

การตัดสินใจและความคาดหวังของเกษตรกรรายย่อย ต่อการเข้าสู่ตลาดไฮเปอร์มาร์เก็ต ของพืชผักปลอดสารพิษ



ประทานทิพย์ กระมล

กุศล ทองงาม

พฤษ์ ยิบมันตะศิริ

ที่มาและ
ความสำคัญ

การจัดการตลาด

ในระดับชุมชน



ร่วมกับหน่วยงาน



ตลาดในเมือง



คนกลาง



ร่วมกับร้านค้า



ไฮเปอร์มาเก็ต



พัฒนางานในสถานี

ผู้เกษตรกร โดย
วิธีโรงเรียนเกษตรกร



ผู้ผลิตพบผู้บริโภค



การทำงานร่วมกับหลายหน่วย

งานณรงค์ : งานประจำปี



ทบทวนและวางแผน

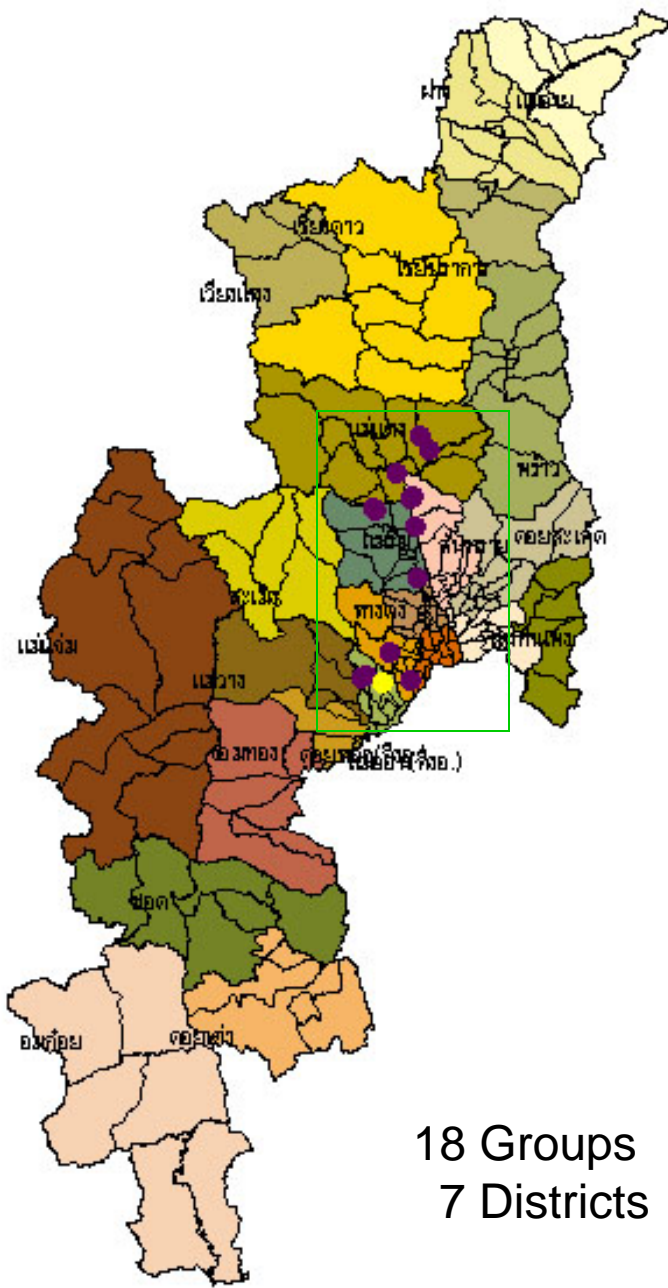


ดูงานในและนอกเครือข่าย

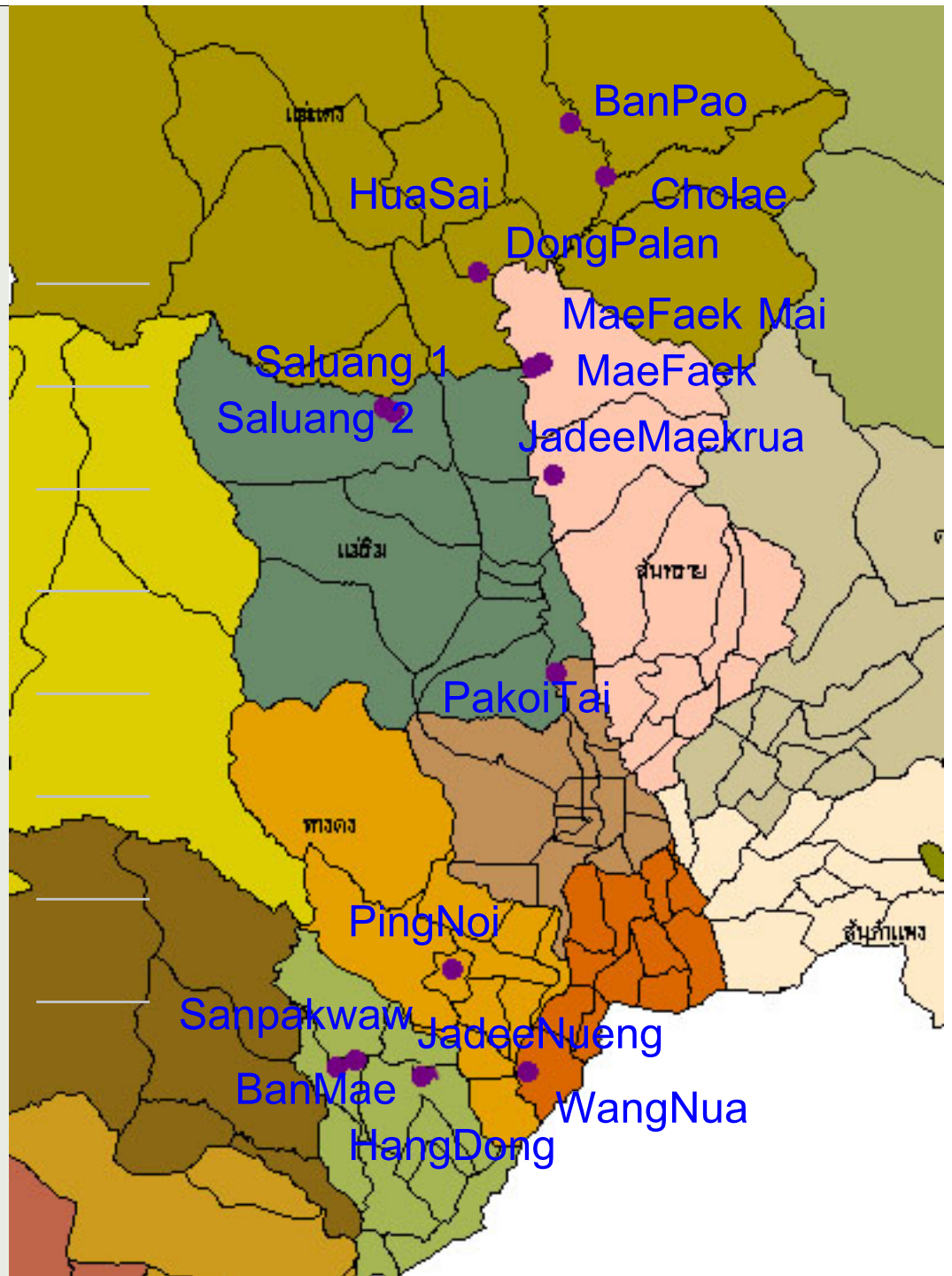


วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาการตัดสินใจของเกษตรกรต่อการเข้าสู่- การดำเนินงานต่อ และการยุติ การจำหน่ายผลผลิตในไฮเปอร์มาเก็ตของเกษตรกรเครือข่ายเกษตรปลอดพิษแม่ปิง
- เพื่อศึกษาถึงปัญหา ข้อจำกัด และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ
- เพื่อทบทวนผลการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมาเพื่อวางแผน ดำเนินการต่อไป



18 Groups
7 Districts



มุมมองของเกษตรกรต่อการเข้าสู่ไฮเปอร์มาเก็ต

- ทดลองและเรียนรู้
- ตลาดที่มั่นคง รองรับผลผลิตได้มากและสม่ำเสมอ
- พัฒนาและยกระดับสินค้า
- เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
- ความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรแม่โป่ง

การจัดการตลาดในไฮเปอร์มาเก็ต



รณรงค์

- ด้านนอกห้าง
- 1 สัปดาห์
- 29 พ.ย. – 5 ธันวาคม 47
- 13 กลุ่ม

93000 B/ 7 days



จำหน่ายเป็นประจำในห้าง ในแผนกผักสด

- เริ่ม ธันวาคม 28, 2004
- เซ็นต์สัญญา เดือน เมษายน 2005
- 2 กลุ่ม

3000 – 4000 B/ day

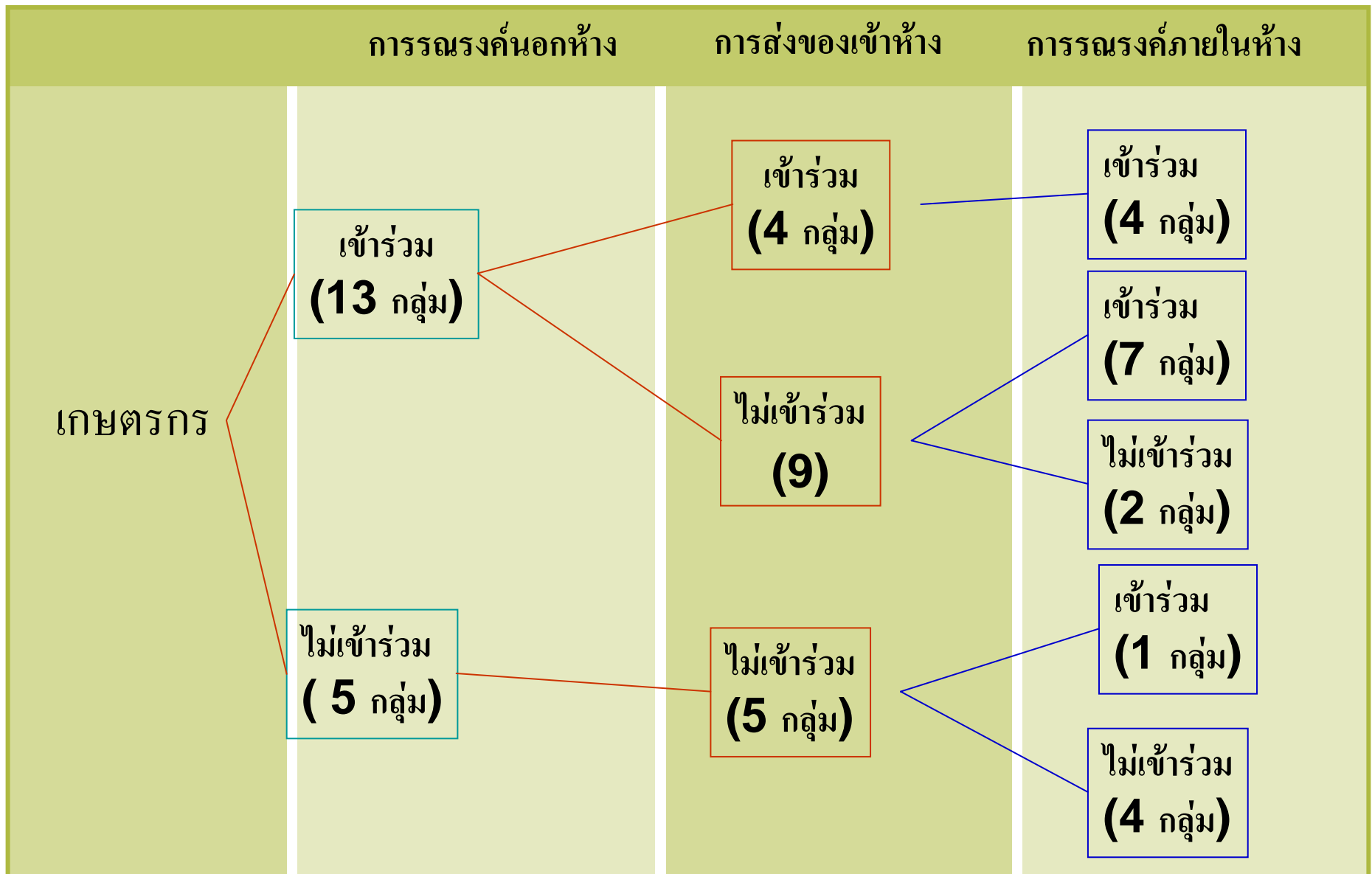


รณรงค์

- ในห้าง
- 2 สัปดาห์
- กุมภาพันธ์ 2005
- 7 กลุ่ม

80000 B/18 days

พฤติกรรมการตัดสินใจ



การร่วมรณรงค์ ณ ด้านนอกห้าง

29 พ.ย. – 5 ธันวาคม

เกษตรกร

เข้าร่วม

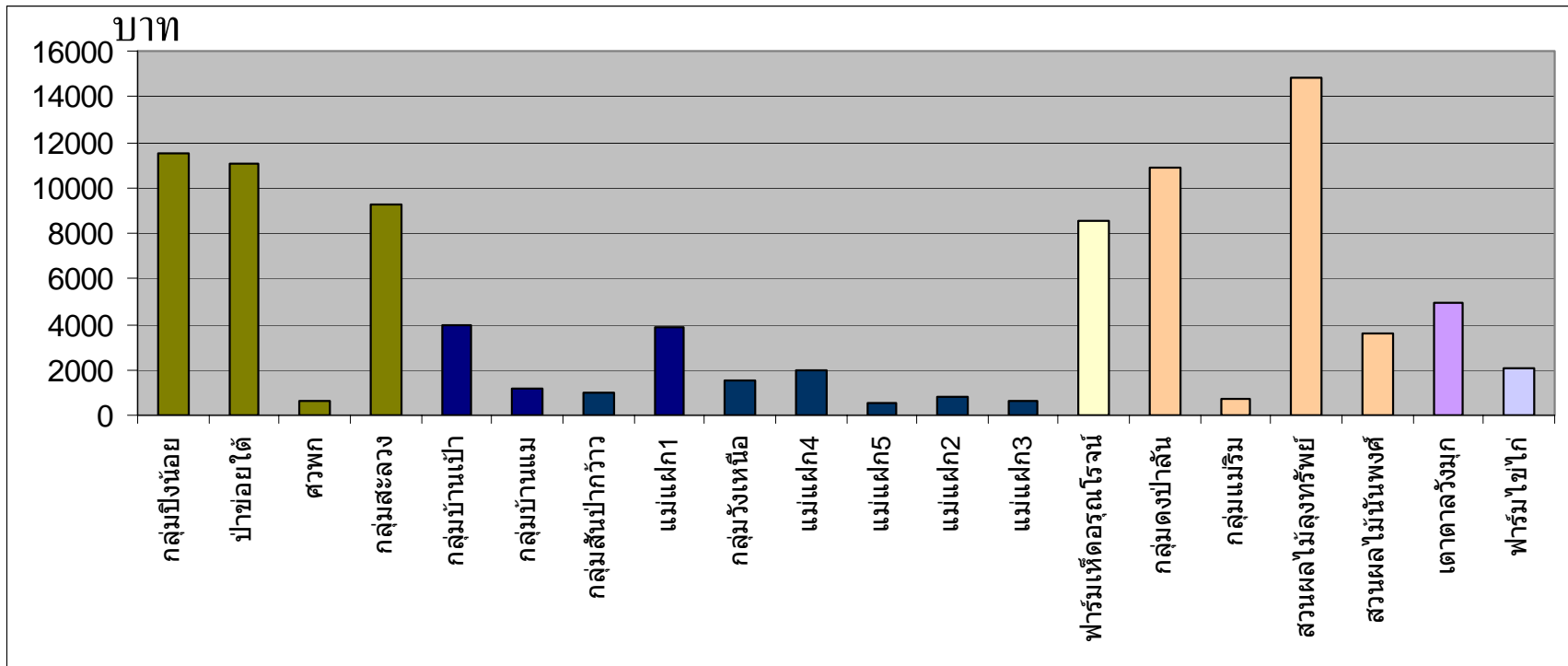
- ทดลองและเรียนรู้
- ตลาดที่มั่นคง รองรับผลผลิตได้
- พัฒนาและยกระดับสินค้า
- เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
- ความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรแม่ปิง

ไม่เข้าร่วม

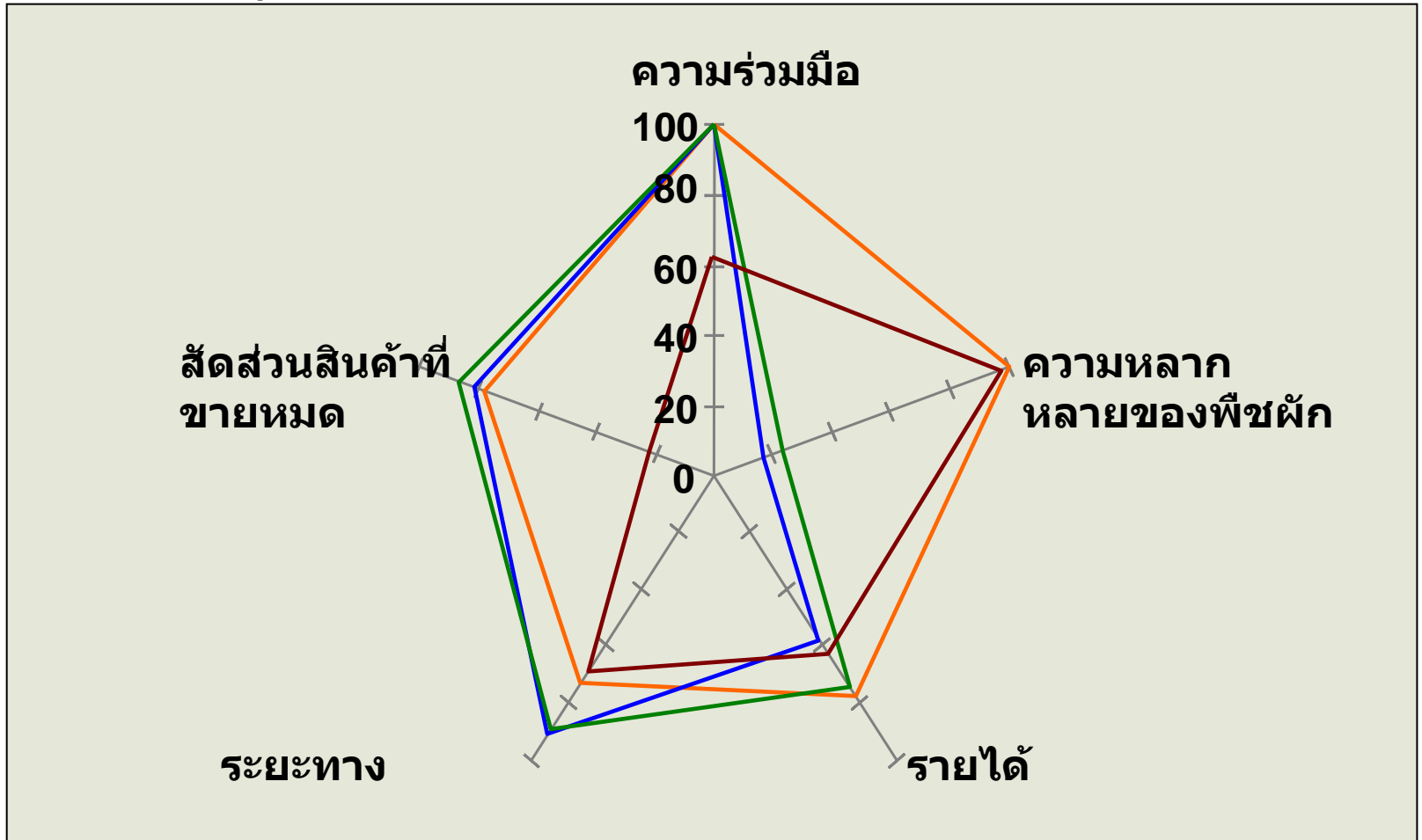
- ไม่มีผลผลิต
- ผลผลิตไม่ตรงตามเงื่อนไข
- การจัดการไม่สะดวก

รายได้จากการร่วมรณรงค์ ณ ด้านนอกห้าง

29 พ.ย. – 5 ธันวาคม



ลักษณะกลุ่มที่มีโอกาสเป็นหลักในการร่วมงานกับไฮเปอร์มาเก็ต



- กลุ่มปิงน้อย
 ผัก ตลาด ผักพื้นบ้าน ผลไม้
- ฟาร์มเห็ดอรุณโรจน์
 เห็ด
- ป่าช้อยใต้
 ผักตลาด
- กลุ่มสะลวง
 ผักเมืองหนาว ผักตลาด ผักพื้นบ้าน

การจัดการตลาดในไฮเปอร์มาเก็ต



รณรงค์

- ด้านนอกห้าง
- 1 สัปดาห์
- 29 พ.ย. – 5 ธันวาคม 47
- 13 กลุ่ม

93000 B/ 7 days



จำหน่ายเป็นประจำในห้าง ในแผนกผักสด

- เริ่ม ธันวาคม 28, 2004
- เซ็นต์สัญญา เดือน เมษายน 2005
- 2 กลุ่ม

3000 – 4000 B/ day



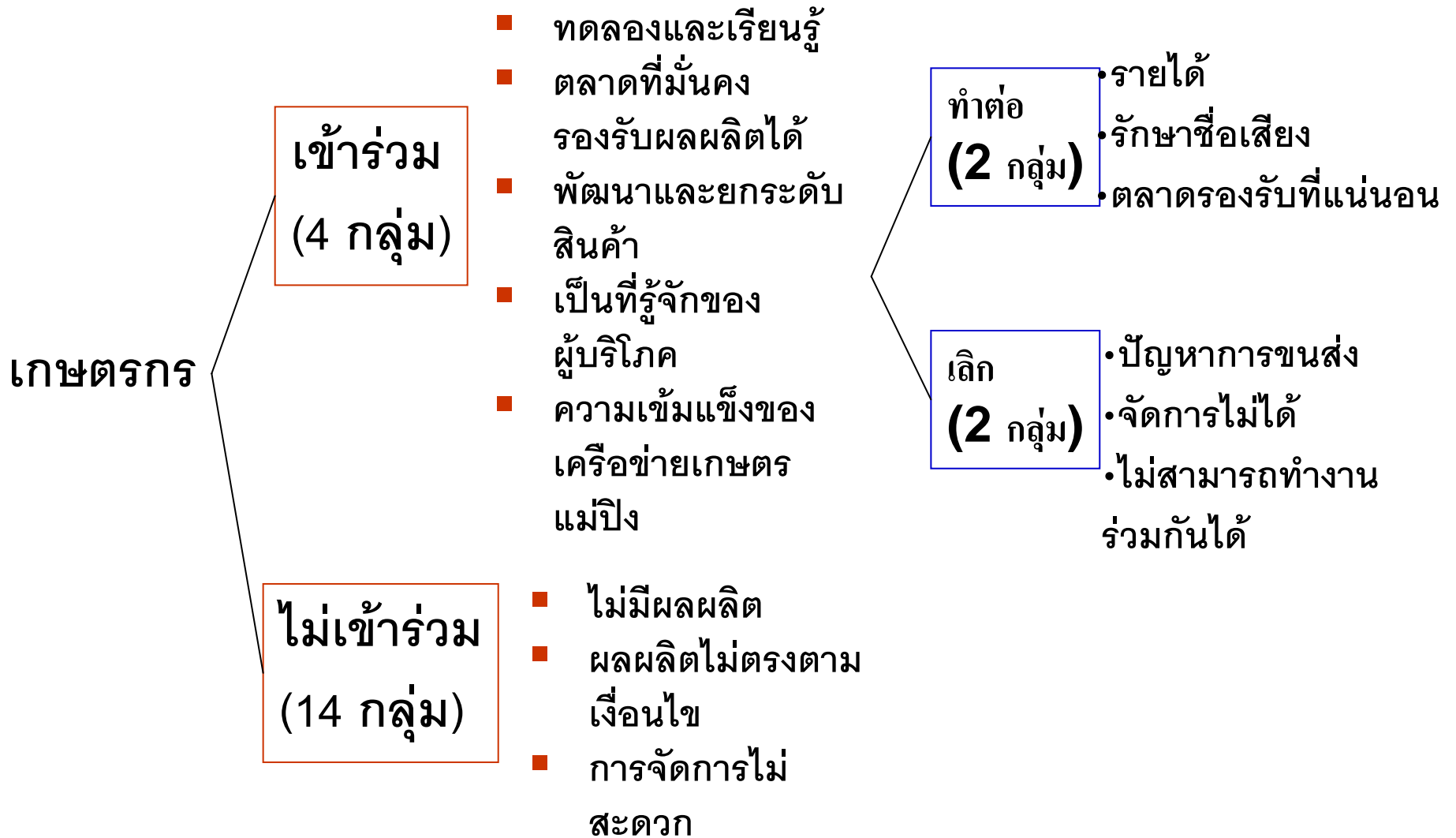
รณรงค์

- ในห้าง
- 2 สัปดาห์
- กุมภาพันธ์ 2005
- 7 กลุ่ม

80000 B/18 days

พฤติกรรมการณ์การตัดสินใจ

เข้าจำหน่ายประจำในแผนกผักและผลไม้สด



การจัดการในการจำหน่ายประจำ

- เริ่มวันที่ 28 ธันวาคม 2547
- ห้างหักค่าใช้จ่าย 15%
- เกษตรกร 4 กลุ่มร่วมส่งของเข้าคาร์ฟู
- ตกลงกันอย่างคร่ำว่ๆ ในปริมาณส่งเข้า
- ตั้งราคาตามราคาขายใน MCC
- รวมใบส่งของก่อน 7 .00 น. และร่วมกันติดป้ายราคาและจัดวางผลผลิต
- สลับกันทำหน้าที่ เช็คสินค้าคงเหลือ ณ จุดจำหน่ายช่วง 16.00-20.00 น.



ผลสืบเนื่องจากการตัดสินใจนำผลผลิตจำหน่าย ในไฮเปอร์มาเก็ต

- สัดส่วนรายได้ต่างกัน กลุ่มที่
รายได้น้อยไม่สามารถค้ำทุ่นได้
- ตัวแทนเกษตรกรรับภาระผัก
เหลือ/คัดทิ้ง
- การจัดการของห้างด้านการ
ตรวจเช็คสินค้าและสต็อก มีผล
ให้มีผลผลิตเหลือมาก
โดยเฉพาะระยะแรก



ผลสืบเนื่องจากการตัดสินใจนำผลผลิตจำหน่าย ในไฮเปอร์มาเก็ต

- เกษตรกรต้องปรับตัวอยู่เสมอเพื่อรับนโยบายเร่งด่วนของห้าง
- การทำงานร่วมกับห้างทำให้มีผลต่อสุขภาพของเกษตรกรและ
กระทบความสัมพันธ์ในชุมชน
- การใช้การตรวจสอบความปลอดภัยของผลผลิตที่ปลายทางเป็น
ข้อจำกัดในการขยายตลาดของเครือข่าย โดยเฉพาะสำหรับ
เกษตรกรที่ใช้สารชีวภัณฑ์

ผลสืบเนื่องจากการตัดสินใจนำผลผลิตจำหน่าย ในไฮเปอร์มาเก็ต

- เกษตรกรมีการปรับปรุงวิธีการจัดการด้านคุณภาพ และการบรรจุหีบห่อผลผลิตมากขึ้น
- เกษตรกรมีการสนับสนุนและแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีระหว่างกลุ่ม/เครือข่ายในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย

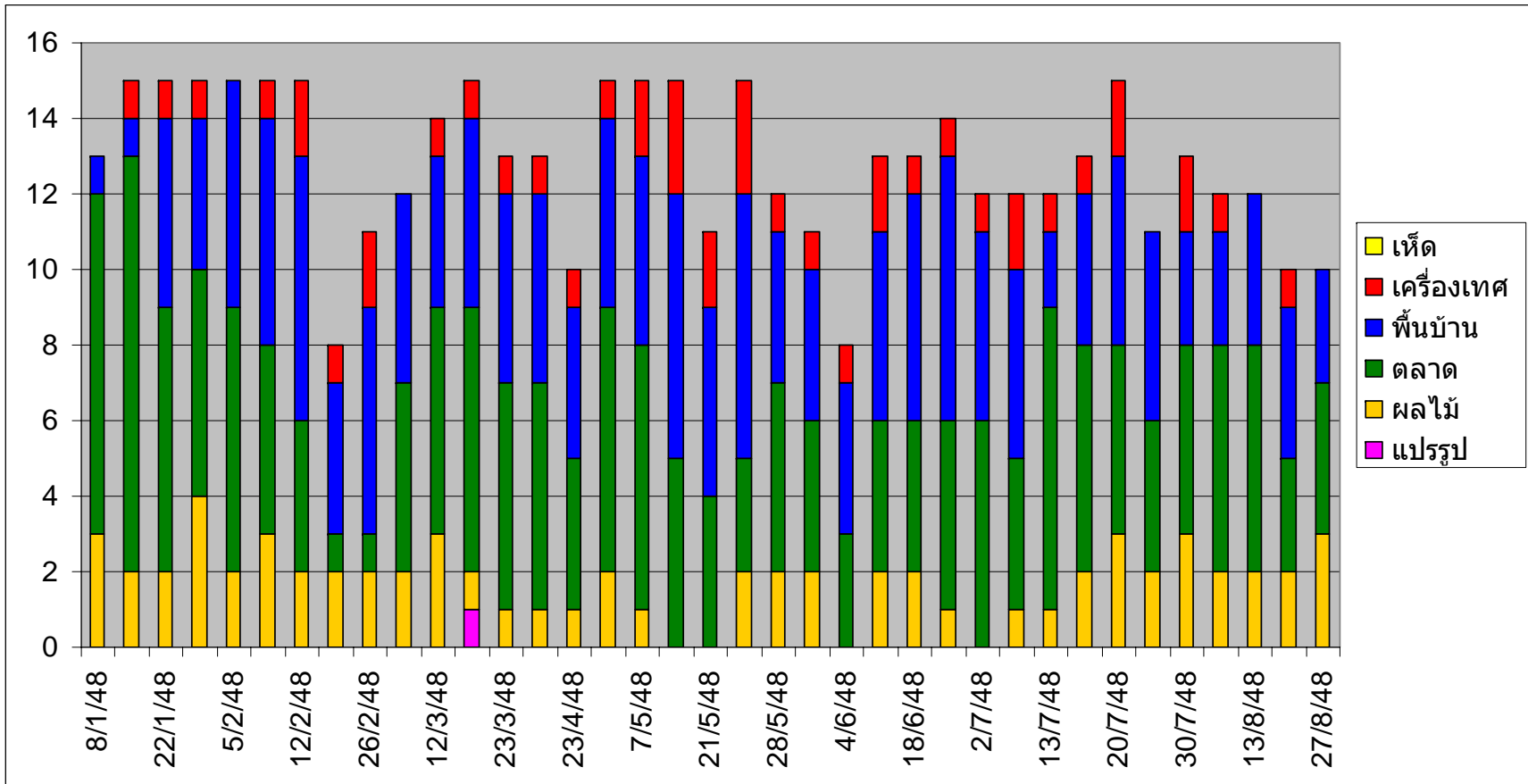


- เกษตรกรจริงจังต่อการแสวงหาเทคโนโลยีและปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการเพื่อรักษา/เพิ่มความหลากหลายและความสม่ำเสมอของพืชผัก เช่น สูบน้ำทำคั้นกัน
- เกษตรกรที่ทำการผลิตเองมีความได้เปรียบในการจำหน่ายผลผลิตในห้างเนื่องจากมีต้นทุนที่ถูกลงกว่า

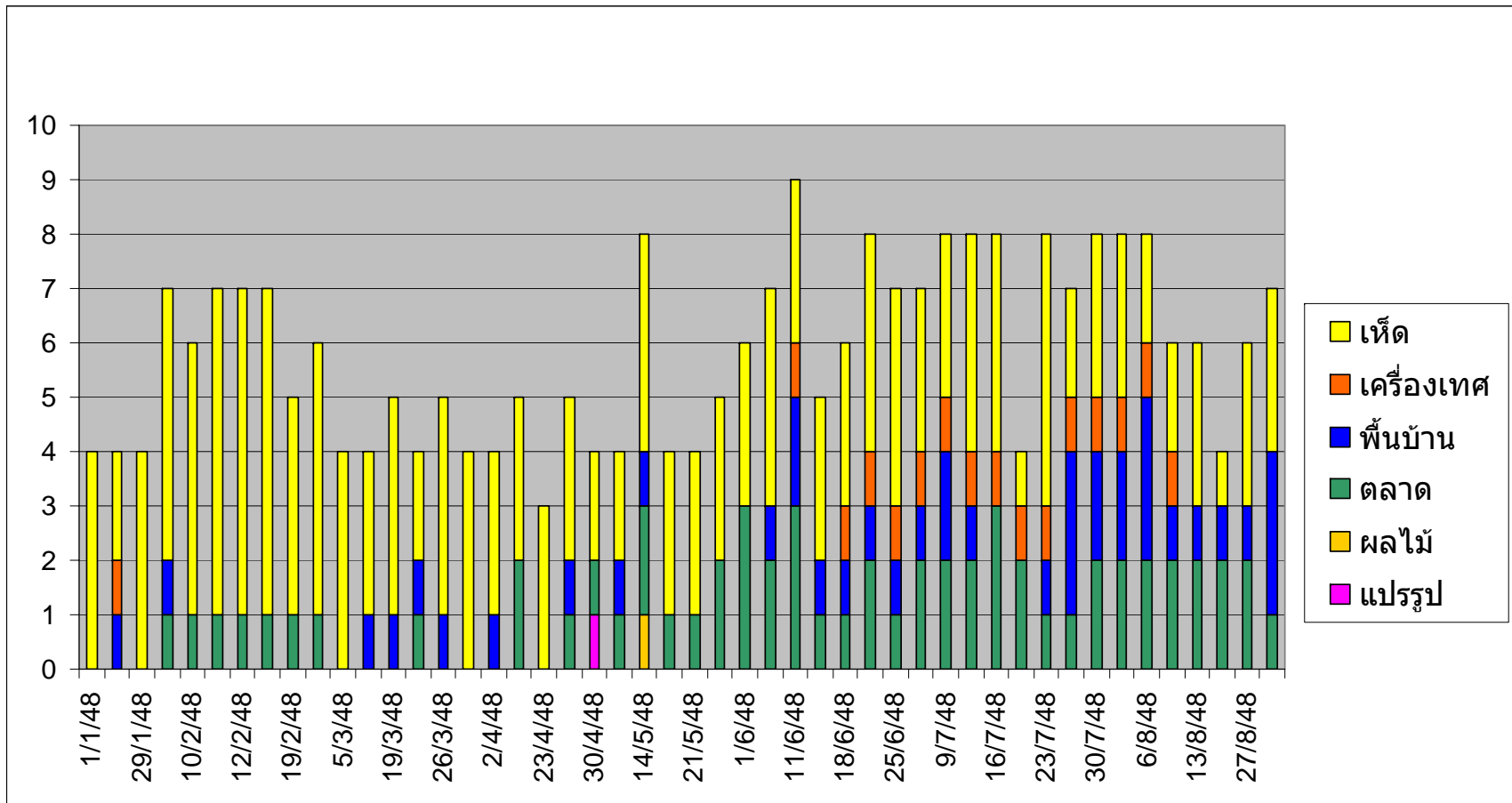
ผลสืบเนื่องจากการตัดสินใจนำผลผลิตจำหน่าย ในไฮเปอร์มาเก็ต

- ความสามัคคี ความซื่อสัตย์ ความไว้วางใจ และการรับฟังซึ่งกันและกัน ทำให้กลุ่มสามารถทำงานร่วมกันได้
- ฝ่ายบริหาร/สนับสนุนของห้างมีความเข้าใจและให้โอกาสเกษตรกร
- การสนับสนุนจากองค์กร/หน่วยงาน ด้านการผลิต การตลาด การรณรงค์สร้างความเข้าใจ รวมทั้งการจัดการร่วมกับเกษตรกรในระยะแรกเป็นสิ่งจำเป็น

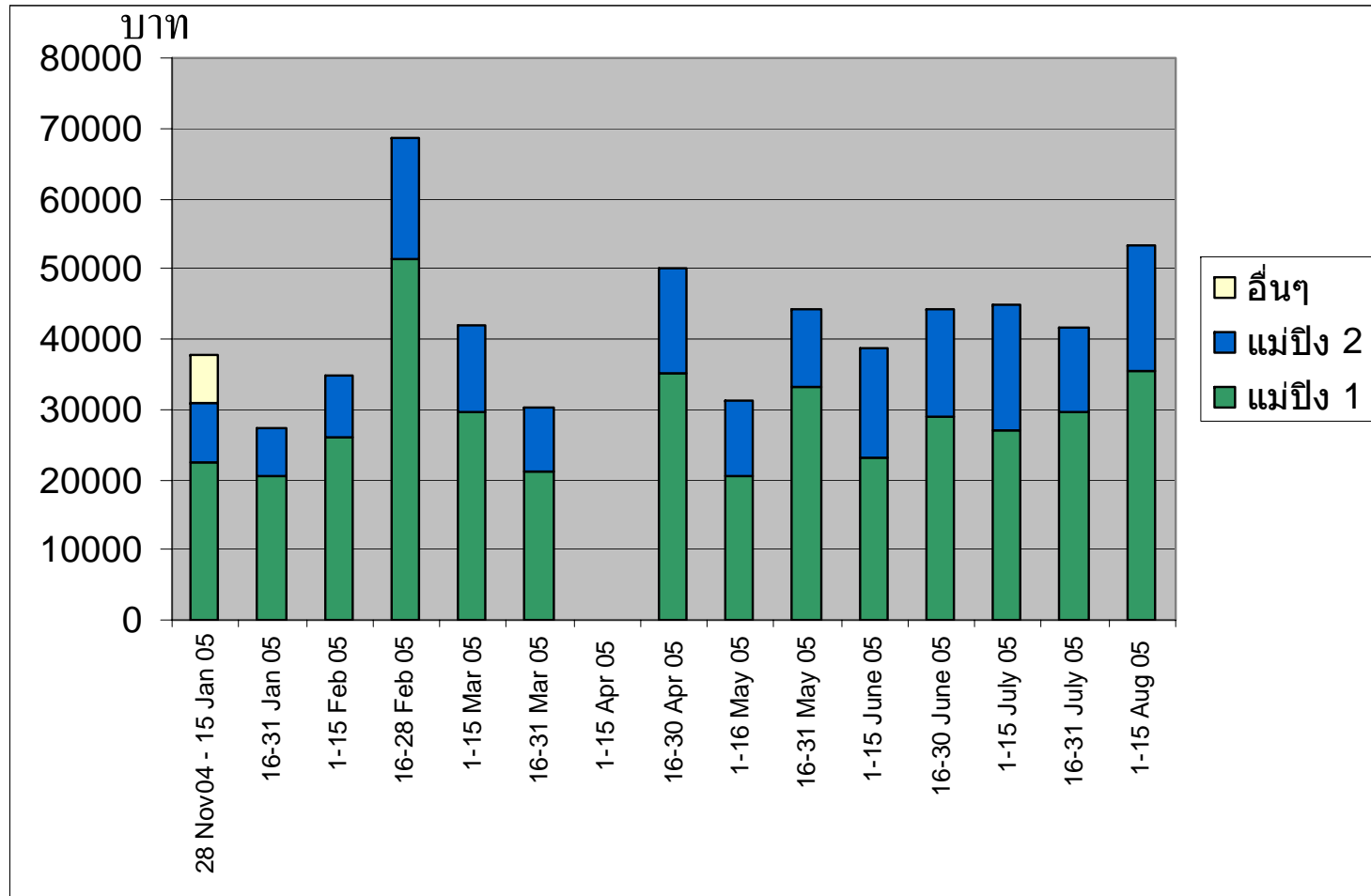
ความหลากหลายของผลผลิตของเกษตรกรกลุ่มที่ 1



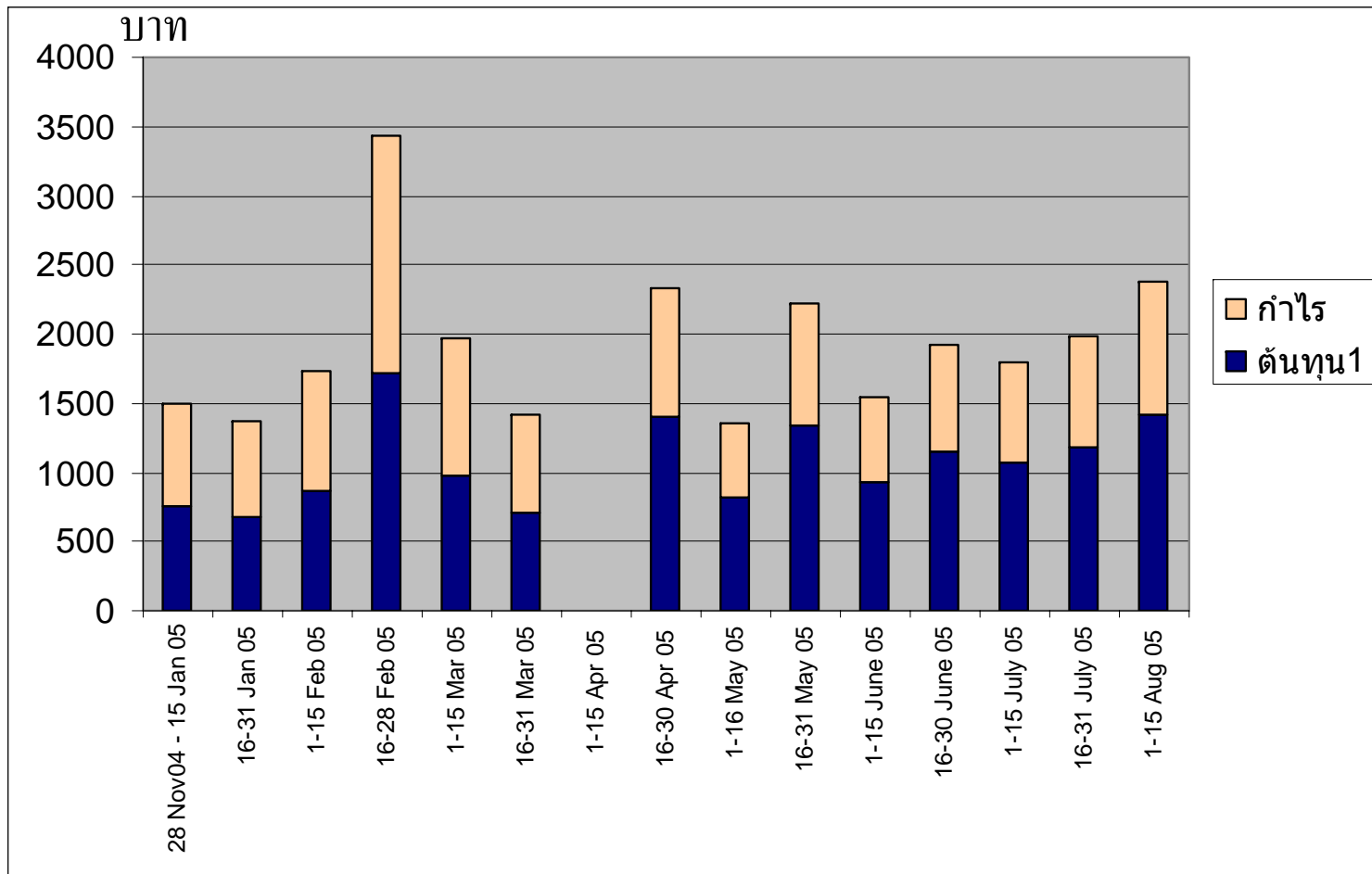
ความหลากหลายของผลผลิตของเกษตรกรกลุ่มที่ 2



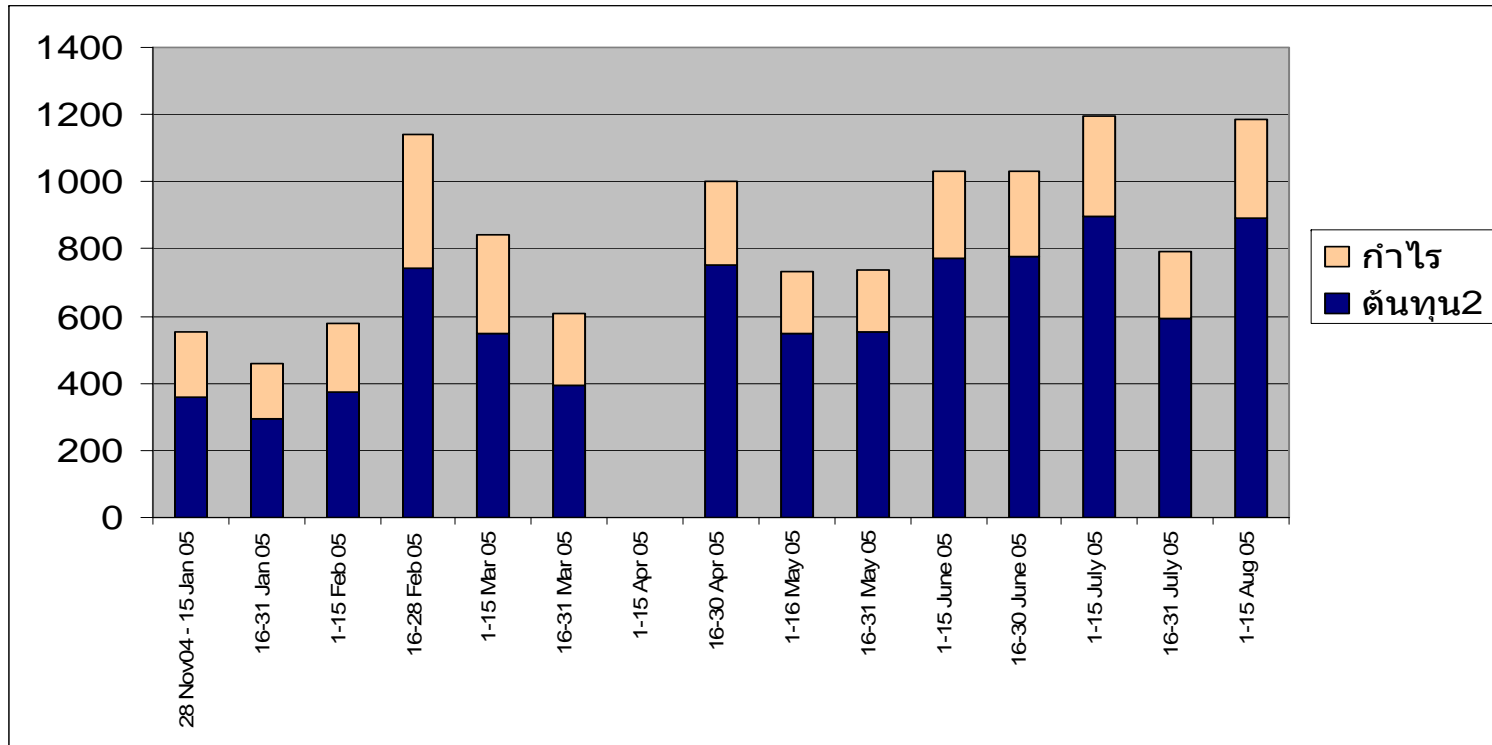
สัดส่วนรายได้ของเกษตรกรจำแนกตามรายปี



ต้นทุนและผลตอบแทนของเกษตรกร กลุ่มที่ 1



ต้นทุนและผลตอบแทนของเกษตรกร กลุ่มที่ 2



สรุป

- เกษตรกรต้องมีการปรับตัวตลอดเวลาเพื่อให้มีการทำงานร่วมกับห้างได้ จึงจำเป็นต้องมีผู้นำกลุ่ม/เครือข่ายที่เสียสละ คล่องตัว และเข้มแข็ง
- การจัดสรรสัดส่วนการส่งสินค้าที่ไม่ยุติธรรมทำให้ในที่สุดไม่สามารถทำงานในรูปแบบเครือข่ายได้
- เกษตรกรจำเป็นต้องทำการผลิตเองเป็นหลัก
- เกษตรกรมีความรู้น้อยทำให้มีโอกาสเกิดการถูกเอาเปรียบได้ง่ายโดยเฉพาะกับเอกสารสัญญาด้านการเงิน

สรุป

- ฝ่ายบริหาร/ฝ่ายสนับสนุนของห้างที่มีความเข้าใจต่อเกษตรกรและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาตลอดเวลาเป็นส่วนสำคัญต่อการทำงานของเกษตรกรรายย่อยกับห้าง
- การทำงานร่วมกันของเกษตรกรจำเป็นต้องมี ความสามัคคี ซื่อสัตย์ หนักแน่น ใจกว้างใจ และรับฟังซึ่งกันและกัน
- หน่วยงานตรวจสอบปลายทางด้านความปลอดภัยของอาหาร จำเป็นต้องตรวจสอบย้อนกลับกระบวนการผลิต และศึกษาเพิ่มเติมถึงสารธรรมชาติที่มีผลต่อผลวิเคราะห์ทางเคมี โดยเฉพาะกับ TG
- การสนับสนุนให้เกษตรกรรายย่อยจำหน่ายผลผลิตในระบบ ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง จากหน่วยงาน ในการร่วมพัฒนาศักยภาพของเกษตรกร