

การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางคม จังหวัดเลย
Promotion and development of banana products Hat Kham Sub-district Pak
Chom District Loei Province.

ธัญชนก ปะวะละ

Thanyachanok Pawala

อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Lecturer from the Faculty of Management Science Rajabhat Maha Sarakham University

Corresponding Author Email: aui.thanyachanok@gmail.com

Received: 24 December 2020

Revised: 23 February 2021

Accepted: 2 March 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาศักยภาพ ตลาด คู่แข่งของผลิตภัณฑ์จากกล้วย 2. เพื่อศึกษารูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่ม และ 3. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยของหาดคัมภีร์ อำเภอบางคม จังหวัดเลย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม มีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบการสังเกต และมีกลุ่มเป้าหมาย คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางคม จังหวัดเลย จำนวนสมาชิก 30 คน ที่มาจากการเลือกแบบเจาะจง แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้เครื่องมือการวิจัยและจากเอกสาร วรรณกรรม มาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพของชุมชน คือ มีวัตถุดิบในพื้นที่จำนวนมาก พื้นที่เหมาะแก่การปลูกกล้วย ซึ่งกล้วยที่ปลูกในอำเภอบางคมเป็นกล้วยที่มีรสชาติดี หวาน หอม เมื่อนำมาผลิตจึงไม่ต้องใส่น้ำตาล ด้านทำเลที่ตั้งเป็นเส้นทางผ่านของแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย และอำเภอสว่าง จังหวัดหนองคาย มีนักท่องเที่ยวเดินทางผ่านจำนวนมาก จึงสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวได้ 2) รูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่ม คือ 2.1) กล้วยอบเนย เพื่อสร้างความหลากหลายให้ผลิตภัณฑ์ โดยการเพิ่มรสชาติให้มีหลากหลาย 2.2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่า และ 2.3) เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศและสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้อีกด้วย เช่น กล้วยอบเนยแช่น้ำผึ้ง กล้วยเบรคแตก กล้วยลิ้มกัก พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตกล้วยอบเนยให้ทันสมัย และ 3) การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วย โดยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่สามารถผลิตได้ปริมาณมากกว่าเดิม ใช้กลยุทธ์การตลาดแบ่งตาม 4P ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ด้านราคา (Price) การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ตามราคาตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จัดจำหน่ายบริเวณพื้นที่พิกัดทางที่เป็นเส้นทางผ่านของนักท่องเที่ยว ออกงานแสดงสินค้า และนิทรรศการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน วางจำหน่ายร้านขายของชำ ร้านขายของฝาก ตลอดจน สถานที่ท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสถานีวิทยุชุมชน ท้องถิ่น และจังหวัด กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าใหม่พัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยเพื่อเพิ่มรสชาติให้มีความหลากหลาย เช่น กล้วยอบเนย กล้วยอบน้ำผึ้ง และกล้วยอบรสช็อคโกแลต กลยุทธ์การเงิน มุ่งลดต้นทุนการผลิต โดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อลดของเสียและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตรวดเร็วขึ้น

คำสำคัญ: การส่งเสริมและการพัฒนา, ผลิตภัณฑ์กล้วย

Abstract

The purposes of this study were to 1. To study the potential, market, competitors of banana products, 2. To study the form of banana processing for added value, and 3. To promote and develop banana products

from Had Khupla, Pakchom District, Loei Province. This was a qualitative research by using a qualitative research process. participate The research tools were an in-depth interview form, an observation form, and the target group was members of the community enterprise group, community enterprise network in Had Khuli Sub-District, Pak Chom District, Loei Province, number of 30 members who came from a specific selection. Then use the collected data, research tools and from literature documents for content analysis. The results showed that

- 1) The potential of the community is that there are many raw materials in the area. The area is suitable for growing bananas. Bananas grown in Pak Chom District are bananas that are good in taste, sweet and fragrant. In terms of location, it is a route through the tourist attractions. Between Chiang Khan District, Loei Province and Sangkhom District Nong Khai Province There are many tourists passing by. Therefore, it can be developed as a souvenir product for tourists.
- 2) The form of processing bananas for added value is 2.1) Hygienic bananas to create a variety of products. by adding a variety of flavors; 2.2) designing new products to add value; and 2.3) reaching domestic consumers and able to be exported to foreign countries as well, such as hygienic bananas soaked in honey, banana break breaks, banana forget-kik, technology development. To modernize hygienic banana products. and 3) promotion and development of banana products. by developing production technology that can produce more volumes Use a marketing strategy to divide according to 4P. Product: Develop banana products to have a variety of products. Price: setting a price that is suitable for quality according to the market price. Distribution channel (Place). It is a path through the tourists. Organize trade shows and exhibitions of government and private agencies Grocery sales Gift Shop as well as a tourist attraction In terms of marketing promotion (Promotion), participate in trade shows and exhibitions of government and private agencies. Public relations through community, local and provincial radio stations. New product development strategies develop banana products to add variety to taste, such as butter bananas, honey baked bananas. and chocolate-flavored baked bananas financial strategy aiming to reduce production costs By analyzing every step of the production process to reduce waste and improve production technology to produce faster.

Keyword: Promotion and Development, banana Products

บทนำ

คนไทยรู้จักใช้ประโยชน์จากกล้วยมาตั้งแต่สมัยโบราณ ไม่ว่าจะเป็นบริโภคเป็นอาหาร ใช้ประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ หรือใช้ประโยชน์ในงานด้านอื่น ๆ นับเป็นผลไม้ชนิดหนึ่งที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย เนื่องจากมีคุณค่าทางโภชนาการสูง และมีสรรพคุณช่วยป้องกันและรักษาโรคได้หลายชนิด ซึ่งนอกจากจะบริโภคสดแล้ว ยังสามารถนำกล้วยมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ได้มากมาย ในปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยเชิงอุตสาหกรรมแปรรูปมากขึ้น ทำให้สามารถป้องกันกล้วยสดล้นตลาด ยกระดับราคาผลผลิตไม่ให้ตกต่ำ ช่วยยืดอายุการเก็บรักษา ส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ออกสู่ตลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างรายได้ที่ดีให้แก่ประเทศด้วยเหตุนี้ การพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ๆ และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากกล้วย ทั้งนี้ การถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชน จะทำให้มีการพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในชุมชนอีกด้วย (กุลศิริ ช. ศิริบุญ, 2558)

ตำบลหาดคัมภีร์อำเภopakคม จังหวัดเลย มาจากชื่อ หาดและแก่งตามลำโขงเดิมตำบลหาดคัมภีร์ขึ้นอยู่กับอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พื้นที่ทุรกันดารมีพื้นที่ยาวตามแม่น้ำโขงเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2510 กระทรวงมหาดไทยได้อนุมัติขึ้นให้เป็นกิ่งอำเภopakคม และต่อมาเปลี่ยนเป็นอำเภopakคม เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2540 สภาตำบลหาดคัมภีร์ได้ยกฐานะขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลหาดคัมภีร์ ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยในราชกิจจานุเบกษา ในเดือน ธันวาคม เมื่อ ปีพ.ศ. 2535 โดยมีนายเล็ง คาปี เป็นประธานกรรมการบริหาร และนายประดิษฐ์ จันดี เป็นประธานบริหารส่วนตำบล และนางสุภัทวดี ศรีเชื้อ เป็นปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล ประชากรร้อยละ 90 ของตำบลหาดคัมภีร์ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การทำไร่ข้าวโพด เต๊อย นอกจากนี้ยังมีการทำสวนกล้วย มะม่วง มะขาม เงาะ ลำไย ถั่วดำ ยางพารา ปาล์ม เป็นต้น (องค์การบริหารส่วนตำบลหาดคัมภีร์, 2562) ประกอบกับตำบลหาดคัมภีร์ ซึ่งมีจุดแข็ง คือ วัตถุดิบในพื้นที่ซึ่งกล้วยที่ปลูกในอำเภopakคมเป็นกล้วยที่มีรสชาติดี หวานหอม เมื่อนำมาผลิตจึงไม่ต้องใส่น้ำตาล ด้านทำเลที่ตั้ง เป็นเส้นทางผ่านของแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และอำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย จึงสามารถทำเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวได้ แต่อย่างไรก็ตาม ในส่วนของจุดอ่อน คือ ขาดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้เฉพาะกลุ่มเท่านั้น ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย ทำให้เกิดปัญหาผลิตได้จำนวนน้อยไม่พอต่อความต้องการของตลาด ขาดการวางแผนการผลิต ยังไม่มีการวางแผนการผลิตทำให้คุณภาพของสินค้าไม่คงที่และไม่ได้มาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ไม่มีความแข็งแรง ทำให้สินค้าได้รับความเสียหายในระหว่างขนส่งและการจัดเก็บขาดทักษะทางการตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าเอง บางครั้งไม่พอขาย บางครั้งขายไม่หมด ขาดทักษะทางการทำบัญชี ทำบัญชีไม่เป็นระบบ เป็นต้น

ดังนั้น จากการศึกษาสภาพปัญหาของชุมชนหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย ในการศึกษากระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดในการจัดจำหน่าย สร้างภาพลักษณ์ของตัวสินค้า โดยมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วย โดยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่สามารถผลิตได้ปริมาณมากกว่าเดิม ใช้กลยุทธ์การตลาดแบ่งตาม 4P ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ด้านราคา (Price) การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ตามราคาตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จัดจำหน่ายบริเวณพื้นที่ริมทางที่เป็นเส้นทางผ่านของนักท่องเที่ยว งานแสดงสินค้าและนิทรรศการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน วางจำหน่ายร้านขายของชำ ร้านขายของฝาก ตลอดจน สถานที่ท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสถานีวิทยุชุมชน ท้องถิ่น และจังหวัด ทั้งนี้ หากมีการนำเอาความรู้มาประยุกต์หรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถนำมาจำหน่ายในพื้นที่จะเป็นการขยายกลุ่มผู้บริโภค และเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าของกล้วยได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการนำเอากล้วยมาพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดและเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรที่สำคัญในพื้นที่ตำบลหาดคัมภีร์ได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์จากกล้วย
2. เพื่อศึกษารูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่ม
3. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากกล้วยของหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research- PAR) มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประกอบด้วย 1) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย จำนวน 8 กลุ่ม 2) กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย จำนวนสมาชิก 30 คน โดยทำการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยการคัดเลือกจากตัวแทนชุมชน และเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยจาก 8 หมู่บ้านในตำบลหาดคัมภีร์

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Interview) และแบบสังเกต (Observation)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ แบบสังเกต กับกลุ่มเป้าหมายและจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์เชิงลึก กระบวนการจัดเวทีเสวนา และตรวจสอบข้อมูลดำเนินการโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยของหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์จากกล้วย

ผลการวิจัยพบว่า จากการสัมภาษณ์ พบว่า จุดแข็ง คือ วัตถุดิบมีในพื้นที่ ซึ่งกล้วยที่ปลูกในอำเภopakคมเป็นกล้วยที่มีรสชาติดี หวาน หอม เมื่อนำมาผลิตจึงไม่ต้องใส่น้ำตาล ด้านทำเลที่ตั้ง เป็นเส้นทางผ่านของแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างอำเภอยางคายน จังหวัดเลย และอำเภอยางคายน จังหวัดหนองคาย ผู้วิจัยได้พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตกล้วยอบอบนํายให้ทันสมัย เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตมาก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายให้กับกลุ่ม และเพื่อสร้างความมั่นใจในการขายอย่างมืออาชีพ

2. เพื่อศึกษารูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่ม

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่ม การพัฒนารูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่มทางกลุ่มจึงได้ระดมสมอง โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยอบอบนํายเพื่อเพิ่มรสชาติให้มีหลากหลาย โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศและสามารถส่งออกจำหน่ายต่างประเทศได้อีกด้วย เช่น กล้วยอบอบนํายแช่นํ้าผึ้ง กล้วยเบรคแตก กล้วยลิ้มก็๊ก พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตกล้วยอบอบนํายให้ทันสมัย เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตมากกว่าเดิม ตลอดจนผลิตส่งจำหน่ายสู่ตลาดตามการสั่งซื้อของตลาด เช่น เครื่องหั่นกล้วยให้บาง พัฒนาการวางแผนการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อลดของเสียและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตรวดเร็วขึ้น เช่น การคัดเลือกกล้วย แยกขนาดกล้วยก่อนการผลิต เป็นการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้คงที่และได้มาตรฐาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ใส่กล่องที่ทำด้วยกระดาษแข็ง แทนถุงพลาสติก พัฒนาทักษะด้านการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายให้กับกลุ่ม และเพื่อสร้างความมั่นใจในการขายอย่างมืออาชีพ เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของหน่วยงานรัฐ และเอกชน พัฒนาทักษะการทำบัญชีด้วยตนเอง เพื่อนำข้อมูลในการจัดทำบัญชีไปใช้ในการวางแผนการผลิตได้

3. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากกล้วยของหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย

ผลการวิจัยพบว่า ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยของหาดคัมภีร์ อำเภopakคมจังหวัดเลย โดยการพัฒนารูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ Kotler (2006) เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ หรือปรับปรุงสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ รวมไปถึงตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตภัณฑ์กล้วยอบอบนํ้ามันให้ทันสมัย เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตมากกว่าเดิม ตลอดจน ผลิตส่งจำหน่ายสู่ตลาดทันตามการสั่งซื้อของตลาด พัฒนาการวางแผนการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อลดของเสียและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตรวดเร็วขึ้น เช่น การคัดเลือกลูกกล้วย แยกขนาดกล้วยก่อนการผลิต เป็นการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้คงที่และได้มาตรฐาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ใส่กล่องที่ทำด้วยกระดาษแข็ง แทนถุงพลาสติก พัฒนากิจกรรมด้านการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายให้กับกลุ่ม และเพื่อสร้างความมั่นใจในการขายอย่างมืออาชีพ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางคนที จังหวัดเลย ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์จากกล้วย พบว่า จุดแข็ง คือ วัตถุดิบมีในพื้นที่ซึ่งกล้วยที่ปลูกในอำเภอบางคนทีเป็นกล้วยที่มีรสชาติดี หวาน หอม เมื่อนำมาผลิตจึงไม่ต้องใส่น้ำตาลด้านทำเลที่ตั้ง เป็นเส้นทางผ่านของแหล่งท่องเที่ยว ระหว่างอำเภอยางตลาด จังหวัดเลย และอำเภอสว่าง จังหวัดหนองคาย จึงสามารถทำเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวได้

2. เพื่อศึกษารูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่ม พบว่า การพัฒนารูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่มทางกลุ่มจึงได้ระดมสมอง โดยการพัฒนาลูกกล้วยอบอบนํ้ามันเพื่อเพิ่มรสชาติให้มีหลากหลาย โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศและสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้อีกด้วย เช่น กล้วยอบอบนํ้ามันแช่นํ้าผึ้ง กล้วยเบรคแตก กล้วยลิ้มกัก พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตภัณฑ์กล้วยอบอบนํ้ามันให้ทันสมัย เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตมากกว่าเดิม ตลอดจนผลิตส่งจำหน่ายสู่ตลาดทันตามการสั่งซื้อของตลาด เช่น เครื่องหั่นกล้วยให้บาง พัฒนาการวางแผนการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อลดของเสียและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตรวดเร็วขึ้น ควบคุมคุณภาพของสินค้าให้คงที่และได้มาตรฐาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ใส่กล่องที่ทำด้วยกระดาษแข็ง แทนถุงพลาสติก พัฒนากิจกรรมด้านการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายให้กับกลุ่ม และเพื่อสร้างความมั่นใจในการขายอย่างมืออาชีพ เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของหน่วยงานรัฐและเอกชนพัฒนาทักษะการทำบัญชีด้วยตนเองเพื่อนำข้อมูลในการจัดทำบัญชีไปใช้ในการวางแผนการผลิตได้

3. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากกล้วยของหาดคัมภีร์ อำเภอบางคนที จังหวัดเลย พบว่า การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วย โดยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่สามารถผลิตได้ปริมาณมากกว่าเดิม ใช้กลยุทธ์การตลาดแบ่งตาม 4P ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พัฒนาลูกกล้วยให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ด้านราคา (Price) การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ตามราคาตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จัดจำหน่ายบริเวณพื้นที่ริมทางที่เป็นเส้นทางผ่านของนักท่องเที่ยว งานแสดงสินค้าและนิทรรศการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน วางจำหน่ายร้านขายของชำ ร้านขายของฝาก ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสถานีวิทยุชุมชน ท้องถิ่น และจังหวัด กลยุทธ์การพัฒนาสินค้าใหม่พัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยเพื่อเพิ่มรสชาติให้มีความหลากหลาย เช่น กล้วยอบเนย กล้วยอบนํ้าผึ้ง และกล้วยอบรสช็อคโกแลต กลยุทธ์การเงิน มุ่งลดต้นทุนการผลิต โดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อลดของเสียและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตรวดเร็วขึ้น

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยของหาดคัมภีร์ อำเภอบางคนที จังหวัดเลย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ศักยภาพของชุมชน พบว่า จุดแข็ง คือ วัตถุดิบมีในพื้นที่ ทำให้ต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนัก สามารถแข่งขันในตลาดได้ถ้าผู้ประกอบการสร้างจุดเด่น สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ได้ ผู้วิจัยได้พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์กล้วยอบนํ้ามันให้ทันสมัย เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตมาก เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายให้กับกลุ่ม และเพื่อสร้างความมั่นใจในการขายอย่างมืออาชีพ

2. การพัฒนารูปแบบการแปรรูปกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ Kotler (2006, p. 344-345) เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ หรือปรับปรุงสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ รวมไปถึงตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์กล้วยอบนํ้ามันให้ทันสมัย เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตมากกว่าเดิม ตลอดจน ผลิตส่งจำหน่ายสู่ตลาดทันตามการสั่งซื้อของตลาด เช่น เครื่องหั่นกล้วยให้บาง พัฒนาการวางแผนการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อลดของเสียและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตรวดเร็วขึ้น เช่น การคัดเลือกกล้วยแยกขนาดกล้วยก่อนการผลิต เป็นการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้คงที่และได้มาตรฐาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ใส่กล่องที่ทำด้วยกระดาษแข็ง แทนถุงพลาสติก พัฒนากิจกรรมด้านการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายให้กับกลุ่ม และเพื่อสร้างความมั่นใจในการขายอย่างมืออาชีพ เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของหน่วยงานรัฐ และเอกชน พัฒนากิจกรรมทำบัญชีด้วยตนเอง เพื่อนำข้อมูลในการจัดทำบัญชีไปใช้ในการวางแผนการผลิตได้

3. กลยุทธ์ในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วย โดยการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่สามารถผลิตได้ปริมาณมากกว่าเดิม โดยใช้กลยุทธ์การตลาดแบ่งตาม 4P ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ด้านราคา (Price) การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ตามราคาตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จัดจำหน่ายบริเวณพื้นที่ริมทางที่เป็นเส้นทางผ่านของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552 น.80-81) การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์กล้วยอบนํ้ามันให้ทันสมัย ตลอดจน ผลิตส่งจำหน่ายสู่ตลาดทันตามการสั่งซื้อของตลาด พัฒนาการวางแผนการผลิต เพื่อลดต้นทุนการผลิต โดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อลดของเสียและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตรวดเร็วขึ้น เช่น การคัดเลือกกล้วยแยกขนาดกล้วยก่อนการผลิต เป็นการควบคุมคุณภาพของสินค้าให้คงที่และได้มาตรฐาน พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ใส่กล่องที่ทำด้วยกระดาษแข็ง แทนถุงพลาสติก พัฒนากิจกรรมด้านการตลาด เพื่อเพิ่มศักยภาพในการขายให้กับกลุ่ม และเพื่อสร้างความมั่นใจในการขายอย่างมืออาชีพกลยุทธ์การเงิน มุ่งลดต้นทุนการผลิต โดยการวิเคราะห์กระบวนการผลิตทุกขั้นตอนเพื่อลดของเสียและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตให้ผลิตรวดเร็วขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 ด้านการผลิต ควรกำหนดมาตรฐานการผลิต มาตรฐานการจำหน่ายหรือมาตรฐานการให้บริการ ภายใต้มาตรฐาน OTOP หรือมาตรฐานอื่น ๆ ตามที่สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจ

1.2 ด้านการตลาด ควรวางแผนพัฒนาด้านการตลาดโดยกำหนดแนวทางการเชื่อมโยงการตลาดที่ต่อเนื่อง ทั้งจากส่วนต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ อย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน คือ ผู้ปลูกกล้วย ผู้แปรรูป และผู้จำหน่าย

1.3 ด้านการเงิน ควรมีการพัฒนาความรู้ด้านการเงิน โดยใช้แนวคิดแผนธุรกิจในการบริหารการเงิน

1.4 ด้านการบริหารจัดการ ควรพัฒนาความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ เช่น การจัดทำแผนธุรกิจ รวมทั้งส่งเสริมการสร้างกลุ่มเครือข่ายปลูกกล้วย แปรูปกล้วย เพื่อเชื่อมโยงแลกเปลี่ยน ข้อมูล ความรู้ และสินค้าระหว่างกัน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยทั้งแบบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในเชิงพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อจะได้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ องค์การบริหารส่วนตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอปากชม จังหวัดเลย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ร่วมมือด้วยดีตลอดมา พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการวิจัยในครั้งนี้ และกลุ่มเป้าหมายทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์สละเวลาให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถามของการวิจัย ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา พร้อมทั้งครอบครัว และญาติพี่น้องของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจในทุกด้านเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

กุลศิริ ช. ศิริบุญย. (2558). *สารความรู้เรื่องกล้วยกล้วย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2558 จาก

<https://blog.eduzones.com/futurecareer /34527>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสารจำกัด.

องค์การบริหารส่วนตำบลหาดคัมภีร์. (2562). *ข้อมูลพื้นฐานชุมชนและแผนพัฒนาตำบลหาดคัมภีร์. 2561-2564*. อำเภอปากชม จังหวัดเลย

Kotler, Philip (2006). *Marketing Management*. 12th ed. New Jersey: Prentice-Hall