



สมาร์ตฟาร์ม: เทคนิคและรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธจังหวัดเชียงราย*

SMART FARM: TECHNIQUES AND MODEL FOR THE DEVELOPMENT OF BUDDHIST
ORGANIC AGRICULTURE NET WORKS IN CHIANGRAI PROVINCE

พระรัตนมณี, ขวัญชนก เหล่าสุนทร และ เชษฐกานต์ เหล่าสุนทร

Phra Ratanamuni, Kuanchanok Laosunthara and Chedhakarn Laosunthara

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Email: Kuanchanok.lao@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง Smart Farm: เทคนิคและรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธ จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาเทคนิคการจัดการเกษตรวิถีพุทธ ในจังหวัดเชียงราย พัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธ ในจังหวัดเชียงราย และสร้างรูปแบบการพัฒนาเทคนิคและเครือข่าย เกษตรอินทรีย์วิถีพุทธ ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ โรงเรียนชาวนา ไร่เชิญตะวัน แมคินีนาฟาร์ม เพื่อ พัฒนาเทคนิค จำนวน 5 รูป/คน เกษตรกรเครือข่ายเกษตรกรในจังหวัดเชียงราย จำนวน 20 คน และ หน่วยงานภาครัฐกิจหรือภาครัฐ จำนวน 10 คน คือ แบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) โดยใช้โปรแกรมการวิเคราะห์ทางสถิติสำหรับการ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

เทคนิคและรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธจังหวัดเชียงราย เมื่อพิจารณา อิทธิพลรวม พบว่า ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของเจ้าสำนัก(CEL) มีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ วิถีพุทธมากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.356 ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อเครือข่ายเกษตร อินทรีย์วิถีพุทธ มากที่สุด คือ ด้านภูมิปัญญา(LOC) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพล เท่ากับ 0.333 และ ตัวแปรที่มี อิทธิพลรวมทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธ มากที่สุด คือ ด้านศาสนา(BUD) โดย มี ค่าผลรวมอิทธิพล เท่ากับ 0.593

คำสำคัญ: เครือข่าย, เกษตรอินทรีย์วิถีพุทธ, เกษตรอินทรีย์, เกษตรอัจฉริยะ

* Received June 31, 2024; Revised August 15, 2024; Accepted October 29, 2024

ABSTRACT

The study on the Smart Farm: Techniques and models for development of Buddhist organic agricultural networks in ChiangRai, had the purposes to study and develop techniques on Buddhist agricultural managements in ChiangRai as well as on Buddhist organic agricultural networks. The population and the target group were 400 people from the Farmer school, Raicherntawan, McNena farm and the Farmer Network in ChiangRai. The data collection was done through an interview. The statistic analysis was completed with Percentage, the Standard Deviation, Pearson's Correlation Coefficient and Path analysis. The statistical analysis program was used to analyze the data focusing on the quality with the so-called Content analysisist method.

The result showed that techniques and models of the development of Buddhist organic agricultural networks in ChiangRai when considered the total effects, the fame of the head a Buddhist college (CEL) played the strongest effect towards the Buddhist organic agricultural networks with the direct influence at 0.356. The indirect influential factor with the strongest effect towards the Buddhist organic agricultural networks was the knowledge (LOC) with the accumulated influence at 0.333. And lastly, the indirect and direct influential factor with the strongest effect towards the Buddhist organic agricultural networks was the religion (BUD) with the total effect at 0.593.

Keywords; Network, Buddhist organic agriculture, Organic agriculture, Intelligent agriculture

บทนำ

ความเป็นมาของ (Main Idea/ประเด็นศึกษา)

สถานการณ์ทางด้านการเกษตรปัจจุบัน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรทั้งทางตรงและทางอ้อมในมิติต่าง ๆ

ทิศทางการพัฒนาในระดับโลกมีแนวโน้มที่จะปรับตัวเข้าสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (Sustainable Development Goals: SDG) ซึ่งได้เชื่อมโยงการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน สถานการณ์ดังกล่าวเป็นโอกาสและความท้าทายของการพัฒนาภาคการเกษตรของไทย

ความสำคัญของ (Main Idea /ประเด็นที่ศึกษา)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการพัฒนาไปสู่การเป็นเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล เกษตรกรเข้าถึงข้อมูลและองค์ความรู้ได้อย่างไร้ขีดจำกัด เพื่อให้เข้าสู่เกษตรยุคไทยแลนด์ 4.0 ภาคการเกษตรยังคงมี



ความสำคัญและเป็นรากฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เป็นแหล่งรายได้หลักของคนส่วนใหญ่ และเป็นแหล่งรองรับแรงงานจากภาคการผลิตอื่นๆ ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

สถานการณ์การผลิตในภาพรวมของภาคการเกษตร วัดจากดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรในเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 จะอยู่ที่ระดับ 135.29 เพิ่มขึ้นจากเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 ร้อยละ 7.14 และเมื่อเปรียบเทียบกับเดือนมกราคมที่ผ่านมาดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรลดลงร้อยละ 6.88

ปัญหาเชิงพื้นที่หรือเชิงปัญหาเชิงสถานการณ์ (Main Idea) (โดยเฉพาะหลักฐานเชิงประจักษ์ของพื้นที่ที่บ่งบอกถึงความสำคัญในการศึกษา เช่น สถานการณ์/ข้อมูลเชิงสถิติ ฯลฯ)

เกษตรกรมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลจากการเคลื่อนย้ายแรงงานออกนอกภาคเกษตร เข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการซึ่งให้ค่าตอบแทนที่สูงกว่า ในขณะที่การทำงานในภาคเกษตรขึ้นอยู่กับฤดูกาล รายได้ไม่แน่นอนและขาดสวัสดิการและการคุ้มครองแรงงาน นอกจากนี้ เกษตรกรยังสูญเสียที่ดินทำกินและเปลี่ยนสถานะเป็นเกษตรกรรับจ้าง (ผู้เช่า) มากขึ้น การที่เกษตรกรไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตัวเอง นอกจากจะทำให้ขาดความมั่นคงในอาชีพเกษตรกรรมแล้ว ยังส่งผลให้เกษตรกรขาดแรงจูงใจในการพัฒนาการผลิตประกอบกับคนรุ่นใหม่ไม่สนใจอาชีพการเกษตร การเพิ่มขึ้นของประชากรนั้นจะส่งผลต่อความมั่นคงในทางอาหาร และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สัดส่วนผู้สูงอายุที่มากขึ้น ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนแรงงาน และเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการและสาธารณสุข

จากสถานการณ์ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของภาคการเกษตร การรวมกลุ่มของเกษตรกร ในการบริหารจัดการสินค้าเกษตร มองการทำงานที่เชื่อมโยงกันในหลายมิติ ทั้งมิติของพื้นที่ มิติของคน และ มิติของสินค้าเกษตร เพื่อให้เกิดผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม นั่นคือ เกษตรกรรุ่นใหม่ได้รับการพัฒนา เป็น Smart Farmer และสามารถพัฒนาสินค้าเกษตรให้เป็น Smart Product อันจะส่งผลให้เกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เข้มแข็ง และสามารถพึ่งพาตนเองได้ และสามารถผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันในระดับประเทศได้

สรุปหลักการและเหตุผล (Main Idea) (ว่าทำไมจึงต้องศึกษาในเรื่องนี้)

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดใหญ่ที่มีประชากรทำการเกษตรปีละ 93,576 คน แต่ประชากรส่วนใหญ่ที่ทำการเกษตร ทำการเกษตรแบบเคมี และมีเพียงบางส่วนที่ทำนาแบบปลอดภัย หรือแบบอินทรีย์ ซึ่งปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของเกษตรกร ที่สนใจทำนาโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เกิดมาจากหลายปัจจัย โดยปัจจัยทางด้านศาสนาเป็นปัจจัยที่ชี้้นำให้เกษตรกรเปลี่ยนใจมาทำนาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงต้องการศึกษาเพื่อหาเทคนิคและรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทาง ให้เกษตรกรหันมาทำเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น เกิดการรวมกันเป็นเครือข่ายสร้างชุมชนให้เข้มแข็งยั่งยืนและทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้ประเทศไทยเกิดความมั่นคง มั่นคงและยั่งยืนสืบไป

ประเด็นศึกษา 1 เพื่อศึกษาการพัฒนาเทคนิคการจัดการเกษตรวิถีพุทธ ในจังหวัดเชียงราย



สรุปผลการศึกษาดังเทคนิคและการจัดการเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์วิถีพุทธของ ไร่เชิญตะวัน และแมคนีน้าฟาร์ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ไร่เชิญตะวัน คือ การมีส่วนร่วม การรวมกลุ่มเกษตรกรชาวนา ให้หลอมรวมกันให้เกิดความคิด ต่อยอดกระบวนการทำการเกษตรวิถีเคมีเป็นเกษตรวิถีอินทรีย์ โดยเพื่อให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้ ในรูปแบบของการ อยู่รอด อยู่ได้ และอยู่ดี โดยท่านว.วชิรเมธีได้เน้นด้านการใช้ปรัชญาทั้งทางโลกและทางธรรม ที่ประยุกต์ เข้าใจง่ายและเกษตรกรมองเห็นภาพของความเป็นไปได้ในการดำเนินชีวิต จึงได้มีการปรับเปลี่ยน กระบวนการทำการเกษตรแบบเกษตรเชิงเดี่ยวเป็นเกษตรแบบผสมผสานและมีการรวมกลุ่มเกษตรกรให้เกิด ความเข้มแข็งของอาชีพเกษตรกร

2. แมคนีน้าฟาร์มมีกระบวนการและแนวความคิดว่า การสร้างคุณค่าเพื่อตอบแทนคุณแห่งแผ่นดิน ตอบแทนคุณพ่อคุณแม่และเพื่อนมนุษย์ทุกคนเป็นความคิดแรกของการเปลี่ยนแนวการดำเนินชีวิต การที่ มนุษย์คนหนึ่งที่หล่อหลอมมาด้วยวัฒนธรรม อารยธรรมความเป็นเมืองมาตลอด 20 กว่าปีแต่ถูกวัฒนธรรมทาง สังคมเหล่านั้นหล่อหลอมให้วิ่งวนอยู่ในวงล้อแห่งการเวลา ไม่ได้มีการทำเพื่อคนอื่นแต่ทุกอย่างถูกตีตราไปด้วย งาน บรรทัดฐานของสังคม การที่มีเส้นของเวลากำกับทุกอย่างก้าว แต่ได้มีอะไรที่จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อ สังคม หรือโลกใบนี้ แต่เมื่อโอกาสของชีวิตที่ได้มีและสามารถเลือกได้สองพี่น้องนีน้าและแมคก็ได้ตัดสินใจที่จะ ทำงานที่ทำให้พวกเขามีความสุขและได้ตอบแทนคุณของแผ่นดิน คือการมาเป็นเกษตรกร อาชีพแห่งความ ภาคภูมิใจ อาชีพที่สามารถผลิต สร้างอาหารและหล่อเลี้ยงให้กับประชากรทั่วโลก ทั้งนี้ นีน้าและแมคก็ไม่ได้ หยุตึงกับการเป็นเกษตรกรที่หลังสู้ฟ้าหน้าสู้ดิน แต่ได้นำเอาความรู้ที่คุณพ่อและคุณแม่ส่งเสริมให้เรียนนำมา ประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเองและเกษตรกรทุกคนโดยแนวความคิดการบูรณาการเน้นหลักคือทุกคน ต้องสามารถที่จะประยุกต์และทำได้ด้วยตนเองให้เกิดความยั่งยืน โดยบูรณาการแนวความคิดด้านปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่เข้ามาผนวกกับกฎเกณฑ์ของกระบวนการทำเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธให้เกิด แนวความคิดการทำเกษตรอินทรีย์ที่สนุกและง่ายต่อการปฏิบัติจนเกิดเป็นโมเดล แมคนีน้า

ประเด็นศึกษา 2 เพื่อพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย

สรุปผลการวิจัยการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัด เชียงราย ใน 8 ปัจจัย ได้แก่ 1. ด้านศาสนา 2. ด้านเศรษฐกิจ 3. ด้านการมีส่วนร่วม 4. ด้านภูมิปัญญา 5. ด้าน สังคมและสิ่งแวดล้อม 6. ด้านความมีชื่อเสียงของเจ้าสำนัก 7. ด้านนวัตกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เกษตรกรที่ทำการเกษตรส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในด้านความเป็นนำหนึ่งใจเดียวกัน (คะแนนเฉลี่ย 4.84) และชาวนาที่ทำการเกษตรมีความพึงพอใจจากรายได้จากการเกษตร (คะแนนเฉลี่ย 4.63) อีกทั้งยังมีส่วนร่วมในการซ่อมแซมวัด (คะแนนเฉลี่ย 4.85) มีการยอมรับและมีการนำความรู้ดั้งเดิม มาใช้ในการเกษตร (คะแนนเฉลี่ย 4.85) มีความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน เป็นอย่างดี (คะแนนเฉลี่ย 4.86) การอยากมาเจอกับเจ้าของสำนักที่มีชื่อเสียง (คะแนนเฉลี่ย 4.96) ทำให้มีช่องทางตลาดเพิ่มขึ้น (คะแนนเฉลี่ย 4.12) มีการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการเชื่อมโยงและสื่อสารข้อมูลข่าวสารกับหน่วย งาน ต่าง ๆ เพื่อเป็นเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย (คะแนนเฉลี่ย 3.74)

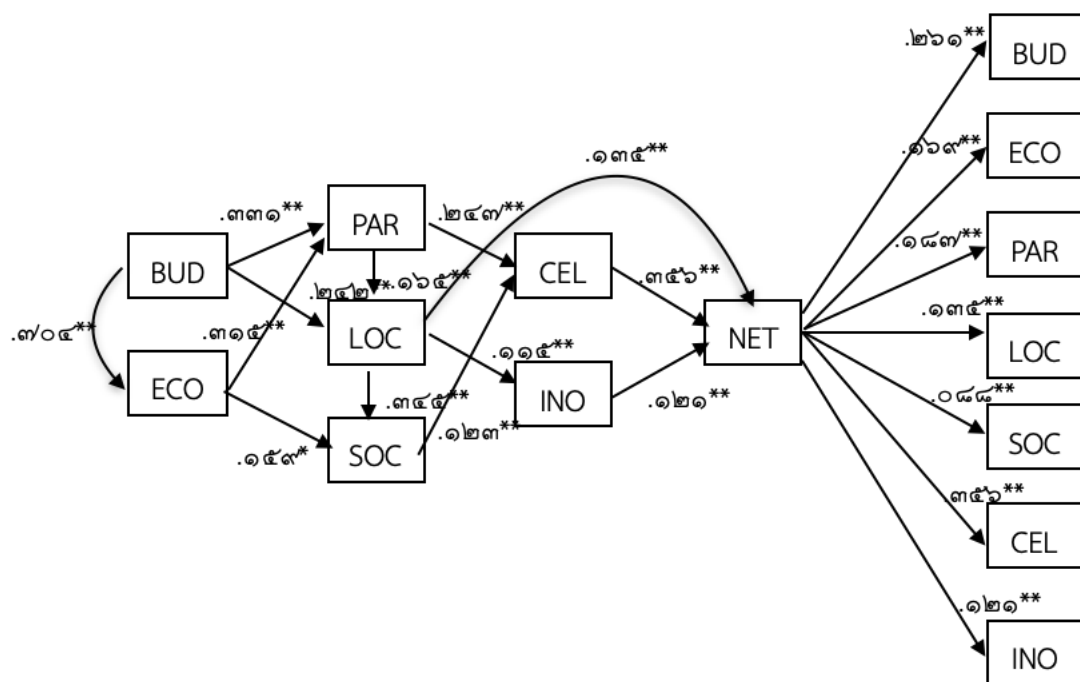
ประเด็นศึกษา 3 เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาเทคนิคและเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์วิถีพุทธ

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 7 ปัจจัย ได้แก่ 1. ด้านศาสนา 2. ด้านเศรษฐกิจ 3. ด้านการมีส่วนร่วม 4. ด้านภูมิปัญญา 5. ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม 6. ด้านความมีชื่อเสียงของเจ้าสำนัก 7. ด้านนวัตกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยด้านความมีชื่อเสียงของเจ้าสำนัก(CEL) มีอิทธิพลทางตรงต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธมากที่สุด โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.356 รองลงมา คือ ด้านศาสนา(BUD) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.261 และ ด้านการมีส่วนร่วม(PAR) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.187 ตามลำดับ ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธ มากที่สุด คือ ด้านภูมิปัญญา(LOC) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพล เท่ากับ 0.333 รองลงมา คือ ด้านศาสนา(BUD) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.332 ตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธ มากที่สุด คือ ด้านศาสนา(BUD) โดยมีค่าผลรวมอิทธิพล เท่ากับ 0.593

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยการวิเคราะห์เหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย ทั้งอิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effect: TE) มีรายละเอียดดังนี้



หมายเหตุ *,** Significant at 0.05 and 0.01 probability level,

ภาพ 1 แสดงเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) และอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) ต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และผลรวมอิทธิพล (Total Effect: TE) ของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย



ประเภท	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม NET						
ความสัมพันธ์	BUD	ECO	PAR	LOC	SOC	CEL	INO
1. ความสัมพันธ์ รวมทั้งหมด	0.706	0.987	0.820	0.974	0.981	0.970	0.966
2. ความสัมพันธ์ (ผลรวม: TE)	0.593 (1)	0.288 (5)	0.306 (4)	0.468 (2)	0.052 (7)	0.356 (3)	0.121 (6)
- ผลทางตรง: DE	0.261 (2)	0.169 (4)	0.187 (3)	0.135 (5)	0.088 (7)	0.356 (1)	0.121 (6)
- ผลทางอ้อม: IE	0.332 (2)	0.119 (3)	0.119 (3)	0.333 (1)	0.044 (4)	-	-
3. ความสัมพันธ์ ไม่ใช่เหตุและผล= 1-2	0.469	0.699	0.514	0.506	0.929	0.614	0.845

หมายเหตุ (1) - (7) = ลำดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม QOL

อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE)

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) พบว่า ตัวแปรเหตุที่มีอิทธิพลต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย เรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้ ^[15] 1. ด้านความมีชื่อเสียงของเจ้าสำนัก (CEL) 2. ด้านศาสนา (BUD) 3. การมีส่วนร่วม (PAR) 4. ด้านเศรษฐกิจ (ECO) 5. ด้านภูมิปัญญา (LOC) 6. ด้านนวัตกรรม (INO) 7. ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (SOC) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.356, 0.261, 0.187, 0.169, 0.135, 0.121 และ 0.088 ตามลำดับ (ภาพ 59) และรายละเอียดดังตารางที่ 1

อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE)

จากตาราง 1 เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) พบว่า ตัวแปรเหตุที่มีอิทธิพลต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย เรียงตามลำดับความสำคัญได้ ดังนี้ 1. ด้านภูมิปัญญา (LOC) 2. ด้านศาสนา (BUD) 3. ด้านเศรษฐกิจ (ECO) และ ด้านการมีส่วนร่วม (PAR) 4. ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (SOC) โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.333, 0.332, 0.119, 0.119 และ 0.044 ตามลำดับ

อิทธิพลรวม (Total Effect: TE)

จากตาราง 15 เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวม (Total Effect: TE) พบว่า ตัวแปรเหตุที่มีอิทธิพลต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย เรียงตามลำดับความสำคัญได้ ดังนี้ 1. ด้านศาสนา (BUD) 2. ด้านภูมิปัญญา (LOC) 3. ด้านความมีชื่อเสียงของเจ้าสำนัก (CEL) 4. ด้านการมีส่วนร่วม (PAR) 5. ด้านเศรษฐกิจ (ECO) 6. ด้านนวัตกรรม (INO) 7. ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (SOC) โดยมีค่าอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.593, 0.468, 0.356, 0.306, 0.288, 0.121 และ 0.052 ตามลำดับ

อภิปรายการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย จากการศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัย ทางด้านความมีชื่อเสียงของเจ้าสำนัก (CEL) มีอิทธิพลโดยตรงต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธในจังหวัดเชียงรายมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ภัสสรนันท์ เอนกธรรมกุล (2553) ที่กล่าวว่า การนำบุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) มาเป็นตัวแทนการนำเสนอสินค้า หรือการจูงใจ จะมีผลต่อการบริโภคของลูกค้า เนื่องจากผู้บริโภคมักจะติดตามเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ตนชื่นชอบ และมีแนวโน้มการเลียนแบบพฤติกรรมของบุคคลที่มีชื่อเสียงนั้น ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย การใช้สินค้า การบริการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งนั่นหมายถึง โอกาสทางการสื่อสารทางการตลาดที่จะดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคและกระตุ้นให้เกิดการตั้งใจซื้อสินค้าหรือบริการ ในการศึกษาวิจัยพบอีกว่าความไว้วางใจ (Trustworthiness) ความชำนาญเชี่ยวชาญ (Expertise) ความดึงดูดใจ (Attractiveness) ความเคารพ (Respect) ความเหมือนกับ กลุ่มเป้าหมาย (Similarity) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญในเชิงบวกกับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดความตั้งใจซื้อสินค้า โดยงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงที่มีลักษณะทั้ง 5 ประการ ในงานโฆษณา สามารถมีอิทธิพลในเชิงบวกที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและความดึงดูดใจของผู้บริโภค (Pornpitakpan, 2003; Pringle & Binet, 2005 และ Roy, 2006) ดังนั้นการที่ผู้ที่มีชื่อเสียงกระทำการใด ๆ จึงมีแนวโน้มที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มในการรวมกลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธ

สรุป

จากผลการศึกษาพบว่า การจะทำให้เครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธประสบความสำเร็จได้นั้นการได้รับปัจจัยด้านศาสนา (BUD) เป็นสิ่งสำคัญที่สุดเพราะวัฒนธรรมไทยผูกพันกับพระสงฆ์มาช้านาน เมื่อมีปัญหาหรือมีเรื่องทุกข์ใจก็จะเข้าวัดปฏิบัติธรรม หลายคนที่เปลี่ยนวิถีชีวิตจากการทำนาเคมีมาทำนาอินทรีย์ ก็เพราะเรื่องสุขภาพ อีกทั้งการทำเกษตรอินทรีย์ยังถือเป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น (LOC) มาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว โดยใช้การสื่อสารผ่านทางสื่อต่างๆ หรือใช้บุคคลที่เป็นที่ยอมรับในการทำเกษตรอินทรีย์นำเสนอผ่านเรื่องราวการทำเกษตรชักชวนให้คนหันมาทำเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคมสัน หุตะแพทย์ (2535) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการและเครื่องมืออันสำคัญมากอันหนึ่งในการดำเนินงานพัฒนาชุมชนในทุกสาขา การสื่อสารที่ดีย่อมทำให้งานพัฒนาชุมชน บรรลุผลได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพราะการสื่อสารเป็นวิธีการที่จะให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจสร้างทัศนคติใหม่ๆ โน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่าง ๆ อันจะนำไปสู่การปฏิบัติการในชุมชน สานต่อกันเป็นเครือข่ายที่มั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน สืบไป



บรรณานุกรม

- ขวัญชนก เหล่าสุนทร. (2558). คุณภาพชีวิตของชาวนาในจังหวัดเชียงราย. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- คมสันต์ หุตะแพทย์. (2553). การสื่อสารเพื่องานพัฒนาชุมชน. นครปฐม: สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ภัสสรนันท์ เอนกธรรมกุล. (2553). ผลกระทบจากการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง (Celebrity) ที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าหลากหลายตราสินค้าในงานโฆษณา. ปทุมธานี: ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2561). ดัชนีรายได้ ดัชนีราคาและดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2561. สืบค้น 4 เมษายน 2561, จาก <http://www.oae.go.th>
- สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย. (2559). สถิติเกษตรกรในจังหวัดเชียงราย. เชียงราย:
- Pornpitakpan, C. (2013). Validation of the celebrity endorsers' credibility scale: Evidence from Asians. *Journal of Marketing Management*, 19, 179-195.
- Pringle, H. and Binet, L. (2015). How Marketers Can Use Celebrities to Sell More Effectively. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(3), 201-214.
- Roy. S. (2016). An Exploratory Study in Celebrity Endorsements. *Journal of Creative Communications*, 1(139), 139-153.