
จิรนนท์ กล่อมนรา แก้วรักษา⁴ (Cheeranun Klomnara Kaewruksa)⁴

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ การตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง มีรูปแบบการวิจัยเป็นเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ในตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง 2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรอย่าง

Received: May 11, 2023; Revised: December 7, 2023; Accepted: December 12, 2023

สร้างสรรค์ในตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง โดยคณะผู้วิจัยอาศัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ โดยใช้ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้นำชุมชน ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง จำนวน 5 คน คิดเป็น ร้อยละ 10 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการตลาดสินค้าเกษตร ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และ 3) ชาวบ้าน ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง 20 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รวมทั้งสิ้น 50 คน วิเคราะห์ ข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบความเรียง ผลการวิจัยพบว่า 1) สินค้าทางการเกษตรของ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง เป็นสินค้าทางการเกษตรที่มีคุณภาพ สามารถที่จะผลิตสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค 2) ประชาชน ขาดความรู้เรื่องการต่อยอดในการขายสินค้าทางออนไลน์ การจัดทำบรรจุภัณฑ์ ที่น่าดึงดูด และการโพสต์ ขายออนไลน์ที่น่าสนใจ จึงนำประเด็นปัญหามาเป็นฐาน ในการวิเคราะห์ เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาต่อยอดด้านคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เพื่อเกษตรกรรมผ่านกระบวนการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแล้วกลุ่มเกษตรกรมีความรู้ เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปด้วยการสร้างแบรนด์ การหาทางเลือก และการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ เพื่อให้สามารถเข้าสู่การจัดจำหน่ายในร้านค้าปลีก สมัยใหม่ได้ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : การตลาดเชิงสร้างสรรค์, การสร้างมูลค่าเพิ่ม, สินค้าเกษตร

Abstract

This research study, entitled “Creative Marketing of Agricultural Products, Bang Hin Subdistrict, Kapur District, Ranong Province,” is a qualitative research model. The objectives of this research were 1) to study creative marketing of agricultural products in Bang Hin Subdistrict, Kapur District, Ranong Province and 2) to create added value from creative agricultural products in Bang Hin Subdistrict, Kapur District, Ranong Province. The research samples were selected by purposive random sampling. The in-depth interview form was

used as a tool for data collection. The research samples were divided into three groups: 1)5 community leaders in Bang Hin Subdistrict, Kapur District, Ranong Province, 10%; 25 stakeholders of creative marketing of agricultural products in Bang Hin Subdistrict, Kapur District, Ranong Province, 50%, and 3)20 villagers in Bang Hin Subdistrict, Kapur District, Ranong Province, 40%.

The results of the research showed that 1) agricultural products of Bang Hin subdistrict, Kapur district, Ranong province were quality agricultural products that were sufficient for the consumers' needs; 2) people lacked the knowledge of how to sell products online, attractive packaging, and interesting online sales, which was applied to be analytical base to develop product quality and standards so that the agriculturists will pass through the practical training process to have more knowledge about value added of the process products via branding, alternative selection, and packaging to enter modern retailing in the future.

Keywords : Creative marketing, Value creation Agricultural Product

บทนำ

จังหวัดระนองเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านเศรษฐกิจ มีผลิตภัณฑ์หลายชนิดที่มีจุดเด่น มีคุณภาพ แต่หากชุมชนไม่สามารถทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่น่าจดจำได้ ก็จะทำให้สินค้าจำหน่ายได้น้อยลง การสร้างตราสินค้าจึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่เป็นแนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่น่าเอา อัดลักษณะและจุดเด่นที่จะทำให้ผู้บริโภคนั้นเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง กรณีตลาดของสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่อยู่ในระบบการตลาดที่มีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคาได้ แต่ในปัจจุบันกลับสวนทางกัน เกษตรกรสามารถกำหนดราคาสินค้าได้แต่ต้องมีผลผลิตที่มีคุณภาพ และยังคงเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อพืชเศรษฐกิจในชุมชน คือ ผลผลิตคุณภาพดีมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด หรือผลผลิตสูญเสียง่ายในระหว่างการขนส่ง ส่งผลให้ราคาตกต่ำเหมือนเดิม และเกษตรกรยังขาดข้อมูลข่าวสาร ทักษะ และกระบวนการ

ต่าง ๆ จากการลงสำรวจในพื้นที่ยังพบว่า มีการปลูกพืชผลไม้ทางการเกษตรที่มีคุณภาพ และสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรได้ และยังจะเป็นการสร้างรายได้ให้ชุมชน ให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นด้วย จึงมีความจำเป็นที่จะต้องสนับสนุนและส่งเสริมความรู้ให้แก่คนในชุมชน

แนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Customer Value Creation) มุ่งเน้นในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค (Nilson, T.H., 1992) ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (ปวีณา ผาแสง ญฐกร เงินวงศ์นัย และราชวดี สุขภิรมย์, 2560) และการเป็นเครื่องมือทางการตลาด ที่ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีผลทำให้ตั้งราคาได้สูงขึ้น ถือเป็นความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค

สำหรับการนำแนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรได้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรของตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการผลิตสินค้าเกษตร และต้องการแนวทางการพัฒนาการตลาดเชิงสร้างสรรค์สำหรับสินค้าเกษตรในพื้นที่ของชุมชนตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการศึกษาเรื่องการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง เพื่อศึกษาการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ในตำบลบางหิน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง งานวิจัยในครั้งนี้ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ SRU-EC2022/054 โดยมีขอบเขตการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูล (Key informants) ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบางหิน และประกอบอาชีพเกษตรกร รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงและมีบทบาทต่อการเกษตรสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive selection) จากผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและผู้รับบริการเกษตร รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง และมีบทบาทต่อตลาดและสินค้าเกษตรอินทรีย์ในตำบลบางหิน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง ที่สามารถเข้าร่วมโครงการวิจัยได้ ประกอบไปด้วย

1. ผู้นำชุมชน ตำบลบางหิน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง จำนวน 5 คน
2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในตำบลบางหิน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง จำนวน 25 คน
3. ชาวบ้าน ตำบลบางหิน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง จำนวน 20 คน

การสร้างเครื่องมือและวิธีการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษาข้อในที่ 1 เรื่องการศึกษาการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง โดยประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เพื่อทราบข้อมูลเบื้องต้นเกษตรกร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้

ส่วนที่ 2 การตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ และสำหรับการตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง เครื่องมือในการวิจัยในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Form) โดยวิธีการระดมความคิดเห็นอย่างมีส่วนร่วม ใช้การสนทนากลุ่มย่อยในประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่ง ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่สอง การตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ และส่วนที่สาม ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์โดยนำส่งแบบสัมภาษณ์เชิงลึกไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพในเบื้องต้น แล้วนำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มทดลอง หลังจากนั้นได้นำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยการเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive selection)

กระบวนการเก็บข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งแบบทฤษฎีและปฐมภูมิ โดยแบบทฤษฎีมีการศึกษาจากเอกสารวิชาการ งานวิจัย และแบบข้อมูลปฐมภูมิ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้ไปเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลมาทำการประชุมกลุ่ม (Focus Group) ตัวอย่าง 3 กลุ่ม โดยมีผู้นำชุมชน ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง จำนวน 5 คน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการตลาดสินค้าเกษตร ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง จำนวน 25 คน และชาวบ้าน ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 50 คน โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive selection)

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มย่อยทั้งหมด มาเขียนสรุปผลวิจัยโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) สามารถสรุปได้เป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. การจัดการการตลาดเน้นการมีส่วนร่วม

รูปแบบการจัดกิจกรรมด้านการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรในตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง จะเป็นรูปแบบการผลิตสินค้าในครัวเรือน โดยยึดหลักความร่วมมือของชาวบ้านในชุมชน เน้นรายได้เชิงครัวเรือน ภาครัฐมีการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดประชุมเพื่อพัฒนาการตลาดการเกษตรร่วมกัน จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตร และชาวบ้าน ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง พบว่า มีการทำงานอย่างเป็นระบบร่วมกับภาครัฐ และคนในชุมชน ยึดหลักความร่วมมือของชาวบ้านในชุมชน ตลาดการเกษตรจะเป็นตลาดที่คนในชุมชนนำสินค้าทางการเกษตรของตนเองมาจำหน่าย เน้นรายได้เชิงครัวเรือน โดยยึดหลักความสมดุล ผู้นำชุมชนมีส่วนเกี่ยวข้องด้านการตลาด และชาวบ้าน ได้ร่วมกันประชุมเพื่อพัฒนาชุมชน มีการตัดสินใจร่วมกัน เพื่อดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และหน่วยงานของรัฐและผู้ประกอบการในชุมชน ให้ความร่วมมือในการประเมินผล ติดตามผลงานของชุมชน การปฏิบัติในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2. แบบเน้นการฐานการเรียนรู้

มีการจัดการอบรมด้านการตลาด และจะมีการประชุมประจำเดือน เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน สำหรับพื้นที่ในการจัดทำตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ประชาชนส่วนใหญ่ได้แสดงความคิดเห็นและได้ความรู้จากการอบรมจากวิทยากรที่มีความรู้บ่อยครั้ง แต่อยากให้วิทยากรให้ความรู้ที่เข้าถึงชาวบ้านทั่วถึงทุกพื้นที่ จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน มีส่วนเกี่ยวข้อง และชาวบ้าน ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง พบว่า ชุมชนมีการจัดประชุมหรือจัดการอบรมกับหน่วยงานภาครัฐด้านการตลาด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องน้อยมาก มีการจัดอบรมให้สมาชิกในชุมชน มีการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้นำชุมชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

และชาวบ้านในพื้นที่บ่อยครั้ง ในบางครั้งจะมีวิทยากรมาช่วยในส่วนของการอธิบาย หรือรายละเอียดเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าทางการเกษตร เพื่อใช้ในการต่อยอดสินค้าทางการเกษตรแต่ยังไม่ทั่วถึง ทั้งนี้ ควรให้มีเทคโนโลยีทางการตลาดออนไลน์เข้ามา มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้สินค้าทางการเกษตรเข้าถึงท้องตลาดได้ และให้หน่วยงานรัฐ จัดหานายทุนที่สามารถรับสินค้าของทางชุมชนมีราคาสูง

3. การตลาด 4.0

การตลาดสินค้าการเกษตรอย่างสร้างสรรค์สามารถทำได้ แต่ในส่วนของการขายออนไลน์นั้นยังไม่ทั่วถึง ทั้งนี้ เกษตรกรในพื้นที่ที่มีความพร้อมในการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรเป็นอย่างมาก สามารถที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพออกมาจำหน่ายได้ และผลิตสินค้าเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนได้ดี ชุมชนมีศักยภาพในด้านของพื้นที่เป็นอย่างมาก สามารถทำตลาดเกษตรอย่างสร้างสรรค์ได้อย่างแน่นอน เพราะในชุมชน พื้นที่ประมาณ 70-80% จะเป็นพื้นที่ทางการเกษตรของคนในชุมชน และมีพื้นที่ส่วนกลางที่เป็นทำเลที่ดีในการจัดทำตลาดเกษตร ในส่วนของพื้นที่ทางการจำหน่ายทางออนไลน์มีช่องทางน้อย เพราะชาวบ้านขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี และมีพื้นที่รองรับการขายสินค้าทางการเกษตรส่วนน้อยและไม่มีพ่อค้ารองรับสินค้าการเกษตร หรือมีแต่ส่วนน้อย การทำการตลาดแบบใช้ช่องทางออนไลน์ สามารถกระจายผลผลิตและลดบทบาทของพ่อค้า คนกลางได้ ด้านการตลาด พบว่า มีการวางแผนการปฏิบัติงานการตลาดของชุมชน ผลักดันให้คนในชุมชนทำการเกษตรที่เป็นที่ต้องการของตลาด เพื่อให้ได้สินค้าที่เพียงพอต่อความต้องการและได้ราคาที่เหมาะสม ผลอดจนสร้างเอกลักษณ์ในตัวสินค้าของชุมชนให้เป็นที่รู้จักทั้งโลกออนไลน์และออฟไลน์ เนื่องจากชุมชนมีศักยภาพด้านพื้นที่เป็นอย่างมาก ซึ่งในชุมชนมีความพร้อมในการจัดทำพื้นที่การตลาด และมีพื้นที่ 70-80% ของพื้นที่ในชุมชน ที่ใช้ทำการเกษตร มีผลผลิตทางการเกษตรที่เพียงพอเพื่อให้สามารถจำหน่ายสู่ตลาดเกษตรอย่างทั่วถึง

4. การตลาดแบบประกันราคาสินค้าเกษตร

ชุมชนควรมีกลไกการจำหน่ายสินค้าแบบประกันราคาสินค้าเกษตรที่ให้ราคาสมเหตุสมผล เพราะปัจจุบันสินค้ามีราคาสูงเนื่องจากมีการเก็งกำไรมากเกินไปหลายทอด การประกันราคาสินค้าทางการเกษตรเพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้ที่เพียงพอ ส่งผลให้การตลาดทางการเกษตรมีคุณภาพ มีการวางแผนในการปฏิบัติงานการตลาดของชุมชน ผลักดันให้คนในชุมชนทำการเกษตรที่เป็นที่ต้องการของตลาด เพื่อให้ได้สินค้าที่มีราคาดี เพียงพอต่อความต้องการ ปัญหาส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากปัญหาของพายุฝนฟ้าคะนองซึ่งเป็นปัญหาที่ไม่สามารถควบคุมได้ ชุมชนมีความพร้อมอย่างยิ่งในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และสามารถเป็นที่ดึงดูดของนักท่องเที่ยวได้อย่างแน่นอน และมีการร่วมกันบันทึกข้อตกลง และแนวทางการพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ปัญหาด้านสินค้าที่ใช้ทำการเกษตรมีราคาที่สูงขึ้น แต่ผลผลิตทางการเกษตรมีราคาต่ำลง และมีพ่อค้าคนกลางเข้ามาเก็งกำไรและกดราคาสินค้าที่ออกจากสวน ทำให้ราคาสินค้าจากสวนมีราคาต่ำ นอกจากนี้ คนในชุมชนมีการวางแผนด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอยู่บ่อยครั้ง เช่น การปลูกป่าทดแทน เพื่อทดแทนป่าที่ได้รับผลกระทบจากฝนฟ้าคะนอง เพื่อทำให้เกิดกลไกการรักษารวมชาติและช่วยกันรักษาผืนป่าในการทำการเกษตรอย่างยั่งยืนต่อไป

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าเกษตรอย่างสร้างสรรค์ ตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง โดยวิธีการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) สามารถสรุปเพื่อกำหนดรูปแบบการพัฒนาการตลาดเชิงสร้างสรรค์ได้ ดังนี้

1. มีการนำสื่อออนไลน์มาใช้ขายสินค้าทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าทางการเกษตร
2. มีการจัดอบรม และแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าทางการเกษตรในชุมชนบ่อยครั้ง มีวิทยากรที่มีความรู้ทางด้านการเกษตรมาให้ความรู้ ยังมีประชาชนบางส่วนไม่เข้าถึงเทคโนโลยี
3. มีผู้นำชุมชน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และชาวบ้านในชุมชน ได้ร่วมกันประชุมเพื่อพัฒนา และร่วมกันตัดสินใจ เพื่อให้ดำเนินงานได้บรรลุตามเป้าหมายบ่อยครั้ง

4. มีการสร้างข้อตกลง และร่วมมือกันในการประเมินผลการปฏิบัติงานต่าง ๆ ร่วมกันบ่อยครั้ง โดยการบันทึกข้อตกลงต่าง ๆ และแนวทางในการพัฒนาตลาดเชิงการเกษตรอย่างต่อเนื่อง

5. มีหน่วยงานแกนกลางในการประกันราคาสินค้าเกษตร ในช่วงที่ราคาผลผลิตตกต่ำ

อภิปรายผลการวิจัย

สินค้าทางการเกษตรตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง มีรูปแบบการจัดกิจกรรมด้านการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรเป็นรูปแบบของการเกษตรในครัวเรือน โดยให้หลักความร่วมมือของชาวบ้านในชุมชน ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เอกชน และองค์กรต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม มีการจัดการอบรมด้านการตลาดทางการเกษตร ประชาชนได้รับความรู้และสามารถนำความรู้นั้นไปต่อยอดในการทำการตลาดสินค้าทางการเกษตร มีพื้นที่ที่เพียงพอในการทำตลาดเกษตร มีการประชุมเพื่อหางบประมาณในการจัดทำตลาดการเกษตร ประชาชนสามารถผลิตสินค้าทางการเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จัดให้มีการประกันรายได้สินค้าทางการเกษตรของชาวบ้านในชุมชน มีเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มมูลค่าของสินค้าทางการเกษตรที่น้อย ชาวบ้านขาดความรู้ทางเทคโนโลยี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระศักดิ์ สมยานะ (2562) เกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนเกษตรมีจุดแข็ง คือ สินค้ามีคุณภาพ และจุดอ่อน คือ เกษตรกรยังขาดความสามารถในการใช้เทคโนโลยี รวมถึงคุณภาพผลผลิตในแต่ละรอบการผลิต โอกาส คือ กลุ่มเกษตรกรมีหน่วยงานให้ความช่วยเหลือด้านความรู้ แต่มีอุปสรรค คือ ชาวบ้าน มีอุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีน้อยมาก

ในการสร้างมูลค่าของสินค้าทางการเกษตรของคนในชุมชนนั้น จะต้องเน้นให้ภาครัฐเข้ามามีบทบาท ให้มาก ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความรู้ในเรื่องของการทำการเกษตร เพื่อสามารถที่จะนำความรู้ที่ไปต่อยอด เน้นการใช้เทคโนโลยีทางการตลาดให้มามีส่วนช่วยในการทำให้สินค้าทางการเกษตรเป็นที่รู้จัก สอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Buasri & Ritimat (2021) ศึกษาเรื่องแนวทางส่งเสริมการตลาดออนไลน์ของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรอินทรีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กล่าวว่า เกษตรกรอินทรีย์ยังมีโอกาสในการเติบโตและสามารถพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ได้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการสนับสนุน โดยเฉพาะในเรื่องการส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์และการพัฒนาทักษะในการจัดการเทคโนโลยีพัฒนาเกษตรกรครัวเรือนให้มีความพร้อมมากที่สุด หาพ่อค้าหรือนายทุนที่สามารถรับสินค้าของคนในชุมชนในราคาสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทัดษกร ศรีสุข นิธุมล หิรัญวิจิตรภรณ์ และสุบิน แก้วเต็ม. (2563) ได้ศึกษารูปแบบการดำเนินกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่มีผลต่อการพัฒนาทักษะทางการตลาดของเกษตรกรในจังหวัดลำปาง เพื่อรองรับโครงการสมาร์ทฟาร์มเมอร์และเสนอแนวทางการพัฒนาทักษะด้านการตลาดให้แก่เกษตรกร โดยใช้การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์มีปัญหาทางด้านการจัดการองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์แตกต่างกันไป จึงนำประเด็นปัญหามาเป็นฐานในการวิเคราะห์ เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาต่อยอดด้านคุณภาพและมาตรฐานสินค้า เพื่อเกษตรกรผ่านกระบวนการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแล้วกลุ่มเกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปด้วยการสร้างแบรนด์ การหาทางเลือกและการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สะคราญนิตย์ เล็กสุทธิ์ และพงศ์ศิริ ปีตรัตน์เจริญกุล (2563) ศึกษาเรื่องการพัฒนาารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยังยืนจังหวัดลำพูน กล่าวว่า ควรส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ด้วยการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เกษตรกรอินทรีย์ให้อยู่ในรูปแบบที่บริโภคง่าย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อให้สามารถเข้าสู่การจัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้ และท้ายที่สุดทุกกลุ่มสามารถนำความรู้มาฝึกกำหนดแนวคิดผลิตภัณฑ์ ถ่ายภาพด้วยมือถือ โพสต์ขายด้วยตนเอง และฝึกสร้างเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ผ่านช่องทางสื่อสารการตลาดออนไลน์ของกลุ่มตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชย์ ศรีนรินทร์ และบุหงา ชัยสุวรรณ (2019) ศึกษาเรื่องกระบวนการสร้างตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดออนไลน์สินค้าเกษตรอินทรีย์ กล่าวว่า ควรส่งเสริมเกษตรกรด้านเทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาด

ให้มากขึ้น โดยส่งเสริมการขายผ่านการสื่อสารออนไลน์ที่มีหลากหลายช่องทาง และควรมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตาม ด้านของการเพิ่มพื้นที่ การกระจายสินค้า ควรมีการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มเกษตรกร จัดตั้งตลาดขึ้นมาให้เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าโดยตรง เพื่อความเข้มแข็งและเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

บทสรุป

สินค้าทางการเกษตรตำบลบางหิน อำเภอกะเปอร์ จังหวัดระนอง มีรูปแบบการจัดกิจกรรมด้านการพัฒนาสินค้าทางการเกษตรเป็นรูปแบบของการเกษตรในครัวเรือน โดยใช้หลักความร่วมมือของชาวบ้านในชุมชน ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เอกชน และองค์กรต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม มีการจัดการอบรมด้านการตลาดทางการเกษตร ประชาชนได้รับความรู้และสามารถนำความรู้นั้นไปต่อยอดในการทำการตลาดสินค้าทางการเกษตร มีพื้นที่ที่เพียงพอในการทำตลาดเกษตร มีการประชุมเพื่อหางบประมาณในการจัดทำตลาดการเกษตร ประชาชนสามารถผลิตสินค้าทางการเกษตรที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน จัดให้มีการประกันรายได้สินค้าทางการเกษตรของชาวบ้านในชุมชน มีเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มมูลค่าของสินค้าทางการเกษตรที่น้อย ชาวบ้านขาดความรู้ทางเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะ จากการลงพื้นที่วิจัย พบว่า ควรมีเทคโนโลยีทางการตลาดออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการตลาดสินค้าเกษตร เพื่อให้สินค้าเกษตรของคนในชุมชนสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น การขายสินค้าทางการเกษตรออนไลน์ การขายสินค้าแปรรูปทางการเกษตร และหน่วยงานของรัฐจัดหางานทุนที่สามารถรับสินค้าทางการเกษตรของคนในชุมชน เพื่อให้ราคาสินค้าทางการเกษตรของคนในชุมชนได้ราคาที่สมเหตุสมผล

เอกสารอ้างอิง

ทัตษกร ศรีสุข นิยมล หิรัญวิชิตรรณ และสุบิน แก้วเต็ม. (2563). ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเพื่อพัฒนาทักษะด้านการตลาดของเกษตรกรในจังหวัดลำปาง รองรับโครงการ Smart Farmer, **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**. 14(2), 505 - 521.

ปวีณา ผาแสง ณัฐกร เงินวงศ์นัย และราชวดี สุขภิรมย์. (2560). การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองน่าน กรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเฮี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน. วิทยาลัยชุมชนน่าน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

สละคราญนิตย์ เล็กสุทธิ และพงศ์ศิริ ปิตรัตน์เจริญกุล. (2563). การพัฒนารูปแบบการตลาดเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายเกษตรกรมัยยั้ง จังหวัดลำพูน, **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี**. 14(2), 76 - 87.

สุรัชย์ ศรีนรจันทร์ และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2019). กระบวนการสร้างตราสินค้าและการสื่อสารการตลาดออนไลน์สินค้าเกษตรอินทรีย์, **วารสารวิชาการเกษตร**. 37(2), 177 - 185.

วีระศักดิ์ สมยานะ. (2562). การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตรบนฐานเศรษฐกิจพอเพียง, **วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่**. 20(2), 14 - 27.

Torsten H. Nilson. (1992). **Value - Added Marketing: Marketing Management for Superior Results (McGraw-Hill Marketing for Professionals)**. McGraw-Hill.

Buasri, R. and Ritimat, A. (2021). Promoting marketing online for organic farmer community research enterprise in North Eastern, **MBU Roi Et Journal of Global Education Review**. 1(3) : 22 - 32.