

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 2) เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 3) เพื่อประเมินประสิทธิผลรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ พื้นที่ศึกษาคือป่าจากตำบลขนานบาก ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาคือ 1) ประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม 2) ผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในไร่จากตำบลขนานบากโดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม แนวทางสัมภาษณ์ระดับลึก แนวทางสัมภาษณ์กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนังที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นคือ “JAK Model” ประกอบด้วยการพัฒนาเป็นองค์การสวนจาก 1) รวมกลุ่มชุมชนร่วมมือกันจัดตั้งขึ้น โดยร่วมมือกันดำเนินกิจกรรม เริ่มตั้งแต่การจัดตั้งองค์กร การแบ่งงานกันทำ ตามความถนัด 2) ชุมชนร่วมกันคิดระดมสมองในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สร้างตราयीหือ 3) การบริหารจัดการที่เป็นระบบ การจัดการผลิตที่เน้นคุณภาพที่ได้มาตรฐาน การจัดการกลุ่มที่เป็นระบบ การจัดการการเงินและบัญชีที่เป็นระบบและตรวจสอบได้ 4) การจัดการตลาดที่เน้นคุณค่าวิถีชีวิตจากและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เน้นการประชาสัมพันธ์ด้วยความคิดสร้างสรรค์และประหยัด 5) จัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชนที่มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน 6) จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก 7) ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจากขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น 8) หน่วยการเงินและตรวจสอบ 9) หน่วยพัฒนา มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอาชีพการทำสวนจาก

**คำสำคัญ:** การบริหารจัดการ, ช่องทางการจัดจำหน่าย, กลุ่มผู้ผลิตสินค้า, น้ำตาลจาก, ผลิตภัณฑ์ สินค้าจากต้นจาก

## Abstract

The purposes of this research were: 1) to study business management and distribution channels of nipa palm food products of Pak Phanang community enterprise 2) to create a new business management model and distribution channels to add value of nipa palm food products of Pak Phanang community enterprise, and 3) to evaluate the effectiveness of the new management model and distribution channels to add value of nipa palm food products of Pak Phanang community enterprise. The mixed-method design was adopted in this research and the designated area of study was the nipa palm plantation in Tambon Kha Nab Nhak, Pak Phanang district. Data collection comprised an in-depth interview, a focus group interview and questionnaires. There were two groups of participants participated in this study; 1) a total number of 25 people from government sectors, private sectors, and related stakeholders, 2) a total number of 400 customers and tourists who visited nipa palm site attractions in Kha Nab Nhak. Data analysis consist of two part, a quantitative and a qualitative data. Quantitative data was analyzed using frequency, percentage, MEAN, and standard deviation, while qualitative data was analyzed using descriptive analysis. The result yielded the management style and distribution channels to add value on nipa palm food products for the Pak Phanang district community enterprise model developed by the researcher, called "JAK Model". This model consisted of nipa palm organization development which involved 1) the community members formed the committee, set up an organization and job distribution based on their expertise, 2) the community members brainstormed about the production process, product standardization development and branding, 3) forming a well-organized and systemic management as well as a transparency financial and accounting management system, 4) setting a marketing management and product promotion system which emphasizes on community lifestyle and domestic and international distribution channels both domestically and internationally, 5) forming community markets and community shops to distribute community products, 6) promoting nipa palm lifestyle argo-tourism