

การพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา*

วัชรารณณ์ สิงห์สำราญ¹ พิพรรณ พิเชฐศิริประภา² วัฒนา พิลาจันทร³

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาวิธีการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา (2) ศึกษาช่องทางการตลาดการแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา และ (3) ศึกษาแบบการพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้รูปแบบมีส่วนร่วมเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ คือกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกผักปลอดสารพิษ ด้วยวิธีการเลือกสุ่มตัวแบบเจาะจงจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา เพื่อสรุปและอธิบายตัวแปร

ผลการวิจัย พบว่า (1) ด้านการผลิตและแปรรูป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 พบว่า การผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษแต่ละชนิดต้องเน้นกระบวนการผลิตและขั้นตอนการแปรรูปให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ (2) ด้านช่องทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 พบว่า การบริการผ่านร้านค้า การให้บริการถึงบ้านลูกค้า การให้บริการผ่านตัวแทนจำหน่าย การบริการผ่านออนไลน์ต้องช่วยกันกระจายสินค้าทุกช่องทางเข้าถึงกลุ่มลูกค้าผูกพันในระยะยาวให้ได้ และ (3) ได้รูปแบบการพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.29 พบว่าควรนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและจากผู้ที่มีประสบการณ์มาพัฒนาต่อยอดเพื่อให้มีการแปรรูปทางการเกษตรเพิ่มขึ้นให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน

คำสำคัญ: การผลิตและการแปรรูป; ช่องทางการตลาด; มูลค่าทางเศรษฐกิจ

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

วัชรารณณ์ สิงห์สำราญ, พิพรรณ พิเชฐศิริประภา และวัฒนา พิลาจันทร. (2567). การพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 14(3), 809-821.

^{1,2,3} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

422 ถนนมรุพงษ์ ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000, ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: pichetsiraprapa_nui@hotmail.com

*ทุนสนับสนุนการวิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Development of Organic Vegetable Processing Methods and Marketing Channels to Add Economic Value to the Community Phanom Sarakham District, Chachoengsao Province*

Watcharaporn Singsamran¹ Pipat Pichetsiraprapa² Wattana Philajan³

Abstract

This research article aims to (1) study the production method of processed organic vegetables to increase economic value for the community in Phanom Sarakham District, Chachoengsao Province; (2) study the marketing channels of processed organic vegetables to increase economic value for the community in Phanom Sarakham District, Chachoengsao Province; and (3) study the development model of the production method and marketing channels to increase economic value for the community in Phanom Sarakham District, Chachoengsao Province. This research used a qualitative and quantitative participatory model, namely the farmer group that grows organic vegetables, by selecting a specific sample from in-depth interviews and using descriptive statistics to summarize and explain the variables.

Findings are as follows: (1) In terms of production and processing, the mean score was 4.19, indicating that the production and processing of each type of organic vegetable must focus on the production process and processing steps to meet standards and be of quality; (2) In terms of marketing channels, the mean score was 4.28, indicating that services through shops, services at customers' homes, and services through distributors Online services must help distribute products through all channels to reach long-term loyal customers. (3) A model for developing a method for processing organic vegetables has an average of 4.29, It was found that local wisdom and that of those with experience should be further developed to increase agricultural processing of community products.

Keywords: Production and processing; Marketing channels; Economic value

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Singsamran, W., Pichetsiraprapa, P., & Philajan, W. (2024). Development of organic vegetable processing methods and marketing channels to add economic value to the community Phanom Sarakham district, Chachoengsao province. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 14(3), 809-821.

^{1,2,3} Faculty of Management Science, Rajabhat Rajanagarindra University
422 Maruphong Road, Na Muang, Mueang, Chachoengsao 24000, Thailand
Corresponding Author Email: pichetsiraprapa_nui@hotmail.com

* Research Funding from Research and Development Institute, Rajabhat Rajanagarindra University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดฉะเชิงเทราเป็นแหล่งภาคอุตสาหกรรม การเกษตรเช่นกันและส่วนใหญ่ประชาชนจะประกอบอาชีพทำการเกษตรกรเป็นหลัก เนื่องจากมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์ที่มีความเหมาะสมกับการเพาะปลูกเป็นจำนวนมาก สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรที่จะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากผลผลิตทางการเกษตรของตัวเองได้ ด้วยการนำผลผลิตทางการเกษตรมาเพิ่มลักษณะพิเศษหรือจุดเด่นบางอย่างให้ต่างไปจากเดิม เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และเข้าถึงตลาดสินค้าเกษตรแปรรูปได้หลากหลายยิ่งขึ้นตามไปด้วย (Agricultural Research Development Agency, 2024) ทั้งนี้ อำเภอยะนิงเป็นแหล่งเพาะปลูกพืชทางการเกษตรที่มีระบบเศรษฐกิจหมุนภายในชุมชนที่ดีมากและยังสามารถส่งสินค้าเกษตรจากผลผลิตตามฤดูกาลจำหน่ายทั้งภายในจังหวัดและนอกจังหวัดได้ทั่วประเทศ สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนเกษตรกรทั้งทางตรงและทางอ้อมอีกด้วย ทั้งนี้ ผลผลิตทางการเกษตรจะมุ่งเน้นส่งเสริมและรณรงค์ให้เกษตรกรใส่ใจการเพาะปลูกในรูปแบบปลอดภัยจากสารพิษ ไม่ใช้สารเคมีในการเพาะปลูกจนกระทั่งเก็บเกี่ยวตามระบบการจัดการคุณภาพจึงได้มาตรฐาน (Good Agricultural Practices--GAP) อย่างไรก็ตาม ผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่จะมีอายุการเก็บรักษาสั้น ทั้งพืชผักหรืออาหารจากพืชเกษตรเน่าเสียง่าย จึงทำให้กลุ่มเกษตรกรมองเห็นว่า การแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรจากผักปลอดสารพิษที่เหลือจากการจำหน่ายหรือการบริโภคสามารถนำมาแปรรูปได้หลากหลายหรือจะมีทั้งสินค้าที่เป็นอาหารและไม่ใช่อาหาร ทั้งนี้ สินค้าทางการเกษตรจากผักปลอดสารพิษที่เป็นอาหารนั้นจะมีเทคนิคในการเพิ่มมูลค่าโดยการแปรรูปหรือการถนอมอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าให้มีราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม ซึ่งหากมีการทำอย่างเป็นระบบแล้ว จะช่วย

ส่งผลให้ผลผลิตสินค้าทางการเกษตรมีปริมาณไม่ล้นตลาด อีกทั้งยังเสริมสร้างอาชีพใหม่ ๆ ในชุมชนเกษตรกรด้วยตนเอง และถือเป็นการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรธรรมดาไปสู่การแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ได้อย่างยั่งยืน (Agricultural Research Development Agency, 2024) แต่ทั้งนี้ ยังพบประเด็นปัญหาของกลุ่มเกษตรกรที่ได้เสนอจากการระดมสมองนั้นคือ ในด้านการผลิตและแปรรูปจากผักปลอดสารพิษ ยังไม่เข้าใจถึงกระบวนการผลิตที่ถูกต้องตามขั้นตอน วัสดุ เครื่องมือเครื่องใช้ที่ได้มาตรฐานและยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร รวมทั้งยังนำเอาหลักแนวคิดจากภูมิปัญญาตนเองมาทำอยู่ซ้ำ ๆ ขาดการพัฒนาแนวคิดการผลิตแปรรูปสินค้าเกษตรจากผักปลอดสารพิษให้ทันสมัยที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลากหลายมากขึ้น และกลุ่มเกษตรกรยังขาดการออกแบบและพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรจากผักปลอดสารพิษ เพราะถือเป็นวัตถุประสงค์หลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลผลิตทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าชุมชนให้มีความทันสมัย ต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรที่มุ่งเน้นการใช้งานได้หลายรูปแบบ นอกจากนี้ เกษตรกรจำเป็นต้องมีระบบการจัดการสินค้าคงคลัง ให้มีความสมดุลกับกระบวนการผลิต การจัดซื้ออย่างเป็นระบบได้มาตรฐาน และสามารถส่งมอบสินค้าได้ทันเวลา (Pichetsiraprapa, 2018) ดังนั้น เกษตรกรต้องช่วยกันวางแผนการบริหารการผลิตจากการแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชน สิ่งสำคัญเพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตแปรรูปสินค้าเกษตรเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชนได้อย่างเป็นระบบ และยังมีประเด็นปัญหาเกี่ยวกับด้านช่องทางการตลาดอันเนื่องมาจากผลิตแล้วจำหน่ายเฉพาะในพื้นที่เท่านั้น ยังไม่ได้กระจายสินค้าไปยังแหล่งอื่น ๆ ขาดการสื่อสารระหว่างร้านค้าที่จำหน่าย อาจทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้น้อยลง จึงทำให้

กลุ่มเกษตรกรต้องมาช่วยกันวางแผนช่องทางการตลาดให้เป็นระบบเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้หลากหลายเพิ่มขึ้นทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่อีกด้วย จากที่กล่าวข้างต้นทำให้ทีมวิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับด้านการผลิตและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มจากเดิม และสามารถขยายช่องทางการตลาดในพื้นที่และนอกพื้นที่ให้สามารถจำหน่ายสินค้าใหม่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร มีอาชีพเสริมรวมทั้งมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชนสามารถพัฒนาระบบเศรษฐกิจในชุมชนได้ดียิ่งขึ้นต่อไปได้อีกทาง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาช่องทางการตลาดการแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาและตัวแปร ได้แก่ ด้านการผลิตและการแปรรูป มีตัวแปรย่อยได้แก่ การวางแผนการผลิตและแปรรูป การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่า การผลิตให้ทันเวลา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการตลาด มีตัวแปรย่อยได้แก่ การให้บริการผ่านร้านค้า การให้บริการถึงบ้านลูกค้า การให้บริการผ่านตัวแทนจำหน่าย และการบริการผ่านออนไลน์

2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง ได้แก่

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาตามแนวทางเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้ตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ (1) เกษตรกรผู้ประกอบอาชีพปลูกผักปลอดสารพิษ จำนวน 3 ราย (2) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำนวน 3 ราย (3) กลุ่มส่งเสริมอาชีพ จำนวน 3 ราย (4) กลุ่มอาสาสมัครเกษตรกรหมู่บ้าน จำนวน 3 ราย และ (5) ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล จำนวน 3 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 15 ราย ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

2.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาตามแนวทางเชิงปริมาณ คือ ใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกตัวอย่าง คือ เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ ที่มีความรู้และความเข้าใจในการเพาะปลูกผักปลอดสารพิษ สนใจจะผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและมีความยินยอมสมัครในการเข้าร่วม ดังนั้น การกำหนดตัวอย่างที่ผ่านเกณฑ์คัดเลือกและอาสาสมัคร รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 ราย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่การศึกษา เป็นการศึกษาและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรในชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา

4. ขอบเขตด้านเวลาในการศึกษา มีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ได้แนวทางวิธีการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษในชุมชนได้มีช่องทางการตลาดในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา

3. กลุ่มเกษตรกรสามารถพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องให้มีความรู้ ความสามารถในการแปรรูปผักปลอดสารพิษและสามารถเป็นรูปแบบแนวทางการผลิตให้กับชุมชนอื่น ๆ ที่สนใจไปต่อยอดพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนต่อไปได้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การผลิตและแปรรูป

การผลิตและแปรรูปเป็นการใช้ทรัพยากรในการดำเนินการใด ๆ ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ที่ออกมาเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้มาโดยการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด และการดำเนินการเป็นไปอย่างประหยัด ให้เป็นผลสำเร็จและถูกต้อง โดยต้องมีแนวทางที่ช่วยสนับสนุนการผลิตแนวคิดของ Pichet-siraprapa (2018) มีรายละเอียดดังนี้ (1) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าชุมชนให้มีความทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มาซื้อซ้ำหรือบอกต่อ (2) ด้านคุณภาพ ถือเป็นหัวใจที่องค์กรต้องกำหนดนโยบายให้ชัดเจนและปลูกจิตสำนึกให้บุคลากรทุกคนต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของการทำงาน (3) การเลือกทำเลที่ตั้ง ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการผลิต คือใกล้แหล่งวัตถุดิบ แรงงาน การขนส่ง ลูกค้าและผู้ขายซึ่งถือเป็นเป้าหมายสูงสุดที่องค์กรต้องการ (4) การพยากรณ์ความต้องการ โดยมีการคาดการณ์ วางแผนไว้ล่วงหน้าในการบริหารจัดการ เพื่อจะได้ทราบความต้องการและตัดสินใจดำเนินงานตามที่พยากรณ์ไว้ (5) กระบวนการจัดซื้อ ถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการลดต้นทุนรวมให้กับองค์กรและมีความสัมพันธ์กับทุกฝ่ายในการประสานงานอย่างมีขั้นตอนของกระบวนการจัดซื้อ และ (6) การจัดการสินค้าคงคลัง ต้องมีความสมดุลกับกระบวนการผลิต การจัดซื้อ การจัดการซัพพลายเชน การขนส่ง ให้มีระบบการจัดการสินค้าคงคลังได้มาตรฐาน สำหรับการจัดการการผลิตและการแปรรูป

สินค้าเกษตรตามแนวคิดของ Serirat, Hirankitti, Chiyachantana, Sriwarom, Suwannapirom, and Prapawanon (1999) พบว่า ให้มีมูลค่าสามารถจัดแหล่งวัตถุดิบที่เกษตรกรปลูกได้อย่างปลอดภัยจากสารพิษ ดังนี้ (1) ชนิดและสัดส่วนของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เพื่อแสดงถึงความหลากหลายของวัตถุดิบ (2) การคัดคุณภาพของวัตถุดิบ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีการผลิต จะศึกษาโดยกลุ่มให้ข้อมูลและเจ้าหน้าที่สังเกตการณ์ว่ามีวิธีการและขั้นตอนการปฏิบัติอย่างไร (3) ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิต (4) ความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิตได้จากการให้ข้อมูลของหน่วยประกอบการแต่ละราย และ (5) ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในการที่จะนำไปแปรรูปเป็นสินค้าเกษตรชนิดอื่น

ช่องทางการตลาด

ช่องทางการตลาดถือเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาด เพื่อให้ข้อมูล ชักชวน เร่งเร้า จูงใจให้ลูกค้าเป้าหมายตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลายช่องทางที่เสนอขายกิจกรรมใด ๆ ที่จะทำให้การส่งเสริมด้านช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนตามแนวคิดของ Nantasarn, Khamkula, and Boonsrichana (2021) สามารถแบ่งได้ 3 ประการ คือ (1) ต้องเรียกร้องความสนใจของกลุ่มลูกค้าภายในชุมชนและนอกชุมชนเป้าหมายได้ (2) ต้องมีความเข้าใจตรงกันทั้งผู้ซื้อและผู้ขายในชุมชนพื้นที่ และ (3) จะต้องเร่งเร้าความต้องการของผู้ซื้อได้นำนามตัดสินใจซื้อซ้ำเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน สำหรับเป้าหมายของช่องทางการตลาดตามแนวคิดของ Chotipan (2012) มีรายละเอียดดังนี้ (1) การให้บริการผ่านร้าน โดยเริ่มมีการก่อตั้งร้านขึ้นมาแล้วมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการตามประเภทของร้านค้า ที่สามารถตอบสนอง

ความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง (2) การให้บริการถึงบ้านลูกค้า เป็นการให้สิ่งซื้อสินค้าแล้วนำสินค้าไปส่งถึงบ้านลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและสินค้ามีคุณภาพสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น (3) การให้บริการผ่านตัวแทนจำหน่าย มีลักษณะของการขายสินค้าที่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้สามารถกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็วและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งยังมีศูนย์กระจายสินค้าให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และ (4) การให้บริการผ่านสื่อออนไลน์ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ทำให้สินค้ามีการกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็ว ขายง่าย คล่องตัวในการเข้าถึงสินค้าเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้

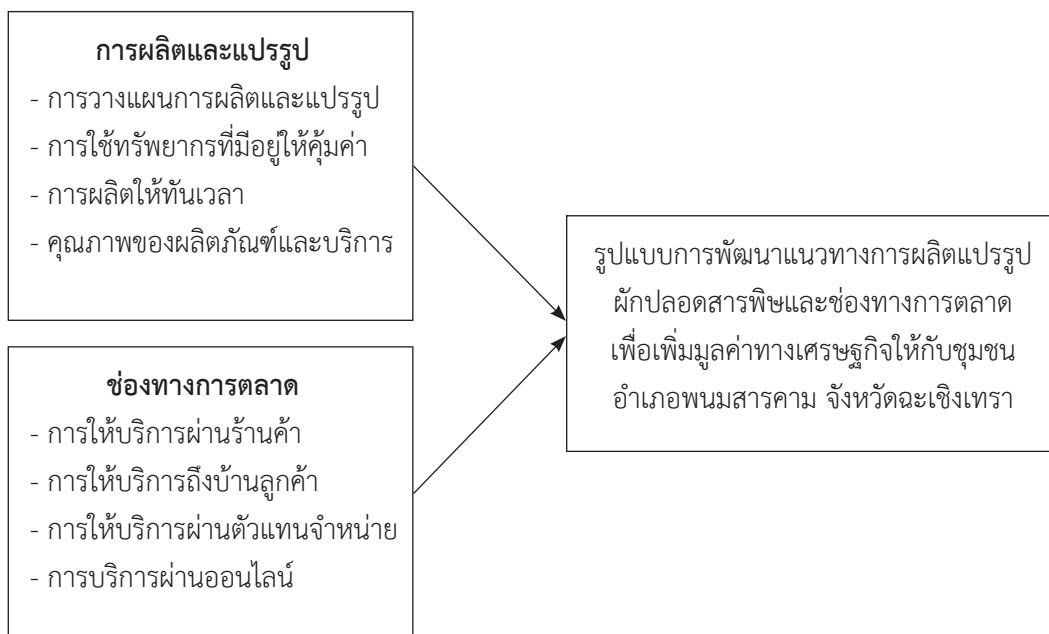
จากการทบทวนวรรณกรรมของ Nantasarn et al. (2021) พบว่า ด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้าบนผลิตภัณฑ์ และความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 3 ชนิด พบว่า มีระดับความคิดเห็นเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม ดึงดูดใจระดับคะแนนเฉลี่ย 4.32, 4.21 และ 4.18 ตามลำดับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นว่าควรจัดจำหน่ายในร้านค้าศูนย์โอท็อป และร้านของฝากของที่ระลึกภายในจังหวัด และควรมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อตอบสนองรูปแบบการเลือกซื้อสินค้าในปัจจุบัน

Pichetsiraprapa, Yaowong, Nootayasakul, and Matman (2022) พบว่า (1) กลุ่มเกษตรกรให้ความร่วมมือหันมาปลูกมะม่วงและผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปมีแนวทางบริหารจัดการที่ดีโดยเน้นการรวม

กลุ่มในการพัฒนาผลผลิตและสายพันธุ์มะม่วงที่นิยมในท้องตลาดได้เป็นอย่างดี มีการกระจายสินค้าและการเข้าถึงตลาดได้อย่างเหมาะสม (2) ภาพรวมของการจัดการความรู้ด้านการจัดการช่องทางการตลาดในตลาดสื่อออนไลน์ ส่วนใหญ่รู้จักแต่ไม่ค่อยมีความรู้เท่าที่ควรมักจะมีลูกหลานทำหน้าที่ขายมะม่วงผ่านสื่อออนไลน์ให้แต่ก็ไม่จริงจังเท่าที่ควร (3) การทำสื่อออนไลน์ในการขายมะม่วงถือเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดให้เกษตรกรมีแนวคิดในการพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และ (4) มีการพัฒนาช่องทางทางการตลาด คือ การพัฒนาตลาดภายในและภายนอก การเชื่อมประสานภาคความร่วมมือในด้านการเรียนรู้สู่ความเข้มแข็ง การพัฒนาช่องทางการตลาดแบบ Offline and Online การตลาดร่วมกับบริษัทเอกชน และการตลาดร่วมกับตลาดต่างประเทศ

Leksuit and Pituratjarunkoon (2020) พบว่า รูปแบบการจัดทำตลาดนัดเพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่าง ๆ ในแต่ละอำเภอ จัดทำตลาดซื้อขายสินค้าแบบออนไลน์ และสนับสนุนให้แต่ละพื้นที่มีร้านอาหารอินทรีย์หรือเมนูอาหารอินทรีย์ประจำท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (story) ให้กับตัวสินค้าขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร จัดให้มีการรวมหุ้นของสมาชิกเครือข่ายสร้างเครือข่ายการตลาดต่างพื้นที่ต่างภูมิภาคและการจัดทำการท่องเที่ยววิถีเกษตรอินทรีย์

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาตามแนวทางเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้ตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ (1) เกษตรกรผู้ประกอบอาชีพปลูกผักปลอดสารพิษ จำนวน 3 ราย (2) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำนวน 3 ราย (3) กลุ่มส่งเสริมอาชีพ จำนวน 3 ราย (4) กลุ่มอาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน จำนวน 3 ราย และ (5) ศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล จำนวน 3 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 15 ราย ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

1.2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาตามแนวทางเชิงปริมาณ คือใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกตัวอย่าง คือเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ ที่มีความรู้และความเข้าใจในการเพาะ ปลูกผักปลอดสารพิษ สนใจที่จะผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษ และมีความยินยอมสมัครในการเข้าร่วมศึกษานี้ ซึ่งมีประชากรและตัวอย่างมีจำนวนน้อยเกินไปแต่สามารถนำมาศึกษาได้ตามแนวคิด (Sawangdee, 2024) ดังนั้น การกำหนดตัวอย่างที่ผ่านเกณฑ์คัดเลือกและอาสาสมัคร รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ในกลุ่มเกษตรกรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งประเด็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัญหา แนวทางการแก้ไข จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการ

บริหารจัดการ และแนวทางในการพัฒนา โดยทีมผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบมีเครื่องมือในการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ สมุดจดบันทึก ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการชี้แจงรายละเอียดในการขออนุญาตใช้อุปกรณ์เหล่านี้จากผู้ให้ข้อมูลวิจัยทุกครั้ง

2.2 การสัมภาษณ์แบบระดมสมอง มีลักษณะแบบเปิดโอกาสให้ตัวอย่างและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน

2.3 การอภิปรายกลุ่มสนทนาแบบเจาะจง (focus group discussion) จากผู้เกี่ยวข้อง (stakeholders) โดยจัดเป็นกลุ่มเกษตรกรในแต่ละพื้นที่ให้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นของแนวทางการกำหนดเกี่ยวกับด้านการผลิต การแปรรูป ช่องทางการตลาด ว่ามีแนวทางอย่างไรบ้าง เพื่อให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

2.4 แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นการวัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มเกษตรกรโดยใช้ข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะ คุณสมบัติของตัวอย่าง หาค่าร้อยละ (percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล และค่าเฉลี่ย (mean) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ศึกษาวิธีการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า (1) ผู้ผลิตผักแปลงใหญ่ปลอดภัยสูงตำบลหนองยาว อำเภอพนมสารคาม เป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีการปลูกผักปลอดสารพิษกันเป็นจำนวนมาก และเป็นที่ยอมรับในกลุ่มลูกค้าที่สนใจทานผักปลอดสารพิษเป็นจำนวนมาก

(2) ทางกลุ่มเกษตรกรจะเน้นการมีส่วนร่วมในการแชร์ประสบการณ์ในการปลูกผัก การจำหน่ายและการหาช่องทางการจำหน่ายร่วมกัน โดยตั้งเป็นกลุ่มเกษตรกรแปลงใหญ่ในนามวิสาหกิจชุมชนที่ทุกคนเข้ามาร่วมเป็นสมาชิกกันเป็นจำนวนมาก (3) มีหน่วยงานราชการเข้ามาสนับสนุนด้านงบประมาณ ด้านวิชาการ และการฝึกอบรมให้กลุ่มเกษตรกรนำความรู้ไปต่อยอดในการพัฒนาแปลงผักตนเองให้ได้มาตรฐานผักปลอดสารพิษ (4) การปลูกผักปลอดสารพิษตามฤดูกาลที่เพาะปลูกผลผลิตย่อมออกมาในแต่ละช่วงฤดูกาลก็ขึ้นอยู่กับน้ำ อากาศ สภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการเพาะปลูก จึงทำให้ผลผลิตบางครั้งมีจำนวนมาก สามารถจำหน่ายไปยังลูกค้าที่สนใจและสั่งซื้อเป็นจำนวนที่เพียงพอต่อความต้องการ หากผลผลิตไม่เพียงพอทำให้ผลผลิตลดลง รายได้ของเกษตรกรลดลง และทำให้จำนวนลูกค้าได้น้อยรายด้วย ย่อมส่งผลต่อความเป็นอยู่ของกลุ่มเกษตรกร และ (5) ผลผลิตที่ผลิตมาจะต้องจำหน่ายวันต่อวันเพราะเป็นผักสดที่ตัดจากสวนพร้อมจำหน่ายต่อลูกค้าได้เลย หรือผักบางชนิดก็สามารถเก็บรักษาในตู้แช่เพื่อรักษาคุณภาพของผักได้ หากช่วงใดผลผลิตมีจำนวนมากและยอดการขายไม่ค่อยดี ผักเหล่านี้เก็บรักษาไว้นานย่อมเน่าเสียได้ แนวทางการแก้ไข ดังนี้ (1) ทำให้กลุ่มเกษตรกรต้องช่วยกันวางแผนการผลิต การเพาะปลูกในแต่ละช่วงฤดูกาลให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า สามารถจำหน่ายได้ทันตามที่ต้องการ และ (2) ทีมนักวิจัยและกลุ่มเกษตรกรอาสาสมัครมารวมกลุ่มช่วยกันวางแผนจะต่อยอดกับผักปลอดสารพิษเหล่านี้ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น จึงช่วยกันหาวิธีการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษเป็นข้าวเกรียบจากผักเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน

ตอนที่ 2 ศึกษาช่องทางการตลาดการแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าภาพรวมกลุ่มเกษตรกร คือ (1) ความพร้อมของกลุ่ม

เกษตรกรที่มาร่วมกันทำข้าวเกรียบจากผักปลอดสารพิษยังมีน้อยราย (2) ขาดแรงจูงใจในการทำอาชีพเสริมเกี่ยวกับการแปรรูปผักปลอดสารพิษ (3) อายากกระตุ้นเกษตรกรรุ่นก่อนที่ไม่ค่อยมีความรู้ในการพัฒนาตนเองเท่าที่ควรให้หันมาปรับทัศนคติตนเองเสียใหม่ เพื่อจะได้มีอาชีพเสริมให้ครอบครัวเพิ่มมากขึ้น (4) การสืบทอดของเกษตรกรรุ่นใหม่ในการหันมาทำเกษตรไม่มีเพราะเริ่มเปลี่ยนแปลงอาชีพของตนเองไปทำงานอย่างอื่นแทนที่ซึ่งได้คำตอบแทนดีกว่า ไม่ลำบาก และ (5) ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนและขั้นตอนการผลิตที่ดี

แนวทางแก้ไขภาพรวม ดังนี้ (1) เกษตรกรได้ตั้งกลุ่มอาสาสมัครขึ้นมาและเชิญชวนให้เกษตรกรอื่นที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยแสดงให้เห็นเป็นรูปธรรมจริงในการดำเนินงานทุกขั้นตอน มีห้องสำหรับผลิตสินค้า และมีช่องทางจำหน่ายสินค้าจริง สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร (2) ต้องช่วยกระตุ้นให้เกษตรกรเห็นคุณค่าของผักปลอดสารพิษที่ปลูกแล้วเหลือจากการจำหน่ายไม่ต้องทิ้งให้หันมาแปรรูปได้หลากหลาย และสามารถทำเป็นอาชีพเสริมในการหารายได้เลี้ยงดูครอบครัวได้อีกทาง และ (3) อยากให้มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนเงินทุนหรือมาอบรมให้ความรู้กับกลุ่มเกษตรกรบ่อย ๆ กระตุ้นให้ตื่นตัวในการหาอาชีพเสริมให้ครอบครัวให้สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้อีกทาง

ตอนที่ 3 ศึกษารูปแบบการพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ด้านการผลิตและแปรรูป มีรายละเอียดดังนี้

1. การวางแผนการผลิตและแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรที่จะต้องให้ทุกคนที่สนใจเข้าร่วมทำกิจกรรมดังกล่าวเพื่อให้สามารถมี

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน นำแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นมาดัดแปลง เพื่อให้ทันสมัยต่อกระบวนการผลิตในการลดขั้นตอนการทำและการรวมกลุ่มของเกษตรกรที่ต้องสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเกษตรกรสนใจมารวมกลุ่มกันให้เกิดความเข้มแข็ง

2. การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่าส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอาชีพเช่น ทุนของชุมชน ซึ่งส่วนนี้สำคัญต่อการลงมือปฏิบัติ จึงได้ระดมทุนจากกลุ่มเกษตรกรด้วยกันที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ และการเรียนรู้ของกลุ่มเกษตรกรที่ต้องช่วยกันสนับสนุนและให้คำปรึกษาในรวมกลุ่มกันของกลุ่มเกษตรกรในการแบ่งปันความรู้ และสามารถจำหน่ายได้ตลอดฤดูกาลได้

3. การผลิตให้ทันเวลา โดยกลุ่มเกษตรกรจะทำการวางแผนการผลิตจากคำสั่งซื้อในแต่ละครั้งแล้วดำเนินการผลิตให้สอดคล้องกัน เพื่อป้องกันผลิตเกินหรือสินค้าค้างสต็อกมากเกินไป จะทำให้ทุนจมมากขึ้น เพราะอายุการจัดเก็บสินค้านี้ยังมีจำกัดอยู่ และมอบหมายให้ผู้รับผิดชอบด้านการรับคำสั่งซื้อ การจำหน่ายต้องอัปเดตข้อมูลอยู่เสมอผ่านออนไลน์ให้สมาชิกกลุ่มได้ทราบ จะได้เตรียมอุปกรณ์วัสดุให้พร้อมต่อการผลิต

4. คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ทางกลุ่มเกษตรกรจะมีคนที่รับผิดชอบด้านการควบคุมคุณภาพตั้งแต่การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการผลิตต่าง ๆ อยู่เป็นประจำทุกวันเพื่อให้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ และใส่ใจตั้งแต่การผลิตจนถึงบรรจุภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ สำหรับการบริการจะพยายามผลิตให้ทันเวลาที่กำหนด และส่งมอบให้ทันตามคำสั่งซื้อที่ลูกค้าต้องการ

ด้านช่องทางการตลาด มีรายละเอียด ดังนี้

1. การให้บริการผ่านร้านค้า ช่วงแรกจะฝากขายผ่านร้านค้า วางจำหน่ายหน้าร้านให้กับร้านค้า มีขั้นตอนการจัดเรียงสินค้าให้ทันสมัย มองเห็นชัดเจนในเวลา

ลูกค้าแวะมาซื้อสินค้า หากมีลูกค้าสนใจก็โทรมาสั่งซื้อโดยตรงเพิ่มขึ้น จึงทำให้สามารถขยายสินค้าหลายช่องทางมากขึ้น

2. การให้บริการถึงบ้านลูกค้า บางรายก็โทรสั่งไปส่งที่บ้านลูกค้า บางรายก็ซื้อไปเป็นของฝากหรือนำไปโรงงานต่าง ๆ ช่วยการขยายช่องทางเพิ่มมากขึ้นอีกทาง

3. การให้บริการผ่านตัวแทนจำหน่าย มีการฝากขายผ่านตัวแทนจำหน่ายยังนอกพื้นที่ โดยทางกลุ่มจะหาตัวแทนที่ไว้ใจจริง ๆ ไปจำหน่ายผ่านให้ แล้วค่อยขยายไปนอกพื้นที่อื่นอีกที ตรงนี้ยังไม่ตอบรับมากเท่าที่ควร เพราะมีคู่แข่งจากสินค้าอื่น ๆ มากกระทบเช่นกัน แต่ทางกลุ่มเกษตรกรยังพยายามผลิตให้ทันตามคำสั่งซื้อเพื่อไม่ให้สินค้าขาดตลาด

4. การบริการผ่านออนไลน์ มีคำสั่งซื้อผ่านออนไลน์เป็นลูกค้าประจำที่ส่งบ่อย ๆ อยู่เสมอสะดวกในการสื่อสารผ่านไลน์ มากที่สุด เพราะจะมีกลุ่มลูกค้าหรือคนที่สนใจซื้อเข้ามาสั่งผ่านออนไลน์แทนประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ด้วย ก็ยังเป็นหนึ่งในการเพิ่มช่องทางการตลาดได้อีกทาง

นอกจากนี้ ได้วัดระดับความพึงพอใจของกลุ่มเกษตรกรด้านรูปแบบการพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 60.00 มากกว่า เพศหญิง ร้อยละ 40.00 ตามลำดับ ซึ่งมีอายุระหว่าง 51-60 ปี ร้อยละ 50.00 เป็นจำนวนมากที่สุด ส่วนระดับการศึกษาจะมีการศึกษาในช่วง ปวส. ร้อยละ 50.00 การประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ค้าขาย ร้อยละ 40.00 เป็นจำนวนมาก ระดับรายได้ต่อเดือนจะอยู่ในช่วง 20,001-25,000 บาท และ 25,001-30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 40.00 มีจำนวนมากที่สุด และระยะเวลาในการดำเนินงานกลุ่มอาชีพเกษตรกรในชุมชน จะอยู่ในช่วงระยะเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 80.00 มีจำนวนมากที่สุด และผล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการผลิตและแปรรูปในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ด้านช่องทางการตลาดในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และรูปแบบการพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทราในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

การอภิปรายผล

ตอนที่ 1 ศึกษาวิธีการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 60.00 มากกว่า เพศหญิง ร้อยละ 40.00 ตามลำดับ ส่วนด้านการผลิตและแปรรูปในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และกลุ่มเกษตรกรเป็นผู้ผลิตผักแปลงใหญ่ปลอดภัยสูงตำบลหนองยาว อำเภอพนมสารคาม เป็นกลุ่มเกษตรกรในนามวิสาหกิจที่มีการปลูกผักปลอดสารพิษกันเป็นจำนวนมากและเป็นที่นิยมในกลุ่มลูกค้าที่สนใจทานผักปลอดสารพิษเป็นจำนวนมาก โดยมีหน่วยงานราชการเข้ามาสนับสนุนด้านงบประมาณด้านวิชาการและการฝึกอบรมให้กลุ่มเกษตรกรนำความรู้ไปต่อยอดให้ได้มาตรฐานผักปลอดสารพิษ และมีผลผลิตที่ต้องจำหน่ายวันต่อวันเพราะเป็นผักสดที่ตัดจากสวนพร้อมจำหน่ายต่อลูกค้าได้เลย หรือผักบางชนิดก็สามารถเก็บรักษาในตู้แช่ เพื่อรักษาคุณภาพของผักได้ หากช่วงใดผลผลิตมีจำนวนมากและยอดการขายไม่ค่อยดี ผักเหล่านี้เก็บรักษาไว้นานย่อมเน่าเสียได้ แนวทางการแก้ไข คือ กลุ่มเกษตรกรต้องช่วยกันวางแผนการผลิตการเพาะปลูกในแต่ละช่วงฤดูกาลให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า สามารถจำหน่ายได้ทันตามที่ต้องการ นอกจากนี้ที่মনักวิจัยและกลุ่มเกษตรกรอาสาสมัครมารวมกลุ่มช่วยกันวางแผนจะต่อยอดกับผักปลอดสารพิษเหล่านี้ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

จึงช่วยกันหาวิธีการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษเป็นข้าวเกรียบจากผักเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน ต้องเน้นเกี่ยวกับคุณภาพของการแปรรูปสินค้า รวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่สนใจเลือกซื้อสินค้าทุกช่องทางที่นำไปจำหน่ายด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Pichetsiraprapa (2018) พบว่า การจัดการผลิตแปรรูปต้องเน้นด้านคุณภาพในการแปรรูปให้ได้มาตรฐานและปลูกจิตสำนึกให้เกษตรกรต้องให้ความสำคัญกับการแปรรูปสินค้าเกษตรที่มีอยู่ให้มีมูลค่าเพิ่ม ส่วนงานวิจัยของ Nantasarn et al. (2021) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 79.02 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 20.98 ตามลำดับ ส่วนด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบฉลากสินค้าบนผลิตภัณฑ์ และความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 3 ชนิด พบว่า มีระดับความคิดเห็นเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์สวยงาม และดึงดูดใจ ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.32, 4.18 และ 4.21 ตามลำดับ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นว่า ควรจัดจำหน่ายในร้านค้าศูนย์โอท็อป และร้านของฝากของที่ระลึกภายในจังหวัด และควรมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อตอบสนองรูปแบบการเลือกซื้อสินค้าในปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ศึกษาช่องทางการตลาดการแปรรูปผักปลอดสารพิษเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ด้านช่องทางการตลาดในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 โดยพบว่า (1) ความพร้อมของกลุ่มเกษตรกรที่มาร่วมกันทำข้าวเกรียบจากผักปลอดสารพิษยังมีน้อยราย (2) ขาดแรงจูงใจในการทำอาชีพเสริมเกี่ยวกับการแปรรูปผักปลอดสารพิษ (3) อยากกระตุ้นเกษตรกรรุ่นก่อนไม่ค่อยมีความรู้ในการพัฒนาดตนเองเท่าที่ควรให้หันมาปรับทัศนคติตนเองเสียใหม่ เพื่อจะได้มีอาชีพเสริมให้ครอบครัวเพิ่มมากขึ้น (4) การสืบทอดของเกษตรกรรุ่นใหม่ในการหันมาทำเกษตรไม่มีเพราะ

เริ่มเปลี่ยนแปลงอาชีพของตนเองไปทำงานอย่างอื่นแทน ที่ได้คำตอบแทนดีกว่า ไม่ลำบาก และ (5) ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนและขั้นตอนการผลิตที่ดี สำหรับแนวทางแก้ไขภาพรวม คือ (1) เกษตรกรได้ตั้งกลุ่มอาสาสมัครขึ้นมาและเชิญชวนให้เกษตรกรอื่นที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยแสดงให้เห็นเป็นรูปธรรมจริงในการดำเนินงานทุกขั้นตอน มีห้องสำหรับผลิตสินค้า และมีช่องทางจำหน่ายสินค้าจริง สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร (2) ต้องช่วยกระตุ้นให้เกษตรกรเห็นคุณค่าของผักปลอดสารพิษที่ปลูกแล้วหลีกเลี่ยงการจำหน่ายไม่ต้องทิ้ง ให้หันมาแปรรูปได้หลากหลาย และสามารถทำเป็นอาชีพเสริมในการหารายได้เลี้ยงดูครอบครัวได้อีกทางและ (3) อยากให้มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาสนับสนุนเงินทุนหรือมาอบรมให้ความรู้กับกลุ่มเกษตรกรอยู่บ่อย ๆ กระตุ้นให้ตื่นตัวในการหาอาชีพเสริมให้ครอบครัวให้สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้อีกทาง สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Kartajaya, and Setiawan (2010) พบว่า การนำเทคโนโลยีในยุคการตลาด 3.0 และต่อเนื่อง 4.0 สามารถเพิ่มยอดขายและการเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกที่ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Pichetsiraprapa et al. (2022) พบว่า (1) กลุ่มเกษตรกรให้ความร่วมมือหันมาปลูกมะม่วงและผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปมีแนวทางบริหารจัดการโดยเน้นการรวมกลุ่มในการพัฒนาผลผลิตและสายพันธุ์มะม่วงที่นิยมในท้องตลาดได้เป็นอย่างดี มีการกระจายสินค้าและการเข้าถึงตลาดได้อย่างเหมาะสม (2) ภาพรวมของการจัดการความรู้ด้านการจัดการช่องทางการตลาดในตลาดสื่อออนไลน์ ส่วนใหญ่รู้จักแต่ไม่ค่อยมีความรู้เท่าที่ควรมักจะมีลูกหลานทำหน้าที่ขายมะม่วงผ่านสื่อออนไลน์ให้แต่ก็ไม่จริงจังเท่าที่ควร (3) การทำสื่อออนไลน์ในการขายมะม่วงถือเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดให้เกษตรกรมีแนวคิดในการพัฒนาสื่อออนไลน์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และ (4) มีการ

พัฒนาการตลาด คือ การพัฒนาตลาดภายในและภายนอก การเชื่อมประสานภาคีความร่วมมือในด้านการเรียนรู้สู่ความเข้มแข็ง การพัฒนาช่องทางการตลาดแบบ Offline and Online การตลาดร่วมกับบริษัทเอกชน และการตลาดร่วมกับตลาดต่างประเทศ

ตอนที่ 3 ศึกษาแบบแผนการพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า แบบแผนการพัฒนาแนวทางการผลิตแปรรูปผักปลอดสารพิษและช่องทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 โดยมีด้านการผลิตและแปรรูป ที่กลุ่มเกษตรกรได้แสดงความคิดเห็นร่วมกันในแต่ละด้านที่มีความสำคัญกับการผลิตและแปรรูปผักปลอดสารพิษ โดยการนำเอาหลักภูมิปัญญาท้องถิ่นและจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการแปรรูป เช่น การวางแผนการผลิตและแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้คุ้มค่า ส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การผลิตให้ทันเวลา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับด้านช่องทางการตลาด โดยช่วยกันระดมสมองเสนอแนวคิดดังนี้ การให้บริการผ่านร้านค้า การให้บริการถึงบ้านลูกค้า การให้บริการผ่านตัวแทนจำหน่าย และการบริการผ่านออนไลน์ ที่จะพัฒนากระบวนการผลิตให้ทันต่อคำสั่งซื้อ และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ Kotler, Kartajaya, and Setiawan (2020) พบว่า การบริการผ่านออนไลน์ของการตลาดยุค 3.0 หรือเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคการตลาด 5.0 จะเน้นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและสนับสนุนความต้องการของกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภท

ได้อย่างรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Leksuit and Pituratjarurnkoon (2020) พบว่า รูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสม คือ การจัดทำตลาดนัดเพื่อจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่าง ๆ ในแต่ละอำเภอ จัดทำตลาดซื้อขายสินค้าแบบออนไลน์ และสนับสนุนให้แต่ละพื้นที่มีร้านอาหารอินทรีย์หรือเมนูอาหารอินทรีย์ประจำท้องถิ่น ประชาสัมพันธ์สินค้าเกษตรอินทรีย์โดยการสร้างเรื่องราว (story) ให้กับตัวสินค้า ขยายช่องทางการตลาดไปสู่โรงเรียน โรงพยาบาล ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร จัดให้มีการรวมหุ้นของสมาชิกเครือข่ายฯ สร้างเครือข่ายการตลาดต่างพื้นที่ ต่างภูมิภาค และการจัดทำการท่องเที่ยววิถีเกษตรอินทรีย์ สรุปได้ว่าจากการอภิปรายงานวิจัยมีความสอดคล้องและสนับสนุนกับโครงการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะ

1. การสนับสนุนเกษตรกรรุ่นใหม่เข้ามามีบทบาทในการสืบทอดและนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีในการพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรให้สามารถมีการผลิตและแปรรูปอย่างต่อเนื่อง
2. การพัฒนาพื้นที่ในการเพาะปลูกสินค้าทางการเกษตรมีคุณภาพที่ได้มาตรฐานรองรับทางการเกษตร GAP อย่างต่อเนื่อง
3. การสร้างกลไกใหม่ในการบริหารจัดการช่องทางการตลาดทั้งตลาดภายในชุมชนและตลาดภายนอกพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพโดยการรวมกลุ่มในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

References

- Agricultural Research Development Agency. (2024). *Processing agriculture to increase product value*. Retrieved from <https://www.arda.or.th/detail/6191> [In Thai]
- Chotipan, N. (2012). *The influence of marketing mix factors to wine distribution channels*. Master's Independent Study of Business Administration (General Management), Rajamangala University of Technology Thanyaburi.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0: From products to customers to the human spirit*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2020). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Leksuit, S., & Pituratjarurnkoon, P. (2020). Development of an organic marketing model of sustainable agriculture network, Lamphun. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 14(2), 76-87. [In Thai]
- Nantasarn, M., Khamkula, K., & Boonsrichana, T. (2021). *Development of packaging and marketing channel of Mahachanok mango Processing in commercial market at Na Chueak district, Mahasarakham province*. Rajabhat Maha Sarakham University. [In Thai]
- Pichetsiraprapa, P. (2018). *Textbook on production and operations management (Revised 2015-2018)*. Rajabhat Rajanagarindra University, Faculty of Management Science. [In Thai]
- Pichetsiraprapa, P., Yaowong, A., Nootayasakul, C., & Matman, P. (2022). Increasing the capacity to manage marketing channels of mango and processed mango products that affect diversity according to consumer groups to create awareness and sustainability through online media systems. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 12(1), 144-157. [In Thai]
- Sawangdee, Y. (2024). *Lecture: Research zone, 2024: Phase 197 for February 2024*. National Research Council of Thailand, Research Learning Center. [In Thai]
- Serirat, S., Hirankitti, S., Chiyachantana, C., Sriwarom, L., Suwannapirom, S., & Prapawanon, C. (1999). *Organization and management*. Theera Film & Scitex. [In Thai]