



การพัฒนาสมการโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง กรณีศึกษา ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

Development of Structure Equation of Factors Affecting Forest Tea Garden Occupation: The Case Study of Pa Pae Sub-district, Mae Taeng District, Chiang Mai Province

ลัดดา ปินตา

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

E-mail: lemon_2910@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการทำสวนเมี่ยงในตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือการเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 101 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster sampling) ดำเนินการวิเคราะห์เส้นทางด้วยวิธี Partial Least Square (โปรแกรม PLS-Graph) ทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธี Partial Least Square (PLS) เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยการผลิตและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง โดยราคาเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อประกอบการอาชีพ หากราคาเมี่ยงจากผู้ผลิตมีราคาที่สูงขึ้นจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกษตรกรเข้ามาประกอบอาชีพนี้มากขึ้น ส่วนปัจจัยด้านการเมืองและสิ่งแวดล้อมนั้นไม่ส่งผลต่อการประกอบอาชีพทำสวนเมี่ยง เนื่องจากในการปลูกต้นชาอัสสัมนั้นจะเป็นการปลูกพร้อมๆ กับการดูแลรักษาป่าไม้ ซึ่งจะไม่โค่นต้นไม้ใหญ่ในสวนแต่จะปลูกเพื่อพึ่งพาอาศัยกัน ดังนั้นทำให้ปัจจัยด้านนี้จะไม่ส่งผลต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง แต่ขณะเดียวกันปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง คือ ราคาของเมี่ยงและปัจจัยอื่นๆ ด้วย

คำสำคัญ : ปัจจัยการผลิต ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผลกระทบต่อการทำอาชีพเมี่ยง



Abstract

This research was intended to study factors affecting forest tea garden occupation. 101 samples drawn for this study comprised of forest tea garden entrepreneurs in Pa Pae Sub-district, Mae Taeng District, Chiang Mai Province by Cluster Sampling. Data were analyzed by Partial Least Square with PLS-Graph Program. Structure Equation Modeling was also analyzed by Partial Least Square and the samples were purposive sampling. The result indicated that production process factor and marketing mix factor affected the forest tea garden occupation. The price was the significant variable resulting to the occupation. The higher the price of forest tea product, the higher the gardeners engaged in this occupation. In terms of political factor and environment factor, they did not affect the forest tea garden occupation. This was because Assam Tea plantation was planted along with forest conservation. The gardeners would not fall the big trees in the garden but they would plant tea trees depending on big trees. Therefore, these factors did not affect the Assam tea forest garden occupation. But the same factors that affect the price of tea is a tea plantation and other factors.

Keywords : production factor, marketing mix factor, effect to tea forest garden occupation

บทนำ

“เมี่ยง” เป็นอาหารว่างชนิดหนึ่งของชาวล้านนาที่นิยมบริโภคกันในสมัยก่อน มีรสชาติฝาดถึงเปรี้ยว โดยนิยมรับประทานยามว่างหรือขณะทำงานเพื่อความกระชุ่มกระชวย ลดอาการง่วงนอน ลักษณะการบริโภคนั้นอาจมีการเพิ่มรสชาติโดยการเติมเกลือ น้ำตาล หรือจิง บางพื้นที่รับประทานกับมะพร้าวคั่วแล้วแต่วัฒนธรรมการบริโภคของแต่ละท้องถิ่น โดยเมี่ยงทำมาจากใบชาอัสสัมสดที่มัดกันเป็นกำแล้วนำไปนึ่งจนสุกได้ที่ และนำไปเก็บใส่ภาชนะที่เป็นไม้ไผ่สานเพื่อหมัก เมื่อได้ที่แล้วจะมีรสชาติเปรี้ยวหรือฝาด ที่เรียกว่า เมี่ยงส้ม(เปรี้ยว) หรือเมี่ยงฝาด จะมีลักษณะเป็นก้อนเปียกมีสีเขียวซีมำ ถ้านำมาจำหน่ายจะมัดเป็นก้อน เมี่ยงถือเป็นสิ่งที่ผูกพันกับชาวล้านนามานานดังที่ ชีรพงษ์ เทพภรณ์ (2556) ได้กล่าวไว้ว่า เมี่ยงยังเกี่ยวข้องกับประเพณี ความเชื่อที่หลากหลายของคนในท้องถิ่นเมี่ยงมักใช้เป็นส่วนประกอบของการบวงสรวง การจัดเลี้ยงรับรองในงานพิธีกรรมต่างๆ ในท้องถิ่นทางภาคเหนือของไทย



ในขณะที่เดียวกันวัฒนธรรมของชาวไทยภาคเหนือสมัยก่อนกินเมี่ยงและสูบบุหรี่จี้โยเป็นของว่าง หลังจากรับประทานอาหารเสร็จคนที่สูบบุหรี่จะสูบบุหรี่จี้โยและกินเมี่ยงแต่คนที่ไม่สูบบุหรี่จะกินแต่เมี่ยง จึงเป็นสิ่งที่ต้องมีกันทุกบ้านและกลายเป็นประเพณีที่ว่าแขกไปใครมาจะต้องยกเมี่ยงและบุหรี่จี้โยมาต้อนรับ คนไทยในภาคเหนือนิยมบริโภคเมี่ยงเพราะการบริโภคเมี่ยงทำให้กำลังวังชากลับคืนมาหลังจากทำงานมาเหนื่อย ใช้สำหรับเคี้ยวโดยกลุ่มชนที่ต้องแบกของหนักบนภูเขาและสำหรับคนเดินทางไกล การอมเมี่ยง ทำให้ชุ่มคอแก้กระหายน้ำได้ดีมาก ช่วยดับกลิ่นปาก ป้องกันเชื้อโรค แก้อ่อนในกระหายน้ำ แก้ท้องร่วง แก้ปวดเมื่อยตามร่างกายและบำรุงหัวใจ ทำให้ร่างกายสดชื่นกระปรี้กระเปร่าทำให้กล้ามเนื้อผ่อนคลาย เพราะเมี่ยงมีผลในทางกระตุ้นเช่นเดียวกับชา ซึ่งการเคี้ยวเมี่ยงสามารถทำให้คนเราสามารถทำงานต่อไปได้ในระยะเวลานาน โดยไม่ได้รับประทานอาหาร (สถาบันชา มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 2555) ด้วยเหตุดังกล่าวการบริโภคเมี่ยงจึงได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนในภาคเหนืออย่างแยกกันไม่ออก เนื่องจากเห็นว่าเมี่ยงมีคุณประโยชน์มากมายซึ่งเมี่ยงนอกจากจะมีประโยชน์แล้วหากรับประทานในปริมาณมากยังให้โทษได้ด้วยเช่นกัน

สำหรับพื้นที่ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 318 ตารางกิโลเมตร (198,750 ไร่) ประกอบด้วย 13 หมู่บ้าน มีประชากรทั้งสิ้น 6,161 คน 2,402 ครัวเรือน ประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (องค์การบริหารส่วนตำบลป่าแป๋, 2557) การทำสวนเมี่ยงและมีรายได้จากการทำสวนเมี่ยงเป็นจำนวนมาก โดยในอดีตใบเมี่ยงหรือใบชา ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการเป็นอย่างมาก สำหรับผู้ประกอบการที่ทำเมี่ยงคองหรือเมี่ยงส้มในภาษาเหนือเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการผลิตเมี่ยงคองขายถือเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่มีความรุ่งเรืองเฟื่องฟูและสามารถทำเงินให้กับผู้ประกอบการได้เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นขายส่งให้กับพ่อค้าคนกลางหรือขายปลีกให้กับคนภายในท้องถิ่นด้วย

ในปัจจุบันผู้ประกอบการอาชีพทำสวนเมี่ยงในตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวนลดลง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ สำหรับผู้ที่สนใจจะประกอบอาชีพการทำสวนเมี่ยงหรือผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ จะได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ไปศึกษาเพื่อที่จะเป็นปัจจัยที่ช่วยในการตัดสินใจที่จะเข้าสู่ธุรกิจนี้ นำไปเป็นแนวทางในการสืบทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาและอาชีพท้องถิ่น รวมทั้งนำไปสู่การส่งเสริมการประกอบอาชีพการทำสวนเมี่ยงคอง และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการทำสวนเมี่ยงต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยงในตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาอาชีพทำสวนเมี่ยง

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีผลกระทบการประกอบอาชีพทำสวนเมี่ยง (Affecting forest tea garden occupation)

Dye (1982) ได้ให้ความหมาย ผลกระทบ คือ การแยกแยะปัญหาของสังคม เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบอันเป็นธรรมชาติ และที่เป็นปัญหา รวมถึงการสืบสาวหาสาเหตุของปัญหาต่างๆ เหล่านั้น ตลอดจนการเสนอวิธีแก้ไขปัญหาก็ได้สรุปผลกระทบ ซึ่งแบ่งประเภทผลกระทบได้เป็นต่างๆ ดังนี้ การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมเนื้อหา อาจแบ่งออกได้เป็นผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ผลกระทบทางด้านสังคม และผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผลกระทบทางกายภาพ การแบ่งผลกระทบตามแง่มุมของความเป็นจริงที่เกิดขึ้น (Reality) เราอาจแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ผลกระทบเชิงภาวะวิสัย (Objective Impact) ซึ่งได้แก่ ผลกระทบที่เกี่ยวข้องโดยไม่ขึ้นอยู่กับการรับรู้หรือนึกคิดของคน เช่น การดำเนินนโยบายคุ้มครองกำเนิดจะทำให้สัดส่วนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ไม่ว่าใครจะรับรู้หรือไม่ก็ตามผลกระทบอีกประเภทหนึ่ง คือ ผลกระทบเชิงอัตวิสัย (Subjective Impact) ได้แก่ ผลกระทบในการรับรู้หรือนึกคิดของคน เช่น การดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการขยายตัวของโสเภณี ทำให้คนไทยจำนวนมากรู้สึกอับอายต่างชาติการแบ่งตามแง่มุมของทิศทางที่กระทบ อาจแบ่งออกได้เป็นผลกระทบโดยตรง (Direction Impact) และผลกระทบทางอ้อม (Indirect Impact) การแบ่งตามแง่มุมของคุณค่าของผลกระทบ แบ่งออกได้เป็น ผลกระทบในเชิงบวก (Positive Impact) หมายถึง ผลกระทบที่เป็นสิ่งที่พึงปรารถนา และผลกระทบในเชิงลบ (Negative Impact) ได้แก่ ผลกระทบที่ไม่เป็นสิ่งที่พึงปรารถนาการแบ่งผลกระทบตามเวลา อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ผลกระทบระยะสั้น หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วในปัจจุบัน ผลกระทบระยะยาว หมายถึง ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตการแบ่งผลกระทบตามความรุนแรงแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ผลกระทบที่มีความรุนแรงและเกิดขึ้นในขอบเขตวงกว้าง และผลกระทบที่ไม่รุนแรงเกิดขึ้นในวงแคบๆ



แนวคิดและทฤษฎีการผลิต (Production)

การผลิต หมายถึง การสร้างเศรษฐกิจและบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ การผลิตสิ่งของและบริการทุกอย่าง จะต้องเป็นการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจขึ้นใหม่ การผลิตหรือการสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจขึ้นใหม่ อาจจัดอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง (Levin and Milgrom, 2004) ต่อไปนี้

1. การสร้างรูปร่างผลิตผลขึ้นใหม่ คือ การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของปัจจัย การผลิตต่างๆ เพื่อให้เกิดสินค้าตามลักษณะและรูปร่างที่ต้องการเพื่อเพิ่มความพอใจให้แก่ผู้ใช้และผู้บริโภคมากที่สุด
2. การเคลื่อนย้ายผลิตผล คือ การเปลี่ยนที่ของผลิตผล เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และอำนาจบำบัดความต้องการมากขึ้น
3. การเก็บผลิตผลไว้รอเวลาที่ต้องการคือการเก็บสินค้าบางอย่างไว้นานๆ เพื่อเพิ่มประโยชน์และเพิ่มมูลค่า
4. การทำให้กรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินเปลี่ยนมือ เช่น การทำหน้าที่เป็นนายหน้าขายบ้าน เท่ากับเป็นการช่วยดำเนินการโอนเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในบ้านจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง เจ้าของบ้านใหม่จะเกิดความพอใจที่ได้บ้านมาเป็นกรรมสิทธิ์ของตน

ในการผลิตจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยการผลิต ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ที่ดินรวมถึงสภาพธรรมชาติที่อยู่ใต้ดิน บนดินและเหนือดิน
2. แรงงาน หมายถึง การทำงานทุกชนิดที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการ แรงงานนี้รวมถึง แรงงานด้านการใช้กำลังกายและกำลังความคิดของมนุษย์ อันก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจด้วย
3. ทุน ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง สินค้า หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการผลิต
4. ผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้มีหน้าที่เกี่ยวกับการวินิจฉัยโดยตรง เป็นผู้ให้ความริเริ่มในนโยบายต่างๆ หรือเปลี่ยนแปลงนโยบายในส่วนสำคัญในอันที่จะทำให้ การผลิตดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่า การผลิต คือ กระบวนการเริ่มตั้งแต่การนำปัจจัยการผลิตส่งไปในกระบวนการผลิตโดยผ่านการบริหารจัดการ และส่งผลให้เกิดผลิตผล

งานวิจัยของ ชูสิทธิ์ กงเรืองและอนูวัต สงสม (2547) ศึกษาเรื่องการผลิตและการตลาดขมิ้นชัน และผลิตภัณฑ์ในตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการจำหน่ายผลิตผล พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จำหน่ายขมิ้นสดให้แก่ผู้รวบรวมท้องถิ่น ซึ่งมารับซื้อ ณ แหล่งผลิต



โดยราคารับซื้อแตกต่างกันไปตามลักษณะของผลผลิต ส่วนใหญ่จำหน่ายเป็นหัวแม่พร้อมแ่ง (แพ) ราคาขมิ้นถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางเกษตรกรไม่มีอำนาจต่อรอง ในด้านปัญหาการผลิตและการตลาดพบว่า ปัญหาที่สำคัญ ได้แก่ ราคาผลผลิตตกต่ำ การขาดการแปรรูปผลผลิต และความไม่ต่อเนื่องในการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ ด้านข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า เกษตรกรต้องการให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือในการแปรรูปผลผลิต และการจัดสรรที่ดินเพื่อใช้ในการเพาะปลูกเนื่องจากในปัจจุบันที่ดินที่ใช้เพาะปลูกเป็นที่ป่าสงวนแห่งชาติ ด้านการตลาดขมิ้นชัน พบว่า มีผู้รวบรวมในท้องที่ทั้งสิ้น 5 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีการรับซื้อขมิ้นมานานกว่า 5 ปี โดยรับซื้อขมิ้นชันร่วมกับพืชอื่นๆ ด้วย เช่น ยางแผ่น ผักและผลไม้ การรับซื้อขมิ้นเป็นกิจการภายในครอบครัวไม่มีการจ้างแรงงานประจำ มีเพียงการจ้างเหมาแรงงานในบางกิจกรรม ได้แก่ การล้างทำความสะอาด และการขนย้ายขมิ้นชัน ด้านวิธีการรับซื้อพบว่า ผู้รวบรวมจะติดต่อกับผู้ผลิตโดยทางโทรศัพท์ และไปรับซื้อ ณ แหล่งผลิตเป็นส่วนใหญ่ ผู้รวบรวมจึงต้องมีรถยนต์และอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อการขนส่ง อีกทั้งต้องเตรียมเงินสดไว้เป็นทุนหมุนเวียนเนื่องจากต้องจ่ายค่าขมิ้นแก่เกษตรกรเป็นเงินสด ในการกำหนดราคารับซื้อนั้น ผู้รวบรวมกำหนดราคารับซื้อโดยพิจารณาจากราคาที่คาดว่าจะขายได้ และราคารับซื้อของกลุ่มคู่แข่ง ตลอดจนคุณภาพของผลผลิต ซึ่งปกติราคารับซื้อขมิ้นชันจากเกษตรกรจะกำหนดให้สูงกว่าราคาที่คาดว่าจะขายได้ กิโลกรัมละ 2-3 บาท ส่วนวิธีนี้ พันธาส (2545) ศึกษาการผลิตและการตลาดข้าวขาวดอกมะลิ 105 อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น พบว่า ด้านการผลิตส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพหลัก มีขนาดเนื้อที่ในการปลูกเฉลี่ย 8.75 ไร่ มีแรงงานเฉลี่ย 2.56 คนต่อครัวเรือน ลักษณะการปลูกเป็นแบบนาดำ รายได้จากการจำหน่ายข้าวเป็นเงินสด 1,196.45 บาทต่อไร่ รายได้ที่เป็นเงินสดเฉลี่ย 803.86 บาทต่อไร่ ส่วนในด้านการตลาด แบ่งตลาดออกเป็นสองระดับคือตลาดท้องถิ่นและตลาดปลายทาง ต้นทุนการตลาดมาจากค่าขนส่งมากที่สุด ประมาณ 110 บาทต่อตัน ส่วนเหลือการตลาดระหว่างเกษตรกรกับพ่อค้ารวบรวมในท้องถิ่นและโรงสี เท่ากับ 310 และ 1,130 บาทต่อตัน ตามลำดับ

แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง (Economic and Political Factor)

PEST Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็ประกอบไปด้วย ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง (Political-P) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic - E) ปัจจัยทางสภาพสังคม (Social-S) และปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ (Technology-T) (Slamanig, 2012) จากงานวิจัยของ ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนครและ



อุทิศ สังขรัตน์ (2556) แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชน ในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา และ 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาเชิงสำรวจ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ประกอบการ จำนวน 32 ราย ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง Snowball sampling และการสนทนากลุ่ม ด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 9 ท่าน มาร่วมอภิปราย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ PESTLE analysis และ SWOT analysis การวิเคราะห์บริบทเชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงบรรยาย ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยาเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาการออกแบบผลิตภัณฑ์ และปัญหาด้านทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุน วิสาหกิจชุมชน

จากการทบทวนวรรณกรรม ในวิสาหกิจชุมชนหรือธุรกิจการเกษตรชุมชนนั้น การนำ PEST Analysis มาวิเคราะห์นั้น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและการเมืองจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการเกษตร เนื่องจาก เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปากท้อง ความเป็นอยู่ของเกษตรกรและชุมชน

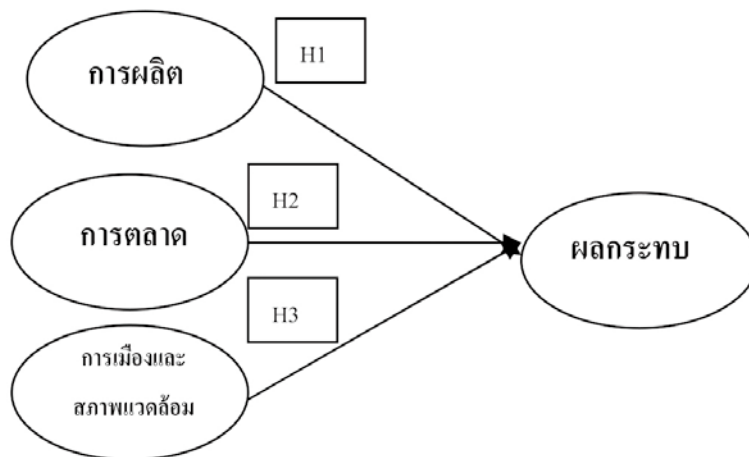
แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix)

Kotler, (2546: 24) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้าง ความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลใ้มน้ำวความต้องการ การผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันคือ “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วน เสรี วงษ์มณฑา (2542: 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า



กลุ่มเป้าหมายได้ ขยายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง สำหรับ Kurtz and Boone (1987) ได้ให้ความเห็นว่า 4P's มีความสำคัญมากที่สุด ตามลำดับต่อไปนี้ คือ การกำหนดราคาของสินค้า ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ดังนั้นจึงปรากฏจากการศึกษาเหล่านี้ นักธุรกิจไม่ได้ดูแค่ 4 P's มีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่พิจารณาราคาและส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ที่จะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด(Kellerman, Gordon and Hekmat, 1995)

จากการทบทวนวรรณกรรมนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

และจากภาพ 1 กรอบแนวความคิด ในการวิจัยจึงได้ทำการตั้งสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการผลิตส่งผลต่อผลกระทบอาชีพทำสวนเมือง

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อผลกระทบอาชีพทำสวนเมือง

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านการเมืองและสภาพแวดล้อมส่งผลต่อผลกระทบอาชีพทำสวนเมือง

วิธีการดำเนินงาน (Methodology)

รูปแบบของการสำรวจ ประชากรหรือหน่วยในการวิเคราะห์ คือ



1. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ประกอบอาชีพทำสวนในเมืองในตำบลป่าแป๋ จำนวน 101 คน

แบบสอบถาม สร้างขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการวัด ตามกรอบแนวคิดและนิยามเชิงปฏิบัติการ สร้างเครื่องมือวัดหรือแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดแบบ 5-Point Likert Scale สำหรับการตรวจสอบมาตรวัดโดยใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) เพื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา อยู่ระหว่าง 0.523-0.840 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อถือได้สูง หากค่าอัลฟารายข้อ มีค่าต่ำกว่า 0.50 ผู้วิจัยได้ตัดข้อคำถามนั้นทิ้ง

2. มาตรวัด ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือวัด หรือแบบสอบถาม ใช้มาตรวัดแบบ 5-Point Likert Scale และได้พัฒนามาตรวัดและการประยุกต์ข้อคำถามจากนักวิชาการต่างๆ ตามตัวแปร ดังต่อไปนี้

2.1 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยผลกระทบในการประกอบอาชีพทำสวนเมือง (Dye,1982)

2.2 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและปัจจัยด้านการเมืองและสภาพแวดล้อม (Kotler,2003) (Michael Kasamba Mutambuki and Bula Hannah Orwa, 2014)

การวิเคราะห์และผลจากศึกษา

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ นั้นผู้วิจัยวิเคราะห์ด้วยสถิติกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Squares) และทดสอบสมมติฐานด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป PLS-Graph (Chin, 2001) เป็นการวิเคราะห์ที่แสดงผลแบบจำลองโครงสร้าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการกำหนดตัวแปรสังเกตได้ (Manifest Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) และได้ทำการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของมาตรวัด การตรวจสอบมาตรวัดโดยใช้วิธีวัดความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) เพื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา อยู่ระหว่าง 0.523-0.840 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อถือได้สูง

แบบจำลองโครงสร้างของงานวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบ reective จะต้องดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเหมือน(convergent validity) และ ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก(discriminant validity) โดยมาตรวัดที่มีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (convergent validity) จะมีเกณฑ์การพิจารณา คือ ค่า Indicator loading มีค่ามากกว่า 0.707 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($|t| \geq 1.96$) ทุกค่า แสดงว่ามาตรวัดมีความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Lauro and Vinzi, 2004; Henseler et al., 2009 ; มนตรี พิริยะกุล, 2553, หน้า C-20) ผลการวิเคราะห์ดังตาราง 1 ดังนี้



ตาราง 1 ค่าสถิติแสดงความเที่ยงตรงเชิงเหมือนของมาตรวัดตัวแปรแฝงมาตรวัดแบบ reflective

Construct/Item	Loading	t-stat
ปัจจัยด้านการผลิต		
Land: ที่ดิน	0.796	15.707
Method: กรรมวิธีการผลิต	0.850	14.297
ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด		
Price: ราคา	0.891	11.076
Place: ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.878	11.2248
ปัจจัยด้านการเมืองและสภาพแวดล้อม		
Political: ปัจจัยด้านการเมือง	0.886	6.979
Environment : ปัจจัยสภาพแวดล้อม	0.699	3.699
ผลกระทบอาชีพทำสวนเมี่ยง		
Positive Impact : ผลกระทบเชิงบวก	0.887	27.045
Negative Impact : ผลกระทบเชิงลบ	0.847	14.904

ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านการเมืองและสภาพแวดล้อม ประกอบไปด้วย ตัวแปรที่ดิน เทคนิคกรรมวิธีการผลิต ราคา สถานที่และช่องทางในการจัดจำหน่าย ปัจจัยการเมือง มีค่า Loading ตั้งแต่ 0.707 และมีระดับนัยสำคัญที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($t\text{-stat} > 1.96$) ซึ่งถือว่าปัจจัยดังกล่าว ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยงกรณีศึกษา ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำ ตัวแปร ที่ดิน การผลิต ราคา สถานที่และช่องทางในการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการเมืองและสภาพแวดล้อม มาใช้ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

สำหรับความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) ของตัวแปรแฝงภายในแบบ reective model และค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปร ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด ให้พิจารณาจากค่า composite reliability (CR) ค่า average variance extract (AVE) และค่า R^2 โดย CR ไม่ควรต่ำกว่า 0.60 ค่า AVE ไม่ควรต่ำกว่า 0.50 และค่า R^2 ไม่ควรต่ำกว่า 0.20 (Lauro and Vinzi, 2004; Henseler et al., 2009 ; บุญทววรรณ วังวอนและมนตรี พิริยะกุล, 2553, หน้า C-21) และจากตาราง 2 พบว่า CR มีค่าสูงกว่า 0.60 ทุกค่า AVE มีค่าสูงกว่า 0.50 ทุกค่า และ R^2 มีค่าสูงกว่า 0.20 ทุกค่า แสดงว่ามาตรวัดมีความเชื่อถือได้ จะพบว่า



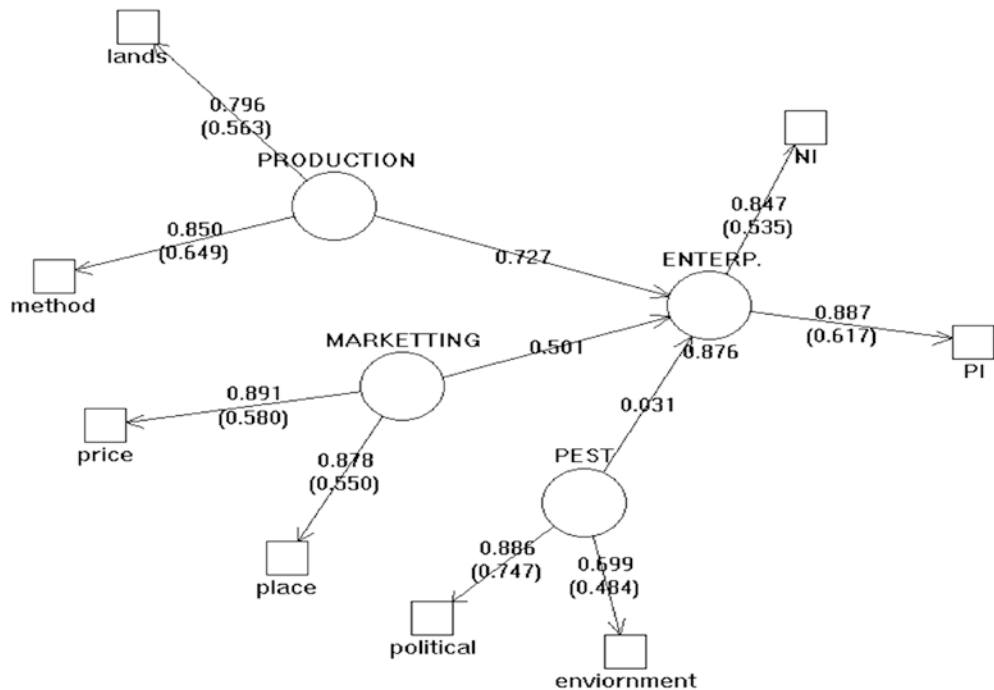
$\sqrt{AVE}$ ในสมมติฐานที่มีค่าสูงกว่าค่า cross construct correlation ทุกค่าในสมมติฐานเดียวกัน แสดงว่ามาตรวัดมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกในทุก construct ค่า AVE มีค่าสูงกว่า 0.50 ทุกมาตรวัด ดังตาราง 2 ดังนั้น มาตรวัดของงานวิจัยจึงเป็นมาตรวัดที่มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกมีความเชื่อถือได้

ตาราง 2 ค่าสถิติแสดงความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (discriminant validity)

Construct	CR	R ²	AVE	cross construct correlation			
				Production	Marketing	PEST	Enterp.
Production	0.808		0.678	0.823			
Marketing	0.878		0.782	0.099	0.884		
PEST	0.776		0.637	0.202	0.437	0.798	
Enterp.	0.858	0.876	0.752	0.783	0.587	0.397	0.867

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และตัวเลขในแนวทแยง หมายถึง $\sqrt{AVE}$

ผลการวิเคราะห์ ปรากฏดังภาพ 2



ภาพ 2 Final Model



ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัย ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

Hypothesis	coef.	t-stat	ผล
สมมติฐาน 1 ปัจจัยด้านการผลิตส่งผลต่อผลกระทบอาชีพทำสวนเมือง	0.727	22.005	Support
สมมติฐาน 2 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อผลกระทบอาชีพทำสวนเมือง	0.501	8.709	Support
สมมติฐาน 3 ปัจจัยทางการเมืองและสภาพแวดล้อมส่งผลต่อผลกระทบอาชีพทำสวนเมือง	0.031	0.603	Not Support

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาสมการโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมือง กรณีศึกษา ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการผลิต ประกอบไปด้วย ที่ดินที่ใช้ในการปลูกชาอัสสัมและกรรมวิธีในการผลิตเมือง ส่งผลต่อผลกระทบอาชีพทำสวนเมือง เนื่องจากผู้ประกอบการชาอัสสัมที่ยังประกอบอาชีพอยู่ในปัจจุบันจะเป็นผู้ที่มียี่สิบปีเป็นของตนเองมากกว่าผู้ที่ทำการเช่าที่ดิน เนื่องจากว่าผู้ที่มียี่สิบปีของตนเองจะส่งผลต่อด้านทุนในการดำเนินงานต่ำ และมีความมั่นคงในอาชีพมากกว่า ส่วนขั้นตอนในการปลูกต้นชาอัสสัมไม่มีความซับซ้อนและดูแลรักษาง่าย ไม่ต้องใส่ปุ๋ย กระบวนการในการผลิตไม่ซับซ้อนและมีความสะดวกในการปลูกต้นชาอัสสัม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลกระทบทางบวกต่ออาชีพทำสวนเมืองสอดคล้องกับ หทัยชนก ศิริวัฒนากุล (2545) ได้ศึกษาอาชีพการทำเมืองของบ้านปางมะโอ ตำบลแม่นะ อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ จากการสังเกตและสัมภาษณ์พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความคงอยู่ในอาชีพการทำเมืองของบ้านปางมะโอ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความเป็นมาและบริบทของชุมชน ได้แก่ ภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ลักษณะของดิน วัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อในการดูแลเมือง ปัจจัยที่ 2 เป็นปัจจัยด้านการผลิต ได้แก่ การใช้ต้นชาพันธุ์อัสสัม การปลูกและดูแลรักษาด้วยวิธีธรรมชาติ รวมถึงการนึ่งเมืองให้สุกและการหมักในหลุมเมืองข้ามปี ปัจจัยที่ 3 คือ ปัจจัยด้านการถ่ายทอดความรู้การทำเมืองซึ่งเป็นการถ่ายทอดมาจากครอบครัวหรือสภาพแวดล้อมและหลักสูตรท้องถิ่น รวมถึงมีการเรียนรู้จากภายนอกท้องถิ่น สำหรับปัจจัยที่ 4 เป็นปัจจัยด้านการสนับสนุนส่งเสริมซึ่งมีหน่วยงานให้การสนับสนุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงสถาบันการศึกษาต่างๆ



ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริกาญจน์ ไชยดิลก (2551) ที่ได้กล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำนาของกลุ่มชาวบ้านมะกอก-นาบัว ตำบลไหล่หิน อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม และปัจจัยทางการศึกษา ส่วนในด้านของลูกหลานของกลุ่มชาวบ้านมะกอก-นาบัวที่มีอาชีพทำนา จะมีปัญหาและอุปสรรค ในการสืบทอดการทำนาต่อจากครอบครัวคือการขาดแรงงานทำนา ทั้งนี้เนื่องจากลูกหลานขาดความอดทนและไม่เอาใจจริงเอาใจในการสืบทอดการทำ มีความสอดคล้องกันผลการวิจัยที่ว่า ปัจจัยด้านสภาพสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม ที่ส่งผลกระทบต่ออาชีพการทำสวนเมี่ยง และ รัชชนก ชันศิลาและคณะ(2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกปลูกอ้อยของเกษตรกรในอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์พื้นที่ โดยการเปลี่ยนมาปลูกอ้อยในอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรเริ่มเปลี่ยนรูปแบบการใช้ประโยชน์ พื้นที่จากเกษตรกรรมอื่นๆ มาปลูกอ้อยเมื่อ 35 ปี ที่แล้ว โดยเป็นช่วงที่มีการก่อตั้งโรงงานน้ำตาลขอนแก่นขึ้น และพื้นที่ ก็ถูกเปลี่ยนให้เป็นพื้นที่เพาะปลูกอ้อยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยมา โดยพบว่าปัจจุบันร้อยละ 25.20 ของพื้นที่ทำการเกษตรถูก เปลี่ยนเป็นพื้นที่ปลูกอ้อย และจากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรหันมาปลูกอ้อยคือ ปัจจัยด้านปริมาณ ผลผลิตต่อไร่และราคา รองลงมาได้แก่อ้อยเป็นพืชที่ปลูกและดูแลรักษาง่าย ราคาผลผลิตของพืชเดิมที่ปลูกต่ำอยู่ใกล้แหล่งรับซื้อผลผลิต และเป็นอาชีพที่ทำมานาน ถึงแม้การปลูกอ้อยจะทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้นและเป็นแหล่ง พลังงานทดแทนที่สำคัญ แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมา อาทิ มลพิษทางอากาศที่เกิดจากการ เผาใบอ้อยก่อนการเก็บเกี่ยวความเสื่อมโทรมของดินซึ่งมีสาเหตุมาจากการเผาใบอ้อยและการใช้สารเคมีดังนั้นการ สนับสนุนให้เกษตรกรปลูกอ้อยเพื่อสร้างรายได้และเป็นการทำการเกษตรแบบมิตรกับสิ่งแวดล้อม ต้องทำควบคู่กับ การดูแลสิ่งแวดล้อม ทั้งการกำหนดนโยบาย มาตรการ รวมถึงวิธีการที่จะควบคุมและป้องกันปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม ที่จะเกิดขึ้นด้วย เช่นเดียวกับ นราวุฒิ โลหะจินดา และคณะ (2554) ศึกษาเรื่องการประกอบอาชีพทำนาเกลือของชาวบ้านตำบลบานา อำเภอมือปัดตานี จังหวัดปัตตานี งานวิจัยนี้ต้องการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประกอบอาชีพทำนาเกลือ กระบวนการประกอบอาชีพทำนาเกลือ และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบอาชีพทำนาเกลือ ของชาวบ้านตำบลบานา อำเภอมือปัดตานี จังหวัดปัตตานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการทำนาเกลือ ได้แก่ ฤดูกาลที่เหมาะสม คือ ฤดูร้อนระหว่างเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม สภาพดินเป็นเลน เนื้อดินเหนียวอุ้มน้ำได้ดี น้ำซึมลงได้ดินได้เข้าเหมาะแก่การขังน้ำเพื่อทำนาเกลือ ความเค็มของน้ำในอ่าวปัตตานีเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 17-32 ppt.



ซึ่งใช้ผลิตเกลือได้ กระบวนการทำนาเกลือ ประกอบด้วยการเตรียมเครื่องมือ การเตรียมพื้นที่ สูบน้ำเข้ามา เชื่อมน้ำเกลือ ตากเกลือ เก็บ และจำหน่ายผลผลิต ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ต่อการทำนาเกลือที่สำคัญ คือ โรงงานอุตสาหกรรมและบ้านเรือนปล่อยน้ำเสียลงสู่ลำคลอง และทะเล ทำให้ไม่สามารถทำนาเกลือได้ ชาวนาเกลือไม่มีที่ทำนาเป็นของตนเอง นอกจากนี้ชาวนาเกลือต้องเลิกทำนาเกลือในที่ดินของตนเองเพราะ ปัญหาสิ่งปลูกสร้าง ปิดทวงน้ำที่จะใช้ทำนาเกลือ แต่มีบางรายที่เช่าที่ดินของรัฐหรือเอกชนทำนาเกลือ ต่อไป การเพิ่มขึ้นของประชากร และการย้ายเข้าของประชากรจากพื้นที่อื่น เพื่อเข้ามาจับจองที่ดินทำกิน เช่น ทำนาแก่ง ปลูกสร้างที่อยู่อาศัย ทำกิจการโรงงานต่างๆ เป็นต้น ส่งผลกระทบต่อการใช้พื้นที่ในการทำ นาเกลือ การได้รับโอกาสทางการศึกษาส่งผลให้เยาวชนกลับมาทำอาชีพนาเกลือน้อยลง แต่หันไป ประกอบอาชีพอื่นแทนสืบเนื่องมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจและการศึกษา เมื่อเศรษฐกิจและเมือง ขยายตัวขึ้น ประชากรมีโอกาสเลือกประกอบอาชีพมากขึ้น เขตอุตสาหกรรมกลายเป็นเมือง ค่าครองชีพ สูงขึ้น ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพทำนาเกลือเป็นคนในตำบลบานาและตำบลตันหยงลูโละจึงต้องปรับตัว โดยการเข้าสู่ภาคแรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม ส่วนประชากรที่ได้รับการศึกษาก็ไปประกอบอาชีพ ตามคุณวุฒิหรืออาชีพอื่นแทนการทำนาเกลือ

จากปัจจัยทั้ง 2 ด้านดังกล่าวข้างต้นสอดคล้องกับ การศึกษาของสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการประกอบอาชีพเกษตรกร การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการประกอบอาชีพของครัวเรือนที่มีความพึงพอใจในการประกอบ อาชีพเกษตรกร ในช่วงปีเพาะปลูก 2551/52 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการประกอบอาชีพ เกษตร พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการประกอบอาชีพเกษตรกร เรียงตามลำดับตามความสำคัญ จากมากไปหาน้อยมี 9 ลำดับ คือ ลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านการพึ่งพาอาศัยกัน ประกอบด้วย การมีแรงงาน ที่ช่วยในการเกษตรในฟาร์ม ขนาดครัวเรือน และการพึ่งพิงแรงงานในครัวเรือน ลำดับที่ 2 ปัจจัยด้าน ศักยภาพทางเศรษฐกิจของครัวเรือน ประกอบด้วย ขนาดฟาร์ม ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัสดุ รายได้ทางการ เกษตร ลำดับที่ 3 ปัจจัยด้านความรู้และประสบการณ์ ประกอบด้วย ประสบการณ์ด้านดิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด ลำดับที่ 4 ปัจจัยด้านน้ำ ประกอบด้วย แหล่งน้ำ การมีพื้นที่ถือครองในเขตชลประทาน การได้รับน้ำที่เพียงพอในฤดูแล้ง ลำดับที่ 5 ปัจจัยด้านสถานะภาพทางสังคม ประกอบด้วย การเป็น สมาชิกกลุ่มต่างๆ ในท้องถิ่น หนี้ค้างชำระ ลำดับที่ 6 ปัจจัยด้านคุณลักษณะของสมาชิกในครัวเรือน ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา ลำดับที่ 7 ปัจจัยด้านสภาวะแวดล้อม ประกอบด้วย การมีสัมพันธภาพ ที่ดีในครัวเรือน ปัญหาเกี่ยวกับดิน ลำดับที่ 8 การทำอาชีพหลักทางการเกษตร ประกอบด้วยอาชีพหลัก การทำงานเกษตร ลำดับที่ 9 การมีเงินออมในครัวเรือน



Michael Kasamba Mutambuki and Bula Hannah Orwa (2014) Marketing Strategies of Commercial Fish Farming under Economic Stimulus Programme (ESP) in Kenya: An Empirical Study of Kitui County ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การสร้างตราสินค้าผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการขาย, การวางตำแหน่งการตลาดและความสามารถหลักของกลยุทธ์ทางการตลาดส่งผลกระทบต่อ การเลี้ยงปลาเชิงพาณิชย์ ภายใต้การกระตุ้นเศรษฐกิจ ปัจจัยทั้งสี่เหล่านี้ มีดัชนีที่แตกต่างกันของ determinacy กับ การสร้างตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ปลา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลหลัก สำหรับโปรแกรมการขายและการวางตำแหน่งตลาดพบว่ายังมีความสำคัญในการพิจารณาการเลี้ยงปลาเชิงพาณิชย์ เกษตรกรส่วนใหญ่ที่เลี้ยงปลาเชิงพาณิชย์จะไม่สามารถขายผลผลิตของพวกเขาภายใต้กลไกที่ดีของตลาด เนื่องจากขาดความสามารถที่จะเชื่อมโยงการสร้างตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ปลาและชาวประมงปลาที่มีสมรรถภาพต่ำ การศึกษาครั้งนี้พบว่าในการเลี้ยงปลาเชิงพาณิชย์มีความจำเป็น การศึกษาเปรียบเทียบอย่างละเอียดสำหรับการตลาด การเกษตรในมณฑลอื่นๆ รวมไปถึงการค้นพบในด้านอื่นๆ สำหรับอุตสาหกรรมนี้

ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าหากจะให้ภาคเกษตรยังคงเป็นภาคที่สร้างความมั่นคงด้านอาหารให้ประชากรในประเทศและเป็นรากฐานที่สำคัญทางเศรษฐกิจและดึงดูดให้คนในภาคเกษตรไม่ออกไปทำงานนอกภาคเกษตร ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องกับสิ่งที่เป็แรงจูงใจในการประกอบอาชีพเกษตร เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพให้กับแรงงานในครัวเรือนทั้งในด้านความรู้ เงินทุนประกอบการเกษตร แหล่งน้ำทั้งในเขตชลประทานและนอกเขตชลประทานให้มีน้ำใช้ได้ตลอดปี นอกจากนี้ยังต้องปลูกฝังบุตรหลานเกษตรกรให้มีความภูมิใจในการประกอบอาชีพเกษตร จัดสรรเงินทุนให้ผู้ที่สมัครใจเรียนภาคเกษตรในสถาบันการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถประกอบอาชีพในภาคเกษตรต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ภาคเกษตรยังคงเป็นภาคที่สร้างความมั่นคงด้านอาหารให้ประชากรในประเทศและเป็นรากฐานที่สำคัญทางเศรษฐกิจและดึงดูดให้คนในภาคเกษตรไม่ออกไปทำงานนอกภาคเกษตร ในการประกอบอาชีพทำสวนเมี่ยงนั้น ปัจจัยที่สำคัญ คือ ปัจจัยด้านการผลิต ประกอบไปด้วย ที่ดินที่ใช้ในการปลูกชา อัสสัมและกรรมวิธีในการผลิตเมี่ยง ส่งผลต่อผลกระทบอาชีพทำสวนเมี่ยง เนื่องจากผู้ประกอบการอาชีพเมี่ยงที่ยังประกอบอาชีพอยู่ในปัจจุบันจะเป็นผู้ที่มีที่ดินเป็นของตนเองมากกว่าผู้ที่ทำการเช่าที่ดิน ผู้ที่มีที่ดินของตนเองจะส่งผลต่อดัชนีทุนในการดำเนินงานต่ำ และมีความมั่นคงในอาชีพมากกว่า ส่วนขั้นตอนในการปลูกต้นชาอัสสัมไม่มีความซับซ้อนและดูแลรักษาง่าย ไม่ต้องใส่ปุ๋ย กระบวนการในการผลิต



ไม่ซับซ้อนและมีความสะดวกในการปลูกต้นชาอัสสัม และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ราคาของเมี่ยงและช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งจะจำหน่ายโดยส่งผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อทางบวกต่ออาชีพทำสวนเมี่ยง หากภาครัฐให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องกับสิ่งที่เป็นแรงจูงใจในการประกอบอาชีพเกษตร เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพให้กับแรงงานในครัวเรือนทั้งในด้านความรู้ เงินทุนประกอบการเกษตร วิธีการและกระบวนการผลิตใหม่ๆ รวมทั้งนวัตกรรมการผลิต ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมได้นำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาช่วยในการผลิต นอกจากนี้ยังต้องปลูกฝังบุตรหลานเกษตรกรให้มีความภูมิใจในการประกอบอาชีพเกษตร จัดสรรเงินทุนให้ผู้ที่สนใจเรียนภาคเกษตรในสถาบันการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถประกอบอาชีพในภาคเกษตรต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- ชลธิรัตน์ คงเรืองและอนุวัต สงสม. (2547). รายงานวิจัย เรื่องการผลิตและการตลาดขมิ้นชันและผลิตภัณฑ์ในตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. มหาวิทยาลัยทักษิณ
- จิรณี พันธาส. (2545). การผลิตและการตลาดข้าวขาวดอกมะลิ 105 อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น. ปรินญา นิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, . มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รัชชนก ชันศิลาและคณะ (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกปลูกอ้อยของเกษตรกรในอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น. ปรินญานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นราวดี โลหะจินดา และคณะ(2554) การประกอบอาชีพทำนาเกลือของชาวบ้านตำบลบานา อำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี. วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยทักษิณ 5,2 (ต.ค. 2553-มี.ค. 2554) : 123-132.
- บุญทวารณ วิงวอน และ มนตรี พิริยะกุล. (2553). ตัวแบบเส้นทาง PLS ของความรับผิดชอบต่อสังคม การรับรู้คุณภาพสินค้าและบริการพฤติกรรมความเป็นลูกค้าที่ดีและการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของร้านค้าปลีกดั้งเดิม, วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 9(1) 50-62.



ศิริกาญจน์ ไชยศิลป์. (2551) **การทำนาของกลุ่มชาวบ้านมะกอก - นาบัว ตำบลไหล่หิน อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง**. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนครและอุทิศ สังขรัตน์ (2556) รายงานวิจัย แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา, ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สถาบันฯ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. (2555). **การประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่องวัฒนธรรมชาของไทยกับการค้าและอุตสาหกรรม**. วันที่ 26-27 กรกฎาคม 2555 จังหวัดเชียงราย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ไคมอน อิน บิซซิเนส เวิร์ลด์

ศิลปพร ชื่นสุรัตน์. (2552). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการประกอบอาชีพเกษตรกร**. ส่วนวิจัยเศรษฐกิจสังคม ครัวเรือนเกษตรกร สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร.

หทัยชนก ตีรณวัฒนากุล (2545). **การทำเหมืองของบ้านปางมะโอ ตำบลแม่ทะ อำเภอยางตลาด จังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

องค์การบริหารส่วนตำบลป่าแป๋ (2557). **แผนพัฒนาสามปี 2557-2559 อบต.ป่าแป๋**. “ข้อมูลจากทะเบียนราษฎร์ ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2557”

Chin, W.W. (2001). **PLS Graph User's Guide Version 3.0**, Retrieved March15, 2008, from <http://www.pubinfo.vcu.edu/carma/Documents/OCT1405/PLSGRAPH3.0Manual.hubona.pdf>

Hair, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry., Anderson, Rolph E., and Tatham, Ronald L. (2006). **Multivariate Data Analysis**, 6th Ed. New Jersey : Pearson Education.

Dye Thomas R. (1982) **Understanding Public Policy**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Kellerman, B. J., Gordon, P. J. & Hekmat, F. (1995). Product and Pricing Courses are Underrepresented in Undergraduate Marketing Curricula. **Journal of Product & Brand Management**, 4(1), 18-25.

Kotler, P. (2003). **Marketing Management** (11th ed.). Prentice Hall International Editions.

Kurtz, D. L. & Boone, L. E. (1987). **Marketing (3rd ed.)**. Chicago The Dryden Press.



- Lauro, C. and Vinzi, V.E.(2004), **Some Contributions to PLS Path Modeling and System for the European Customer Satisfaction**, Retrieved Jan 13,2010,from <http://www.sisstatistica.it/files.pdf/atti/RMi0602p201-210.pdf>.
- Levin, J. and Milgrom, P.(2004). **Producer Theory**. สืบค้นจาก <http://web.stanford.edu/> เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2559.
- Henseler, J., Christain, M., Ringle,R., & Sinkovics (2009), “The use of Pterial Least Square Path modeling in international Marketing,” **Advances in International Marketing, Vol. (20)**, 277-319.
- Markus Slamanig, (2012). **PEST Analysis Hungary: Country Evaluation and Selection of Hungary**, 1 st edition, GRIN Verlag.
- Michael Kasamba Mutambuki and Bula Hannah Orwa (2014) Marketing Strategies of Commercial Fish Farming under Economic Stimulus Programme (ESP) in Kenya: An Empirical Study of Kitui County. **International Journal of Humanities and Social Science. Vol. 4, 8(1)**; June 2014.
- Montree, P. (2010). Partial Least Square Path Modeling (PLS Path Modeling). **The 2010 National Statistics and Applied Statistics Conference**, 11th Annual Conference 2010.

