องรับภาระค่าขนส่งซึ่งปัจจุบันสัดส่วนรายได้ของสองกลุ่มที่ยังคงจำหน่ายผลผลิตในห้างยังแตกต่างกันอยู่ (แผนภาพที่ 6)

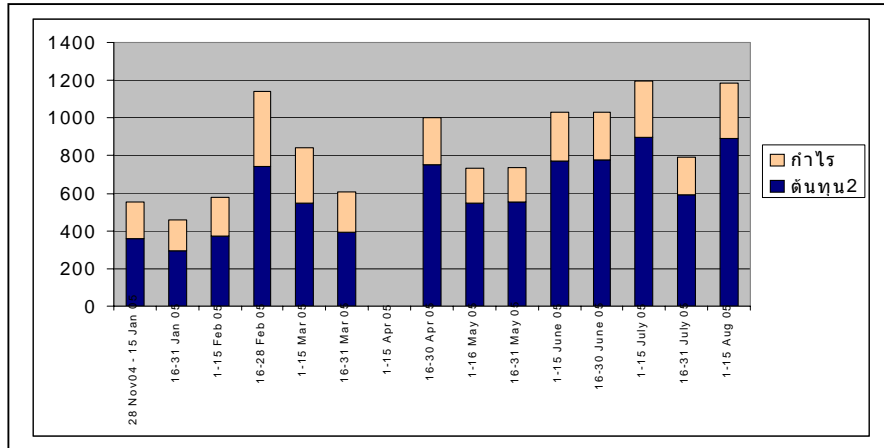


แผนภาพที่ 6 สัดส่วนรายได้ของกลุ่มเกษตรกรที่นำผลผลิตจำหน่ายในห้าง

การจำหน่ายผลผลิตในระบบขายฝากในห้างนั้นที่มาของผลผลิตเป็นเรื่องสำคัญเช่นกัน เนื่องจากหากเกษตรกรทำการเพาะปลูกเองจะมีโอกาสอยู่รอดสูง เนื่องจากต้นทุนที่ต่ำลง ในขณะที่เกษตรกรขายในราคาที่ไม่สูงและมีความเสี่ยงต่อของเหลือ และของเสียหาย (แผนภาพที่ 7 และ 8)



แผนภาพที่ 7 ต้นทุนและกำไรของตัวแทนเกษตรกรที่ทำการผลิตเอง



แผนภาพที่ 7 ต้นทุนและกำไรของตัวแทนเกษตรกรที่รับซื้อผลผลิตจากสมาชิกเป็นส่วนใหญ่

การได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารของห้างเป็นเรื่องสำคัญเช่นกัน เนื่องจากห้างจะมีนโยบายเร่งด่วนให้เกษตรกรได้ปฏิบัติเสมอ ในขณะที่ศักยภาพของเกษตรกรในการจัดการยังไม่มากจำเป็นต้องมีพนักงานของห้างเข้าช่วยเหลือ เช่น การให้เข้าร่วมเทศกาลส่งเสริมการขายของห้างซึ่งต้องมีการจัดแสดงสินค้า หรือการจัดรูปแบบการบรรจุที่แตกต่างไป นอกจากนี้ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรหรือหน่วยงาน ด้านการผลิต การตลาด และการณรงค์ร่วมกับเกษตรกรโดยเฉพาะในระยะแรกเป็นสิ่งที่จำเป็น เนื่องจากการจำหน่ายผลผลิตในห้างเป็นเรื่องใหม่ของเกษตรกร แม้จะผ่านการพัฒนาการจัดการตลาดมาก่อนก็ตาม

การจำหน่ายผลผลิตในห้างยังมีผลต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ในเครือข่ายและส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนในด้านเทคโนโลยีการผลิต การสนับสนุนสินค้าของเครือข่ายผ่านตัวแทน มีการพัฒนาด้านการบรรจุหีบห่อที่น่าซื้อมากขึ้น อย่างไรก็ตามด้วยระเบียบและการจัดการที่ยุ่งยากในการจำหน่ายในห้างทำให้มีผลต่อสภาพสังคมและสุขภาพของเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรใช้เวลาส่วนใหญ่ในสวนและการติดต่อกับห้างทำให้ขาดการสังคมกับเพื่อนบ้าน นอกจากนี้เกษตรกรต้องจัดการด้วยตนเองทำให้มีผลต่อสุขภาพจากการพักผ่อนน้อยลง

การจำหน่ายสินค้าในห้างนั้น การตรวจสอบผลผลิตปลายทางจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นตัวชี้วัดถึงความสะอาดและปลอดภัยของผลผลิต ซึ่งปัจจุบันกระบวนการตรวจสอบความปลอดภัยของผลผลิตยังมีความคลาดเคลื่อนเนื่อง การผลิตในระบบปลอดภัยพีเอ็มเอมีการใช้สารสมุนไพรและสารชีวภัณฑ์กันอย่างกว้างขวาง ซึ่งในการตรวจสอบเพื่อวัดผลความปลอดภัยของผลผลิตอาจมีผลคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบความปลอดภัยของอาหารอาจต้องให้ความสำคัญกับการตรวจสอบย้อนกลับกระบวนการผลิต และศึกษาเพิ่มเติมถึงสารธรรมชาติที่มีผลต่อผลวิเคราะห์ทางเคมี

ครั้งที่ 3 ธรรมชาติในบริเวณแผนกผักสด

ในการร่วมรณรงค์ในแผนกผักสดเกษตรกรเข้าร่วมเพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มเป็นสำคัญนอกจากนี้ยังต้องการทราบถึงศักยภาพของกลุ่มอื่นๆ ในเครือข่ายที่จะเข้าร่วมจำหน่ายในห้างอีกด้วย อย่างไรก็ตามเมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมดังกล่าวนี้ เกษตรกร 2 กลุ่มที่จำหน่ายผลผลิตให้ห้างได้รับสินค้าหลายชนิดจากกลุ่มอื่นๆ ในเครือข่ายที่มีศักยภาพในการจัดการผลผลิต แต่ไม่สามารถเข้าร่วมการจัดการส่งสินค้าเข้าจำหน่ายในห้างได้

สรุป

การจำหน่ายสินค้าในไฮเปอร์มาเก็ตร่วมกันของเกษตรกรในนามเครือข่ายนั้นเกษตรกรต้องมีการปรับตัวตลอดเวลาเพื่อให้มีการทำงานร่วมกับห้างได้ จึงจำเป็นต้องมีผู้นำกลุ่ม/เครือข่ายที่เสียสละ คล่องตัว และเข้มแข็ง สมาชิกที่ทำงานร่วมกันจำเป็นต้องมีความสามัคคี ซื่อสัตย์ หนักแน่น ใฝ่หาความรู้ และรับฟังซึ่งกันและกัน และเพื่อให้สามารถมีการจัดการร่วมกันได้นั้นจำเป็นต้องมีการจัดสรรสัดส่วนการส่งสินค้าที่เป็นธรรม และเกษตรกรจำเป็นต้องทำการผลิตเองเป็นหลัก ทั้งนี้การจำหน่ายสินค้าให้กับไฮเปอร์มาเก็ตของเกษตรกรรายย่อยจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร/ฝ่ายสนับสนุนของห้างที่มีความเข้าใจต่อเกษตรกรและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาตลอดเวลา และได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการร่วมพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีความรู้ที่น้อยและขาดประสบการณ์ในการจัดการตลาดทำให้มีโอกาสเกิดการถูกเอาเปรียบได้ง่ายโดย เฉพาะกับเอกสารสัญญาด้านการเงิน

นอกจากนี้เนื่องจากปัจจุบันการผลิตในระบบปลอดสารพิษมีการใช้สารสมุนไพรและสารชีวภัณฑ์กันอย่างกว้างขวาง ซึ่งในการตรวจสอบเพื่อวัดผลความปลอดภัยของผลผลิตอาจมีผลคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบความปลอดภัยของอาหารอาจต้องให้ความสำคัญกับการตรวจสอบย้อนกลับกระบวนการผลิต และศึกษาเพิ่มเติมถึงสารธรรมชาติที่มีผลต่อผลวิเคราะห์ทางเคมี

เอกสารอ้างอิง

2548. ประทานทิพย์ กระมล กุศล ทองงาม และ พฤษัช ยิบมันตะศิริ. "ปฏิสัมพันธ์ผู้ผลิตและผู้บริโภคเพื่อพัฒนาการผลิตและการตลาดเกษตรปลอดพิษ" รายงานสัมมนาวิชาการระบบเกษตรแห่งชาติครั้งที่ 3 "สู่ระบบการผลิตอาหารที่ปลอดภัย สร้างมูลค่าเพิ่ม และใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน" 9-11 พฤศจิกายน 2547. เชียงใหม่. เมษายน.