

แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ ข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์

Guidelines for creative marketing development: The organic rice in Surin province

สุภารดี สวนโสภะเชือก ภรณ์ หลาวทอง อัญชญา มาลาคำ และ ทิพนตร คงมี

คณะเทคโนโลยีการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ ในจังหวัดสุรินทร์ 1 กลุ่ม จำนวน 18 คนและกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ 1 กลุ่ม จำนวน 30 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนาจากผลการวิจัยพบว่าแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ มีแนวทางในการดำเนินการดังนี้ 1) กระบวนการ โดยการนำกระบวนการผลิต สอดคล้องกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่รูปแบบปรับปรุงสิ่งเดิมที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้น เพื่อลดมลพิษจากการใช้วัสดุที่มนุษย์สร้างขึ้น 2) การสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่ ข้าวอินทรีย์มีความโดดเด่นในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นต่อสิ่งแวดล้อม 3) การพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ด้วยภาพลักษณ์/เอกลักษณ์ข้าวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สอดคล้องกับแหล่งผลิตเป็นชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะของพื้นที่ มีชื่อเสียง และมีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่พิเศษต่างจากแหล่งอื่น นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ประกอบด้วย 4 ด้านได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์จากผลการศึกษาจะพบว่าผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของจังหวัดสุรินทร์มีคุณภาพ 2) ราคาข้าวอินทรีย์มีมูลค่าสูงกว่าข้าวชนิดอื่นซึ่งสาเหตุเนื่องมาจากกระบวนการผลิต 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายในตลาดเฉพาะกลุ่ม 4) การส่งเสริมการตลาด ข้าวอินทรีย์มีภาพลักษณ์ที่ดี การส่งเสริมการตลาดอาศัยการสื่อสารผ่านภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ การตลาดเชิงสร้างสรรค์, ส่วนผสมการตลาด, ข้าวอินทรีย์

Abstract

The study aims to study the creative marketing of organic rice and study the relationship between marketing mix with guidelines for developing organic market of organic rice in Surin province by using qualitative methods. The target group is farmers who have certified organic rice production in Surin province, 1 group

has 18 persons. In addition, the farmers who grow rice organically certified soil suitable for planting rice, 1 group has 30 persons. We collected data through focus group interviews. The data were analyzed by content analysis and descriptive statistics. The findings of this study indicated that 1) Production process was developed from the traditional to be consistent with the reduction of pollution from the use of man-made materials. 2) Organic rice is prominent because of the quality of the products that are environmentally friendly. 3) Creative marketing with image/identity since rice is a geographical indication product and Surin rice has a unique character, which is different from other provinces. Moreover, the relationship between marketing mix and creative marketing approach of organic rice can be divided as follows. 1). Product, the results of the study revealed that the organic rice of Surin province was of high quality ,green product. 2) Price, organic rice is more expensive than ordinary rice due to the production process. 3) Place, distribution channels are available in specific markets groups. 4) Promotion, organic rice has a good image, therefore, market promotion through the identity of the product.

Keywords: Creative Marketing, Marketing Mix, Organic Rice

บทนำ

“ข้าว” เป็นธัญญาพืชที่สำคัญที่สุดด้านโภชนาการของคนไทย และเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากการทำนาเป็นอาชีพหลักของเกษตรกรถึงร้อยละ 70 (หยาดฝน ธัญโชติการต์,2546) ตลอดกว่าทศวรรษที่ผ่านมาไทยเป็นผู้ส่งออกข้าวหอมมะลิอันดับ 1 ของโลก แต่ระยะ 5 ปี ที่ผ่านมา ข้าวหอมมะลิไทยเสียส่วนแบ่งการตลาดให้กับหลายประเทศ โดยสถานการณ์ส่งออกข้าวหอมมะลิไทย เฉลี่ยอยู่ที่ปีละ 1.4 ล้านตัน ปี 2559 ไทยส่งออกข้าวหอมมะลิระหว่างเดือนมกราคม-ตุลาคม ปริมาณ 1.82 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2558 ที่มีปริมาณส่งออก 1.57 ล้านตัน หรือเพิ่มขึ้น 16% ตลาดส่งออกสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮองกง จีน สิงคโปร์ และแคนาดา (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร,2560 : ออนไลน์)

ในปัจจุบันผู้บริโภคเริ่มให้ความสนใจเรื่องของสุขภาพและห่วงใยต่อสภาพแวดล้อม การผลิตสินค้าเกษตรที่พึ่งสารเคมีเริ่มถูกปฏิเสธและถูกกีดกันมากขึ้น ส่งผลให้สินค้าเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจมากขึ้นและจะเพิ่มความนิยมมากขึ้นในอนาคต ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวรายใหญ่ของโลกได้มีการริเริ่มทำการเกษตรอินทรีย์ ซึ่งพืชเศรษฐกิจที่สำคัญในการผลิตจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศคือ ข้าวอินทรีย์

ข้าวอินทรีย์ (Organic Rice) เป็นการผลิตข้าวที่ไม่ใช้สารเคมีทางการเกษตรทุกชนิดเน้นเรื่องของธรรมชาติเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นวิธีการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมีหรือสารสังเคราะห์ต่างๆ เป็นต้นว่า ปุ๋ยเคมี สารควบคุมการเจริญเติบโต สารควบคุมการกำจัดวัชพืช สารป้องกันกำจัดโรค แมลงและสัตว์ศัตรูข้าวในทุกขั้นตอนการผลิตและในระหว่างการเก็บเกี่ยวผลผลิต (คู่มือนวัตกรรมการใช้จุลินทรีย์เพื่อเพิ่มผลผลิตข้าวหอมมะลิอินทรีย์,2560)

จังหวัดสุรินทร์ มีลักษณะภูมิศาสตร์เป็นไปตาม พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เหมาะสมแก่การปลูกข้าวหอมมะลิ โดยมีลักษณะภูมิประเทศที่มีป่าอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งน้ำธรรมชาติ และทุ่งนาที่ใช้ในการปลูกข้าว สภาพดินเป็นดินร่วนปนทราย และดินเหนียว มีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ และไม่อุ้มน้ำ สภาพพื้นที่ไม่เป็นแอ่งกระทะ น้ำไม่ท่วมขังนาน มีระบบนาหลุม พื้นที่ดอน เหมาะสำหรับการปลูกข้าวพันธุ์ กข 15 ซึ่งมีอายุเก็บเกี่ยวสั้น

ส่วนพื้นที่กลุ่มเหมาะสำหรับปลูกข้าวพันธุ์ขาวดอกมะลิ 105 ซึ่งมีการเก็บเกี่ยวยาวกว่า (ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่อง การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิสุรินทร์,2551)

จากสาเหตุและที่มาดังกล่าวผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ ข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัด สุรินทร์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ได้อย่างสมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

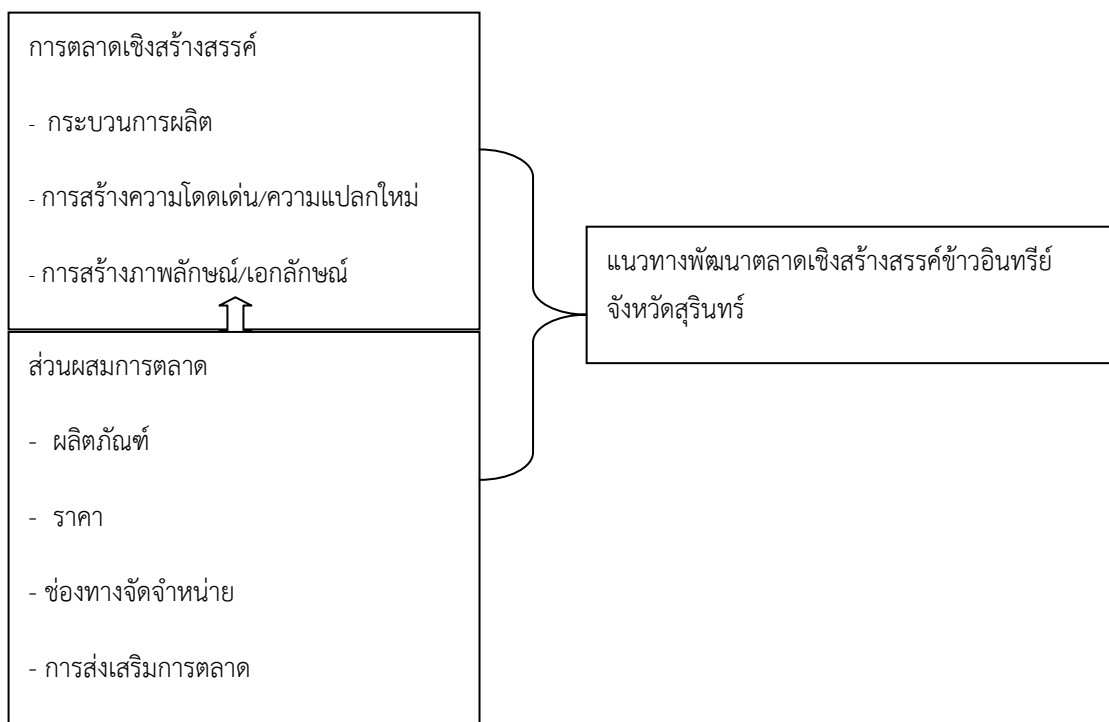
1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ กลุ่มผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ในจังหวัดสุรินทร์ โดยจำกัดขอบเขตการศึกษา สมาชิกกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ ใน จังหวัด สุรินทร์
2. ประชากรในการวิจัยประกอบด้วยกลุ่มสมาชิกเกษตรกรอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ 1 กลุ่ม สมาชิกที่ได้รับใบรับรองคุณภาพ จำนวน 18 คน และ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานคุณภาพดินที่เหมาะสมแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 1 กลุ่ม สมาชิก 30 คน

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น



ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

การศึกษาเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative method) ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ความจากเอกสารและข้อมูลจากการวิจัยภาคสนาม โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยวิธีการวิจัยสนทนากลุ่ม (Focus Group) เกี่ยวกับแนวทางพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ 1 อำเภอ และ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ 1 อำเภอ ในจังหวัดสุรินทร์

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ตำบล คอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ 1 กลุ่ม จำนวน 18 คน และ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 30 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 48 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1.แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในรายละเอียด (In-dept interview) เพื่อการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์

2) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus group) และ การสร้างตารางแจกแจงความถี่ (Constructing Frequencydistribution) ในการเก็บข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์

3) แบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observe) ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ และ ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์เชิงสร้างสรรค์จากกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ 1 กลุ่ม 18 คน และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ 1 กลุ่ม 30 คน

2. เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานด้วยแบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จากสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ และ สมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ในขณะปฏิบัติงาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analytic) ด้วยการตีความข้อสรุปจากข้อมูลรูปธรรม ลักษณะร่วมหรือปรากฏการณ์เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ และความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์โดยการแจกแจงเนื้อหาหรือแนวทางที่ปรากฏ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมและปรากฏการณ์ที่ได้จากการสังเกตแบบมีส่วนร่วมทำความเข้าใจกับข้อมูลและข้อมูลบริบทของผู้ให้ข้อมูลและการตีความของนักวิจัย เพื่อให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสมบูรณ์ที่สุด และนำเสนอผลการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1 แนวทางพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์

1.1 ผลการวิเคราะห์แนวทางพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์ และ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม (Focus Group Study) เพื่อวิเคราะห์แนวทางพัฒนาตลาดข้าวอินทรีย์เชิงสร้างสรรค์จังหวัดสุรินทร์ ด้านกระบวนการผลิต ด้านการสร้างความโดดเด่น/การสร้างความแปลกใหม่ ด้านภาพลักษณ์/เอกลักษณ์ของข้าวอินทรีย์ ดังนี้

1.1.1 แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านกระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์ ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค มีแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์กระบวนการปลูกข้าวอินทรีย์ด้วยวิธีการเถกกลบเพิ่มแร่ธาตุในดินด้วยการปลูกพืชตระกูลถั่ว ทำแนวกันชนมลพิษทางอากาศด้วยการปลูกพืชไผ่ตามแนวคันนาเป็นกันชน เก็บเมล็ดพันธุ์ข้าวอินทรีย์ไว้ใช้ในการปลูกข้าวอินทรีย์ปีถัดไปบำรุงรักษาด้วยปุ๋ยหมักจากพืชผักที่ย่อยสลายโดยจุลินทรีย์ มีการจัดตั้งคณะกรรมการตรวจสอบภายในกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ จำนวน 5 คน ตรวจสอบภาพกระบวนการให้ตรงตามมาตรฐานการปลูกข้าวอินทรีย์ ส่วน กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว ใช้กระบวนการปลูกพืชคลุมดินตระกูลถั่วพุ่ม (หวานหลังการเก็บเกี่ยว)ทำการเถกกลบแทนการเผาต่อซังข้าว ทำแนวกันชนด้วยวิธีการทำคันนาขนาดใหญ่ปลูกหญ้าเนเปีย ใช้น้ำหมักพืชชนิดพื้นทะเลในแปลงนาเพื่อบำรุงข้าว กระบวนการหวานข้าวทำการหวาน มีการคัดเมล็ดพันธุ์ข้าวที่จะใช้ในการปลูกข้าวอินทรีย์ และใช้ข้าวอินทรีย์จำนวน 20 ถึง 25 กิโลกรัม /ไร่ ในกระบวนการผลิตสมาชิกในกลุ่มต้องมีความซื่อสัตย์ของคนในกลุ่มที่ปลูกข้าวไม่หันไปใช้สารเคมี

จากผลการสนทนากลุ่มผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ทั้ง 2 กลุ่มด้านแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านกระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์ สรุปได้ว่าทั้ง 2 กลุ่มใช้กระบวนการปลูกข้าวอินทรีย์ด้วยวิธีการเถกกลบแทนการเผาทำลายซังต่อข้าว เพิ่มแร่ธาตุในดินด้วยการปลูกพืชตระกูลถั่วจัดทำแนวกันชนป้องกันสารเคมีปนเปื้อนด้วยพืช บำรุงรักษาข้าวใช้ปุ๋ยหมักจากพืชผักแทนการใช้สารเคมี ทำการคัดเมล็ดพันธุ์ข้าวอินทรีย์ก่อนการปลูก รูปแบบการเก็บเกี่ยวและกระบวนการตรวจสอบมาตรฐานการปลูกของสมาชิกกลุ่มคอโคมีกระบวนการผลิตที่ใช้มาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์มาใช้ในกระบวนการผลิต และตั้งกรรมการคณะกรรมการตรวจสอบภายในกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ จำนวน 5 คน ชุ่มตรวจแปลงนาให้กลุ่มผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ปลูกข้าวได้ตรงตามมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์

1.1.2 แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านการสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษาพบว่า จากกระบวนการผลิตส่งผลให้ข้าวอินทรีย์ที่ปลูกตามมาตรฐานการปลูกข้าวอินทรีย์ส่งผลให้กลุ่มตำบลคอโค ผลิตข้าวอินทรีย์ตามรูปแบบมาตรฐานการปลูกข้าวอินทรีย์ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ข้าวที่ได้มีลักษณะเด่นในเรื่องของเมล็ดข้าวเมล็ดเล็ก เรียว ยาว มีกลิ่นหอม เก็บรักษาได้นาน ส่วนกลุ่มตำบลหนองบัว มีลักษณะโดดเด่นจากกระบวนการผลิตตามแนวทางการการปลูกข้าวอินทรีย์ส่งผลให้ข้าวที่ได้จากการปลูกไม่มีข้าว

พันธุ์อื่นปนอยู่ในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวที่ได้เป็นข้าวที่ไม่มีการปนเปื้อนสารเคมี ข้าวมีน้ำหนัก เมล็ดข้าวเม็ดใหญ่สวย

จากผลการสนทนากลุ่มผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ทั้ง 2 กลุ่มด้านแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านการสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่ สรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ของทั้ง 2 กลุ่มมีความโดดเด่นในเรื่องของเมล็ดข้าวที่ได้จากกระบวนการผลิตส่งผลให้ได้ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ที่มีลักษณะเมล็ดข้าวสวยมีคุณภาพดี มีกลิ่นหอมนาน เก็บรักษาได้นาน มีความโดดเด่นกว่าลักษณะข้าวที่ใช้การปลูกแบบใช้สารเคมี

1.1.3 แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านภาพลักษณ์/เอกลักษณ์ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์กลุ่มตำบลคอโค ในด้านเอกลักษณ์เฉพาะด้านภูมิศาสตร์ที่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์บ่งชี้ว่าเป็นแหล่งภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่ ส่วนกลุ่มตำบลหนองบัว มีเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์พื้นที่ที่เป็นดินภูเขาไฟ เทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งเป็นแหล่งปลูกที่มีแร่ธาตุในดินค่อนข้างสูง

จากผลการสนทนากลุ่มผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ทั้ง 2 กลุ่มด้านแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านภาพลักษณ์/เอกลักษณ์สรุปได้ว่ากลุ่มตำบลคอโค และกลุ่มตำบลหนองบัว สามารถชี้ให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของพื้นที่ในการปลูกข้าวอินทรีย์ของกลุ่มด้วยเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่เพาะปลูกของกลุ่ม อีกทั้งพื้นที่เพราะปลูกของกลุ่มทั้ง 2 สอดคล้องกับประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่องการขึ้นทะเบียนบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ ทะเบียนเลขที่ สข 51100023 ซึ่งนับว่าเป็นแหล่งผลิตข้าวอินทรีย์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ในการปลูกข้าวที่มีคุณภาพ

2. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์

การศึกษาคือความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และ กลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ที่ได้ใบรับรองสภาพดินเหมาะแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม (Focus Group Study) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดประกอบไปด้วย 4 ด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการวิเคราะห์เนื้อหาและจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

2.1.1 แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านกระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์ มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์พบว่า กลุ่มตำบลคอโค ผลิตข้าวอินทรีย์มีความสอดคล้องในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ ปลอดภัย ส่วน กลุ่มตำบลหนองบัว ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ ในด้านคุณภาพของข้าวมีน้ำหนักดีขายได้ปริมาณเพิ่มขึ้น สามารถเก็บข้าวเปลือกได้นาน เมล็ดข้าวไม่เหลืองเวลาสีเป็นข้าวสาร

2.1.2 แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านการสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์พบว่า กลุ่มตำบลคอโค ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ที่ได้มีความโดดเด่น ในเรื่องข้าวอินทรีย์ที่ได้มีลักษณะเมล็ดข้าวเมล็ดเรียวยาว สี สามารถเก็บไว้ได้นานมีกลิ่นหอมหวาน หวาน รสชาติอร่อย ส่วนกลุ่มตำบลหนองบัว มีความสัมพันธ์กับ

ผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวของกลุ่มมีความโดดเด่นในเรื่องของเมล็ดข้าวที่ได้มีน้ำหนักดี มีมาตรฐาน และมีคุณภาพดีกว่าการปลูกแบบใช้สารเคมี

2.1.3 แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านภาพลักษณ์/เอกลักษณ์มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่า กลุ่มตำบลคอโค ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ในด้านเอกลักษณ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ เพราะ ข้าวอินทรีย์เป็นข้าวเฉพาะตลาด เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพื้นที่ปลูกข้าวในจังหวัดสุรินทร์เป็นพื้นที่เหมาะแก่การปลูกข้าว ส่วนกลุ่มตำบลหนองบัวผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์มีความสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มในเรื่องมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้เป็นผลิตภัณฑ์ปลอดภัย และมีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค

2.2 ด้านราคา

2.2.1 แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านกระบวนการผลิตข้าวมีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านราคา ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์พบว่ากลุ่มตำบลคอโค นำกระบวนการผลิตตามมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์มีความสัมพันธ์กับราคา ด้านการลดต้นทุนการผลิต ราคาขายมีมูลค่าสูงกว่ากระบวนการปลูกข้าวแบบการใช้สารเคมี ส่วนตำบลหนองบัว จากกระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์มีความสัมพันธ์กับราคา ในด้านการลดต้นทุนในการปลูก และได้กำไรจากการปลูกเพิ่มขึ้น 30 % เมื่อเทียบกับการปลูกข้าวทั่วไป

2.2.2. แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านการสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่ มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านราคา ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์พบว่ากลุ่มตำบลคอโค ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์มีความสัมพันธ์กับราคาข้าวอินทรีย์มีความโดดเด่นในด้านผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง และกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ได้ในที่ราคาสูงกว่าท้องตลาด ส่วน ตำบลหนองบัว ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์มีความสัมพันธ์กับราคา ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ความโดดเด่นและแตกต่างจากการปลูกข้าวแบบธรรมดาในด้านการลดต้นทุนในการผลิตข้าว และสามารถขายข้าวได้ราคาเพิ่มขึ้นต่างจากรูปแบบการปลูกข้าวแบบใช้สารเคมีได้มากขึ้น 4 ถึง 5 บาท ต่อกิโลกรัม

2.2.3. แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านภาพลักษณ์/เอกลักษณ์มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านราคา ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์พบว่ากลุ่มตำบลคอโคสามารถบ่งชี้ภาพลักษณ์ของพื้นที่ปลูกส่งผลทำให้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์กลุ่มคอโคมีภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่ดี ภาพลักษณ์สินค้ามีความสัมพันธ์กับราคาช่วยทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่ม ส่วนตำบลหนองบัว มีความโดดเด่นของพื้นที่ปลูกที่เป็นพื้นที่ภูเขาไฟเก่า เทือกเขาพนมดงดิน เป็นพื้นที่ที่มีแร่ธาตุในดินที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์จากแนวทางการพัฒนามีความสัมพันธ์ด้านภาพลักษณ์สัมพันธ์กับราคา ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้กลุ่มสามารถกำหนดราคาสินค้าผ่านภาพลักษณ์สินค้า

2.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

2.3.1. แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านกระบวนการผลิตข้าว มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย ราคา ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่าตำบลคอโค ใช้กระบวนการผลิตมาตรฐานข้าวอินทรีย์ มีความสัมพันธ์ด้านการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตรง ในรูปแบบการจัดจำหน่ายไปยังตลาดเฉพาะสินค้า และยังสามารถพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายในรูปแบบสมัยใหม่ผ่านช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ส่วนกลุ่มตำบลหนองบัว

ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะกลุ่ม มีความสัมพันธ์ในการจัดจำหน่ายรูปแบบการจัดจำหน่ายทางตรงไปยังกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเฉพาะโดยไม่ได้ผ่านพ่อค้าคนกลาง ทางกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวตำบลหนองบัวได้ทำการจัดจำหน่ายเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

2.3.2. แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านการสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่าตำบลคอโค ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์มีความโดดเด่นตลาดเฉพาะผลิตภัณฑ์ สัมพันธ์กับการจัดจำหน่ายช่องทางตรง ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตสามารถจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์โดยไม่ต้องผ่านคนกลางทางการตลาด การออกบูทจำหน่ายข้าวอินทรีย์ในงานแสดงสินค้า OTOP และจำหน่ายผ่านช่องทางผ่านเว็บไซต์ของกลุ่ม ๆ ส่วน ตำบลหนองบัวเสนอความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ผ่านการจัดจำหน่ายเชิงสร้างสรรค์ผ่านทางสื่อออนไลน์เว็บไซต์ของกลุ่ม และการเปิดร้านจำหน่ายโดยตรง

2.3.3. แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านภาพลักษณ์/เอกลักษณ์มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่ายของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่าตำบลคอโค ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์มีเอกลักษณ์เฉพาะ ช่องทางจัดจำหน่ายจึงมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการจัดจำหน่ายในช่องทางตลาดเฉพาะผลิตภัณฑ์ ส่วนส่วน ตำบลหนองบัวจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.4.1. แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านกระบวนการผลิตข้าว มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่ากลุ่มตำบลคอโค ผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ที่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ผ่านทางสื่อออนไลน์ การจัดทำศูนย์เรียนรู้ข้าวเกษตรอินทรีย์ ส่วนตำบลหนองบัว จากแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์สัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มสหกรณ์ก้าวหน้าหมู่บ้านหนองบัว

2.4.2. แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านการสร้างความโดดเด่น/ความแปลกใหม่ มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่ากลุ่มตำบลคอโคผลิตข้าวอินทรีย์ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีลักษณะโดดเด่นในด้านคุณภาพสินค้า ส่งผลให้การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ในเรื่องการนำเสนอข้อมูลลักษณะความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วยการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ข้าวอินทรีย์ และการขายโดยพนักงาน ส่วนตำบลหนองบัว นำเสนอความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ผ่านผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มสหกรณ์ก้าวหน้าหมู่บ้านหนองบัว

2.4.3. แนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้านภาพลักษณ์/เอกลักษณ์มีความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลคอโค อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ และกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวอินทรีย์ ตำบลหนองบัว อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ พบว่าตำบลคอโคผลิตข้าวอินทรีย์ มีเอกลักษณ์เฉพาะผลิตภัณฑ์ รวมทั้งพื้นที่ในการปลูกข้าวของกลุ่มซึ่งมีเอกลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์ที่เป็นแหล่งอู่น้ำของจังหวัดสุรินทร์ ส่งผลให้การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข่าวสารและเป็นสื่อกลางในการนำเสนอเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ่านรูปแบบการส่งเสริมการตลาดให้กลุ่มผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าผ่านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ส่วน ตำบลหนองบัว ส่งเสริมการตลาดผ่านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อออนไลน์

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์ พบว่า กระบวนการผลิตเชิงสร้างสรรค์ตามแนวทางการนำนวัตกรรมการใช้จุลินทรีย์เพื่อเกษตรอินทรีย์และการนำมาตราฐานการปลูกข้าวอินทรีย์ตามกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Product) เป็นกระบวนการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ตามทฤษฎี A- Adapt , Amplify คือการปรับปรุงสิ่งเดิมที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้น เพื่อลดมลพิษจากการใช้วัสดุที่มนุษย์สร้างขึ้น (กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา .(2557).การตลาดเชิงสร้างสรรค์) ข้าวอินทรีย์ที่ผลิตมีความโดดเด่นในเรื่องของคุณภาพของข้าว เป็นผลิตภัณฑ์ปลอดสารเคมี มีประโยชน์ต่อสุขภาพและร่างกาย ทั้งผู้รับทานข้าวและผู้ปลูกข้าว และข้าวอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์เป็นแหล่งภูมิศาสตร์ที่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์บ่งชี้ว่าเป็นแหล่งภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่ต้นกำเนิดในการปลูกข้าวพื้นเมืองของจังหวัดสุรินทร์ซึ่งสอดคล้องกับ ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา เรื่อง การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ ทะเบียนเลขที่ สข 51100023 ประกาศ ณ วันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2551.

2. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดกับแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับกระบวนการผลิตข้าวอินทรีย์มีผลต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ ด้วยกระบวนการตามมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพ สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน มีความโดดเด่นในเรื่องของการผลิตผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ หรือเรียกว่าผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การปลูกข้าวอินทรีย์ ตรงตามประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญาเรื่องการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ รวมถึงการสร้างเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ่านตราสินค้า ด้านราคาผลิตข้าวอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับราคาในด้านการลดต้นทุนการผลิตซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อโนทัย ไชยแสนชมพู เรื่อง การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจการผลิตข้าวดอกมะลิ 105 แบบอินทรีย์และแบบใช้สารเคมี ในพื้นที่โครงการ “การผลิตข้าวอินทรีย์” เขตภาคเหนือตอนบนฤดูการผลิต 5543/44 ราคาผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์มีมูลค่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์ข้าวทั่วไป ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยกระบวนการตามมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับช่องทางการจัดจำหน่ายเฉพาะตลาด ข้าวอินทรีย์เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะ จำหน่ายผ่านตลาดอินทรีย์ หรือตลาดเขียว เป็นตลาดเฉพาะกลุ่มผู้รักสุขภาพ และผู้ผลิตสามารถจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางตรงโดยการจำหน่ายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่วนแนวทางการพัฒนาตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ด้วยกระบวนการตามมาตรฐานการผลิตข้าวอินทรีย์ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด จากกระบวนการผลิตส่งผลให้ข้าวอินทรีย์มีเอกลักษณ์เฉพาะผลิตภัณฑ์และพื้นที่ปลูก สามารถสื่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าวอินทรีย์ผ่านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคด้วยคุณสมบัติและภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า แนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงสร้างสรรค์ข้าวอินทรีย์ การนำกระบวนการผลิตตามมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์มาใช้ในกระบวนการผลิตนำมาซึ่งผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพ แต่การที่จะทำให้กลุ่มหรือชุมชนประสบผลสำเร็จในการสร้างกลุ่มที่จะผลิตพืชอินทรีย์นั้นเป็นเรื่องที่ต้องใช้ความร่วมมือของสมาชิกกลุ่มเอง และชุมชนร่วมมือกันดำเนินการผลิตตามกรอบมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์จึงจะนำมาสู่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม(Green Product) ได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน

การนำไปใช้ประโยชน์

1. เป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดข้าวอินทรีย์ และการผลิตข้าวอินทรีย์แก่เกษตรกรผู้ปลูกข้าว
2. เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบกระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุนการผลิตข้าวของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว

เอกสารอ้างอิง

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อุษยาม.(2557).การตลาดเชิงสร้างสรรค์(ออนไลน์). ค้นเมื่อ วันที่ 6 มกราคม 2560 จาก

www.dhevil.com/crisiswatch/5creativemarketing1.docx

จุมจระรา ทูยไธสง.(2560).โครงการพัฒนาเกษตรและอาหารปลอดภัยนครชัยบุรินทร์ เพิ่มศักยภาพการใช้

ทะเบียนเลขที่ สช 51100023. (ออนไลน์). ค้นเมื่อ วันที่ 13 มกราคม 2560 จาก

<https://www.ipthailand.go.th/th/gi-011.html>

นวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตข้าวหอมมะลินครชัยบุรินทร์.บริษัทธรรมสาร จำกัด

ประกาศกรมทรัพย์สินทางปัญญา.(2551). เรื่องการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิปัญญา ข้าวหอมมะลิสุรินทร์

มูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย.(2559). คู่มือการรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม พี จี เอส.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์ และคณะ.(2552). การบริหารการตลาดใหม่. กรุงเทพฯ

สุดาพร กุณฑลบุตร. (2555) หลักการตลาดสมัยใหม่.สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.