

การพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาด  
และระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา

Development of Knowledge Management to Upgrade Agricultural Products in the Community  
to Increase the Value of Marketing Channels and Logistics Systems Towards Sustainable Self-  
Reliance in Chachoengsao Province

พิพรธน์ พิเชฐศิริประภา<sup>1\*</sup> ธนเดช กังสวัสดิ์<sup>2</sup> นพรัตน์ นนธ์ธนรัตน์<sup>3</sup> กัญชยานิส ศรีนุกูล<sup>4</sup> สุวิมล ขวัญศิริวงษ์<sup>5</sup>

<sup>1,2,3</sup>คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ <sup>4,5</sup>คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์

Pipat Pichetsiraprapa<sup>1\*</sup> Thanadech Kangsawat<sup>2</sup> Nopparat Nonthanarat<sup>3</sup> Kanchayanis Srinukoon<sup>4</sup> Suwimol Khwunsiriwong<sup>5</sup>

<sup>1,2,3</sup>Faculty of Management Science, Rajabhat Rajanagarindra University <sup>4,5</sup>Faculty of Science and Technology, Rajabhat Rajanagarindra University

\*Corresponding Author E-mail: pichetsiraprapa\_nui@hotmail.com

(วันที่รับบทความ: 12 มิถุนายน 2568 วันที่แก้ไขบทความ: 10 กันยายน 2568 วันที่ตอบรับบทความ: 22 กันยายน 2568)

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาพรวมการจัดการกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนของจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) ช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา และ 3) รูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา การวิจัยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วมทั้งเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้านและวิสาหกิจชุมชน รวม 30 ราย ใช้วิธีการเลือกสุ่มตัวแบบเจาะจงและเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างรวม 50 ราย ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพรวมการจัดการกลุ่มเกษตรกร มีการแลกเปลี่ยนการทำงานเกี่ยวกับการพัฒนาพืชสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนนำมาแปรรูปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) ด้านช่องทางการตลาด มีแนวทางพัฒนา คือ (1) เปิดร้านจำหน่ายผ่านวิสาหกิจ (2) การจำหน่ายผ่านร้านค้า (3) การขายผ่านสื่อออนไลน์ (4) การไปออกบูธแสดงสินค้า ส่วนด้านระบบโลจิสติกส์ มีด้านต้นน้ำควรช่วยการปลูกพืชสมุนไพรหมุนเวียนให้เพิ่มขึ้น กลางน้ำเน้นการวางแผนการผลิตให้ตรงกับคำสั่งซื้อ และปลายน้ำเน้นการขนส่ง และ 3) ด้านรูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน เน้นการเรียนรู้ทุกกระบวนการแบบมีส่วนร่วม ช่องทางการตลาดหาช่องทางเพิ่มจากระบบโลจิสติกส์เน้นการขนส่งเอกชนเป็นหลัก

**คำสำคัญ:** การจัดการความรู้, ช่องทางการตลาด, ระบบโลจิสติกส์, พืชสมุนไพร, การพึ่งพาตนเอง

### Abstract

This research aimed to 1) study the overall management of farmer groups in developing knowledge management to upgrade agricultural productivity in communities in Chachoengsao Province, 2) study the marketing channels and logistics systems towards sustainable self-reliance in Chachoengsao Province, and 3) study the model for developing knowledge management to upgrade agricultural productivity in communities to add value to marketing channels and logistics systems towards sustainable self-reliance in Chachoengsao Province. The research used a qualitative participatory process. The key informants were farmers' groups, housewives' groups, and

community enterprises, totaling 30 individuals. Purposive sampling was used and data were collected through in-depth interviews. The quantitative method was used for data analysis using computer programs.

The research results found that 1) overall management of farmer groups showed an exchange of work on developing herbal plants in the community to be further processed into community products. 2) In terms of marketing channels, the development guidelines were opening shops through enterprises, distributing through stores, selling through online media, and setting up booths to display products. In terms of logistics systems, the upstream should help increase the planting of rotating herbal plants, while the midstream should focus on planning production to match purchase orders. and the downstream focuses on transportation and 3) in terms of the development model of knowledge management to upgrade agricultural products in the community to increase the value of marketing channels and logistics systems towards sustainable self-reliance, emphasizing learning every process with participation, finding additional marketing channels from the original, the logistics system focuses mainly on private transportation.

**Keywords:** Knowledge management, Marketing channels, Logistics systems, Medicinal plants, Self-reliance

## บทนำ

ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพที่ส่งเสริมภาคการเกษตรและเกษตรแปรรูปให้มีมูลค่าสูงสามารถเข้าถึงกลุ่มตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ และมุ่งเน้นทำให้ต้องมีการพัฒนาภายใต้แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2560 – 2565 คือ การส่งเสริมการใช้สมุนไพรในการพัฒนาเชิงพื้นที่โดยการชักจูงจูงใจของรัฐเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน ผ่านโครงการพัฒนาเมืองสมุนไพร ซึ่งเป็นภาพจำลอง (Model) ของแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ (กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2567) และภาครัฐได้เล็งเห็นโอกาสทางการตลาดจากเทรนด์บริโภคที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาเลือกซื้อใช้พืชสมุนไพรเป็นจำนวนมากขึ้นถือเป็นการแพทย์ทางเลือกสมุนไพรจากภูมิปัญญาไทย และเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มมากขึ้นที่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนมีความได้เปรียบด้านวัตถุดิบมีสมุนไพรกว่า 1,800 ชนิดที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงอุตสาหกรรมได้ จึงนำไปสู่นโยบายสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจสมุนไพรของไทย และอีกประการสำคัญคือการสร้างความยั่งยืนให้กับตลาดสมุนไพรของไทยที่เป็นการยกระดับการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้มากขึ้นครอบคลุมทั้งระบบเช่น การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้ประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงยาจากสมุนไพรได้เพิ่มมากขึ้นส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, 2567) ดังนั้นพืชสมุนไพรในประเทศไทยถือเป็นภูมิปัญญาที่ถูกถ่ายทอดกันจากรุ่น - รุ่น ซึ่งเป็นสูตรตำรับยาในแต่ละครอบครัว รูปแบบของสมุนไพรมีความหลากหลายโดยถูกแปรรูปตั้งแต่ ยาแคปซูล ยาต้ม ยาชา ยาพอก ในรูปแบบอาหาร ใช้เป็นเครื่องเทศ ส่วนประกอบอาหาร เครื่องเคียง รูปแบบใช้ภายนอกมีทั้งการใช้สูดดม และทา ยาดม ยาหม่อง น้ำมันหอมระเหยต่าง ๆ และรูปแบบของ เครื่องสำอาง ที่สกัดนำสรรพคุณสำคัญมาใช้เป็นส่วนประกอบ โลชั่น ยาสระผม ยาสีฟัน ต่าง ๆ โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในปี 2022 มีมูลค่าสูงถึง 199.07 พันล้านบาทหรือ 199,070 ล้านบาท และคาดการณ์ว่าในปี 2023 มูลค่าจะอยู่ที่ 417.99 พันล้านบาทหรือ 417,990 ล้านบาท โดยธุรกิจสมุนไพรนี้เติบโตไปตามกระแสการรักสุขภาพของผู้คนทั่วโลก (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2567)

จังหวัดฉะเชิงเทรามีรากฐานทางเศรษฐกิจมาจากภาคเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตรและภาคการเกษตรมีบทบาทสำคัญต่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัด ประกอบกับภาคการเกษตรถือได้ว่าเป็นสาขาที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของจังหวัด โดยมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมเป็นอันดับหนึ่งของจังหวัด โดยมีพื้นที่ทำการเกษตรร้อยละ 43.30 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดฉะเชิงเทรา (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2567) และ พช. ฉะเชิงเทรา ร่วมประชุมคณะทำงานขับเคลื่อนพืชสมุนไพรจังหวัดฉะเชิงเทรา ครั้งที่ 1/2567 วันพฤหัสบดีที่ 21 พฤศจิกายน 2567 เวลา 09.30 น. ณ ห้องประชุมเจ้าเสวย ชั้น 4

อาคารราชครินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชครินทร์ นายปณณธร ล่ามแขก พัฒนาการจังหวัดฉะเชิงเทรา มอบหมายนายยืนยง ขาวงาม นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ เข้าร่วมประชุมคณะทำงานขับเคลื่อนพืชสมุนไพรจังหวัดฉะเชิงเทรา ครั้งที่ 1/2567 เพื่อหารือแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนพืชสมุนไพรจังหวัดฉะเชิงเทรา (พ.ศ. 2566 – 2570) ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 และหารือแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนพืชสมุนไพรจังหวัดฉะเชิงเทรา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 โดยมีนางสาวอรุษา นิตติศิริกร เกษตรและสหกรณ์จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นประธาน พร้อมด้วยคณะทำงานขับเคลื่อนสมุนไพรด้านการส่งเสริม พัฒนาและยกระดับมาตรฐาน คณะทำงานขับเคลื่อนสมุนไพรด้านสาธารณสุขการแพทย์ แปรรูป เทคโนโลยี และคณะทำงานขับเคลื่อนสมุนไพรด้านเชื่อมโยงผู้ประกอบการและการตลาด (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2567) จากผลการรวบรวมข้อมูลในพื้นที่พบว่าปัญหาที่แท้จริงของกลุ่มเกษตรกรในชุมชนในพื้นที่ทั้ง 11 อำเภอ โดยทำการศึกษาปัญหาภาพรวมของการจัดการกลุ่มเกษตรกรในชุมชนด้านการแปรรูปพืชสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรในเบื้องต้นพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการด้านการแปรรูปพืชสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรต่าง ๆ ที่ให้มีมูลค่าเพิ่ม อาทิ เช่น การจัดการทางการตลาด การเพิ่มยอดขาย การจัดการช่องทางการจำหน่าย และการจัดการระบบโลจิสติกส์และการบริการที่ได้มาตรฐาน โดยการเชื่อมโยงกับการจัดการความรู้ที่เกิดจากภูมิปัญญาของกลุ่มเกษตรกรในชุมชนที่เป็นปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรไม่ว่าจะเป็นปัญหาของการจัดการความรู้ที่เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้จากวิธีการทำงาน จากชุมชนนักปฏิบัติที่ไม่ต่อเนื่องในการพัฒนาการแปรรูปพืชสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรและวิธีการแปรรูปพืชสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรให้ทันสมัย จึงทำให้ส่งผลไม่ได้คุณภาพตามที่กำหนดไว้ ปัญหาที่สำคัญอีกประการคือ ช่องทางการตลาด ถือเป็นเป้าหมายของความสำเร็จในการบริหารจัดการเกิดจากการไม่มีการให้บริการช่องทางการตลาดอย่างจริงจัง จึงทำให้พืชสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรคงเหลือเป็นจำนวนมาก และปัญหาด้านของระบบโลจิสติกส์ที่แฝงอยู่ในกระบวนการทำงานของกิจกรรมเคลื่อนย้ายสินค้าตั้งแต่ผู้รวบรวมสินค้าไปจนถึงผู้บริโภค ส่งผลให้ต้นทุนเพิ่มขึ้น และการส่งมอบสินค้าล่าช้า เนื่องจากการแปรรูปพืชสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรบางชนิดต้องผลิตแบบสดใหม่จึงมีอายุของผลผลิตสั้นเช่น โหระพา กะเพรา มะกรูด เป็นต้น บางชนิดมีอายุการใช้งานที่ยาวนาน เช่น อัญชัญตากแห้ง กระเจี๊ยบตากแห้ง เป็นต้น จึงต้องมีการวางแผนการผลิตและจัดส่งให้ถึงมือผู้จัดจำหน่ายหรือผู้บริโภคให้ทันเวลาของอายุผลผลิต เพื่อคงไว้ซึ่งความสดใหม่และควมมีมาตรฐานกำหนดไว้ รวมไปถึงปัญหาด้านการขนส่ง การจัดเก็บ การกระจายสินค้า ด้านบุคลากรและด้านการให้บริการลูกค้า ที่ยังขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงานอยู่ แต่อย่างไรก็ตามเกษตรกรต้องการให้ภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ให้เป็นระบบมากขึ้น เพื่อช่วยต่อการประสานงานและสะดวกต่อการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐานต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งศึกษาถึงการพัฒนาพืชสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตร ด้วยการพัฒนาองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาต่อยอดเป็นองค์ความรู้ใหม่ และการเพิ่มช่องทางการตลาดและการจัดระบบโลจิสติกส์ เพื่อให้กลุ่มเกษตรกรในชุมชนสามารถบริหารจัดการพึ่งพาได้ด้วยตนเองและเป็นการสร้างรายได้เป็นอาชีพเสริมให้กับชุมชนได้อีกทาง และถือเป็นการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเบื้องต้นให้กับจังหวัดฉะเชิงเทราได้อีกทาง

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพรวมการจัดการกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนของจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา

## ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้มีการทบทวนวรรณกรรมตามทฤษฎีแนวคิดของนักวิชาการโดยมีด้านการจัดการความรู้ ด้านช่องทางการตลาดและด้านระบบโลจิสติกส์ มีรายละเอียดดังนี้

### แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้

เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรในชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทราไม่เรียนรู้ในการพัฒนาระดับผลผลิตทางการเกษตรในการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์จึงทำให้จำเป็นต้องมีการพัฒนาการจัดการความรู้ตามแนวคิดของ Nonaka & Takeuchi (1995) ได้จำแนกความรู้ที่มีอยู่ โดยแบ่งความรู้ออกเป็น 2 ประเภท และให้คำจำกัดความไว้ในเบื้องต้นที่ค่อนข้างเป็นรูปธรรมซึ่งนักจัดการความรู้ใหม่ ๆ จะต้องทำความเข้าใจให้ลึกซึ้ง เพราะจะเป็นพื้นฐานในการจัดการความรู้ที่ค่อนข้างสำคัญคือ 1) Explicit Knowledge เป็นความรู้ที่ปรากฏและมองเห็นได้ชัดเจน สามารถจัดทำออกมาในรูปแบบของการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในการแปรรูปพืชสมุนไพร และสามารถถ่ายทอดหรือรวบรวมง่าย เช่น การทำคู่มือพืชสมุนไพรในการแปรรูป เป็นต้น 2) Tacit Knowledge เป็นความรู้ที่ไม่ปรากฏชัดเจน ถูกฝังลึกและซ่อนเร้นอยู่ในตัวคน โดย Tacit Knowledge อาจเกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ หรือพรสวรรค์ (Talent) การถ่ายทอดหรือสื่อสารในรูปแบบของตัวเลข หรือตัวอักษร อาจทำได้โดยยาก การสร้างสามารถทำได้โดยการฝึกฝนหรือกระทำ เช่น เกษตรกรสามารถต่อยอดนำไปพัฒนาผลผลิตทางการเกษตรในการแปรรูปพืชสมุนไพรได้ และนำองค์ความรู้ไปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ด้านอื่นได้อีก (พิพรรณ ธิเชษฐศิริประภา และคณะ, 2565)

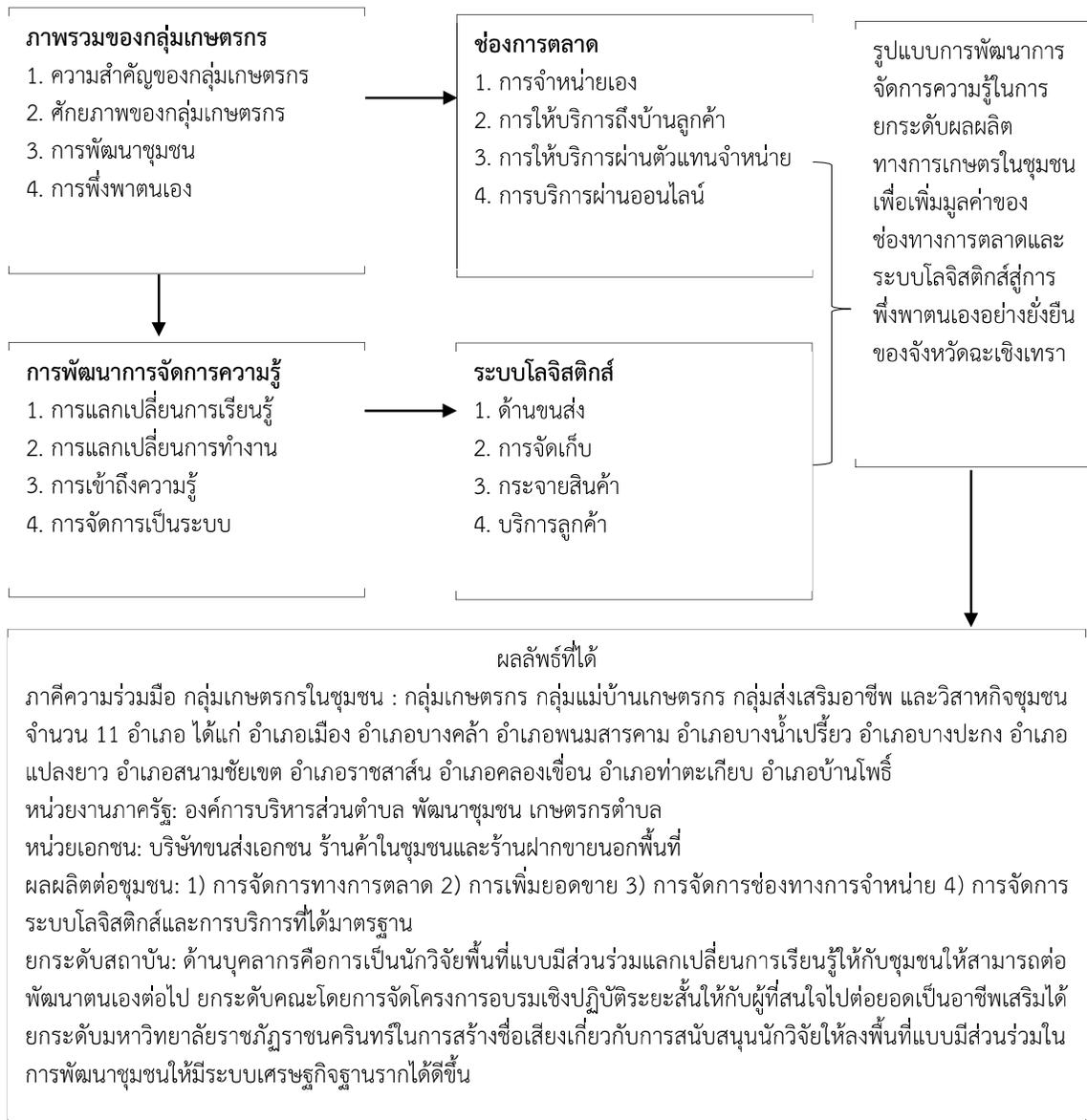
### แนวคิดเกี่ยวกับช่องทางการตลาด

สำหรับการผลิตทางการเกษตรในการแปรรูปจำเป็นต้องมีการหาช่องทางการตลาดถือเป็นเส้นทางที่ประกอบด้วยกลุ่มของบุคคลและองค์กร ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค (Kotler, et al., 2010, Kotler et al., 2020) และ อัสพร อีซอและคณะ, 2563) เสนอว่าโดยปกติช่องทางการจัดจำหน่ายจัดแบ่งเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้ ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ (Offline Channel) เป็นช่องทางที่เน้นการมีหน้าร้านเพื่อการจัดจำหน่าย ซึ่งผู้ผลิตอาจจัดจำหน่าย โดยตรงหรือจำหน่ายผ่านคนกลาง และช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ (Online Channel) จัดเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการ ติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้า (พิพรรณ ธิเชษฐศิริประภา และคณะ, 2565)

### แนวคิดเกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์

โดยกลุ่มเกษตรกรต้องมีการวางแผนการจัดการโลจิสติกส์ให้สามารถส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วเริ่มต้นจากกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไปจนกระทั่งผลิตสินค้าเสร็จ และส่งถึงมือผู้บริโภคขั้นสุดท้ายหรือคือการไหลเวียนของวัตถุดิบข้อมูล การจ่ายเงินและการบริการจากแหล่งวัตถุดิบจนถึงโรงงานคลังสินค้าและผู้บริโภคขั้นสุดท้ายโดยรวมถึงองค์การที่เกี่ยวข้องและกระบวนการ และถือเป็นกระบวนการวางแผนในการนำไปปฏิบัติและทำควบคุมของแต่ละกิจกรรมตามกระบวนการไหลของสินค้าขนส่งสินค้า การจัดเก็บ การติดตามได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (พิพรรณ ธิเชษฐศิริประภา และคณะ, 2565 และ Rushton, 2006)

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมได้กรอบแนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีคุณสมบัติเป็นตัวแทนกลุ่มดังนี้ 1) มีความรู้และความเข้าใจทางการเกษตรแปรรูปจากพืชสมุนไพร 2) สนใจที่จะพัฒนาระดับการแปรรูปพืชสมุนไพรที่มาจากผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนให้สามารถจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางการตลาดและมีการจัดการระบบโลจิสติกส์ได้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น และ 3) มีความยินยอมสมัครในการเข้าร่วมศึกษาคั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาตามแนวทางเชิงคุณภาพ คือ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อศึกษาประชากรที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรในชุมชนมีคุณสมบัติเป็นตัวแทนกลุ่ม จำนวน 11 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบางคล้า อำเภอพนมสารคาม อำเภอบางน้ำเปรี้ยว อำเภอบางปะกง อำเภอแปลงยาว อำเภอสนามชัยเขต อำเภอราชสาส์น อำเภอคลองเขื่อน

อำเภอท่าตะเียบ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ได้แก่ กลุ่มตัวแทนกลุ่มเกษตรกร 7 ราย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 3 ราย กลุ่มส่งเสริมอาชีพ 5 ราย และวิสาหกิจชุมชน 15 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 ราย ด้วยใช้วิธีการเลือกผู้แบบเจาะจงและเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาตามแนวทางเชิงปริมาณ คือ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 11 อำเภอ มีประชากรทั้งสิ้น 721,198 คน โดยมีพื้นที่ทำการเกษตรร้อยละ 43.30 ของพื้นที่ทั้งหมดของจังหวัดฉะเชิงเทรา (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2567) โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกตัวอย่าง จำนวน 11 อำเภอ ที่เป็นกลุ่มตัวแทนที่สนใจแปรรูปพืชสมุนไพรจากผลผลิตทางเกษตรมาเข้าร่วมในโครงการครั้งนี้ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ผ่านเกณฑ์คัดเลือกและอาสาสมัครทั้งสิ้น 50 ราย

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

โดยมีเครื่องมือในการวิเคราะห์ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ กลุ่มตัวแทนกลุ่มเกษตรกร 7 ราย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 3 ราย กลุ่มส่งเสริมอาชีพ 5 ราย และวิสาหกิจชุมชน 15 ราย รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 ราย โดยมีการตั้งคำถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อให้ได้เป็นข้อเสนอแนะ และแนวทางในการพัฒนาต่อไป

2. การประชุมแบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการ AIC (Appreciation Influence Control) มีลักษณะแบบเปิดโอกาสให้กลุ่มเกษตรกร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการดำเนินงาน

3. การสนทนากลุ่มย่อย โดยทำการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้จากกลุ่มเกษตรกรในการแปรรูปและปลูกพืชสมุนไพรจากการตั้งคำถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยและมีข้อเสนอแนะจากผู้ให้ข้อมูลหลัก

4. การแจกแบบสอบถาม เป็นการวัดระดับด้านรู้ของกลุ่มเกษตรกรจำนวน 50 ราย โดยมีการวัดค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามเท่ากับ .93 จากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกัน จำนวน 30 ชุด มีค่าผลรวมเท่ากับ .877

จากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังกล่าวจะนำมาทำการวิเคราะห์การวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ แบ่งได้ 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 ความสำคัญของภาพรวมของพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตพืชสมุนไพรทั้งการผลิตและการแปรรูปทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองได้ในปัจจุบันมีลักษณะการดำเนินงานอย่างไรบ้าง และทำการศึกษาระบบช่องทางการตลาดของกลุ่มเกษตรกร มีปัญหาและอุปสรรคอะไรบ้าง อย่างไรเริ่มตั้งแต่เดือน มกราคม – เมษายน 2567

ระยะที่ 2 นำผลที่ได้รับจากระยะที่ 1 เกี่ยวกับภาพรวมของกลุ่มเกษตรกรในการแปรรูปพืชสมุนไพรและผลที่ได้รับเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการความรู้ ช่องทางการตลาด ระบบโลจิสติกส์ มาระดมสมองเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข โดยการใช้ Gap Analysis และดำเนินการเป็นแนวทางเดียวกันให้กับกลุ่มเกษตรกร ตั้งแต่พฤษภาคม-สิงหาคม 2567 และ

ระยะที่ 3 การสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อต่อยอดและขยายผล ตั้งแต่กันยายน 2567-เมษายน 2568

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยแบบมีส่วนร่วมทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มเกษตรกร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบมีเครื่องมือในการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ สมุดจดบันทึก ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการชี้แจงรายละเอียดในการขออนุญาตใช้อุปกรณ์เหล่านี้จากผู้ให้ข้อมูลวิจัยทุกครั้ง

2. การประชุมแบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการ AIC มีลักษณะแบบเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวแทนกลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มส่งเสริมอาชีพ และวิสาหกิจชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อจะได้หาแนวทางรูปแบบการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเกษตรกร

3. การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) แลกเปลี่ยนการเรียนรู้จากกลุ่มตัวแทนกลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มส่งเสริมอาชีพ และวิสาหกิจชุมชน ในแต่ละพื้นที่ให้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นของการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์ที่สามารถพึ่งพาตนเองได้

4. การแจกแบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นการวัดระดับความรู้ของกลุ่มเกษตรกร

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

จากแบบมีส่วนร่วมทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยนำเครื่องมือในการวิจัยเป็น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มย่อย และการประชุมแบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการ AIC มาเรียบเรียง ทำการตรวจสอบข้อมูล และนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ ได้แก่ การจำแนกข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การเชื่อมโยงแนวคิดที่สัมพันธ์กัน และการสรุปตีความด้วยการบรรยายผล

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อมาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านแล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ และดำเนินการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ชุด จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน เป็นการศึกษาระดับความสำคัญ ซึ่งแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า (Rating scale) จำนวน 5 ระดับตามแบบ Likert Scale ซึ่งจะมีเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลผลตามแนวคิดของ Best (1981) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การเก็บความลับของข้อมูล ได้ประสานกับกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มอาสาสมัครในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเป็นส่วนบุคคล เป็นการปกปิดความลับทุกส่วน และขออนุญาตทุกครั้งในการเก็บข้อมูลทั้งบันทึกภาพ บันทึกเสียง และได้ทำการบันทึกข้อมูลทุกอย่างลงในคอมพิวเตอร์มีรหัสการเข้ารหัสทุกครั้ง

#### ผลการวิจัย

##### การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและแบบมีส่วนร่วม

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาภาพรวมการจัดการกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่ากลุ่มเกษตรกรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการทำงานเกี่ยวกับในเรื่องการพัฒนาพืชสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนนำมาแปรรูปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน เพื่อให้มีมูลค่าสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอาชีพเสริมให้กับกลุ่มเกษตรกรที่สนใจและทำให้มีระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในชุมชนดีขึ้น และกลุ่มเกษตรกรช่วยกันสรุปผลภาพรวมของการดำเนินงานในการแปรรูปพืชสมุนไพรเพื่อจะได้ทราบว่าแต่ละพื้นที่ที่มีการแปรรูปพืชสมุนไพรประเภทใดบ้างซึ่งสามารถสรุปออกมาเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สมุนไพรแปรรูปด้านเครื่องสำอาง สมุนไพรแปรรูปด้านอาหาร และสมุนไพรด้านยาและอาหารเสริม แสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปแปรรูปพืชสมุนไพร

สมุนไพรแปรรูป	อำเภอ	ผลิตภัณฑ์ที่ได้
สมุนไพรแปรรูปด้าน เครื่องสำอาง	อำเภอแปลงยาว	ครีมบำรุงผิวหน้า แชมพูสระผม ครีมนวดผม ครีมทาผิว เซรั่ม บำรุงผิวหน้า ครีมบำรุงผิวกาย สบู่
	อำเภอบ้านโพธิ์	แชมพูสระผม ครีมนวดผม น้ำยาล้างจาน
	อำเภอพนมสารคาม	แชมพูสระผม ครีมนวดผม สบู่สมุนไพร ครีมบำรุงผิว
	อำเภอบางปะกง	แชมพูสระผม ครีมนวดผม สบู่สมุนไพร ครีมบำรุงผิว
	อำเภอท่าตะเกียบ	ครีมบำรุงผิว เซรั่มบำรุงผิว ครีมทาผิว
	อำเภออำเภอบางคล้า	สบู่ล้างหน้าจระเข้ ครีมบำรุงผิวล้างหน้าจระเข้ แชมพูสระผมและ เซรั่ม
สมุนไพรแปรรูปด้านอาหาร	อำเภอราชสาส์น	สมุนไพรแก้ไอฮั่นยกฮต (เครื่องปรุงรสใส่ชาบู หมูกระทะ น้ำซุปล และเป็นก้อน)
	อำเภอบางน้ำเปรี้ยว	น้ำพริกเผาสมุนไพรบึงไผ่ทองงาม
	อำเภอบ้านโพธิ์	ขอสสมะม่วง ไวน์มะม่วง ปลาแดดเดียวอบสมุนไพร ปลาไร่สมุนไพรทอด แหนมหมูสมุนไพร แหนมเห็ดสมุนไพร
	อำเภอบางปะกง	น้ำพริกสมุนไพร เช่น น้ำพริกปลาสด น้ำพริกนรกกุ้ง น้ำพริกเผา น้ำพริกหอยแมลงภู่
	อำเภอเมือง	ขนมชั้น ขนมถ้วย ขนมเปียกปูน
สมุนไพรด้านยาและอาหารเสริม	อำเภอเมือง	น้ำมันงาคำสกัดเย็น น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น น้ำมันกระเทียม สกัดเย็น
	อำเภอคลองเขื่อน	ลูกประคบสมุนไพร
	อำเภอสนามชัยเขต	ลูกประคบสมุนไพร
	อำเภอท่าตะเกียบ	สเปรย์แก้ช้ำขยอก ครีมสมานแผล ยาต้ม ยาหม่อง พิมเสน ลูกประคบ
	อำเภอพนมสารคาม	ยาสีฟันข่อย น้ำยาบ้วนปากข่อย น้ำมันมะกรูด น้ำมันชันตะเคียน น้ำมันพริก ยาหม่อง น้ำมันดอกกะเม็งกันผมหงอก น้ำตาลอ้อยผง น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าช่องทางการตลาดช่วยกันวางแผนช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น คือ เปิดร้านจำหน่ายผ่านวิสาหกิจ การจำหน่ายผ่านร้านค้า การขายผ่านสื่อออนไลน์ และการไปออกบูธแสดงสินค้า ส่วนระบบโลจิสติกส์ กลุ่มเกษตรกรเน้นด้านต้นน้ำ ควรช่วยการปลูกพืชสมุนไพรให้เพิ่มขึ้นและสามารถหมุนเวียนการปลูกเพื่อนำมาแปรรูปสินค้าเกษตรได้เพียงพอ ส่วนกลางน้ำเน้นการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้ออยู่เสมอ สำหรับปลายน้ำเน้นการขนส่งโดยใช้บริการรถขนส่งเอกชนสำหรับส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น

ตอนที่ 3 ผลการศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ทุกระดับกระบวนการในการทำงานแบบมีส่วนร่วม และให้ได้มาตรฐานการผลิตทาง

การเกษตรที่ดีและเหมาะสม หรือ Good Agriculture Practices (GAP) ส่วนช่องทางการตลาด กลุ่มเกษตรกรทุกรายช่วยกันหาช่องทางการตลาดเพิ่มเติมจากเดิม และเน้นการไปแสดงสินค้าหรือการออกบูธสถานที่ต่าง ๆ สำหรับการจัดการระบบโลจิสติกส์ เน้นส่วนของปลายน้ำคือการขนส่งใช้บริการรถขนส่งเอกชน ซึ่งรวดเร็วทันใจลูกค้าในการสั่งซื้อ

ดังนั้นทางทีมวิจัยได้เสนอให้กลุ่มเกษตรกรให้ศึกษาแผนธุรกิจเพื่อจะได้ทราบว่าเกษตรกรต้องเริ่มต้นศึกษา เข้าใจหรือเรียนรู้อะไรก่อน เพื่อจะได้นำมาพัฒนาและต่อยอดให้กับกลุ่มเกษตรกรได้ มีรายละเอียดดังนี้

1. คุณค่าของสินค้าของเรามีอะไรบ้าง เช่น ผลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มใช้พืชสมุนไพรจากธรรมชาติที่เพาะปลูกมาแปรรูป เช่น แชมพู ครีมอาบน้ำ ครีมบำรุงผิว น้ำยาล้างจาน น้ำพริกสมุนไพร เครื่องปรุงรส ลูกประคบสมุนไพร พิมเสน ยาหม่อง ยาดม ขี้ผึ้ง และอื่น ๆ ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ มผช. หรือ อย.รับรองทุกผลิตภัณฑ์

2. กลุ่มลูกค้าเราคือใครในปัจจุบันและอนาคต เช่น พ่อค้า แม่ค้า นักท่องเที่ยว คนภายในชุมชน ร้านจำหน่าย ลูกค้าออนไลน์ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เครือข่ายเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มาซื้อสินค้าเรา

3. การสื่อสารทางการตลาดรูปแบบไหน เช่น การบอกต่อ สื่อออนไลน์ และระบบโลจิสติกส์เป็นอย่างไร เช่น ขนส่งเอกชน ไปรษณีย์ จัดส่งเอง หรือลูกค้ามารับโดยตรง สามารถรองรับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้มากและรวดเร็วทันใจด้วย

4. ความสัมพันธ์ต่อลูกค้าเป็นอย่างไร เช่น จำหน่ายราคาส่ง ราคาปลีก บริการส่งถึงบ้าน จัดโปรโมชั่น มีส่วนลด สามารถเคลมหรือเปลี่ยนสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานได้ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

5. ที่มาของรายได้มาแหล่งใดบ้าง เช่น การจำหน่ายสินค้าแปรรูปสมุนไพรเช่น แชมพู ครีมอาบน้ำ สบู่ ครีมบำรุงผิว น้ำยาล้างจาน น้ำพริกสมุนไพร เครื่องปรุงรส ลูกประคบสมุนไพร พิมเสน ยาหม่อง ยาดม ขี้ผึ้ง และอื่น ๆ เป็นต้น ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มเกษตรกรได้

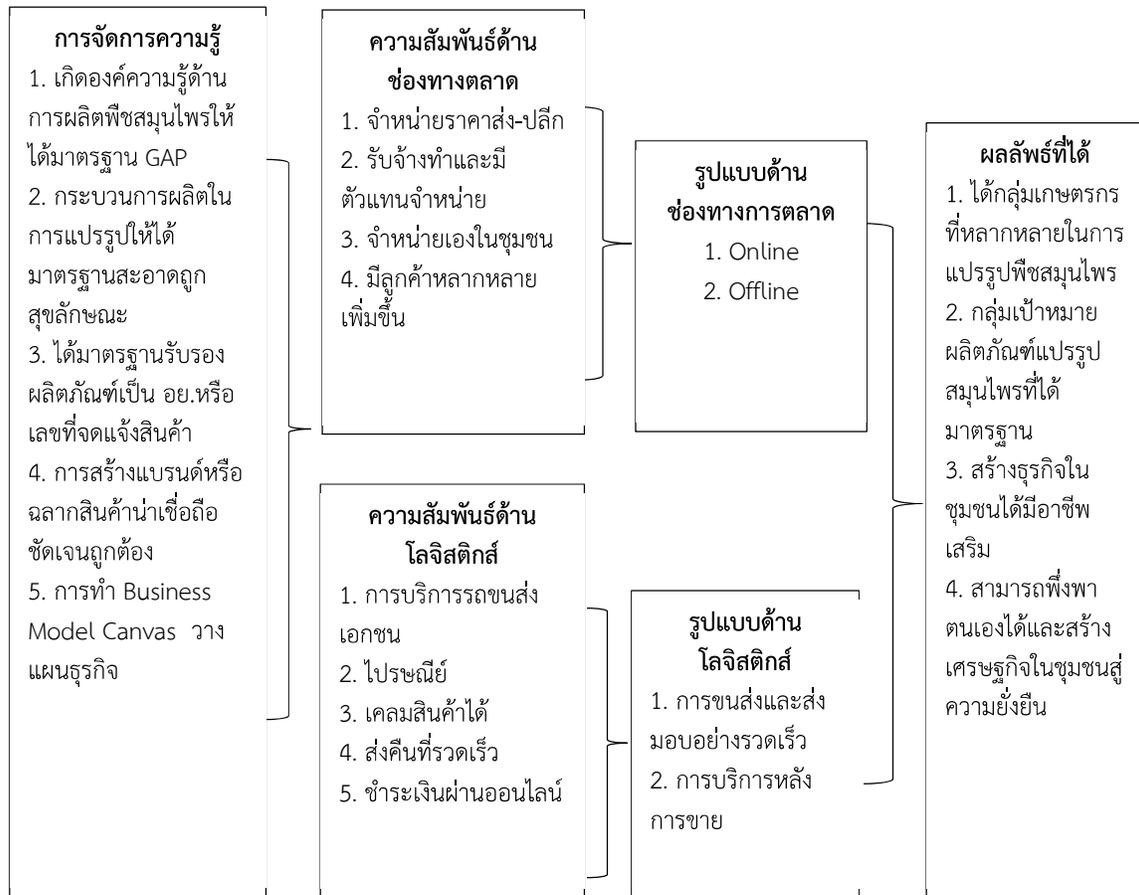
6. กิจกรรมหลักของชุมชนควรทำอะไร เช่น การปรับปรุงกระบวนการผลิต การปรับปรุงการบรรจุภัณฑ์ แห่ส่งจัดเก็บสินค้าให้ปลอดภัย พัฒนาสินค้าตัวใหม่ออกมา ปรับปรุงสูตรให้ดีขึ้น ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้กลุ่มลูกค้าได้รับทราบ การสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์ให้เด่นชัด

7. ปัจจัยการผลิตที่ต้องใช้มีอะไรบ้างเพียงพอหรือเปล่า เช่น ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเป็นตัวตั้งในการผลิตแปรรูป เช่น ปลูกข้าว ตะไคร้ ขิง ขมิ้น มะกรูด กล้วย ช้าง บัวบก เกล็ดฟองพอน ทองพันชั่ง ผักเบี้ยใหญ่ เหงือกปลาหมอ ต้นกาบหิยา ดอกพุทธรักษา ใบข่อย กานพลู ว่านมหาจักร ตำลึง ไพร มะขามเปียก ว่านหางจระเข้ เป็นต้น และสินค้าสามารถต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ยั่งยืนได้ ส่งเสริมและรณรงค์ให้กลุ่มเกษตรกรช่วยกันเพาะปลูกพืชสมุนไพร ช่วยกันหมุนเวียนรับซื้อพืชสมุนไพรมาแปรรูปต่อยอดต่อไปได้ เป็นต้น

8. ความร่วมมือของหน่วยงานหรือผู้ถือหุ้นมีใครบ้างที่เข้ามาช่วยพัฒนาต่อยอด เช่น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยสนับสนุนด้านต่าง ๆ ร้านค้าขายของฝาก การออกบูธแสดงสินค้า เป็นต้น

9. ต้นทุน ค่าใช้จ่ายเกิดจากอะไร เช่น การใช้เวลาร่วมของสมาชิกมารวมกลุ่มกัน การเรียนรู้จากนักปราชญ์มาต่อยอดพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่อไป การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นต้น

ซึ่งแผนธุรกิจเหล่านี้จะทำให้กลุ่มเกษตรกรได้ทราบช่องทางการทำธุรกิจอย่างชัดเจนและเข้าใจมากขึ้น ผลกระทบที่ได้รับคือ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้มีเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ดีขึ้น พัฒนาชุมชนตัวอย่างให้กับกลุ่มอื่นที่สนใจนำไปอบรมหรือเป็นวิทยากรถ่ายทอดได้ เป็นการอนุรักษ์และรณรงค์ให้กับชุมชนช่วยการปลูกพืชสมุนไพรเพิ่มมากขึ้น และสร้างความมั่นคงให้กับสมุนไพรไทยได้เกิดการยอมรับแพร่มากขึ้น ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นของกลุ่มเกษตรกรที่ได้แลกเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกัน จึงได้เสนอข้อค้นพบใหม่เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองจังหวัดฉะเชิงเทรา ที่สามารถนำไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ต่อยอดให้กับกลุ่มเกษตรกรดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา

### การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ตอนที่ 1 – 3 ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ มีรายละเอียดดังนี้

ข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศหญิงมีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 ซึ่งมากกว่า เพศชายมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 ตามลำดับ ซึ่งมีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ส่วนระดับการศึกษามีในช่วงปวช. จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 อาชีพเกษตรกรจะเน้นปลูกผัก จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ระดับรายได้ต่อเดือนจะอยู่ในช่วง 25,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 จำนวนมากที่สุด และระยะเวลาในการดำเนินงานกลุ่มอาชีพเกษตรกรในชุมชนอยู่ในช่วงระยะเวลา 11-15 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 สำหรับการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวชี้วัดพบว่า 1) ด้านการจัดการความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 อยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ .339 2) ด้านช่องทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 อยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ .269 3) ด้านระบบโลจิสติกส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 อยู่ในระดับมากที่สุดและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ .271 และ 4) ด้านรูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 อยู่ในระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ .472

ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ตอนที่ 3 ใช้สถิติอนุमानหรือสถิติอ้างอิง มีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิจัยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรและการเปรียบเทียบซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อ 3 ปรากฏแสดงผลดังตารางที่ 2-3 พบว่าผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวร่วมกันอธิบายความผันแปร ได้ร้อยละ 15.36 โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลได้ดีที่สุดคือ คือ ด้านระบบโลจิสติกส์ ด้านการจัดการความรู้และด้านช่องทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรปัจจัยความสัมพันธ์ของการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปร	B	SE.	Beta
ด้านการจัดการความรู้	.164	.143	.162
ด้านช่องทางการตลาด	.048	.162	.047
ด้านระบบโลจิสติกส์	.735	.162	.623
$R^2$	SEE	F	sig
.0647	.15363	.745	.000

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปร	df	SS	MS	F	P
ด้านการจัดการความรู้	3	.809	.270	11.005	.000
ด้านช่องทางการตลาด	3	1.093	.019	18.764	.000
ด้านระบบโลจิสติกส์	3	.881	.270	20.099	.000

สำหรับกรวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านระบบโลจิสติกส์  $r = .753$  สูงสุด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการตลาด  $r = .742$  และด้านการจัดการความรู้  $r = .646$  ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน แสดงผลดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปร	การพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา		
	r	Sig	ลำดับที่
ด้านการจัดการความรู้	.646	.000	3
ด้านช่องทางการตลาด	.742	.000	2
ด้านระบบโลจิสติกส์	.753	.000	1

## สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาภาพรวมการจัดการกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็น เพศหญิงมีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 ซึ่งมากกว่า เพศชายมีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 ความสำคัญกับตัวชี้วัดด้านการจัดการความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 อยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ .339 โดยกลุ่มเกษตรกรมีการแลกเปลี่ยนการทำงานเกี่ยวกับในเรื่องการพัฒนาพืชสมุนไพรที่มีอยู่ในชุมชนนำมาแปรรูปต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน เพื่อให้มีมูลค่าสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอาชีพเสริมให้กับกลุ่มเกษตรกรที่สนใจและทำให้มีระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในชุมชนดีขึ้น มีความสอดคล้องกับ ชูติกาญจน์ ไชยเมืองดี (2561) พบว่า ศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ มีจุดแข็งคือ กลุ่มเกษตรกรมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการผลิต และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้สนใจ ผลการวิจัยได้องค์ความรู้ 6 ด้าน เรียงลำดับความสำคัญ ดังนี้ 1) องค์ความรู้ในการจัดการปัจจัยการผลิต ร้อยละ 35.09 2) องค์ความรู้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ร้อยละ 24.56 3) องค์ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าปลอดภัย ร้อยละ 22.81 4) องค์ความรู้ในการจัดการตลาด ร้อยละ 7.02 5) องค์ความรู้ในการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อต่อยอดมูลค่า ร้อยละ 5.26 และ 6) องค์ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรให้ได้มาตรฐาน (GAP) ร้อยละ 5.26 จึงควรเน้นให้เกษตรกรพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ในด้านการจัดการปัจจัยการผลิตให้ผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เช่นเดียวกับ สุพัตรา คำแหง และคณะ (2565) พบว่า ผู้บริโภคเป็นเพศหญิง มีอายุ 61 ปีขึ้นไป มีรายได้ 10,001-15,000 บาท อาชีพการเกษตร การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ชื้อผลิตภัณฑ์ยาหม่อง มีระยะเวลาการใช้ 6 เดือน ถึง 1 ปี ใช้ผลิตภัณฑ์เมื่อมีอาการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 101 -200 บาท ชื้อจากผู้ผลิตความคาดหวังที่ทำให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร คือ วัตถุประสงค์จากสมุนไพรธรรมชาติที่ปลอดภัย ส่วนประสมทางการตลาด บรรจุภัณฑ์สะอาด คุณภาพดีและมีเครื่องหมายมาตรฐานรับรอง ปัจจัยด้านนวัตกรรม การตลาดบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด คุณภาพดีและมีเครื่องหมายมาตรฐานรับรองมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาช่องทางทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ด้านช่องทางทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 อยู่ในระดับมาก และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ .269 และกลุ่มเกษตรกรช่วยกันพัฒนาช่องทางทางการตลาด คือ 1) เปิดร้านจำหน่ายผ่านวิสาหกิจ จำนวน 7 แห่ง 2) การจำหน่ายผ่านร้านค้า จำนวน 5 แห่ง 3) การขายผ่านสื่อออนไลน์ จำนวน 3 สื่อ 4) การไปออกบูธแสดงสินค้า จำนวน 3 ครั้งต่อปี สอดคล้องกับพัชรินทร์ สุภาพันธุ์ และพัชรี อินธนู (2562) พบว่า การเพิ่มโอกาสการซื้อกลุ่มพืชไร่ควรมุ่งเน้นกลยุทธ์การแจ้งรายละเอียดสินค้า และตรารับรองอย่างครบถ้วนของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูป เน้นกลยุทธ์ความเพียงพอของสินค้าเกษตรอินทรีย์ด้านการส่งเสริมการตลาดชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์ทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมนำมาสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และด้านระบบโลจิสติกส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 อยู่ในระดับมากที่สุด และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ .271 โดยด้านต้นน้ำควรช่วยการปลูกพืชสมุนไพรให้เพิ่มขึ้นและสามารถหมุนเวียนการปลูกเพื่อนำมาแปรรูปสินค้าเกษตรได้เพียงพอ ส่วนกลางน้ำเน้นการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้ออยู่เสมอ และปลายน้ำทางกลุ่มวิสาหกิจเน้นการขนส่งภาคเอกชนเป็นหลัก เพื่อสะดวกในการส่งสินค้าได้รวดเร็ว เช่นเดียวกับ ชมรมผู้รู้ชา กังวานศุภพันธ์ และเพ็ญฤมล จระระ (2562) พบว่า วิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมะลิอินทรีย์ทุกกลุ่มมีรูปแบบการดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์คล้ายคลึงกัน ในกิจกรรมการจัดซื้อจัดหาปัจจัยการผลิต การดำเนินการผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง บรรจุภัณฑ์ การเคลื่อนย้ายและขนส่ง การบริการลูกค้า การติดต่อสื่อสาร การพยากรณ์ความต้องการ และโลจิสติกส์ย้อนกลับ และต้องปรับปรุงการดำเนินงานให้ทันเวลา ได้แก่ การจัดหาปัจจัยการผลิตเมล็ดพันธุ์ให้ทันความต้องการผลิตในฤดูแล้ว

ตอนที่ 3 ผลการศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของช่องทางทางการตลาดและระบบโลจิสติกส์สู่การพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 อยู่ในระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ .472 และผลการวิเคราะห์ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวร่วมกันอธิบายความผันแปร ได้ร้อยละ 15.36 โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลได้ดีที่สุด คือ ด้านระบบโลจิสติกส์ ด้านการจัดการความรู้และด้านช่องทางทางการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กันเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านระบบโลจิสติกส์  $r = .753$  สูงสุด รองลงมาคือ

ด้านช่องทางการตลาด  $r = .742$  และด้านการจัดการความรู้  $r = .646$  ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน รูปแบบการจัดการความรู้ในการยกระดับผลผลิตทางการเกษตรให้สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ทุกระดับกระบวนการในการทำงานแบบมีส่วนร่วม และให้ได้มาตรฐาน GAP ส่วนช่องทางการตลาด ช่วยกันหาช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นจากเดิมและการไปแสดงสินค้าหรือการออกบูธสถานที่ต่าง ๆ สำหรับการจัดการระบบโลจิสติกส์ เน้นส่วนของปลายน้ำคือการใช้บริการรถขนส่งเอกชน ซึ่งรวดเร็วทันใจลูกค้าในการสั่งซื้อ เช่นเดียวกับบอรุข กฤตยชจรสกุล และคณะ (2565) พบว่า สินค้าเกษตรแปรรูปจากร้านขายของฝากมีจุดแข็งคือ สินค้าเกษตรแปรรูปมีความโดดเด่นด้านรสชาติ ส่วนจุดอ่อนคือ กระจายสินค้าไปร้านค้าปลีกยังไม่ทั่วถึงไม่มีตัวแทนในการติดต่อกับร้านค้าปลีกในการจัดจำหน่าย โอกาสคือ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและภาครัฐควรส่งเสริมสนับสนุนสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอุปสรรคคือมีร้านค้าปลีกจำนวนมาก การแข่งขันสูงแนวทางในการพัฒนาควรมีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และสุธารัตน์ พิมลรัตน์ และคณะ (2565) พบว่าแนวทางในการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน จำเป็นต้องปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนของสภาพแวดล้อมเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้เติบโตอย่างมั่นคงและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กรต่อไป

### ข้อเสนอแนะ

กลุ่มเกษตรกรควรเน้นการจัดการความรู้ให้สามารถเข้าถึงการเรียนรู้ทุกระดับกระบวนการในการทำงานแบบมีส่วนร่วม สามารถถ่ายทอดความรู้มาพัฒนาต่อยอดให้กับกลุ่มเกษตรกร ด้านช่องทางการตลาดเน้นการขายมีออนไลน์และออฟไลน์ การออกบูธแสดงสินค้าด้านระบบโลจิสติกส์เน้นการขนส่งโดยบริการรถขนส่งเอกชน ซึ่งส่งสินค้ารวดเร็วทันใจลูกค้าในการสั่งซื้อ ผลกระทบที่ได้รับ คือ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้มีเศรษฐกิจหมุนเวียนที่ดีขึ้น พัฒนาชุมชนตัวอย่างให้กับกลุ่มอื่นที่สนใจนำไปถ่ายทอดได้ ช่วยกันรณรงค์ปลูกพืชสมุนไพรและสร้างมั่นคงให้กับสมุนไพรไทยได้เกิดการยอมรับเผยแพร่มากขึ้น

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การสนับสนุนเกษตรกรรุ่นใหม่ในการสืบทอดการเรียนรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และช่วยกันรณรงค์การปลูกพืชสมุนไพรหมุนเวียนภายในชุมชนให้มากขึ้นด้วย ด้วยวิธีเน้นการเพาะปลูกพืชสมุนไพรที่ได้มาตรฐานการผลิตทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม หรือ Good Agriculture Practices (GAP) อย่างต่อเนื่อง

2. การสร้างกลไกการกระจายสินค้าเกษตรจากช่องทางการตลาดให้หลากหลายมากขึ้นและให้ทุกคนในชุมชนรวมกลุ่มในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

3. ควรส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรที่มีความรู้หรือนักปราชญ์มาเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชนและคนรุ่นใหม่ที่สนใจเน้นการพัฒนาการแปรรูปพืชสมุนไพรทางการเกษตรด้วยการนำเครื่องมือที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการผลิตเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น

#### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาการจัดการการผลิตในด้านการพัฒนาระบบและมาตรฐานการผลิตให้ได้มาตรฐานรองรับกับการจัดการโลจิสติกส์ให้ทันสมัย

2. การศึกษาการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรที่เชื่อมโยงกับต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ สู่การกระจายสินค้าผ่านออนไลน์และออฟไลน์อย่างยั่งยืน

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุนในการสนับสนุนจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนินทร์ และขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลหลักเกษตรกรชุมชน และวิสาหกิจชุมชนทั้ง 11 อำเภอ ที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ และทำให้การวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ดี

## เอกสารอ้างอิง

- กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2567). *กองทุนไพรเพื่อเศรษฐกิจแผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2566 - 2570) (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://nph.dtam.moph.go.th/publications/4224/>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2567). *สมุนไพรไทยก้าวใหม่ของคนตัวเล็กในตลาดธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.dbd.go.th/data-storage/attachment/9b10972fc8ecadc14f8310c5ca.pdf>
- ชนม์ธัญญา กังวานศุภพันธ์ และเพ็ญนฤมล จระะ. (2562). การจัดการระบบโลจิสติกส์ของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนข้าวหอมมะลินทรีย์ จังหวัดสุรินทร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 38(2), 22-34.
- ชวลีกาญจน์ ไชยเมืองดี. (2561). *การจัดการความรู้ภาคเกษตรของชุมชนจังหวัดเชียงใหม่จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ประชาคมอาเซียน (รายงานผลการวิจัย) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <http://www.cmruir.cmru.ac.th/bitstream/123456789/1329/1/1.Cover.pdf>
- ผู้จัดการออนไลน์. (2567). *ส่องตลาดสมุนไพรไทย 5 หมื่นล้าน เติบโตต่อเนื่องรุกคืบตลาดโลกแต่ถูกเมินในระบบประกันสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2567 จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9660000041338>
- แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2567). *แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา พ.ศ.2566-2570 ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2567. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดฉะเชิงเทรา*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก [https://www.2.chachoengsao.go.th/files/com\\_news\\_council11/2023-08\\_00fc814bc157f80.pdf](https://www.2.chachoengsao.go.th/files/com_news_council11/2023-08_00fc814bc157f80.pdf)
- พัชรินทร์ สุภาพันธุ์ และพัชรี อินธนู. (2562). การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยแบบจำลองโลจิสติกหลายทางเลือก. *วารสารบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 14 (2), 64-78.
- พิพรธรรณ พิเชฐศิริประภา, อติเรก เยาว์วงศ์, ชุตติมา นุตยะสกุล, และภาวิณี มาตรแมน. (2565). การเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการช่องทางการตลาดของมะม่วงและผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูปที่ส่งผลต่อความหลากหลายตามกลุ่มผู้บริโภคให้เกิดการรับรู้และยั่งยืนผ่านระบบสื่อออนไลน์. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 12(1) 144-145.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา. (2567). *พช.ฉะเชิงเทรา ร่วมประชุมคณะทำงานขับเคลื่อนพืชสมุนไพรจังหวัดฉะเชิงเทรา ครั้งที่ ๑/๒๕๖๗*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://chachoengsao.cdd.go.th/2024/11/25/พช-ฉะเชิงเทรา-ร่วมประชุม-71>
- สุดารัตน์ ทิมรัตน์กานต์, ปิยามาส กล้าแข็ง, อนุช นามภิญโญ, และศรีศรินทร์ นรเศรษฐโสภณ. (2565). การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและเพื่อผลการดำเนินงานของเกษตรกรสินค้าเกษตรใบเตยหอม. *Southeast Bangkok Journal (Humanities and Social Sciences)*, 9(1), 15-30.
- สุพัทธรา คำแหง, ชัญญานุช โมราศิลป์ และบุษพาติ แต่งเกลี้ยง. (2565). นวัตกรรมการตลาดสมัยใหม่เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรท้องถิ่นของชุมชนบ้านวังไทร อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *สยามวิชาการ*, 23(40), 1-19.
- อรนุช กฤตยขจรสกุล, ภาวิณีย์ มาตรแมน และทัศนวรรณ ทักษะพงษ์. (2565). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรแปรรูปจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตำบลคลองเขื่อน จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ธุรกิจค้าปลีกที่มีประสิทธิภาพ. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(2), 96-117.

อัปสร อีซอ, ปวีณา เจาะอารง, ศุภมาศ รัตนพิพัฒน์ และรอมซี แตมาส. (2563). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย  
ผลิตภัณฑ์โอท็อปจังหวัดชายแดนใต้ ตามโครงการพระกบมราชชาย เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
ยะลา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา