

บทความวิจัย

การพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน

MANAGEMENT MODEL DEVELOPMENT FOR DRIED BANANA COMMUNITY PRODUCT

ยุทธ ไกยวรรณ^{1*} ประกาศิต โสไกร² กุสุมา ผลาพร³ กฤษณ์ชาคริตส ณ วัฒนะประเสริฐ⁴
พรชัย ตามถิ่นไทย⁵ และ กิตติคุณ มั่งคั่ง⁶

Yuth Kaiyawan^{1*}, Prakasit Sokrai², Kusuma Pataprom³, Kritchakhrit Na Watthanaprasoet⁴,
Pronchai Tamthinthai⁵ & Kittikun Mungkung⁶

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{1*,2,3,4}

สาขาวิชาเทคโนโลยีอาคาร มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย^{2,5,6}

Department of Technology Program in Industrial Management Technology, Phranakhon Rajabhat University,
Bangkok, Thailand^{1*,2,3,4}

Department of Technology Program in Construction Technology, Phranakhon Rajabhat University,
Bangkok, Thailand^{2,5,6}

dr.yuth_go@hotmail.com^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยที่เน้นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างคณะวิจัยกับกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยตากที่เป็นสินค้าชุมชนในหมู่บ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยตากสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 2) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน กระบวนการวิจัยเน้นการวิจัยที่เป็นแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยกระบวนการวิจัยมี 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ประชุมคณะวิจัย 2) ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นร่วมกับกลุ่มกล้วยตากชุมชน 3) วิเคราะห์และสังเคราะห์ความต้องการองค์ความรู้ของกลุ่ม 4) ทำเอกสารเนื้อหา 5) จัดการถ่ายทอดองค์ความรู้ และ 6) ติดตามประเมินผลความก้าวหน้า

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มกล้วยตากชุมชนต้องการเนื้อหาถ่ายทอด 5 หัวข้อ ได้แก่ 1) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 2) การจัดทำบัญชี 3) การจัดการโลจิสติกส์และหาช่องทางจัดจำหน่าย 4) การควบคุมและ

การตรวจสอบคุณภาพกล้วยตาก และ 5) กระบวนการขั้นตอนขอเข้าสู่มาตรฐาน มผช.ของกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน

2. ก่อนการได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มกล้วยตาก รับผิดชอบต่อกล้วยตากนำมาเป็นวัตถุดิบ เฉลี่ย สป.ละ 400 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท รวมเป็นเงิน 6,000 บาท โดยผลิตรกล้วยตากลักษณะเดียวคือ กล้วยตากขายส่งให้ผู้รับซื้ออีกทีหนึ่ง หลังการได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มกล้วยตากมีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นอีก 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยตากบรรจุกล่องขายปลีกตามแหล่งท่องเที่ยว โดยผลิตเป็นกล่อง ๆ ละ 1 กิโลกรัม ขายกล่องละ 145 บาท เฉลี่ยขาย สป.ละ 17.5 กล่อง ทำให้กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมอีก 2,537.50 บาทต่อสัปดาห์ และขายกล้วยตากแบบขายส่ง สป.ละ 100 กิโลกรัม ๆ ละ 60 บาท จะได้รายได้เท่ากับ 6,000 บาท รวมกับยอดขายปลีก 2,537.50 บาท เป็นเงินรายได้เฉลี่ยต่อสัปดาห์ทั้งหมดเท่ากับ 8,537.50 บาท หรือมีรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 42.92

คำสำคัญ: การบริหาร กล้วยตากชุมชน ผลิตภัณฑ์

ABSTRACT

This research is focuses on participatory action research (PAR) between research group and dried banana community product (DBCP) at Nong Pla Lai sub-district, Tha Din Dam, Chai Badan District, Lopburi Province, by this research aims to (1) raise dried banana community product to the standard of community products (SCP), and (2) develop a dried banana community product management by the knowledge transfer to the community. Methodology used mixed method research between qualitative and quantitative research method in 6 steps as follows, 1) research team meeting 2) the study area with the group of dried banana community product 3) analyze and synthesing knowledge needs 4) develop hand out 5) knowledge transfer and 6) follow up.

The research results revealed the following:

1. DBCP group members need 5 topics, 1)packaging development 2 financial 3) logistics management and distribution channels 4) control and quality inspection and 5) step to apply of SCP.

2. Before the DBCP group training buying 400 kg of raw banana per week, 5 baht per kilogram, earning 6,000 baht. After training, the DBCP group produced 1 kilogram of dried bananas for sale at the tourist attraction, price per boxis 145 baht, average sales of 17.50 boxes per week. The group has an average income of 2,537.50 baht per week,

so that total income for group is 8,537.50 baht or increased percentage 42.92 baht per week.

Keywords: Management, Dried Banana Community product (DBC), product

บทนำ

ปัจจุบันได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยตาก โดยมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการผลิตกล้วยตาก ในการผลิตกล้วยตากเพื่อการจำหน่าย จำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งมาตรฐานที่ควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์กล้วยตากนั้น ได้แก่ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกล้วยตากอบ มอก. 586-2558 และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยอบ มพช.112/2558 โดยมาตรฐานต่าง ๆ กำหนดขึ้นเพื่อควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์กล้วยตากที่ผลิตขึ้นมาจำหน่าย (product standard Office, 2015)

ปัญหาในการแปรรูปกล้วยตากให้ประสบความสำเร็จในทางเศรษฐกิจของชาวบ้านท้องถิ่นไทยในแนวทางการพึ่งพาตนเองหรือเศรษฐกิจพอเพียงที่ปรากฏเด่นชัดคือ ความล้มเหลวด้านการตลาด ขายไม่ได้ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีเอกลักษณ์ของตนเอง จากประเด็นปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องจะพัฒนาารูปแบบบริหารจัดการการผลิต ผลิตภัณฑ์ให้สามารถพัฒนาไปในทิศทางที่ต้องการได้ นั่นคือ การพึ่งพาตนเองได้ของกลุ่มหรือชุมชนที่รวมตัวกันผลิตสินค้าชุมชน

การพัฒนาารูปแบบบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมจึงมีความจำเป็นที่กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนต้องศึกษาเรียนรู้ เพื่อให้การแปรรูปกล้วยตากให้มีความปลอดภัยและสามารถแข่งขันในตลาดได้ได้อย่างยั่งยืน กมลชนก สุทธิวาทนฤพุดิ (Sutiwatanaput, 2010) การพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมจึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการชุมชนท้องถิ่นต้องศึกษาเรียนรู้ เพื่อให้การแปรรูปกล้วยตากให้มีความปลอดภัยและสามารถประสบความสำเร็จพึ่งพาตนเอง หรือ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถประสบความสำเร็จพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ดังเช่นความสำเร็จของสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นจากต่างประเทศหลาย ๆ ประเทศ รวมทั้งธุรกิจของไทยในภาคธุรกิจเอกชนรายใหญ่ซึ่งเบื้องหลังการเติบโตของธุรกิจอย่างแข็งแกร่ง จึงต้องมีการสร้างรูปแบบธุรกิจอย่างไรที่เหมาะสมเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ขยายตัวและเพิ่มรายได้แก่ครอบครัว ชุมชนและประเทศชาติได้ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร เป็นคณะหนึ่งที่มีบทบาท



ภาพที่ 1 สมาชิกกล้วยตากชุมชนหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

หน้าที่ตามภารกิจของมหาวิทยาลัย นั่นคือ การให้บริการวิชาการแก่สังคม จึงเห็นความสำคัญและสนใจในการทำวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน มุ่งเน้นถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนโดยการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน

ขอบเขตของงานวิจัย

ขอบเขตของโครงการวิจัยกำหนดเอาไว้ 3 ขอบเขต ดังนี้

ขอบเขตพื้นที่

พื้นที่ที่ศึกษาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล กลุ่มบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กล้วยตากที่เหมาะสมตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

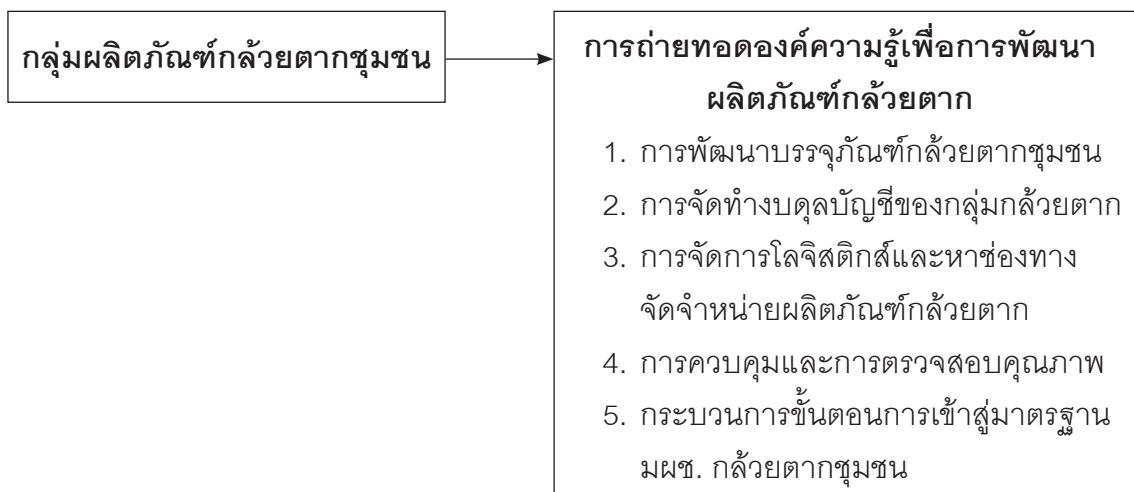
ขอบเขตด้านเวลา

กำหนดระยะเวลาในการดำเนินงาน 8 เดือน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

แนวคิดในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยตากสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยเทคโนโลยีที่เหมาะสมมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยตากสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้

เทคโนโลยีที่เหมาะสมตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในกระบวนการผลิตเพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ประกอบการและคณะผู้วิจัยจะต้องทำการศึกษาร่วมกัน โดยผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ในการผลิต ร่วมกับผู้วิจัยที่จะต้องศึกษาและนำเสนอทางด้านเทคนิค และวิชาการ เพื่อให้ได้เทคนิค และกระบวนการผลิต ที่ทำให้ได้กล้วยตากที่มีคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยอบ ผ่านกระบวนการศึกษาและวิจัยแบบมีส่วนร่วมกรอบแนวคิดโครงการวิจัยแสดงดังภาพที่ 1.3

ตัวแปรอิสระ**ตัวแปรตาม**

ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตกล้วยตาก บ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี ที่จะทำให้อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี ชุมชนเข้มแข็ง ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาระเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการสร้างเสริมเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และเป็นไปตามนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 1 เร่งส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสนองตอบต่อประเด็นเร่งด่วนตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาประเทศและภารกิจของหน่วยงานทั้งนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติรายประเด็นซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการประยุกต์เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงและสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับชุมชน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผลิตภัณฑ์กล้วยตาก หมายถึง ผลิตภัณฑ์กล้วยตากที่ผลิตในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตกล้วยตาก บ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี
2. การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ หมายถึง การถ่ายทอดองค์ความรู้ การพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยตาก 2) การจัดทำบัญชีของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยตาก 3) การจัดการโลจิสติกส์และหาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยตาก 4) การควบคุมและการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยตาก และ 5) กระบวนการขั้นตอนการเข้าสู่มาตรฐาน มผช. ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยตาก
3. การบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารจัดการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยตาก บ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี



ภาพที่ 3 คณะวิจัยร่วมกับสมาชิกกลุ่มกล้วยตาก



ภาพที่ 4 คณะวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน คณะผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยกระบวนการวิจัยเน้นการวิจัยที่เป็นแบบผสมผสาน (Mixed Method Research: MMR) ซึ่งประกอบด้วย การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) และการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีขั้นตอน 6 ขั้นตอนดังนี้

1. ประชุมทำความเข้าใจร่วมกันของคณะผู้วิจัย

คณะผู้วิจัยร่วมประชุมเพื่อกำหนดกรอบหรือทิศทางในการดำเนินการวิจัยที่ชุมชนมีส่วนร่วม

2. คณะผู้วิจัยลงพื้นที่ศึกษาร่วมกับกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน

เป็นการศึกษาประเด็นปัญหาและความต้องการร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัยกับกลุ่มกล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

3. สังเคราะห์ประเด็นปัญหาและความต้องการของกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน

สังเคราะห์ประเด็นปัญหาที่กลุ่มต้องการเพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นหัวข้อในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับกลุ่มกล้วยตาก

4. จัดทำเอกสารการถ่ายทอดจัดทำเอกสารเพื่อประกอบการถ่ายทอดองค์ความรู้

5. ถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มกล้วยตากชุมชน

ถ่ายทอดเนื้อหาให้กับกลุ่มกล้วยตาก
6. ติดตามประเมินผลความก้าวหน้าหลังการถ่ายทอด 8 สัปดาห์

หลังการถ่ายทอดองค์ความรู้ คณะวิจัยได้มีการติดตามประเมินผล ความก้าวหน้าของกลุ่มกล้วยตากในด้านของ ปริมาณยอดขาย กำไรการดำเนินของกลุ่ม และรายได้ของสมาชิกภายในกลุ่ม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบ การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน คณะวิจัยคัดเลือกกลุ่มที่ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน

กล้วยตาก หมู่บ้านหนองปลาไหล ตำบล ท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเป็นการวิจัยที่เน้นกลุ่มในพื้นที่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจะได้จากแบบสอบถาม สั้น ๆ สัมภาษณ์ และจากเอกสารข้อมูลที่ทาง กลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน จัดบันทึกไว้ เช่น ปริมาณการซื้อวัตถุดิบ ยอดขาย รายได้ เป็นต้น



ภาพที่ 5 คณะวิจัยมอบของที่ระลึกให้ตัวแทนกลุ่มกล้วยตากชุมชน

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ปริมาณการซื้อกล้วยดิบต่อสัปดาห์ก่อนการได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้

ปริมาณการซื้อกล้วยดิบเพื่อผลิตเป็นกล้วยตาก	ปริมาณการขายกล้วยตากชุมชน
กล้วยดิบน้ำหนักต่อหวี 1.5 - 2.5 กิโลกรัม เฉลี่ยหวีละ 2 กิโลกรัม ปริมาณการขายกล้วยตากสัปดาห์ละ 100 กิโลกรัม จะใช้กล้วยดิบที่เป็นวัตถุดิบต่อสัปดาห์เท่ากับ 400 กิโลกรัม หรือใช้กล้วยดิบเท่ากับ 200 หวี ราคากล้วยดิบเท่ากับกิโลกรัมละ 5 บาท รวมค่าใช้จ่ายในการซื้อกล้วยดิบต่อสัปดาห์เท่ากับ 400 กก. x กก.ละ 5 บาท = 2,000 บาท	กล้วยตากที่ผลิตได้จากกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน จากที่ผลิตได้ทั้งหมด 100 กิโลกรัม และขายแบบขายส่งทั้งหมด 100 กิโลกรัม ๆ ละ 60 บาท รวมเป็นเงิน $100 \times 60 = 6,000$ บาท
รวมเป็นเงินซื้อวัตถุดิบสัปดาห์ละ 2,000 บาท	รวมเป็นเงินยอดขายสัปดาห์ละ 6,000 บาท
รวมรายรับสุทธิต่อสัปดาห์ของกลุ่มกล้วยตากชุมชน เท่ากับ 4,000 บาท	



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกล้วยตาก (ผลิตภัณฑ์เดิม)



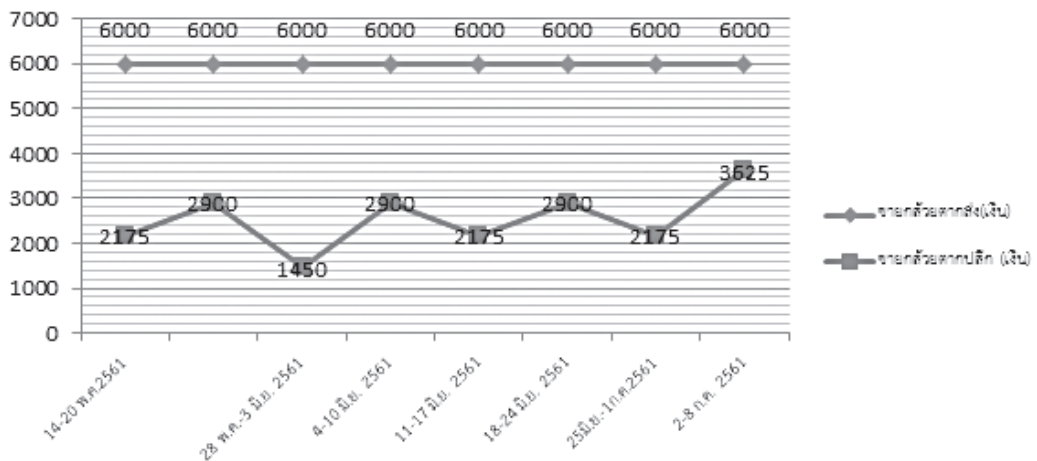
ภาพที่ 7 ผลิตรภัณฑ์ของกลุ่มกล้วยตาก (ผลิตรภัณฑ์ใหม่) หลังการถ่ายทอดองค์ความรู้

ตารางที่ 1 ปริมาณการซื้อกล้วยดิบและปริมาณการขายกล้วยตากหลังการได้รับการถ่ายทอดเนื้อหาการบริหารจัดการผลิตรภัณฑ์

สัปดาห์ ที่	วัน เดือน ปี	ซื้อกล้วยดิบ (กก.)	การขายกล้วยตาก	เป็นเงิน (บาท)
1	14 - 20 พ.ค. 2561	460 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท ได้กล้วยตาก 115 กิโลกรัม	ผลิตขายส่ง 100 กก. ๆ ละ 60 บาท	6,000.00
			ผลิตขายปลีก เป็นกล่อง ๆ ละ 1 กก. จำนวน 15 กล่อง ๆ ละ 145 บาท	2,175.00
2	21 - 27 พ.ค. 2561	480 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท ได้กล้วยตาก 120 กิโลกรัม	ผลิตขายส่ง 100 กก. ๆ ละ 60 บาท	6,000.00
			ผลิตขายปลีก เป็นกล่อง ๆ ละ 1 กก. จำนวน 420 กล่อง ๆ ละ 145 บาท	2,900.00
3	28 พ.ค. - 3 มิ.ย. 2561	440 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท ได้กล้วยตาก 110 กิโลกรัม	ผลิตขายส่ง 100 กก. ๆ ละ 60 บาท	6,000.00
			ผลิตขายปลีก เป็นกล่อง ๆ ละ 1 กก. จำนวน 10 กล่อง ๆ ละ 145 บาท	1,450.00

สัปดาห์ ที่	วัน เดือน ปี	ชื่อกล้วยดิบ (กก.)	การขายกล้วยตาก	เป็นเงิน (บาท)
4	4 - 10 มิ.ย. 2561	480 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท ได้กล้วยตาก 120 กิโลกรัม	ผลิตขายส่ง 100 กก. ๆ ละ 60 บาท	6,000.00
			ผลิตขายปลีก เป็นกล่อง ๆ ละ 1 กก. จำนวน 20 กล่อง ๆ ละ 145 บาท	2,900.00
5	11 - 17 มิ.ย. 2561	460 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท ได้กล้วยตาก 115 กิโลกรัม	ผลิตขายส่ง 100 กก. ๆ ละ 60 บาท	6,000.00
			ผลิตขายปลีก เป็นกล่อง ๆ ละ 1 กก. จำนวน 15 กล่อง ๆ ละ 145 บาท	2,175.00
6	18-24 มิ.ย. 2561	480 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท ได้กล้วยตาก 120 กิโลกรัม	ผลิตขายส่ง 100 กก. ๆ ละ 60 บาท	6,000.00
			ผลิตขายปลีก เป็นกล่อง ๆ ละ 1 กก. จำนวน 420 กล่อง ๆ ละ 145 บาท	2,900.00
7	25 มิ.ย. - 1 ก.ค. 2561	460 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท ได้กล้วยตาก 115 กิโลกรัม	ผลิตขายส่ง 100 กก. ๆ ละ 60 บาท	6,000.00
			ผลิตขายปลีก เป็นกล่อง ๆ ละ 1 กก. จำนวน 15 กล่อง ๆ ละ 145 บาท	2,175.00
8	2 - 8 ก.ค. 2561	500 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท ได้กล้วยตาก 125 กิโลกรัม	ผลิตขายส่ง 100 กก. ๆ ละ 60 บาท	6,000.00
			ผลิตขายปลีก เป็นกล่อง ๆ ละ 1 กก. จำนวน 25 กล่อง ๆ ละ 145 บาท	3,625.00
เฉลี่ย	-	470 กิโลกรัม ๆ /สัปดาห์ กิโลกรัมละ 5 บาท เฉลี่ยได้ กล้วยตาก 17.5 กล่อง	รายได้เฉลี่ยขายส่งต่อสัปดาห์	6,000.00
			รายได้เฉลี่ยขายปลีกต่อสัปดาห์	2,537.50
รวม				8,537.50

กราฟแสดงปริมาณการขายกล้วยตากหลังการได้รับการถ่ายทอดเนื้อหาการบริหารจัดการ
ผลิตภัณฑ์



อภิปรายผลการวิจัย

หลังจากกลุ่มได้รับการถ่ายทอดเนื้อหาปริมาณการซื้อกล้วยดิบเพิ่มขึ้น จากเดิมเฉลี่ย 400 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ เป็น 470 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ โดยมีต้นทุนในการจัดซื้อกล้วยดิบ 400 กิโลกรัม ๆ ละ 5 บาท รวมเป็นเงิน 2,000 บาท หลังการได้รับการถ่ายทอดเนื้อหาจะใช้ต้นทุนในการซื้อวัตถุดิบที่เป็นกล้วยตาก 2,350 บาทต่อสัปดาห์ แต่มีรายได้จากการขายกล้วยตากแบบขายส่งสัปดาห์ละ 6,000 บาท และมีรายได้จากการขายปลีกเป็นกล่อง ๆ ละ 1 กิโลกรัม ๆ ละ 145 บาท เฉลี่ยยอดขายกล้วยตากบรรจุกล่องขายปลีกตามแหล่งท่องเที่ยวสัปดาห์ละ 17.50 บาท ทั้งนี้มีรายได้เพิ่มจากเดิม 6,000 บาท เป็น 8,537.50 บาทต่อสัปดาห์ เฉลี่ยมีรายได้เพิ่มจากเดิมสัปดาห์ละ 2,537.50 บาท คิดเป็นรายได้เพิ่มสัปดาห์ละ 42.29%

องค์ความรู้ที่เติมเต็มให้กลุ่มกล้วยตากชุมชน

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยตากชุมชน
2. การจัดทำบุคคลบัญญัติของกลุ่มกล้วยตาก

3. การจัดการโลจิสติกส์ และหาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กล้วยตาก

4. การควบคุมและการตรวจสอบคุณภาพ

5. กระบวนการขั้นตอนการเข้าสู่มาตรฐาน มผช. กล้วยตากชุมชน

องค์ความรู้ที่คณะวิจัยถอดจากการวิจัย

สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน (Community Product) จะขายได้นั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ต้องมีความแปลกใหม่
2. ผลิตภัณฑ์ต้องมีมาตรฐาน
3. ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะ

การกระจายสินค้าหรือการขายกล้วยตากยังอยู่ในวงแคบ ๆ ควรเน้นเฉพาะกลยุทธ์การขายกล้วยตากหรือหาวิธีการจัดจำหน่ายให้กว้างขวางออกไปจากชุมชนหรือตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย หรือตามระบบขนส่งมวลชนรูปแบบต่าง ๆ เช่น รถไฟ เครื่องบิน รถทัวร์ระหว่างจังหวัด หรือกรู๊ปทัวร์ เป็นต้น

REFERENCES

product standard Office. (2015). *Industrial standard*. Bangkok: of product standard Office.
Sutiwatanaput, K. (2010). *New Marketing*. Bangkok: Teera film.