

DOI: 10.14456/phdssj.2026.32

Received:	October	10, 2025
Revised:	February	10, 2026
Accepted:	August	12, 2026

แนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ปลอดภัยให้ยั่งยืนสู่กลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา

พิพรรณ พิเชฐศิริประภา¹ ธนเดช กังสวัสดิ์² คมสันต์ ธีระพีช³ ปรัชญาเมธี เทียนทอง⁴
อติเรก เยาววงศ์⁵ ปราบธาดา มณีฉาย⁶ สรรเพชญ์ บรรลือวงศ์⁷ ญาดา เรียมริมมะดัน⁸

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานรองรับการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยในการแปรรูปให้ได้มาตรฐานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (2) ศึกษาต้นทุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ ปลอดภัยสูงจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา (3) ศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดการระบบกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยให้มีมูลค่าเพิ่มและความหลากหลายสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา และ (4) ศึกษาแนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดภัยให้ยั่งยืนสู่กลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยเชิงคุณภาพแบบมีส่วนร่วมผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมจำนวน 50 คนได้แก่ เกษตรกร กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มส่งเสริมอาชีพ และวิสาหกิจชุมชน จากอำเภอบางคล้า อำเภอพนมสารคาม อำเภอแปลงยาว และอำเภอคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์โดยจำแนกข้อมูลตีความและวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า (1) การยกระดับคุณภาพสินค้าเกษตรได้มาตรฐานและสามารถแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีมูลค่า (2) การบริหารต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นและลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น (3) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ทั้งออฟไลน์-ออนไลน์และการสร้างช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่าย และ (4) เน้นการตลาดท้องถิ่นให้เป็นอัตลักษณ์การทำตลาดร่วมร้านค้าปลีก สร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่น และการสร้างแบรนด์ชุมชน

คำสำคัญ: ช่องทางการตลาด; การแปรรูป; ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร; เกษตรกรในชุมชน

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

^{1,2,3,4} คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

422 ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24000, ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล: pichetsiraprapa_nui@hotmail.com

⁵ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

^{6,7,8} คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Guidelines for Developing Marketing Channels and Expanding the Processing of Safe Agricultural Products for Sustainability for Agricultural Groups in Communities in Chachoengsao Province

Pipat Pichetsirapapa¹ Thanadech Kangsawat² Komsan Theeraphucheh³
Prachayamethee Thianthong⁴ Adirek Yaowong⁵ Prattana Maneechay⁶
Sunpech Bunluewong⁷ Yada Reamrimmadun⁸

Abstract

This research article aims to (1) study the basic infrastructure factors supporting the production of safe agricultural products for processing to meet standards and be environmentally friendly among agricultural groups in the community, Chachoengsao Province (2) Study the cost of production and processing of agricultural products to ensure quality, Highly safe from local wisdom for sustainable efficiency of agricultural groups in the community Chachoengsao Province. (3) Study marketing channels and management of safe agricultural product distribution systems to have added value and variety and be able to be self-reliant and sustainable for agricultural groups in the community, Chachoengsao Province and (4) study guidelines for developing marketing channels and further processing of safe and sustainable agricultural products to agricultural groups in the community, Chachoengsao Province. Qualitative participatory research with 50 key informants including farmers, housewives, and career promotion groups. and community enterprises From Bang Khla District Phanom Sarakham District, Plaeng Yao District and Khlong Khuean District Chachoengsao Province Use purposive selection Data collection from in-depth interviews and analyzed by classifying data Interpret and analyze content.

Findings are as follows: (1) raising the quality of agricultural products to meet standards and being able to process agricultural products to have value, (2) managing increased production costs and reducing unnecessary costs, (3) creative marketing both offline-online and creating easily accessible communication channels, and (4) emphasizing local marketing as an identity. Co-marketing with retail stores Create a network of other community enterprises and community branding.

Keywords: Marketing Channels; Processing, Agricultural Products; Farmers in the Community

Type of Article: Research Article

^{1,2,3,4} Faculty of Science and Technology, Rajabhat Rajanagarindea University
422 Na Muang Subdistrict, Mueang District, Chachoengsao Province 24000, Thailand
Corresponding Author Email. pichetsirapapa_nui@hotmail.com

⁵ Faculty of Education, Rajabhat Rajanagarindea University

^{6,7,8} Faculty of Science and Technology, Rajabhat Rajanagarindea University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นโยบายการพัฒนาเกษตรกรไทยให้ก้าวสู่การเป็นเกษตรกรยั่งยืน ถือเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งที่สำคัญของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการวางรากฐานความมั่นคงในภาคการเกษตรเพื่อรองรับนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยภายใต้โมเดลประเทศไทย 4.0 มุ่งเน้นการพัฒนาต้นทุนหลักของภาคเกษตรนั้นคือทุนมนุษย์ซึ่งหมายถึงตัวเกษตรกรนั่นเอง โดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ การยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทราได้มีการจัดทำโครงการที่สำคัญในการสนับสนุนและกระตุ้นให้เกษตรกรในชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทราได้เข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรมและพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อให้เกิดเกษตรกรที่ยั่งยืน โดยมีโครงการดังนี้ (1) โครงการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรตามมาตรฐาน GAP เป้าหมายเกษตรกรจำนวน 63 ราย ร้อยละ 57 ผลสำเร็จที่สำคัญเกษตรกรได้ความรู้ตามระบบมาตรฐาน GAP พร้อมทั้งผ่านการประเมินแปลงต้นพร้อมการยื่นขอการรับรองตามระบบมาตรฐาน GAP และเกษตรกรผู้ผลิตมีการผลิตสินค้าเกษตรตามระบบคุณภาพและมาตรฐาน GAP ได้เพิ่มขึ้น (2) โครงการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป้าหมายเกษตรกรจำนวน 40 ราย ร้อยละ 51 ผลสำเร็จที่สำคัญเกษตรกรเข้าร่วมได้รับการอบรมด้านการผลิตและกระบวนการจัดการสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีความรู้ด้านการผลิตสินค้าตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (3) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผักแบบครบวงจร เป้าหมายเกษตรกร 20 ราย ร้อยละ 50 ผลสำเร็จที่สำคัญเกษตรกรมีความรู้และเข้าใจในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผักแบบครบวงจร และ (4) โครงการส่งเสริมอาชีพด้านการเกษตรตามอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป้าหมายเกษตรกร 40 ราย ร้อยละ 44 ผลสำเร็จที่สำคัญเกษตรกรได้ความรู้ในการพัฒนาการผลิตไม้ผล่อัตลักษณ์คุณภาพ และพัฒนาศักยภาพการผลิตไม้ผลที่เหมาะสมกับศักยภาพตามอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของภาคตะวันออก สามารถเพิ่มมูลค่าด้วยมาตรฐานการรับรองสินค้า GI (สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2567) ทั้งนี้จังหวัดฉะเชิงเทรายังเป็นแหล่งทางการเกษตรมีการเพาะปลูกพืชเกษตรเป็นจำนวนมากสามารถนำมาแปรรูปหรือผลิตภัณฑอาหาร เครื่องจักรสาน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการผลิตสินค้าประเภทอื่น ๆ ซึ่งเป็นที่นิยมของกลุ่มลูกค้าขนาดเล็กและยังไม่ติดเทรนสินค้าทางการตลาดมากนัก จึงทำให้กลุ่มเกษตรกรในชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มส่งเสริมอาชีพ วิสาหกิจชุมชน และผู้นำชุมชนจำเป็นต้องช่วยกันวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปให้เกิดเป็นเอกลักษณ์จุดเด่นของชุมชนนั้น ๆ (รัฐกร บัวศรี และอิสริยาณี ฤทธิมาศ, 2564) แต่อย่างไรก็ตามยังเป็นประเด็นปัญหาที่ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมเกี่ยวกับการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้กับกลุ่มเกษตรกรเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานการรองรับการผลิตสินค้าเกษตรที่ไม่ได้มาตรฐานและรวมทั้งขาดการใส่ใจความปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่งผลทำให้การดำเนินงานของกระบวนการผลิตและการจำหน่ายที่ไม่ได้คุณภาพทำให้อยอดจำหน่ายสินค้าเกษตรลดลง (กมลทิพย์ คำใจ, 2562) และปัญหาที่เกิดจากขาดการบริหารด้านต้นทุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรไม่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดการขาดทุนจากผลการดำเนินงาน ทำให้คุณภาพของสินค้าเกษตรไม่ได้มาตรฐานส่งผลต่อกลุ่มผู้บริโภคลดลง และมียอดขายซื้องที่น้อยลงอีกด้วย (พัชรินทร์ สุภาพันธุ์ และคนอื่น, 2564) สำหรับปัญหาของช่องทางการตลาดและการกระจายสินค้าโดยกลุ่มเกษตรกรไม่มีกระบวนการวางแผนในการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า และการบริการให้มีประสิทธิภาพแล้ว ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมในการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคลดลงได้ ทำให้กลุ่มเกษตรกรท้อแท้ไม่มีความตั้งใจในการดำเนินงานและพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ทีมวิจัยและกลุ่มเกษตรกรในชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา มีความสนใจร่วมกันในการศึกษาประเด็นแนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดภัยให้ยั่งยืนสู่กลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งหวังให้กลุ่มเกษตรกรในชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างคุณค่าในการสืบทอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้มีเพิ่มมูลค่า และทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่ดีให้กับชุมชน สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดฉะเชิงเทราได้อีกทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานรองรับการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยในการแปรรูปให้ได้มาตรฐานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ศึกษาด้านต้นทุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ ปลอดภัยสูงจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. ศึกษาช่องทางการตลาดและการจัดการระบบกระจายสินค้าเกษตรปลอดภัยให้มีมูลค่าเพิ่มและมีความหลากหลายสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา
4. ศึกษาแนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดภัยให้ยั่งยืนสู่กลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาในปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ แนวคิดต่าง ๆ ดังนี้ (1) แนวคิดเกี่ยวกับด้านช่องทางการตลาด (2) แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานรองรับการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยในการแปรรูป (3) แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านผลผลิตทางการเกษตร (4) แนวคิดเกี่ยวกับด้านต้นทุนการผลิต (5) แนวคิดเกี่ยวกับด้านการแปรรูปด้านผลผลิตทางการเกษตร และ (6) แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายสินค้าด้านผลผลิตทางการเกษตร

2. ด้านประชากรและตัวอย่าง กลุ่มเกษตรกรในชุมชนมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรจำนวน 15 คน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 5 คน กลุ่มส่งเสริมอาชีพจำนวน 5 คน วิชากิจชุมชนจำนวน 15 คน และผู้นำชุมชนจำนวน 10 คน ที่อยู่ในพื้นที่ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า (แปรรูปปุ๋ยจากกากมะพร้าว น้ำหอม) ตำบลหนองยาว อำเภอนวมสารคาม (แปรรูปข้าวเกรียบ ผักผง ผักเส้นจากผักปลอดสารพิษ) ตำบลหนองไม้แก่น อำเภอแปลงยาว (แปรรูปชมพู สับจากพืชสมุนไพร) และตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน (แปรรูปทองม้วน มะม่วง มะม่วงกวนจากมะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดฉะเชิงเทรา รวมจำนวน 50 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษา ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรในชุมชนจำนวน 4 อำเภอ ได้แก่ ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า ตำบลหนองยาว อำเภอนวมสารคาม ตำบลหนองไม้แก่น อำเภอแปลงยาว และ ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา ในการดำเนินการวิจัยภายในปีงบประมาณ 2567- 30 กันยายน 2568

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ด้านสังคม กลุ่มเกษตรกรมีระบบการบริหารจัดการด้านการผลิตสินค้าเกษตรให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นด้านต้นทุนและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ และด้านช่องทางการตลาดและการจัดการกระจายสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถสร้างเป็นมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการนำหลักภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดในการพัฒนาชุมชนสินค้าเกษตรให้เข้มแข็ง
2. ด้านนโยบาย ภาครัฐมีการสนับสนุนและพัฒนารวมกันให้เกิดความเข้มแข็งด้านการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านต้นทุนและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ และด้านช่องทางการตลาดและการจัดการกระจายสินค้าให้มีความหลากหลายทุกช่องทาง สามารถนำผลผลิตทางการเกษตรให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน
3. ด้านเศรษฐกิจ ทำให้ชุมชนมีรายได้เสริมจากการพัฒนาด้านการผลิตสินค้าเกษตรเน้นการแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรให้มีมูลค่า สร้างรายได้และเกิดอาชีพใหม่ให้กับชุมชน ทำให้ชุมชนมีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ทันสมัยต่อความต้องการของผู้บริโภค

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ด้านช่องทางการตลาด เป็นกิจกรรมหลักของกลุ่มเกษตรกรที่ช่วยกันวางแผนก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค และเป็นเครื่องมือของการสร้างผลกำไรหรือนำไปสู่เป้าหมายอื่น ๆ เน้นการเรียนรู้หลักการจัดการช่องทางการตลาด ควรทำความเข้าใจถึงแนวความคิดในการจัดการช่องทางการตลาดคือ ช่องทางการตลาดที่เน้นการผลิต ช่องทางการตลาดที่เน้นผลิตภัณฑ์ ช่องทางการตลาดที่เน้นการขาย ช่องทางการตลาดที่เน้นการตลาด และ ช่องทางการตลาดที่การตลาดเพื่อสังคม (Kotler & Keller, 2012; Kotler et al., 2020)
2. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานรองรับการผลิตสินค้าปลอดภัยในการแปรรูป คือ การนำเอาผลผลิตทางการเกษตรมาผ่านกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงสภาพของผลผลิตทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่อยู่ในสภาพที่เหมาะสมสะดวกและปลอดภัย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากหลายเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรสามารถลดปัญหาผลผลิตล้นตลาด และช่วยยกระดับราคาผลผลิตทางการเกษตรไม่ตกต่ำ และช่วยให้เกิดอาชีพเสริมได้อีก (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563)
3. มาตรฐานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้านผลผลิตทางการเกษตร เป็นแนวทางในการทำการเกษตรเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีและปลอดภัย ตามมาตรฐานที่กำหนด โดยขบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค ปราศจากการปนเปื้อนของสารเคมีไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมมีการใช้ ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ผลผลิตสูงคุ้มค่าต่อการลงทุน และการผลิตตามมาตรฐาน GAP ก่อให้เกิดความยั่งยืนทางการเกษตร สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2568)
4. ด้านต้นทุนการผลิต เป็นองค์ประกอบสำคัญของต้นทุนการผลิตแปรรูปสินค้าเกษตรที่ต้องมีแนวทางช่วยกันสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ให้มีระบบการทำงานที่ประสบผลสำเร็จได้ (Kumar & Suresh, 2006) คือ ปัจจัยนำเข้า (input) เช่น คน เงิน เครื่องจักร อุปกรณ์ เทคนิควิธีการ การตลาด แรงจูงใจ การจัดการ และอื่น ๆ กระบวนการบริหารจัดการ (process) ให้มีประสิทธิภาพ ปัจจัยนำออก (output) คือ ผลลัพธ์ที่ได้จาก

ปัจจัยนำเข้าและกระบวนการให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นและข้อมูลย้อนกลับ (feed back) เพื่อนำมาพิจารณาทบทวนหาแนวทางในการแก้ไขหรือปรับปรุงอีกครั้ง

5. ด้านการแปรรูปสินค้าเกษตรด้านผลผลิตทางการเกษตร การนำเอาผลผลิตทางการเกษตรมาผ่านกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงสภาพของผลผลิตทางการเกษตรให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่อยู่ในสภาพที่เหมาะสมสะดวกและปลอดภัย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีความหลากหลาย เพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภค และเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร (Anan industry, 2567)

6. การกระจายสินค้าด้านผลผลิตทางการเกษตร กลุ่มเกษตรกรต้องให้ความสำคัญกับกระจายสินค้าที่จำเป็นอย่างยิ่งโดยต้องพิจารณาถึงผู้ผลิต คนกลาง และผู้ใช้หรือผู้บริโภคที่ต้องให้ความสำคัญทุกกระบวนการที่เกี่ยวข้องกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า การบอกต่อ หรือสามารถเพิ่มช่องทางการตลาดได้มากขึ้นในการสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ กลุ่มเกษตรกรย่อมมีบทบาทสำคัญในการดำเนินตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ จึงทำให้มีการวางแผนการจัดการช่องทางการตลาดอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่เปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา (พิพรธน์ พิเชฐศิริประภา และคนอื่น ๆ, 2565)

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ พัชรินทร์ สุภาพันธุ์ และคนอื่น ๆ (2564) พบว่า การเพิ่มขึ้นในความน่าจะเป็นของเกษตรกรต่อการยอมรับการปฏิบัติการผลิตผัก ตามมาตรฐาน GAP ระดับมาก ประกอบด้วยการสนับสนุนการใช้เงินทุนตนเองและการกู้ยืมเงินในการผลิตผัก GAP ความหลากหลายของชนิดผัก GAP ราคามีความเหมาะสมและความพยายามในการส่งเสริมการพัฒนาและการเติบโตของการผลิตผัก GAP ให้เกิดการขยายอย่างกว้างขวางเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และการศึกษาของ นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย (2562) พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเห็ดจะต้องพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จนได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี หรือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มากขึ้น ซึ่งจะทำให้วิสาหกิจชุมชนมีต้นทุนการผลิตลดลงและมีช่องทางการตลาดมากขึ้น ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น และเป็นผู้มีความสามารถในการผลิตและการตลาด ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น รวมทั้งทำให้วิสาหกิจชุมชนอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้จัดการฟาร์มที่เป็นมืออาชีพ ต่อไป ในขณะที่ การศึกษาของ รัฐการ บัวศรี และอิสริยณี ฤทธิมาศ (2564) พบว่า อุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์ยังมีโอกาสในการวางแผนด้านต้นทุนการผลิตและสามารถพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ได้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการสนับสนุน โดยเฉพาะในเรื่องการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์และการพัฒนาทักษะในการจัดการเทคโนโลยี นอกจากนี้ การศึกษาของ เพชรา บุคศิทา (2564) พบว่า ลูกคามีประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและลูกค้าให้ความสำคัญด้านองค์ประกอบเว็บไซต์ของการทำช่องทางการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ด้านส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหาและการนำเสนอที่ตรงความต้องการเฉพาะ การติดต่อซื้อขาย ความเป็นชุมชน รูปลักษณ์ การติดต่อสื่อสารและการเชื่อมโยงผู้ซื้อเป็นต้น ในขณะที่ การศึกษาของ กมลทิพย์ คำใจ (2562) พบว่า เกษตรกรเองมีการใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาเดิม มาใช้ในการผลิตสินค้าเกษตร เนื่องจากกระบวนการผลิตในบางขั้นตอนยังต้องใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิมมาช่วยในการผลิต และมีการผสมผสานกันระหว่างการผลิตแนวสมัยใหม่ เช่น มีการใช้เครื่องจักร หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อมาช่วยในการผลิต เพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่มั่นคง การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการสร้างเครือข่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรชุมชนในตลาดที่สูงขึ้นด้วย และกิจกรรมทางการตลาด 2 รูปแบบ คือ (1) การส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตร

โดยระบบสหกรณ์ มีผลดีในด้านการเงินที่มีสภาพคล่องมากขึ้น และ (2) การส่งเสริมกิจกรรมตลาดในห้างสรรพสินค้า เป็นการส่งเสริมกิจกรรมตลาดให้ ผู้ผลิตสินค้าเกษตรได้พบกับผู้บริโภคโดยตรง เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อผู้บริโภคให้รู้จักสินค้าเกษตรชุมชนที่มีคุณภาพ ซึ่งความสำเร็จของการจัดการตลาดสินค้าเกษตรในระดับตลาดที่สูงขึ้นโดยวัดจากยอดขาย

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและการวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้ ด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยเป็นเกษตรกรที่สนใจในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตร การแปรรูปในชุมชนให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ มีผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร จำนวน 15 คน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 5 คน กลุ่มส่งเสริมอาชีพ จำนวน 5 คน วิชากิจชุมชน จำนวน 15 คน และผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน ที่อยู่ในพื้นที่ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า (แปรรูปจากกากมะพร้าว น้ำหอม) ตำบลหนองยาว อำเภอนมสาร (แปรรูปข้าวเกรียบ ผักผไท ผักเส้นจากผักปลอดสารพิษ) ตำบลหนองไม้แก่น อำเภอแปลงยาว

(แปรรูปชมพูสุญจากพืชสมุนไพร) และตำบลคลองเขื่อน อำเภอกลองเขื่อน (แปรรูปทองม้วนมะม่วง มะม่วงกวนจากมะม่วงน้ำดอกไม้) รวมจำนวน 50 คน ด้วยวิธีการเลือกสุ่มตัวแบบเจาะจง (specific purposive simply) และเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (องค์การบริหารส่วนตำบลสาวชะโงก, 2568; องค์การบริหารส่วนตำบลคลองเขื่อน, 2568; องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้แก่น, 2568; องค์การบริหารส่วนตำบลหนองยาว, 2568) เกณฑ์การคัดเลือก คือ (1) ต้องเป็นเกษตรกรที่มีประสบการณ์ทางการเกษตรอายุระหว่าง 30 - 70 ปี (2) มีความรู้ความเข้าใจการแปรรูปหรือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่ม และ (3) ต้องการสร้างรายได้และจำหน่ายสินค้าเกษตรเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ที่สร้างขึ้นจากการศึกษากรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยมีข้อคำถามที่กำหนดไว้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย มีผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ กลุ่มเกษตรกร จำนวน 15 คน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำนวน 5 คน กลุ่มส่งเสริมอาชีพจำนวน 5 คน วิสาหกิจชุมชน จำนวน 15 คน และผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน ที่อยู่ในพื้นที่ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า ตำบลหนองยาว อำเภอพนมสารคาม ตำบลหนองไม้แก่น อำเภอแปลงยาว และ ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา รวมจำนวน 50 คน

2. การสัมภาษณ์รูปแบบการประชุมแบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการ AIC (appreciation influence control) มีลักษณะแบบเปิดโอกาสให้กลุ่มเกษตรกรในชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน

3. การสนทนากลุ่มย่อย (focus group) โดยมีข้อคำถามและเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรจำนวน 15 คน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำนวน 5 คน กลุ่มส่งเสริมอาชีพจำนวน 5 คน วิสาหกิจชุมชน จำนวน 15 คน และผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน ที่อยู่ในพื้นที่ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า ตำบลหนองยาว อำเภอพนมสารคาม ตำบลหนองไม้แก่น อำเภอแปลงยาว และ ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา รวมจำนวน 50 คน

4. การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรจำนวน 15 คน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 5 คน กลุ่มส่งเสริมอาชีพจำนวน 5 คน วิสาหกิจชุมชนจำนวน 15 คน และผู้นำชุมชนจำนวน 10 คน ที่อยู่ในพื้นที่ตำบลสาวชะโงก อำเภอบางคล้า ตำบลหนองยาว อำเภอพนมสารคาม ตำบลหนองไม้แก่น อำเภอแปลงยาว และ ตำบลคลองเขื่อน อำเภอกลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา รวมจำนวน 50 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากองค์ความรู้ใหม่ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนด้วยวิธีสามเส้า นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มย่อย และการประชุมแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ มาเรียบเรียง ทำการตรวจสอบข้อมูล และนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ ได้แก่ การจำแนกข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน และสรุปตีความด้วยการบรรยายผล และนำเสนอผลการวิจัยว่าได้ค้นพบความจริงเพื่อยืนยันความรู้ที่มีมาแต่เดิมหรือได้ความรู้ใหม่ประการใด เพื่อสรุปรายละเอียดประเด็นต่าง ๆ

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ศึกษาปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานรองรับการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยในการแปรรูปให้ได้มาตรฐาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรช่วยกันส่งเสริมยกระดับคุณภาพสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน GAP เพิ่มความปลอดภัยต่อเกษตรกร สิ่งแวดล้อมในชุมชนและสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และสามารถแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น โดยเน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการวางแผนและบริหารจัดการ ให้เกษตรกรมีบทบาทสำคัญในการออกแบบและตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน สนับสนุนการฝึกอบรมและเสริมสร้างความรู้ด้านมาตรฐาน GAP และเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เน้นการพัฒนากระบวนการสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรท้องถิ่น ออกแบบและติดตั้งระบบน้ำ ระบบพลังงาน และเครื่องมือแปรรูปที่เหมาะสมและประหยัดพลังงาน สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนส่งเสริมความร่วมมือในการถ่ายทอดเทคโนโลยี การสนับสนุนด้านวิชาการ และการตลาด และการติดตามและประเมินผลการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสามารถพึ่งพาตนเองได้

ตอนที่ 2 ศึกษาต้นทุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ ปลอดภัยสูงจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรสามารถบริหารต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น มีคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าแปรรูปได้รับการพัฒนาให้ตรงตามมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในตลาด ทำให้เกิดความเข้มแข็งในกลุ่มชุมชน เกษตรกรมีความรู้และทักษะที่เพิ่มขึ้น พร้อมถ่ายทอดความรู้สู่สมาชิกใหม่และกลุ่มเกษตรกรสามารถเป็นต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัย ซึ่งเป็นตัวอย่างที่สามารถนำไปขยายผลในชุมชนอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับการขยายผลจากการดำเนินงานจะช่วยเพิ่มศักยภาพให้กลุ่มเกษตรกรในพื้นที่คือ (1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพสินค้า (2) ผลกระทบทางสังคม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรมีความร่วมมือและความสามัคคีมากขึ้น และเกิดการเรียนรู้และพัฒนาทักษะร่วมกัน (3) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการเกษตรปลอดภัยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และ (4) ผลกระทบทางด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มเกษตรกรมีแนวทางการดำเนินงานที่ยั่งยืน สามารถพัฒนาต่อยอดและขยายผลได้ในระยะยาว และสามารถสร้างต้นแบบการบริหารจัดการและผลิตสินค้าที่สามารถนำไปใช้ในชุมชนอื่น ๆ ได้

ตอนที่ 3 ศึกษาแนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดภัยให้ยั่งยืนสู่กลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรควรต้องมีการผ่านกระบวนการแปรรูปและการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การขยายช่องทางการตลาดทั้งออฟไลน์-ออนไลน์ รวมไปถึงการจัดการระบบกระจายสินค้าผ่านขนส่งในชุมชนให้มีประสิทธิภาพและเน้นการประหยัดต้นทุน ควรส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรแบบเครือข่ายเพื่อการตลาดและการขนส่งร่วม และเกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองด้านการผลิต การพึ่งพาตนเองด้านการเงิน การพึ่งพาตนเองด้านการตลาด และการพึ่งพาตนเองด้านการจัดการกลุ่ม สามารถวิเคราะห์ผู้บริโภคเป้าหมาย การปรับสินค้าให้ตรงกับความต้องการ และการทดสอบตลาดก่อนผลิตจริง เช่น สิ่งสำคัญคือการสร้างช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและตอบโต้ได้ทันที การมีกิจกรรมส่งเสริมการสื่อสารสองทาง และการใช้เครื่องมือช่วยจัดการการสื่อสารอย่างมืออาชีพ

ตอนที่ 4 ศึกษาแนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดภัยให้ยั่งยืนสู่กลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรควรทำตลาดท้องถิ่นให้เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน มีการหมุนเวียนสินค้าเกษตรภายในชุมชน ตามตลาดนัด การจำหน่ายที่หน่วยงานภาครัฐจัดหรือการออกบูธ และตลาดออนไลน์ เน้นกลุ่มเกษตรกรที่มีความรู้สามารถนำไปจำหน่ายผ่านออนไลน์ได้ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ใช้ในการสื่อสารทางการกับลูกค้าโดยตรง และการทำคอนเทนต์เรื่องราวเกี่ยวกับการเพาะปลูกพืชเกษตร การแปรรูปสินค้า ให้ลูกค้าได้ติดตามหรือสนใจมากขึ้น ส่วนการสร้างตลาดพันธมิตร การสร้างความร่วมมือกับร้านค้าปลีกในการนำสินค้าเกษตรทั้งแปรรูปและยังไม่ได้แปรรูปไปวางจำหน่ายเพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรอีกทาง และการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นให้ช่วยต่อยอดหรือเพิ่มแหล่งจำหน่ายสินค้าต่อกัน สำหรับการบรรจุภัณฑ์และมาตรฐานมีความปลอดภัยและควรออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย น่าสนใจ ชื่อสินค้า ตราสินค้า ภาพขณะบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อดึงดูดใจลูกค้าในการซื้อสินค้าได้ เน้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัย สำหรับมาตรฐานเน้นการรองรับมาตรฐาน GAP หรือ ออ. เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า ซึ่งในส่วนนี้เกษตรกรได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และการสร้างแบรนด์ชุมชน เป็นการสร้างอัตลักษณ์สินค้าในชุมชนให้เป็นที่รู้จัก โดยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรคือเวลาที่มาเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราต้องแวะมาเที่ยวที่อำเภอบางคล้า อำเภอนมสารคาม อำเภอแปลงยาว และอำเภอกองเค็ม เป็นต้น เพื่อเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มาอุดหนุนสินค้าเกษตรและทำให้กลุ่มเกษตรกรสามารถนำสินค้าเกษตรมาจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งอาจจะจัดเฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์หรือวันหยุดพิเศษต่าง ๆ เพื่อทดสอบตลาดก่อน และให้หน่วยงานราชการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ ให้ลูกค้าได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มมากขึ้น

การอภิปรายผล

ตอนที่ 1 ศึกษาปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานรองรับการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยในการแปรรูปให้ได้มาตรฐานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรช่วยกันส่งเสริมยกระดับคุณภาพสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน GAP เพิ่มความปลอดภัยต่อเกษตรกร สิ่งแวดล้อมในชุมชนและสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และสามารถแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูงขึ้น เน้นส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการวางแผนและบริหารจัดการ ให้เกษตรกรมีบทบาทสำคัญในการออกแบบและตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน สนับสนุนการฝึกอบรมและเสริมสร้างความรู้ด้านมาตรฐาน GAP และเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการติดตามและประเมินผลการพัฒนาอย่างต่อเนื่องสามารถพึ่งพาตนเองได้ เช่นเดียวกับ พชรินทร์ สุภาพันธ์ และคนอื่น ๆ, (2564) พบว่า การเพิ่มขึ้นในความน่าจะเป็นของ เกษตรกรต่อการยอมรับการปฏิบัติการผลิตผัก ตามมาตรฐาน GAP ระดับมาก ประกอบด้วย การสนับสนุน การใช้เงินทุนตนเองและการกู้ยืมเงินในการผลิตผัก GAP ความหลากหลายของชนิดผัก GAP ราคาที่เหมาะสม ความพยายามในการส่งเสริมการพัฒนาและการเติบโตของการผลิตผัก GAP ให้เกิดการขยายอย่างกว้างขวางเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด เช่นเดียวกับ นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย (2562) พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเห็ดจะต้องพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จนได้รับการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี หรือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนมีต้นทุนการผลิตลดลงและมีช่องทางการตลาดมากขึ้น ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น และเป็นผู้มี

ความสามารถในการผลิตและการตลาด ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น รวมทั้งทำให้สหกิจชุมชนอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้จัดการฟาร์มที่เป็นมืออาชีพ ต่อไป

ตอนที่ 2 ศึกษาต้นทุนการผลิตและการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพ ปลอดภัยสูงจากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรสามารถบริหารต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น มีคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าแปรรูปได้รับการพัฒนาให้ตรงตามมาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับในตลาด ทำให้เกิดความเข้มแข็งในกลุ่มชุมชน เกษตรกรมีความรู้และทักษะที่เพิ่มขึ้น พร้อมถ่ายทอดความรู้สู่สมาชิกใหม่และกลุ่มเกษตรกรสามารถเป็นต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในการผลิตและแปรรูปสินค้าเกษตรปลอดภัย ซึ่งเป็นตัวอย่างที่สามารถนำไปขยายผลในชุมชนอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับ รัฐการ บัวศรี และอิสริยณี ฤทธิมาศ (2564) พบว่าอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์ยังมีโอกาสในการวางแผนด้านต้นทุนการผลิตและสามารถพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ได้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการสนับสนุน โดยเฉพาะในเรื่องการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์และการพัฒนาทักษะในการจัดการเทคโนโลยี

ตอนที่ 3 ศึกษาแนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดภัยให้ยั่งยืนสู่กลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรควรทำการตลาดเชิงสร้างสรรค์ด้วยการขยายช่องทางการตลาดทั้งออฟไลน์-ออนไลน์ และการส่งเสริมการรวมกลุ่มเกษตรกรแบบเครือข่ายเพื่อการตลาดและการขนส่งร่วม สามารถวิเคราะห์ผู้บริโภคเป้าหมาย การปรับสินค้าให้ตรงกับความต้องการ และการทดสอบตลาดก่อนผลิตจริง สิ่งสำคัญคือการสร้างช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงง่ายและตอบโต้ได้ทันที การมีกิจกรรมส่งเสริมการสื่อสารสองทาง และการใช้เครื่องมือช่วยจัดการการสื่อสารอย่างมืออาชีพ เช่นเดียวกับ เพชรรา บุตสีทา (2564) พบว่า ลูกคามีประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และลูกค้าให้ความสำคัญด้านองค์ประกอบเว็บไซต์ของการทำช่องทางการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ด้านส่วนประกอบที่เป็นเนื้อหาและการนำเสนอที่ตรงความต้องการเฉพาะ การติดต่อซื้อขาย ความเป็นชุมชนรูปลักษณ์ การติดต่อสื่อสารและการเชื่อมโยงผู้ซื้อเป็นต้น

ตอนที่ 4 ศึกษาแนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาดและการต่อยอดแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรปลอดภัยให้ยั่งยืนสู่กลุ่มเกษตรกรในชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มเกษตรกรควรทำตลาดท้องถิ่น ให้เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน มีการหมุนเวียนสินค้าเกษตรภายในชุมชน ตามตลาดนัด การจำหน่ายที่หน่วยงานภาครัฐจัดหรือการออกบูธ และตลาดออนไลน์ เน้นกลุ่มเกษตรกรที่มีความรู้สามารถนำไปจำหน่ายผ่านออนไลน์ได้ ส่วนการสร้างตลาดพันธมิตร การสร้างความร่วมมือกับห้างค้าปลีก และการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่นให้ช่วยต่อยอดหรือเพิ่มแหล่งจำหน่ายสินค้าต่อกัน สำหรับการบรรจุภัณฑ์และมาตรฐานต้องมีความปลอดภัย และการสร้างแบรนด์ชุมชนเป็นการสร้างอัตลักษณ์สินค้าในชุมชนให้เป็นที่รู้จัก และให้หน่วยงานราชการช่วยประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในชุมชนผ่านสื่อต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับ กมลทิพย์ คำใจ (2562) พบว่า เกษตรกรเองมีการใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญาเดิม มาใช้ในการผลิตสินค้าเกษตร เนื่องจากกระบวนการผลิตในบางขั้นตอนยังต้องใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิมมาช่วยในการผลิต และมีการผสมผสานกันระหว่างการผลิตแนวสมัยใหม่เพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐานที่มั่นคง การจัดกิจกรรมทางการตลาดและการสร้างเครือข่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรชุมชนในตลาดที่สูงขึ้นด้วย และกิจกรรมทางการตลาด 2 รูปแบบ คือ

(1) การส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรโดยระบบสหกรณ์ มีผลดีในด้านการเงินที่มีสภาพคล่องมากขึ้น (2) การส่งเสริมกิจกรรมตลาดในห้างสรรพสินค้า เป็นการส่งเสริมกิจกรรมตลาดให้ผู้ผลิตสินค้าเกษตรได้พบกับผู้บริโภคโดยตรง เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจต่อผู้บริโภคให้รู้จักสินค้าเกษตรชุมชนที่มีคุณภาพ ซึ่งความสำเร็จของการจัดการตลาดสินค้าเกษตรในระดับตลาดที่สูงขึ้นโดยวัดจากยอดขาย

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐเช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เกษตรตำบล เข้ามาช่วยพัฒนาทักษะการเรียนรู้เพิ่มเติมให้กับกลุ่มเกษตรกรเช่น การฝึกอบรมด้านการแปรรูป การตลาดดิจิทัล และการจัดการต้นทุนการผลิต ให้สามารถนำมาประยุกต์ต่อยอดได้
2. การสนับสนุนจากเกษตรกรตำบลและศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร ในการกระตุ้นให้เกษตรกรในชุมชนใส่ใจเกี่ยวกับมาตรฐานและความปลอดภัยเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการรองรับมาตรฐานสินค้าเกษตรปลอดภัย GAP ให้กลุ่มผู้บริโภครับรู้ในการสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าเกษตรต่อไป
3. กลุ่มเกษตรกรควรเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามทันสมัย เพื่อเป็นการสื่อคุณค่าของชุมชนให้มีเอกลักษณ์

แนวทางในการวิจัยต่อไป

1. ศึกษาห่วงโซ่อุปทานเพื่อหาจุดอ่อนและแนวทางในการพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรและเกษตรแปรรูปอย่างต่อเนื่อง
2. ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่สนใจสินค้าเกษตรปลอดภัยเพื่อหาแนวทางพัฒนาต่อยอด

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุนในการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 4 อำเภอ ที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

References

- กมลทิพย์ คำใจ. (2562). รายงานผลการวิจัย: เรื่องการวิจัยเพื่อการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรของชุมชน จังหวัด เชียงใหม่ ให้มีศักยภาพการแข่งขันในอาเซียน ปีที่ 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมส่งเสริมการเกษตร. (2563). การแปรรูปผัก ผลไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่า. กลุ่มโรงพิมพ์ สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี. <https://esc.doae.go.th/wp-content/uploads/2021/03/ebook4-2563.pdf>
- นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย. (2562). รายงานผลการวิจัย: เรื่องรูปแบบการจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอินทรีย์ เพื่อยกระดับคุณภาพการผลิต และการเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรอินทรีย์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเห็ดในจังหวัด มหาสารคาม. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พัชรินทร์ สุภาพันธุ์, พัชร อินธนู และก้องนเรนทร์ ใจคำปัน. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับมาตรฐานการรับรองตามการผลิตทางการเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (GAP) ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, 38(3), 152-170.
- พิพรรธน์ พิเชฐศิริประภา, อติเรก เยาว์วงศ์, ชุตินา นุตยะสกุล และภาวิณี มาตรแมน. (2565). การเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการช่องทางการตลาดของมะม่วงและผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปที่ส่งผลต่อความหลากหลายตามกลุ่มผู้บริโภคให้เกิดการรับรู้และยั่งยืนผ่านระบบสื่อออนไลน์. วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 12(1), 144-145.
- เพชร บุดสีทา. (2564). การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายโดยใช้การตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ตำบลท่าขุนราม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 8(2), 48-59.
- รัฐการ บัวศรี และอิสริยา ฤทธิมาศ. (2564). แนวทางส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารการบริหารการศึกษามจร. วิทยาเขตร้อยเอ็ด, 1(3), 22-32.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2567). ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดฉะเชิงเทรา. <https://www.opsmoac.go.th/chachoengsao-dwl-files-452891791830>
- สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2568). การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (good agricultural practices: GAP). https://www.opsmoac.go.th/yasothon-article_prov-files-431691791798
- องค์การบริหารส่วนตำบลคลองเขื่อน. (2568). ข้อมูลและรายละเอียดชุมชน. <https://khlengkhuean.go.th/public/list/data/index/menu/1168>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลสาวชะโงก. (2568). ข้อมูลชุมชน. <https://saochangok.go.th/public/list/data/index/menu/1144>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลหนองไม้แก่น. (2568). ข้อมูลและรายละเอียดชุมชน. <https://nongmaikan.go.th/public/list/data/index/menu/1168>.
- องค์การบริหารส่วนตำบลหนอยาว. (2568). ประวัติความเป็นมาและสภาพพื้นฐาน. https://nongyao.go.th/data_22951.

- Anan industry. (2567). การแปรรูปอาหารจากผลผลิตทางการเกษตร. <https://www.ananindustry.com/food-processing-from-agricultural-products.html>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2020). *Technology for humanity; Marketing 5.0*. John Wiley & Sons.
- Kumar, S. A., & Suresh, N. (2006). *Production and operations management*. New Age International.