

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) มีเป้าหมายของการดำเนินงานการพัฒนาพื้นที่สูงอย่างยั่งยืนคือ การสร้างรายได้ การสร้างสิ่งแวดล้อม และการสร้างความมั่นคงทางสังคมกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนกับหน่วยงาน องค์กรต่างๆ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนในการเข้าถึงองค์ความรู้และแหล่งทุนภายนอก ส่งเสริมให้เกษตรกรชาวเขาปลูกพืชเศรษฐกิจเมืองหนาวและพืชท้องถิ่นและนำแนวทางการพัฒนาตลาดผลผลิตของโครงการหลวงมาประยุกต์ใช้ให้มีความเหมาะสมภายใต้บริบทของแต่ละชุมชน โดยใช้หลักการตลาดนำการผลิต เพื่อให้เกษตรกรมีการวางแผนการผลิตที่เชื่อมโยงกับความต้องการของตลาดด้วยวิธีการเพาะปลูกที่ถูกต้องให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี และมีความปลอดภัยต่อเกษตรกร และผู้บริโภค (สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง, 2558) โดยในปี 2564 (ตุลาคม 63 - 31 สิงหาคม 2564) มีการจำหน่ายผ่านช่องทางตลาดโครงการหลวง ตลาดชื่อดัง ตลาดท้องถิ่น ตลาดอุทยานหลวงราชพฤกษ์ และตลาดออนไลน์ กลุ่มสินค้าที่สำคัญได้แก่ ผัก มูลค่า 112 ล้านบาท พืชไร่ 87 ล้านบาท ไม้ผล 68 ล้านบาท ชาและกาแฟ 56 ล้านบาท และสินค้ากลุ่มอื่นๆ มูลค่าทั้งหมดรวม รวม 376 ล้านบาท ทั้งนี้ การจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกรมีทั้งในรูปแบบเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรส่งผลผลิตโดยตรงให้กับผู้ค้า ซึ่งในปีนี้อะไรของเกษตรกรบนพื้นที่สูงเริ่มได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ส่งผลให้เกษตรกรต้องลดแผนการผลิต ลดราคาสินค้าตามสถานการณ์ หรือทิ้งแปลง ไม่เก็บผลผลิต ผิดกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างมากกล่าวคือมีการใช้ช่องทางตลาดออนไลน์ในการซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น โดยพบว่าในปี 2563 ตลาด E-commerce ในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น ร้อยละ 45 และพฤติกรรมการใช้จ่ายผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคยังคงดำเนินต่อไปในปี 2564 คาดว่าจะเติบโตสูงถึงร้อยละ 14.3 ซึ่งการเติบโตของมูลค่า e-Commerce ในปี 2564 อาจจะไม่เติบโตแบบก้าวกระโดดเท่ากับในปี 2563 เนื่องจากมีอัตราการเติบโตสูงมากในปี 2563 ไปแล้ว (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) นอกจากนี้ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญด้านคุณภาพ มาตรฐาน ประโยชน์ทางโภชนาการ ความปลอดภัย และการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นตลาดสินค้าเกษตรออนไลน์จึงนับเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญของภาคการเกษตรไทยในยุคปัจจุบันและอนาคต

โดยปีงบประมาณ พ.ศ.2564 สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูงได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการผลิต การจัดการและการจำหน่ายสินค้าเกษตร ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ความต้องการสินค้าเกษตรของลูกค้า และพบว่าช่องทางและรูปแบบการตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันคือช่องทางออนไลน์ จึงได้เริ่มทดสอบการจำหน่ายสินค้าเกษตรในรูปแบบออนไลน์ในพื้นที่โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงห้วยเป้งร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวงห้วยเป้ง ในรูปแบบ Page facebook และ Line official ได้รับผลตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งจะถือเป็นต้นแบบการบริหารจัดการของกลุ่มเกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ ในการเริ่มต้นการทำตลาดออนไลน์สำหรับนำไปทดสอบในพื้นที่อื่นที่มีความพร้อมต่อไป แต่จากการทดสอบยังพบปัญหาเรื่องการจัดการด้านโลจิสติกส์ที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ทำให้มีต้นทุนสูงในบางกิจกรรมระยะเวลานานส่งสินค้าจนถึงมือผู้บริโภคล่าช้าทำให้ผลผลิตเสียหาย และชนิดของผลผลิตที่เหมาะสมกับการจำหน่ายแบบออนไลน์ จึงเป็นที่มาของคำถามงานวิจัย ทำอย่างไรจะสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า

เกษตรกรให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ตรงตามความต้องการ และสินค้ายังคงสภาพความสดใหม่และได้มาตรฐาน รวมถึงประหยัดต้นทุน

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบต้นแบบการบริหารจัดการของกลุ่มเกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ และศึกษาพัฒนาระบบโลจิสติกส์ตลาดออนไลน์ของสินค้าเกษตรที่สำคัญบนพื้นที่สูง รวมทั้งศึกษาและพัฒนาสร้างความจำเพาะของสินค้าบนพื้นที่เพื่อสร้างความโดดเด่น และน่าสนใจ ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรสามารถปรับตัวรองรับแนวโน้มตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบันเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่สูง ซึ่งตลาดสินค้าเกษตรสมัยใหม่จะเป็นการเชื่อมเกษตรกรและผู้บริโภคเข้าหากัน สามารถจำหน่ายสินค้าได้สะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลา ขณะที่ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสินค้า ได้รับความสะดวกสบาย สามารถเลือกซื้อสินค้าเกษตรได้ทุกที่ทุกเวลา ทั้งยังพัฒนาขีดความสามารถด้านการค้าแก่เกษตรกร

1.2 วัตถุประสงค์

- 1) ทดสอบและพัฒนาต้นแบบกระบวนการบริหารจัดการของกลุ่มเกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านช่องทางตลาดออนไลน์บนพื้นที่สูง
- 2) ศึกษาและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์และเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่สูง

1.3 ขอบเขตการศึกษา

- 1) ศึกษาและทดสอบต้นแบบการบริหารจัดการของกลุ่มเกษตรกรในการจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านช่องทางตลาดออนไลน์ในพื้นที่โครงการพัฒนาพื้นที่สูงแบบโครงการหลวง ในการสร้างโอกาสการจำหน่ายสินค้าเกษตรบนพื้นที่สูงรูปแบบใหม่ที่เชื่อมต่อเกษตรกรและผู้บริโภค และเหมาะสมกับเกษตรกรและบริบทของพื้นที่สูง อย่างน้อย 2 แห่ง
- 2) ศึกษาและพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตรที่จำหน่ายในตลาดออนไลน์และเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่สูง อย่างน้อย 1 แห่ง