

รูปแบบการจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง
ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

Participatory Market Management Model of the Peanut Farmers Group,
Nikhom Sang Ton Eng Subdistrict, Mueang District, Lopburi Province

สุกัญญา พยุงสิน*
Sukunya Payungsin

Received: May 27, 2025 Revised: July 15, 2025 Accepted: July 24, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. วิเคราะห์สถานการณ์ด้านสภาพการผลิต ศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง 2. วิเคราะห์รูปแบบการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง และ 3. ออกแบบแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงจำนวน 20 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม สทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า 1. ผู้นำชุมชน กลุ่มสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกถั่ว ได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการผลิต ศักยภาพของชุมชนด้านการผลิต เกษตรกรผู้ปลูกถั่วมีการปลูกและจำหน่ายถั่วลิสงจำนวนมาก ประสบการณ์การทำมากกว่า 20 ปี แต่ยังไม่ได้รวมกลุ่มอย่างเป็นทางการ เกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงมีองค์ความรู้ในการปลูกในการเก็บเกี่ยวผลผลิตจะทำการรวบรวมเพื่อส่งขายให้กับคนกลางทางการตลาด และขายปลีกทางการตลาด พบว่าผลผลิตถั่วลิสงยังไม่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และขาดทักษะในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูป การทำบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าประจำชุมชน และช่องทางการตลาดในการจัดจำหน่าย 2. รูปแบบการตลาดการแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงมี 2 กลยุทธ์ที่สำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT และการค้นหากลยุทธ์จาก TOWS Matrix ได้แก่ 1) กลยุทธ์เชิงรุก การสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายการผลิตถั่วลิสง 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วลิสง บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าประจำชุมชน 3. ออกแบบแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ศึกษา ได้แก่

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี อีเมล: sukunya.p@lawasri.tru.ac.th
Assistant Professor, D.B.A., Management Science Faculty, Rajabhat Thepsatri University
Email: sukunya.p@lawasri.tru.ac.th

การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตแก่ชุมชน ความรู้เกี่ยวกับการตลาดเพื่อการพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูป การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์สำหรับในการสร้างเพจ การจัดทำเว็บไซต์สำหรับจัดจำหน่าย และการทำคู่มือเผยแพร่

คำสำคัญ: การจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วม, กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

This study aimed to 1. analyze the production status, capacity, and marketing development strategies of the peanut farmers' group; 2. examine the marketing models, processing practices, and value-addition strategies of the community enterprise of peanut farmers; and 3. design a knowledge-transfer framework for the development of peanut products and packaging within the study area. The research sample comprised 20 peanut farmers. Data were collected through fieldwork using participatory observation, focus group discussions, and in-depth interviews. Qualitative data were analyzed through content analysis.

The findings revealed three key results. First, analysis of production and marketing indicated that although farmers possessed over 20 years of experience in peanut cultivation and sales, they had not yet established a formal group. While knowledgeable in cultivation, farmers relied mainly on middlemen and local retail channels. Marketing challenges included the absence of organic certification, limited skills in value-addition, inadequate packaging and branding, and insufficient distribution channels. Second, the marketing models, processing, and value-addition strategies identified through SWOT analysis and TOWS Matrix suggested two major strategies: 1. a proactive strategy, emphasizing participation and the creation of a peanut production network; and 2. a corrective strategy, focusing on developing processed products, packaging, and community branding. Third, the knowledge-transfer framework designed for the peanut farmers included technology transfer for production, marketing knowledge for processed product development, product photography for online promotion, website development for distribution, and the creation of manuals for dissemination.

Keywords: Participatory Market Management, Peanut Farmers' Group, Community Enterprise

บทนำ

ประเทศไทยได้ขึ้นชื่อว่าเป็นประเทศกสิกรรม มีการเพาะปลูกพืช ผัก ผลไม้ต่าง ๆ มากมาย ซึ่งผลผลิตที่ได้จากการทำการเกษตรกรรมในปัจจุบันนั้น ไม่เพียงแต่นำมาใช้เป็นอาหารเพื่อบริโภคทั้งภายในและนอกประเทศ แต่ปัจจุบันยังมีการนำไปแปรรูปเป็นเชื้อเพลิงชีวภาพ วัตถุดิบผลิตภัณฑ์และข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ อีกมากมาย โดยเฉพาะเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร ซึ่งหากสามารถนำมาเข้าสู่กระบวนการจัดการที่ถูกต้อง และพัฒนาโดยนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้มากกว่านับแสนล้านบาท รวมถึงเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาที่ยั่งยืนอีกด้วย (เอส เอ็ม อี ไทยแลนด์, 2564) ภายใต้แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2561 - 2564) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 ได้กล่าวไว้ในด้านการส่งเสริมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพเกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมด้านการผลิต การรวมกลุ่มและการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนนั้น การดำเนินกิจกรรมในโครงการส่วนใหญ่มุ่งเน้นการให้ความรู้ด้านกระบวนการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยแก่เกษตรกร แต่ยังไม่เน้นและให้ความสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือนวัตกรรมให้แก่ผลผลิตด้านการเกษตร หรือการสร้างเรื่องราวและอัตลักษณ์ให้โดดเด่นเพื่อการแข่งขันสู่ตลาดภายในและภายนอกประเทศ (สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2, 2561)

จากผลสำรวจชุมชนและครัวเรือนในตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นอาชีพหลัก การปลูกพืชตระกูลถั่วเป็นพืชที่มีความสำคัญต่อชาวบ้าน หมู่ 5 ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี เนื่องจากถั่วลิสงเป็นพืชที่อายุสั้น ใช้น้ำน้อย สามารถปลูกทดแทนข้าวได้ ช่วยเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ให้กับดิน นอกจากนี้พืชตระกูลถั่วยังเป็นพืชที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยใช้บริโภคและเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมแปรรูปต่างๆ ซึ่งผลผลิตพืชตระกูลถั่วมีไม่เพียงพอจึงต้องนำเข้าจากต่างประเทศ แต่ขณะเดียวกันปริมาณผลผลิตกลับมีแนวโน้มลดลงตามพื้นที่การเพาะปลูก สาเหตุที่ทำให้เกษตรกรมีการเพาะปลูกพืชตระกูลถั่วลดลง เนื่องจากขาดแรงจูงใจเป็นผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ต่ำเมื่อเทียบกับพืชชนิดอื่น ๆ เกษตรกรขาดทักษะการแปรรูปในเชิงพาณิชย์ ขาดการรวมกลุ่ม (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) ถึงแม้มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยส่งเสริมสร้างอาชีพให้ในบางส่วน แต่อย่างไรก็ตามสินค้าที่จัดทำขึ้นก็ยังไม่ได้รับการตอบรับ อีกทั้งและไม่มีตลาดที่แน่นอนในการจัดจำหน่าย ด้วยสภาพพื้นที่ทำการปลูกถั่วลิสงจำนวนมาก การจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมจึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นที่เข้ามาสู่การพัฒนาภายในชุมชน มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จึงได้มีแนวคิดในการแปรรูปถั่วลิสง โดยมีการพัฒนาทักษะสมาชิกภายในกลุ่มทางด้านการจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น โดยเน้นเกี่ยวกับการพัฒนาความเชี่ยวชาญในการแปรรูปถั่วลิสงให้มีมาตรฐานตามความต้องการของผู้บริโภค การรวมกลุ่มของสมาชิกมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบความชำนาญของแต่ละบุคคล แลกเปลี่ยนความรู้สู่สมาชิกภายในกลุ่ม ร่วมกันทำการผลิตผลิตภัณฑ์ประจำกลุ่ม การสร้างตราประจำชุมชนของกลุ่ม และยังเป็นการสร้าง ความเข้มแข็งที่เพิ่มขึ้นภายในกลุ่มจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่มที่เกิดจากความสมัครใจในการร่วมมือ เพื่อการพัฒนาภายในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนภายในชุมชน สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้นอีกด้วย การจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมจึงกลายเป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่เข้ามาในการรวมกลุ่มของสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง จากเหตุผลในข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ “รูปแบบการจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัด

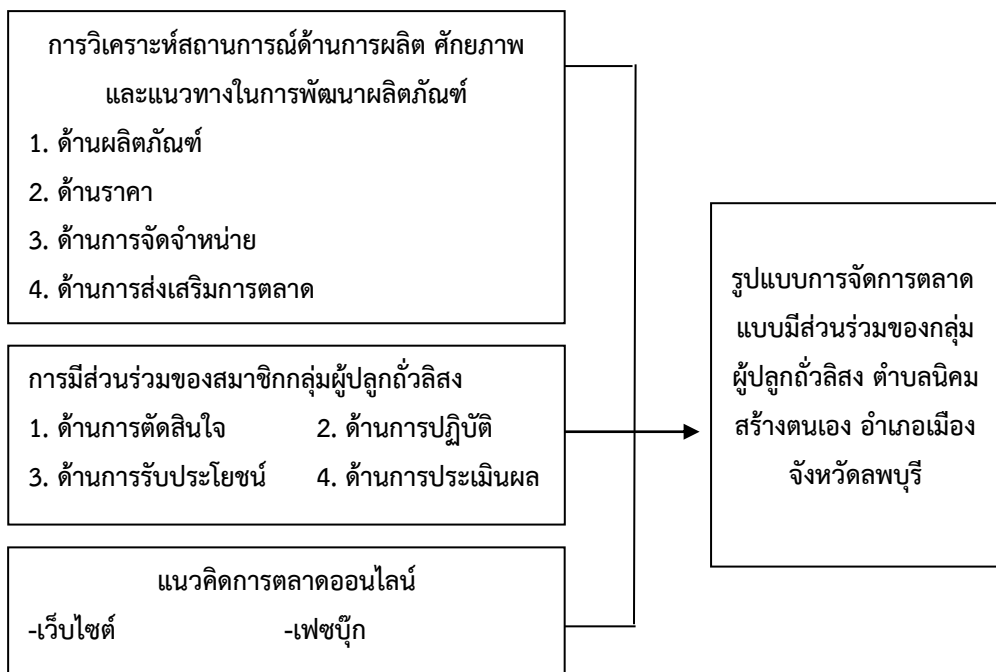
ลพบุรี” เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงได้มีรูปแบบการจัดการทางการตลาดที่เหมาะสมและยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้แก่ชุมชนได้มากขึ้น ซึ่งจะทำให้ชุมชนมีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และมีความสามารถในการแข่งขันทางการค้าเพื่อความยั่งยืนในที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. วิเคราะห์สถานการณ์ด้านสถานภาพการผลิต ศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. วิเคราะห์รูปแบบการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
3. ออกแบบแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ใช้กรอบแนวคิด การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการผลิต ศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใช้แนวคิดของ Kotler & Armstrong (2014) และด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกใช้แนวคิดของ Cohen & Uphoff (1990) และแนวคิดการตลาดออนไลน์ของ วัลย์ลดา พรหมเวียง (2561)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มสมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เช่น มีประสบการณ์ในการปลูกถั่วลิสงมาอย่างยาวนาน มีบทบาทในการผลิตและจำหน่ายถั่วลิสงในชุมชน และมีความรู้หรือความคิดเห็นที่สามารถสะท้อนบริบทการผลิตและการตลาดของถั่วลิสงในพื้นที่ได้อย่างลึกซึ้ง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 คน ถูกกำหนดตามหลักการของการวิจัยเชิงคุณภาพเชิงพัฒนา (Developmental Qualitative Research) ซึ่งมุ่งเน้นที่ความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) คือ เมื่อผู้วิจัย พบว่า ไม่มีข้อมูลใหม่เพิ่มเติมจากการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม จำนวนดังกล่าวจึงถือว่าเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ทั้งนี้ จำนวน 20 คน ยังครอบคลุมความหลากหลายของผู้มีบทบาทในกระบวนการผลิตและการตลาด ตั้งแต่เกษตรกรรายย่อย ผู้รวบรวมผลผลิต ไปจนถึงผู้เกี่ยวข้องในระดับชุมชน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย

2.1 แบบสำรวจผู้เข้าร่วมโครงการ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสำรวจผู้เข้าร่วมโครงการ เพื่อต้องการทราบจำนวนประชากรที่จะศึกษา และวิเคราะห์สถานการณ์ด้านสภาพการผลิต ศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการใช้แบบสำรวจเป็นคำถามปลายเปิด สำหรับเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการสร้างและพัฒนาคำถามที่จะนำไปสู่การสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัยในขั้นถัดไป

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง โดยมีการเตรียมหัวข้อสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ ตามแนวคิดและหลักการในการวิเคราะห์รูปแบบการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง

2.3 การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ประกอบด้วย การประเมินความเที่ยงตรงทั้งเชิงพินิจและเชิงเนื้อหา รวมทั้งใช้เทคนิคการตรวจสอบความน่าเชื่อถือในรูปแบบคุณภาพ ได้แก่ เทคนิคสามเส้าและการตรวจสอบกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องมือมีความแม่นยำ ครอบคลุม และสามารถสะท้อนข้อมูลได้อย่างแท้จริงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

2.3.1 ผู้วิจัยใช้เทคนิคต่างวิธี (Methods Triangulation) ในการเก็บรวบรวมภาคสนาม จะนำไปตรวจสอบและยืนยันถึงความถูกต้องในความเที่ยงตรงของข้อมูล และความเชื่อถือได้ของข้อมูล โดยวิธีการเก็บข้อมูล ได้แก่

การสัมภาษณ์ทั้งโครงสร้าง การสนทนากลุ่มย่อย การจดบันทึกประสบการณ์ภาคสนาม เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

2.3.2 ผู้วิจัยใช้เทคนิคต่างผู้วิจัย (Investigator Triangulation) โดยการนำข้อมูลกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่าน หรือกลับไปถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีกครั้ง เพื่อเป็นการตรวจสอบและยืนยันความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การสำรวจและทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญในการศึกษา และนำมาสรุปผลอย่างครบถ้วนที่สุด โดยเริ่มจากการดำเนินการเก็บข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูล ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเป็นวิธีการหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีรายละเอียดตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: วิเคราะห์สถานการณ์ด้านสถานภาพการผลิต ศักยภาพและแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี ตำรา และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงในด้านศักยภาพ การผลิต การแปรรูป การตลาด เพื่อทบทวนวรรณกรรมสำหรับการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย และตัวแปรที่ต้องการศึกษา รวมทั้งสร้างแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์โดยกำหนดประเด็นให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

2. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การเก็บข้อมูลภาคสนาม ในพื้นที่จริงจากกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก และจัดสนทนากลุ่ม รวมทั้งระดมความคิดเห็นที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ผู้นำกลุ่ม หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

2.2 ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเฉพาะการสำรวจพื้นที่และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยศึกษา สำรวจ และประเมินศักยภาพของกลุ่ม ทรัพยากรการผลิต การตลาด

2.3 ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดสนทนากลุ่ม และการสำรวจพื้นที่ ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ SWOT เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านความพร้อมและศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: วิเคราะห์รูปแบบการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

1. ผู้วิจัยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

2. ผู้วิจัยจัดสนทนากลุ่ม และเวทีเสวนาสรุปประเด็นโดยกำหนดหัวข้อของการสัมภาษณ์เป็นแนวการพูดคุยแลกเปลี่ยนระดมความคิดเห็นถึงแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่ม

เกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยระดมความคิดเห็นจากสหกรณ์กลุ่มย่อย เพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานและสรุปบทเรียนการวิเคราะห์รูปแบบการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสงของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่เหมาะสม ด้วยการเพิ่ม ทักษะโดยการจัดโครงการอบรมการดำเนินงานด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ออกแบบ บรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้าประจำชุมชน

3. ผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่เข้าร่วมสหกรณ์กลุ่มและเวทีเสวนาสรุปในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม เกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง และเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรจังหวัดลพบุรี จำนวน 20 คน

4. ข้อมูลที่ได้จากการจัดสหกรณ์กลุ่มและจากการวิเคราะห์ SWOT ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมา วิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวางแผนในการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วม ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ต่อไป

5. ดำเนินการโดยการจัดการความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า ประจำชุมชน ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ของชุมชน และสร้างเครือข่ายพันธมิตรและการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายจากเกษตรกรภายในชุมชนที่ตำบล นิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: ออกแบบแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการการออกแบบแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ศึกษา ด้านการพัฒนาการแปรรูปถั่วลิสง การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการ ออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ Online และการจัดทำคู่มือแนวทางขั้นตอนแปรรูปถั่วลิสง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนั้น ได้นำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเขียนพรรณาเชิงเหตุผล โดยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล ด้านกลุ่มเป้าหมายการวิจัย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่กับการเก็บข้อมูลภาคสนาม และนำผลการวิเคราะห์มาใช้ในการปรับแนวคิดตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และวิธีการเก็บข้อมูลให้ครบถ้วน เพื่อเพิ่มความแม่นยำของการวิจัยแล้วจึงนำมาแยกเนื้อหา และนำเสนอโดยการบรรยายสรุปเชิงพรรณนา เพื่อนำมา ประกอบการสรุปการอภิปราย สถานการณ์ด้านสภาพการผลิต ศักยภาพ แนวทางในการพัฒนาด้านการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1: วิเคราะห์สถานการณ์ด้านสภาพการผลิต ศักยภาพและแนวทาง ในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีรายละเอียด ดังนี้ มีการปลูกและจำหน่ายถั่วลิสงจำนวนมาก มีเกษตรกรผู้ปลูกถั่วในพื้นที่ จำนวน 200 ไร่ โดยมีประสบการณ์การทำ

มากกว่า 20 ปี แต่ยังไม่ได้รวมกลุ่มอย่างเป็นทางการ เมล็ดพันธุ์ส่วนใหญ่ซื้อเมล็ดพันธุ์มา และบางส่วนเก็บเมล็ดพันธุ์เอง เกษตรกรเก็บผลผลิตขายโดยการรวบรวม เพื่อส่งขายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น ผู้ใหญ่บ้าน เกษตรอำเภอ และขายปลีก โดยราคาขายจะอยู่ที่ 260 - 280 บาท/ถัง หรือโดยเฉลี่ย กระสอบละ 1,200 บาท กลุ่มเกษตรกรมีสภาพปัญหาคือ สมาชิกมีความเห็นที่แตกต่างกัน ทำให้มีการถอนตัวออกจากกลุ่มไป แต่ความสำเร็จในระยะยาวยังต้องมีการบริหารจัดการกลุ่มให้เกิดความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง และยังขาดรูปแบบการจัดการตลาด และการทำตลาดเชิงรุก ซึ่งสอดคล้องกับ ทางกรมวิชาการเกษตรที่บอกถึงปัญหาการจัดหาเมล็ดพันธุ์ที่ดีที่ยังขาดแคลนจนต้องนำเข้าจากต่างประเทศ และ ส่งเสริมการจัดตั้งและพัฒนาศูนย์ผลิตเมล็ดพันธุ์พืชตระกูลถั่วชุมชน โดยจังหวัดลพบุรี เป็นจังหวัดเป้าหมายในการจัดตั้ง ศูนย์เมล็ดพันธุ์ด้วย (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) เกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงตำบลนิคมสร้างตนเองมืองค์ความรู้ ในการปลูก และเก็บเมล็ดถั่วขาย โดยการรวบรวมเพื่อส่งขายให้กับผู้ใหญบ้านหมู่ที่ 5 เกษตรอำเภอ และขายปลีก แต่ยังไม่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และวิเคราะห์สถานการณ์ด้านการตลาด ปัญหาและอุปสรรคและแนวทางในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี โดยมีผู้นำกลุ่มฯ เกษตรกร มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน (SWOT Analysis) ของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง ดังนี้

จุดแข็ง (STRENGTHS)	จุดอ่อน (WEAKNESSES)
1. เกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงมีความชำนาญในการเพาะปลูก ถั่วลิสงเป็นอย่างดี ซึ่งได้รับการถ่ายทอดความรู้ปัญหาการเพาะปลูก สามารถดูแลผลผลิตให้ออกมาตรงตามมาตรฐานของการตลาดที่ทำการรับซื้อถั่วลิสงดิบ 2. มีการทำสัญญาซื้อขายผลผลิตถั่วลิสงล่วงหน้ากับพ่อค้าคนกลางที่มีความแน่นอนในการให้ราคาและรับผลผลิตทั้งหมดเพื่อไปจำหน่ายต่อมีเครือข่ายการผลิตรถั่วลิสงอยู่ในบริเวณใกล้เคียง 3. ผลผลิตมีความสมบูรณ์และพร้อมต่อการขายสดและการแปรรูป 4. เกษตรกรสามารถคัดกรอง เก็บรักษาเมล็ดพันธุ์ได้อย่างถูกวิธีเพื่อรักษาคุณภาพของเมล็ดพันธุ์ไว้สำหรับการปลูกในครั้งต่อไป	1. ขาดความรู้เรื่องการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอดใหม่ๆเพื่อให้เป็นจุดขายเพิ่มความหลากหลายให้กับผู้บริโภค 2. ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราประจำกลุ่มสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูป 3. ขาดการทำการตลาดอย่างต่อเนื่องอาจทำให้ลูกค้าไม่รู้จักผู้ปลูกถั่วลิสงและยังขาดช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภคในช่องทางต่างๆ
โอกาส (OPPORTUNITIES)	อุปสรรค (THREATS)
1. มีนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนให้การสนับสนุนทางด้านวิชาการ และให้การสนับสนุนดูแลเกษตรกรให้มีรายได้ที่เหมาะสม 2. จังหวัดลพบุรีมีนโยบายสู่การลด ละ เลิกการใช้สารเคมีหรือปุ๋ยเคมี โดยจัดหาสิ่งทดแทนที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร 3. แนวโน้มผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ ถั่วลิสงเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกของกลุ่มผู้บริโภคสุขภาพและกระแสนิยมสินค้าเกษตรปลอดภัย (เกษตรอินทรีย์) 4. ช่องทางการรับซื้อของผู้บริโภคมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาด	1. ราคาสินค้าเกษตรมีความผันผวน ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้ไม่แน่นอน 2. เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดโอกาสการเข้าถึงแหล่งทุน และแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ถูกจำกัดด้วยมาตรฐานต่างๆ 3. ปัจจัยต่างๆ ด้านการเพาะปลูกจนถึงการเก็บเกี่ยว เช่น ค่าปุ๋ย ค่าแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้น 4. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลต่อแรงงานในการเพาะปลูก 5. โรคระบาดในพืชประเภทถั่วลิสงมีปริมาณมาก

ภาพ 2 ตารางวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน (SWOT Analysis)

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2: วิเคราะห์รูปแบบการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสง ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีรายละเอียดจากการจัด สทนากลุ่มและเวทีเสวนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ได้แก่ ผู้นำชุมชน กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง และข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเชิงคุณภาพมาสังเคราะห์และวิเคราะห์ โดยใช้ เครื่องมือดังต่อไปนี้

	โอกาส (Opportunities)	ภัยคุกคาม (Threats)
	1. มีนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนให้ความสนับสนุน 2. จังหวัดลพบุรีมีนโยบายสู่การตลาด เล็ก การใช้สารเคมีหรือปุ๋ยเคมีโดยจัดหาสิ่งทดแทนที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร 3.แนวโน้มผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพกระแสนิยมสินค้าเกษตรปลอดภัย 4.ช่องทางการรื้อสือของผู้บริโภคมีความหลากหลายมากขึ้นเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาด	1. ราคาสินค้าเกษตรมีความผันผวนส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้น้อยไม่แน่นอน 2.ขาดโอกาสการเข้าถึงแหล่งทุนและแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ 3.ปัจจัยต่างๆ ด้านการเพาะปลูกมีแนวโน้มสูงขึ้นทำให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น 4.การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลต่อแรงงานในการเพาะปลูก 5.โรคระบาดมีปริมาณมาก
จุดแข็ง (Strengths)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO STRATEGY)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (ST STRATEGY)
1. มีความชำนาญในการเพาะปลูกผลผลิตให้ออกมาตรงตามมาตรฐาน 2. มีการทำสัญญาซื้อขายผลผลิตถั่วลิสงล่วงหน้ามีความแน่นอนในการให้ราคาและรับผลผลิตทั้งหมดเพื่อไปจำหน่ายต่อ 3. มีเครือข่ายการผลิตถั่วลิสง 4. ผลผลิตมีความสมบูรณ์และพร้อมต่อการขายสดและการแปรรูป 5.มีการเก็บรักษาเมล็ดพันธุ์ได้อย่างถูกวิธีเพื่อรักษาคุณภาพของเมล็ดพันธุ์	S ₁ S ₃ S ₄ O ₁ O ₂ กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายการผลิตถั่วลิสง	
จุดอ่อน (Weaknesses)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WO strategy)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT STRATEGY)
1.ขาดความรู้เรื่องการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อยอดใหม่ๆเพื่อให้เป็นจุดขายเพิ่มความหลากหลายให้กับผู้บริโภค 2.ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราประจำกลุ่มสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูป 3.ขาดการทำตลาดอย่างต่อเนื่องและยังขาดช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภคในช่องทางต่างๆ	W ₁ W ₂ W ₃ O ₁ O ₃ กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วลิสงบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าประจำชุมชน	

ภาพ 3 ตารางวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง (ที่มา: สุกัญญา พยุงสิน, 2567)

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) มีรายละเอียด ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายการผลิตถั่วลิสง

1. จัดเวทีประชุมร่วมกันกับผู้นำชุมชน กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง และเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีความสนใจเพื่อร่วมกันวางแผนและบริหารจัดการรูปแบบการทำการตลาด การเพาะปลูก การพัฒนาทักษะ ส่งเสริมให้มีการปลูกถั่วลิสงที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้นจนถึงการพัฒนาไปถึงการปลูกแบบสินค้าเกษตรปลอดภัย (เกษตรอินทรีย์) และการรวมกลุ่มที่มีความชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่กระบวนการรองรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไปในอนาคต ความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมของชุมชน จะสร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนภายในชุมชนเพิ่มขึ้น สร้างความยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรภายในชุมชนให้ดีขึ้นอีกด้วย

2. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรและการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายจากเกษตรกรภายในชุมชนที่ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี และซึ่งเป็นการเพาะปลูกถั่วลิสงหลังจากการทำนาปลูกข้าว เพื่อเป็นการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้แก่ครอบครัว โดยการปลูกถั่วลิสงได้มีการร่วมมือกันในการปลูกถั่วและการเก็บเกี่ยว โดยที่ยังคงรูปแบบการช่วยเหลือกันภายในชุมชนเมื่อมีแปลงที่พร้อมสำหรับการเก็บเกี่ยวเกษตรกรภายในชุมชนจะให้ความร่วมมือในการเก็บผลผลิตเพื่อให้ทันตามฤดูกาลและทันตามเวลาในการจัดส่งไปยังพ่อค้าคนกลาง รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ รวมทั้งมหาวิทยาลัยภายในท้องถิ่นในการให้ความช่วยเหลือด้านการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างมูลค่าให้มีเพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงช่วยเหลือในด้านการเพาะปลูกที่มีปัญหาจากศัตรูของถั่วลิสง เช่น โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือการเป็นพี่เลี้ยงให้คำแนะนำปรึกษา

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) มีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วลิสง บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าประจำชุมชน

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วลิสงเพื่อเพิ่มมูลค่า และเพื่อสร้างรายได้รวมถึงการกระจายรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วลิสงโดยการนำวัตถุดิบจากฝักถั่วลิสงที่ตกเกรดไม่ได้ขนาดฝักตามความต้องการของตลาดนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทาน ได้แก่ ถั่วกรอบแก้ว และถั่วสมุนไพโร ที่ได้นำเอาวัตถุดิบจากชุมชนมาร่วมในการทำเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบไปด้วยกระบวนการเก็บเกี่ยวคัดเลือกฝักถั่วลิสง การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตราสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าประจำชุมชนผู้วิจัยใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการพร้อมทั้งการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อใช้ข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื่องจากเกษตรกรยังไม่มี การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มเกษตรกรฯ ได้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง โดยให้สมาชิกในกลุ่มร่วมถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและแสดงความคิดเห็นต่อการออกแบบตราผลิตภัณฑ์ที่มาจากการระดมความคิดของสมาชิกกลุ่มฯ และได้สอบถามไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าที่ทางกลุ่มได้คัดเลือก จึงออกมาในรูปแบบที่ร่วมกันออกแบบร่วมกัน



ภาพ 4 ตราผลิตภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3: ออกแบบแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกรในพื้นที่ศึกษาเกี่ยวกับความรู้เรื่องการผลิตและการตลาดเพื่อพัฒนาตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ซึ่งมีขั้นตอนการถ่ายทอดความรู้อบรมกลุ่มสมาชิกฯ ในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์เพื่อใช้สำหรับในการสร้างเพจสร้างเว็บไซต์



ภาพ 5 <https://www.facebook.com/profile.php?id=61554563820332> หรือถั่วลายเสือ ลพบุรี

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการตลาดแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี” มีประเด็นนำมาอภิปรายดังนี้

1. จากผลการศึกษารายงาน พบว่า สถานการณ์ด้านการผลิต ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดของกลุ่มผู้ปลูกถั่วลิสง มีการปลูกและจำหน่ายถั่วลิสงจำนวนมาก มีเกษตรกรผู้ปลูกถั่ว แต่ยังไม่ได้รวมกลุ่มอย่างเป็นทางการ เกษตรกรเก็บผลผลิตขายโดยการรวบรวมเพื่อส่งขายให้กับพ่อค้าท้องถิ่น ผู้ใหญ่บ้าน เกษตรอำเภอ และ ขยายปลีก กลุ่มเกษตรกรมีสภาพปัญหา คือ สมาชิกมีความเห็นที่แตกต่างกัน ทำให้มีการถอนตัวออกจากกลุ่มไป แต่ความสำเร็จในระยะยาวยังต้องมีการบริหารจัดการกลุ่มให้เกิดความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง และยังคงขาดรูปแบบการจัดการตลาด และการทำตลาดเชิงรุก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร พรหมพันธุ์ (2563) ได้ทำการศึกษารื่อง การพัฒนาการตลาดสินค้าการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรในภาคกลาง พบว่า การขาดการรวมกลุ่มและการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ ทำให้เกษตรกรไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือเข้าถึงตลาดที่ให้ราคาสูงได้ อีกทั้งยังประสบปัญหาด้านการสื่อสารและความร่วมมือภายในกลุ่มซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนา นอกจากนี้กลุ่มยังไม่ได้มีการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ถือเป็นข้อจำกัดด้านการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ หากสามารถยกระดับมาตรฐานและรับรองผลิตภัณฑ์ได้ ก็จะเป็นโอกาสในการขยายตลาดและเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย เกตุสิงห์ (2561) ได้ทำการศึกษารื่อง แนวทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทย พบว่า ถ้ากลุ่มเกษตรกรผู้เพาะปลูกให้ความสำคัญต่อการปลูกและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จะสามารถเพิ่มมูลค่าและขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศได้

2. วิเคราะห์รูปแบบการตลาด การแปรรูปและเพิ่มมูลค่าถั่วลิสงของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอมือง จังหวัดลพบุรี พบว่า กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายพันธมิตร พบว่า กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง และเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีความสนใจเพื่อร่วมกันวางแผนและบริหารจัดการรูปแบบการทำตลาด การเพาะปลูก การพัฒนาทักษะ ส่งเสริมให้มีการปลูกถั่วลิสงที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้นจนถึงการพัฒนาไปถึงการปลูกแบบสินค้าเกษตรปลอดภัย (เกษตรอินทรีย์) และการรวมกลุ่มที่มีความชัดเจนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่กระบวนการรองรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไปในอนาคต ความเข้มแข็งของการมีส่วนร่วมของชุมชน จะสร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนภายในชุมชนเพิ่มขึ้น สร้างความยั่งยืน ซึ่งจะส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรภายในชุมชนให้ดีขึ้นอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร พุทธิโกษา (2562) ได้ทำการศึกษารื่อง การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์เกษตรสู่มาตรฐาน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรร่วมกันกับภาคีเครือข่ายต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะเมื่อมีการส่งเสริมการรวมกลุ่มที่ชัดเจนและมีเป้าหมายร่วมกัน จะช่วยให้การบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพร บุญเกื้อ (2564) ได้ทำการศึกษารื่อง บทบาทของเครือข่ายพันธมิตรในการพัฒนาเกษตรกรรายย่อยสู่เกษตรอินทรีย์ พบว่า การรวมตัวกลุ่มของเกษตรกรโดยมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนร่วมเป็นพี่เลี้ยงจะช่วยให้กระบวนการพัฒนาด้านทักษะการผลิต การตลาด และการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้

และเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน และกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้าประจำชุมชน พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วลิสงเพื่อเพิ่มมูลค่า และเพื่อสร้างรายได้รวมถึงการกระจายรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากถั่วลิสงโดยการนำวัตถุดิบจากฝักถั่วลิสงที่ตกเกรดไม่ได้ขนาดฝักตามความต้องการของตลาด นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทาน ได้แก่ ถั่วกรอบแก้ว และถั่วสมุนไพร์ ที่ได้นำเอาวัตถุดิบจากชุมชน มาร่วมในการทำเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวดี ใจตรง (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเพิ่มมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากผลผลิตตกเกรดในชุมชน: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป พบว่า การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผลผลิตตกเกรดของชุมชนด้วยการนำวัตถุดิบเหลือใช้หรือไม่ได้มาตรฐานมาแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ช่วยเพิ่มมูลค่า สร้างเอกลักษณ์ของสินค้าชุมชนและส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัชย์ แก้วคำ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วลิสงแปรรูป เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน พบว่า การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากการถั่วลิสงสามารถทำให้เกิดทักษะในการผลิตและศักยภาพ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ OTOP หากมีการพัฒนาในด้านบรรจุภัณฑ์ การตลาด และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะสามารถยกระดับสินค้าชุมชนจากวัตถุดิบท้องถิ่นไปสู่ตลาดที่กว้างขึ้นได้

3. ออกแบบแนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรกร ในพื้นที่ศึกษา ได้แก่ การถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการตลาดเพื่อการพัฒนาตลาดผลิต การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์สำหรับการสร้างเพจ การจัดทำเว็บไซต์สำหรับจัดจำหน่าย การทำคู่มือเผยแพร่ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตแก่ชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิศารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย (2562) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอินทรีย์ เพื่อยกระดับคุณภาพการผลิต และการเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตร อินทรีย์และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรอินทรีย์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเห็ดในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเห็ดจะต้องพัฒนาคุณภาพการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ จนได้รับการรับรอง มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) หรือ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Agricultural Certification Thailand: ACT) มากขึ้น ซึ่งจะทำให้วิสาหกิจชุมชนมีต้นทุนการผลิตลดลงและมีช่องทางการตลาดมากขึ้นก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น และเป็นผู้มีความสามารถในการผลิตและการตลาด ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น รวมทั้งทำให้วิสาหกิจชุมชนอยู่รอดและเติบโตได้อย่างยั่งยืนเพื่อก้าวสู่ผู้จัดการฟาร์มที่เป็นมืออาชีพ (Smart Farmer) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์ (2557) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า การศึกษา แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตามแนวคิดหลักเศรษฐกิจพอเพียง และการสร้างขีดความสามารถ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชน เพื่อเพิ่มความหลากหลายและสร้างผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่นความเป็นไปได้ในการนำไปผลิตต่อยอดพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถนำองค์ความรู้ ที่ได้รับไปเป็นวิทยากร การศึกษานอกระบบ ถ่ายทอดให้กับชุมชนอื่นที่สนใจ เป็นการแบ่งปันระหว่างชุมชน และสร้าง เครือข่ายเพื่อความยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสงลายเสือยื่นเอกสารเพื่อให้ได้รับในผ่านการรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practice: GAP) หรือ มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Agricultural Certification Thailand: ACT) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

2. กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เป็นต้นแบบและการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประจำตำบล เพื่อเปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการเพาะปลูกถั่วลิสงอินทรีย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ มีการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหรือศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากระบวนการผลิต หรือการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประจำชุมชนให้แก่ผู้สนใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกถั่วลิสง ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาความคาดหวังหรือผลที่ได้รับจากการที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมพัฒนากระบวนการผลิต การตลาด เครือข่าย พันธมิตร เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). รายงานสถานการณ์การผลิตและแนวทางการส่งเสริมพืชตระกูลถั่วในประเทศไทย. กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- ธนพร พุทธิโกษา. (2562). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์เกษตรสู่มาตรฐาน. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 14(2), 85 – 97.
- ณัฐวี ใจตรง. (2562). การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากผลผลิตตกเกรดในชุมชน: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป. วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, 36(3), 112 – 123.
- นิตารัตน์ โชติเชย และกิตติชัย เจริญชัย. (2562). รูปแบบการจัดการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอินทรีย์เพื่อยกระดับคุณภาพการผลิต และการเพิ่มช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรอินทรีย์ของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรผู้เพาะเห็ดในจังหวัดมหาสารคาม. รายงานการวิจัยได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินด้านการวิจัย ปีงบประมาณ 2561. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. <https://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2562/M127667/Chotechoei%20Nisarat.pdf>
- วัลย์ลดา พรหมเวียง. (2561). การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนของหมู่บ้านสารสนเทศต้นแบบบ้านคลองทรายใน (ICT 418 KL YALA). ทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินประจำปี 2561. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. DSpace Repository. <https://wb.yru.ac.th/xmlui/handle/yr/5557>
- ศิริพร พรหมพันธุ์. (2563). การพัฒนาการตลาดสินค้าการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรในภาคกลาง [วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี]. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์ กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2. (2561). แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด 4 ปี (พ.ศ. 2561 - 2564) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน 2 (ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง). ลพบุรี.
- สุภาพร บุญเกื้ออำเภอ. (2564). บทบาทของเครือข่ายพันธมิตรในการพัฒนาเกษตรกรรายย่อยสู่เกษตรอินทรีย์. วารสารเศรษฐกิจและสังคมเกษตร, 20(1), 34 – 48.
- สุรัชย์ แก้วคำ. (2563). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วลิสงแปรรูปเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน. วารสารเศรษฐกิจและการจัดการภาคเหนือ, 9(1), 57–70.
- อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์. (2557). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์ราชภัฏรำไพพรรณี, 1(2), 126 - 151.
- อรทัย เกตุสิงห์. (2561). แนวทางการส่งเสริมการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรรายย่อยในประเทศไทย. วารสารวิชาการเกษตร, 34(2), 45 – 58.

เอส.เอ็ม.อี.ไทยแลนด์. (2564). *เศรษฐกิจเหลือใช้ทางการเกษตร*.

<https://www.smethailandclub.com/entrepreneur-4565-id.html>

Cohen, J.M. & Uphoff, N.T. (1990). *Rural Development Participation*. McGraw-Hill.

Kotler P. & Armstrong G. (2014). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.

