

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องภูมิปัญญาการผลิต การแปรรูป และการตลาดน้ำอ้อยของเกษตรกร อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) รวบรวมภูมิปัญญาการผลิต การแปรรูปและการตลาดน้ำอ้อยของเกษตรกรอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ (2) ทดลองการจัดการตลาดน้ำอ้อยของเกษตรกรผู้แปรรูปอ้อยในอำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โครงการวิจัยมีเนื้อหา 2 ส่วน คือการเก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาการผลิต การแปรรูป และการทดลองจัดการด้านการตลาดน้ำอ้อย โดยในส่วนแรกนั้นผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ร่วมวิจัยหรือเกษตรกรเป็นผู้ให้ข้อมูลและแนะนำผู้ให้ข้อมูลตามลักษณะที่ผู้วิจัยต้องการ ในส่วนที่สอง การทดลองจัดการด้านการตลาดน้ำอ้อย ในส่วนนี้เกษตรกรเป็นผู้ดำเนินการจัดการผู้วิจัยเป็นเพียงผู้ร่วมวิจัยและคอยสังเกตการณ์พร้อมทั้งสนับสนุนการดำเนินงาน

#### สรุปผลการวิจัย

ภูมิปัญญาด้านการผลิตและการแปรรูปอ้อยพบว่าได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษชาวไทยใหญ่ ซึ่งชาวท้องถิ่นเรียกว่า “เงี้ยว” กรรมวิธีการผลิต การแปรรูปและพันธุ์อ้อยได้มีการพัฒนาขึ้นตามความรู้และประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้แล้วนำมาปฏิบัติ เพื่อพัฒนาให้เหมาะสมสอดคล้องกับเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป นอกจากนี้เกษตรกรยังต้องการความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อพัฒนาคุณภาพผลผลิตให้สามารถเก็บไว้ได้นาน มีคุณภาพดี ลดการใช้สารเคมีลง และลดต้นทุนการผลิต เกษตรกรปลูกอ้อยอยู่ 2 ช่วงคือ เดือนพฤศจิกายนและเดือนพฤษภาคม ส่วนการแปรรูปจะเริ่มประมาณเดือนตุลาคมหลังจากฝนหยุดตกจนถึงต้นเดือนเมษายน การแปรรูปอ้อยต้องใช้แรงงานอย่างน้อยสองคนในการหีบอ้อยและเคี้ยวน้ำอ้อยและแรงงานอีกสองคนในการตัดอ้อยในแต่ละวัน มีต้นทุนในการผลิตและการแปรรูป เฉลี่ย 5,340 บาทต่อไร่ ผลผลิตน้ำอ้อยที่ทำออกมามี 2 รูปแบบ คือ น้ำอ้อยก้อนและน้ำอ้อยผง รูปแบบของผลผลิตที่ทำออกมานั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของพ่อค้าที่มาสั่งซื้อและคุณภาพของอ้อย ผลผลิตที่ขายได้เฉลี่ย 8,872.50 บาทต่อไร่ ผลผลิตมีพ่อค้าไปสั่งซื้อถึงบ้าน ราคาผลผลิตสูงช่วงต้นฤดูที่มีผลผลิตออกมาน้อย ความต้องการของเกษตรกรอยากให้ราคาผลผลิตมีเสถียรภาพ คือคงที่ตลอดฤดูกาลผลิตและอยู่ในระดับที่เกษตรกรพึงพอใจมีกำไรจากการผลิต เมื่อมีคนนอกเข้าไปกระตุ้นจึงทำให้เกิดแนวคิดที่จะรวมกลุ่มกันเพื่อตรึงราคา หลังจากมีการรวมกลุ่มกันแล้วได้ทดลองจัดการเรื่องการตลาด ได้ทดลองทำสามครั้ง คือ ครั้งแรกให้สมาชิกขายเองตามราคาที่กำหนด โดยหักรายได้ให้กลุ่มกิโลกัรณะ 20 สตางค์ แต่สมาชิกไม่ได้ปฏิบัติตาม ครั้งที่สอง คณะกรรมการเห็นว่าวิธีการที่จะควบคุมราคาได้ คือกลุ่มจะต้องรับซื้อเองผลผลิตเองโดยห้ามสมาชิกขายให้พ่อค้า โดยกำหนดราคาน้ำอ้อย

ตามระดับคุณภาพของสีไว้ 3 ระดับ คือ 11 บาท 13 บาท และ 15 บาทต่อกิโลกรัม และหักค่าดำเนินการ 20 สตางค์ต่อกิโลกรัม ครั้งที่สาม กำหนดราคาน้ำอ้อยที่ราคาเดียวคือ 14 บาทต่อกิโลกรัม โดยไม่หักค่าใช้จ่ายจากสมาชิก การดำเนินงานไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากสมาชิกยังไม่ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานของกลุ่ม เช่นขาดการประชุม ไม่กล้าแสดงความคิดเห็นเมื่อแกนนำพูดอย่างไรก็ตามกันทั้งที่ไม่เห็นด้วยแต่ก็ไม่ปฏิบัติตามข้อตกลง วิธีการจัดการจึงไม่ได้มาจากความคิดเห็นของสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่ม เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มมาจากหลายหมู่บ้านและต่างตำบลทำให้สมาชิกไม่ไว้วางใจกัน และไม่ยอมแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับแกนนำของกลุ่มของอีกหมู่บ้านหนึ่ง จากการสังเกตของผู้วิจัย กลุ่มของแกนนำจะเป็นผู้กำหนดวิธีการจัดการ โดยมีการพูดคุยตกลงกันก่อนที่จะมีการประชุมกลุ่มแล้วนำเสนอในที่ประชุมสมาชิกก็ไม่กล้าขัดแย้ง

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พบว่า เงื่อนไขสำคัญที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหา ได้แก่

ก. การจัดทำฐานข้อมูลการปลูก การแปรรูปและการตลาดน้ำอ้อย การเข้าไปสร้างความคุ้นเคยกับเกษตรกร เช่น การพูดคุย การดูกระบวนการทำงาน ทดลองทำ การสัมภาษณ์ และการถ่ายภาพ ทำให้ได้มาซึ่งข้อมูล

ข. การประชุมปรึกษาหารืออย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง มีการประชุมทุกครั้งที่พบเจอปัญหาเพื่อร่วมกันปรึกษาหารือและร่วมกันคิดหาวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อดำเนินงานต่อ

ค. ผู้สนับสนุนด้านการจัดกิจกรรมเรียนรู้และกิจกรรมพัฒนาฐานข้อมูล ในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เมื่อพบปัญหาได้มีการจัดเวทีการประชุม โดยทีมงานผู้ประสานงานจากศูนย์ประสานงานส่งเสริมการวิจัยเพื่อชุมชน คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อย่างสม่ำเสมอ

ง. ความตั้งใจจริงของเกษตรกรและการรวมตัวเป็นกลุ่มเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา การเข้าไปจัดเวทีการประชุมอย่างสม่ำเสมอทำให้เกษตรกรได้มีส่วนร่วมคิดวิเคราะห์ถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการรวมกลุ่ม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าภูมิปัญญาในการผลิตการแปรรูปและตลาดน้ำอ้อยของเกษตรกร ยังต้องการ การสนับสนุนจากบุคคลหรือองค์กรภายนอกเข้าไปให้ความรู้และพัฒนาคุณภาพของผลผลิต ตลอดจนการเพิ่มผลผลิตอ้อยต่อไร่ให้สูงขึ้น และพันธุ์อ้อยที่ปลูกมานานควรมีการคัดเลือกพันธุ์ใหม่เพื่อให้ผลผลิตสูง มีความต้านทานโรคใบขาวปลูกแทนพันธุ์เดิม ดินที่ปลูกอ้อยมานานไม่ได้รับการปรับปรุงทำให้ผลผลิตลดลง

การจัดการด้านการตลาด เหตุผลหนึ่งที่เกษตรกรระบายผลผลิตเนื่องจากถ้าเก็บไว้นานสีของน้ำอ้อยจะเปลี่ยนไป กลัวจะขายไม่ได้หรือขายได้ในราคาต่ำ ทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคา จากการทดลองจัดการด้านการตลาดของกลุ่ม ผลการดำเนินงานไม่ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากสมาชิกในกลุ่ม

ขาดความจริงใจต่อกัน และมาจากหลายหมู่บ้านที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน แต่ไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกัน สมาชิกบางส่วนต้องการแต่เงินจากภายนอกที่จะเข้ามาอุดหนุนให้สมาชิกกู้ยืม แต่ไม่ยอมที่จะนำเงินของตนเองออกมาออม การรวมกลุ่มกันควรเป็นกลุ่มธรรมชาติเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง สมาชิกในกลุ่มควรจะมีการออมกันก่อนเพื่อที่จะไปเป็นฐานในการกู้ยืมจากภายนอกเพื่อนำมาเป็นทุนในการจัดซื้อปุ๋ยและยาในราคาถูกเพื่อลดต้นทุนการผลิต เมื่อกลุ่มเข้มแข็งแล้วจึงนำไปสู่การจัดการในกิจกรรมอื่นๆ ต่อไป

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีการสนับสนุนให้เกษตรกรปรับปรุงกระบวนการแปรรูปให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี
2. ควรมีการวิจัยต่อเนื่องเพื่อพัฒนาการจัดการด้านการตลาด การพัฒนาความร่วมมือระหว่างกลุ่มผู้ปลูกอ้อยและกลุ่ม/องค์กรอื่นๆ ในชุมชน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved