รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

Management Model and Channel of Distribution for Sustainable Enhancement of Nipa Palm (*Nypa fruticans*) Food Products in the Small and Micro Community Enterprises Process (SMCE)

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพร หมื่นหัสถ์ และคณะ

ตุลาคม พ.ศ. 2561

สัญญาเลขที่ RDG RDG60T0109

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

Management Model and Channel of Distribution for Sustainable Enhancement of Nipa palm *(Nypa fruticans)* food products in the Small and Micro Community Enterprises Process (SMCE)

	คณะผู้วิจัย		สังกัด
1.	ผศ.ศิริพร	หมื่นหัสถ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
2.	ผศ.พัชรินทร์	โสมปาน	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
3.	นางสาวเบญจา	ทองพันธ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
4.	นาย ตรีฤกษ์	เพชรมนต์	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ชุดโครงการ “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ปีงบประมาณ 2561

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย วช. - สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

ปัจจุบันผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากพื้นที่อำเภอปากพนัง ได้นำน้ำตาลจากที่ผลิตได้จากเกษตรกรในชุมชนตำบลขนาบนากและตำบลปากแพรกมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากเพื่อจำหน่าย ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นที่สนใจและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีในกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพ เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพและโอกาสของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักและได้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น นอกจากแนวคิดในการใช้ประโยชน์จากน้ำตาลจากแล้วปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและชีวิตความเป็นอยู่คนขนาบนากจึงหันมาหารายได้ทางด้านอื่นที่มีรายได้มากกว่าการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงทำให้ขาดการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องการใช้ประโยชน์ต้นจากมายังชนรุ่นหลัง

เกษตรกรสวนจากและผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีปัญหาด้านการบริหารจัดการการตลาดราคาไม่แน่นอนพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ปัญหาด้านผลิตที่ยังไม่ได้การรับรองมาตรฐาน โดยลักษณะการขายน้ำตาลจากส่วนใหญ่จะมีลักษณะการขายเป็นปี๊บ ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการตลาดที่ไม่หลากหลาย ไม่มีการจัดทำบัญชีของกลุ่มยังไม่เป็นไปตามระบบบัญชี เป็นเพียงการบันทึกรายรับ-รายจ่าย กำไรขาดทุน ทำให้ไม่สะดวกต่อการตรวจสอบและการนำเสนอทางวิชาการ

โครงการ รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง
3. เพื่อประเมินประสิทธิผลรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

การแก้ไขปัญหาโดยใช้ผลงานวิจัย ทีมวิจัยได้ทำแผนการตลาดโดยการเน้นคุณค่าโดยใช้กลยุทธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำไร่จากให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากที่แหล่งผลิตและชมวิถีชีวิตการทำจาก มีการเผยแพร่โฆษณาทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านเวปเพจ ยูทูป สื่อสังคมออนไลน์จนปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นที่รู้จักและโด่งดังในการท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำสวนจาก มีผู้เข้า

มาท่องเที่ยวจากทั่วประเทศ ศึกษาดูงานจากภาครัฐและเอกชน โรงเรียนต่างๆ และมีรายการมาถ่ายทำข่าวและสารคดีจากทีวีช่องต่างๆ

ทีมวิจัยได้สร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4 รายเพื่อผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบ ตราขนมจากป้าสอด ขนมใบบัวสมนึก ตราขนมกรอกสุพัฒน์ ตราน้ำปลาหวานเจ๊พร และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี 2 ชนิดคือน้ำตาลจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี ด้านราคา มีการฝึกให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้แปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและผู้ประกอบการคิดโครงสร้างต้นทุนบวกกำไรที่เหมาะสม

เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงและทางอ้อม เช่น สร้างเว็บไซต์ในจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ชื่อเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com จำหน่ายในร้านขายของฝากที่ห้างสรรพสินค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช จำหน่ายในร้านขายของฝากที่สถานบินจังหวัดนครศรีธรรมราช กระจายสินค้าผ่านช่องทางร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม การท่องเที่ยว ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำหน่ายร้านค้าสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ออกบูทแสดงสินค้าตามแหล่งต่างๆ

ฝึกอบรมให้ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเตอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ค เวปแฟนเพจ ดำเนินการถ่ายทำสารคดีและภาพนิ่งแนะนำวิถีชีวิตป่าจาก ตามสื่อต่างๆวิทยุ โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต ประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับ ใบปลิว จัดทำสื่อคลิปวีดีโอสำหรับเผยแพร่เป็นแผ่นซีดีและนำไปลงยูทูปเพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาการทำสวนจากของตำบลขนาบนาก

การโฆษณาเน้นคุณค่าและการท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำสวนจากในเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ จัดทำหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติด้านจัดการคน ด้านจัดการเงิน ด้านจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการด้านจัดการเครื่องจักร ด้านจัดการการตลาด ด้านจัดการขวัญและกำลังใจ ด้านจัดการข้อมูลข่าวสาร การบัญชี การคิดต้นทุน และการรวมกลุ่ม

ทีมวิจัยได้ร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนานำรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนังเพื่อเป็นแนวทางในการทำการจัดตั้งองค์การสวนจากต่อไป ทีมวิจัยได้สร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4 รายเพื่อผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี 2 ชนิดคือน้ำตาลจาก

พร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี

ผลการวิจัย

รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง “JAK Model” ประกอบด้วยการพัฒนาเป็นองค์การสวนจาก การจัดการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ได้มาตรฐาน การบริหารจัดการที่เป็นระบบ การจัดการตลาดที่เน้นคุณค่าวิถีชีวิตจาก มีตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก จัดตั้งศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจากขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้ถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น และการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอาชีพการทำสวนจาก

การตลาดโดยการเน้นคุณค่าโดยใช้กลยุทธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำไร่จากให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากที่แหล่งผลิตและชมวิถีชีวิตการทำจาก มีการเผยแพร่โฆษณาทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านเวปเพจ ยูทูป สื่อสังคมออนไลน์จนปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นที่รู้จักและโด่งดังในการท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำสวนจาก มีผู้เข้ามาท่องเที่ยวจากทั่วประเทศ ศึกษาดูงานจากภาครัฐและเอกชน โรงเรียนต่างๆ และมีรายการมาถ่ายทำข่าวและสารคดีจากทีวีช่องต่างๆ มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆทั้งทางตรงทางอ้อม เช่น สร้างเว็บไซต์ในจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ชื่อเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com จำหน่ายในร้านขายของฝากที่ห้างสรรพสินค้า จำหน่ายในร้านขายของฝากที่สถานบินจังหวัดนครศรีธรรมราช กระจายสินค้าผ่านช่องทางร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม การท่องเที่ยว ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำหน่ายร้านค้าสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ออกบูทแสดงสินค้าตามแหล่งต่างๆ นอกจากนั้นทีมวิจัยได้สร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4 รายเพื่อผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบคือ ตรายี่ห้อขนมจากป้าสอด ตรายี่ห้อขนมใบบัวสมนึก ตรายี่ห้อขนมกรอกสุพัฒน์ ตรายี่ห้อน้ำปลาหวานเจ๊พร และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี 2 ชนิดคือน้ำตาลจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวทดลองชิมน้ำตาลจากและจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวิถีชีวิตการทำไร่จาก

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 2) เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ 3) เพื่อประเมินประสิทธิผลรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ พื้นที่ศึกษาคือป่าจากตำบลขนาบนาก ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาคือ 1) ประชาชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม 2) ผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในไร่จากตำบลขนาบนากโดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม แนวทางสัมภาษณ์ระดับลึก แนวทางสัมภาษณ์กลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการหาค่าความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนังที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นคือ “JAK Model” ประกอบด้วยการพัฒนาเป็นองค์การสวนจาก 1) รวมกลุ่มชุมชนร่วมมือกันจัดตั้งขึ้นโดยร่วมมือกันดำเนินกิจกรรม เริ่มตั้งแต่การจัดตั้งองค์กร การแบ่งงานกันทำ ตามความถนัด 2) ชุมชนร่วมกันคิดระดมสมองในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สร้างตรายี่ห้อ 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

management, 7) setting up a nipa palm wisdom learning center to transfer knowledge from generation to generation, 8) forming a financing and auditing unit, and 9) forming a community development unit to review and sustainably develop and preserve ways of life of nipa palm farmers.

Keywords: Business management, Distribution, Product Manufacturing Group, Nipa palm sugar, Nipa plam product

สารบัญ

			หน้า
บทสรุปผู้บริหาร			**ก**
บทคัดย่อภาษาไทย			**ง**
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ			**จ**
สารบัญ			**ช**
สารบัญตาราง			**ญ**
สารบัญภาพ			**ฏ**
บทที่ 1	**บทนำ**		**1**
	1.1	ความสำคัญ และที่มาของปัญหา	1
	1.2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
	1.3	ขอบเขตของการวิจัย	3
	1.4	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	4
	1.5	กรอบแนวความคิดของการวิจัย	6
	1.6	แผนงานโครงการ	7
บทที่ 2	**การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง**		**8**
	2.1	แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ	8
	2.2	แนวคิดและทฤษฎีช่องทางการจัดจำหน่าย	13
	2.3	การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	15
	2.4	ฟังก์ชันการประเมินธุรกิจของ Business Model Canvas	16
	2.5	แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	18
	2.6	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21

สารบัญ(ต่อ)

			หน้า
บทที่ 3	**วิธีการดำเนินการวิจัย**		**26**
	3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย	26
	3.2	ขั้นตอนในการวิจัย	26
	3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
	3.4	การเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล	29
	3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4	**ผลการศึกษาและอภิปรายผล**		**31**
	4.1	ผลการศึกษาบริบท สถานการณ์การป่าจาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	31
	4.2	สภาพทั่วไป การบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายของสวนจาก	41
	4.3	สภาพปัญหาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจาก	57
	4.4	ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากต้นจาก	61
	4.5	ผลการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	67
	4.6	ผลการทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	71
	4.7	ผลการทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	78

สารบัญ(ต่อ)

			หน้า
บทที่ 5	**สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ**		**95**
	5.1	สรุปผลการวิจัย	95
	5.2	อภิปรายผล	107
	5.3	ข้อเสนอแนะ	111
บรรณานุกรม			**113**
ภาคผนวก			**117**
	ก	แบบสอบถาม	117
	ข	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์	129
	ค	ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ	143

สารบัญตาราง

ตารางที่			หน้า
ตารางที่	4.1	การจัดทำบัญชีต้นทุนขั้นพื้นฐาน 1 ปี๊บ	55
ตารางที่	4.2	การจัดทำบัญชีต้นทุนขั้นพื้นฐานน้ำตาลจากปี๊บ 1 กิโลกรัม	55
ตารางที่	4.3	การจัดทำบัญชีต้นทุนขั้นพื้นฐาน ชื่อผลิตภัณฑ์ น้ำตาลจากเกร็ด ขนาด 0.6 กิโลกรัม	56
ตารางที่	4.4	การจัดทำบัญชีต้นทุนขั้นพื้นฐาน ชื่อผลิตภัณฑ์ น้ำตาลจากเข็มข้น ขนาด 300 CC	56
ตารางที่	4.5	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	78
ตารางที่	4.6	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	79
ตารางที่	4.7	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	79
ตารางที่	4.8	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	80
ตารางที่	4.9	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจาก	80
ตารางที่	4.10	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้นจาก	81
ตารางที่	4.11	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่ผู้บริโภคเคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก	81
ตารางที่	4.12	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก	82
ตารางที่	4.13	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ต้นจาก	82
ตารางที่	4.14	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก	83
ตารางที่	4.15	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ	83
ตารางที่	4.16	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	90
ตารางที่	4.17	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	90
ตารางที่	4.18	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการฝึกอบรม	91

สารบัญภาพ

ภาพที่			หน้า
ภาพที่	2.1	กระบวนการจัดการ	9
ภาพที่	2.2	ช่องทางและจำนวนระดับช่องทางตลาด ในตลาดสินค้าทั่วไป	14
ภาพที่	2.3	Business Model Generation	17
ภาพที่	4.1	แผนที่ตำบลขนาบนาก	33
ภาพที่	4.2	โรงเรียนวัดขนาบนาก	34
ภาพที่	4.3	ศูนย์บริการสาธารณสุขตำบลขนาบนาก	35
ภาพที่	4.4	วัดขนาบนาก	35
ภาพที่	4.5	สภาพถนนในชุมชนขนาบนาก	36
ภาพที่	4.6	แสดงภาพกระทะใบบัว	43
ภาพที่	4.7	แสดงภาพเตาเคี่ยวน้ำตาล	43
ภาพที่	4.8	แสดงภาพกระบอกไม้ไผ่รับน้ำหวานจาก	44
ภาพที่	4.9	แสดงภาพมีดปาดจาก หรือเรียกว่า ทับ	44
ภาพที่	4.10	แสดงภาพไม้ตีจาก	45
ภาพที่	4.11	แสดงภาพไม้โซมน้ำตาล	45
ภาพที่	4.12	แสดงภาพมอ	46
ภาพที่	4.13	แสดงภาพหมาจาก	46
ภาพที่	4.14	แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากต้นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี	50
ภาพที่	4.15	แสดงการวิเคราะห์ SWOT ผลิตภัณฑ์ต้นจาก	63
ภาพที่	4.16	แสดงภาพแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) ผลิตภัณฑ์ชุมชนสวนจาก	66
ภาพที่	4.17	แสดงภาพรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	69
ภาพที่	4.18	แสดงภาพรูปแบบองค์การสวนจากขนาบนาก	70
ภาพที่	4.19	แสดงภาพผลิตภัณฑ์น้ำหวานจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี	74

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่			หน้า
ภาพที่	4.20	แสดงภาพผลิตภัณฑ์ขนมพิมพ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี	75
ภาพที่	4.21	แสดงภาพผลิตภัณฑ์ขนมจากป้าสอด	75
ภาพที่	4.22	แสดงภาพผลิตภัณฑ์ขนมใบบัวป้าสมนึก	76
ภาพที่	4.23	แสดงภาพผลิตภัณฑ์เจ๊พรน้ำปลาหวาน	76
ภาพที่	4.24	แสดงภาพผลิตภัณฑ์ขนมกรอบป้าสุพัฒน์	76
ภาพที่	5.1	แสดงภาพการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	100
ภาพที่	5.2	แสดงภาพรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	110

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศไทยให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและพัฒนาด้านสังคมควบคู่กันไปจะต้องมุ่งเน้นทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กันไป ตามแผนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 การส่งเสริมผู้ประกอบการที่เข้มแข็งและพาณิชย์ดิจิตอล พัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวและดำเนินธุรกิจท่ามกลางการดำเนินนโยบายและมาตรการการกีดกันทางการค้าในรูปแบบต่าง ๆ เพิ่มสัดส่วนความเป็นเจ้าของของคนไทยและสนับสนุนให้มีการขยายตลาดที่มีตราสินค้าและช่องทางการตลาดที่เป็นของตนเองมากขึ้น ตลอดจนพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมและบริการเพื่อเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการผลิต บริการ และอุตสาหกรรมดิจิตอล นอกจากนี้การปรับโครงสร้างการผลิต ปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตร โดยการปรับเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าเกษตรขั้นปฐมเป็นสินค้าเกษตรแปรรูปที่มีมูลค่าสูง มีคุณภาพและมาตรฐานสากล สามารถสร้างความเชื่อมโยงทางด้านวัตถุดิบกับประเทศเพื่อนบ้านและลดระดับการผลิตสินค้าขั้นปฐมที่สูญเสียขีดความสามารถในการแข่งขัน ลงสู่ระดับที่จำเป็นสำหรับการสร้างความมั่นคงทางด้านอาหารและพลังงาน จัดระบบการผลิตให้สอดคล้องกับศักยภาพพื้นที่และความต้องการของตลาดตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ทั้งด้านกายภาพและเศรษฐกิจ รวมทั้งส่งเสริมการรวมกลุ่มทางการเกษตรจากกิจการเจ้าของคนเดียวเป็นการประกอบการในรูปแบบของสหกรณ์ ห้างหุ้นส่วน และบริษัทเพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด พิจารณาพันธุ์พืชที่เหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่และแหล่งน้ำ ใช้เทคโนโลยีการผลิตในระดับที่เหมาะสม ใช้กลไกตลาดในการป้องกันความเสี่ยง ตลอดจนส่งเสริมและเร่งขยายผลแนวคิดการท้าการเกษตรตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้มีระบบเกษตรกรรมที่ยั่งยืน

ประชากรในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังมีอาชีพและรายได้ที่ไม่แน่นอน ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้างทั่วไปและเกษตรกรรม ผลการจัดเก็บข้อมูลความจำเป็นพื้นฐานหรือ จปฐ. ปี 2558 ประชาชนในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังจำนวน 121,647 ครัวเรือน 745 หมู่บ้าน/ชุมชน 7 อำเภอ ประชากรรวม 364,273 คน พบว่าคนลุ่มน้ำปากพนังประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมา

กำลังศึกษา ร้อยละ 21.16 เกษตรกรรม ทำสวน ร้อยละ 13.21และเกษตรกรรม-ทำนา ร้อยละ 7.56 คนลุ่มน้ำปากพนังมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีอยู่ที่ 67,756 บาท โดยที่คนอำเภอเมืองมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีสูงสุด รองลงมาเป็นอำเภอพระพรหม และอำเภอชะอวดตามลำดับ ส่วนอำเภอที่มีรายได้ต่ำสุดคืออำเภอปากพนัง เฉลี่ย 58,845 บาทต่อคนต่อปี สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง (2557) กล่าวว่าพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง ตั้งแต่อ่าวปากพนังไปจนถึงพรุควนเคร็ง อำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแม่น้ำสายหลักคือ แม่น้ำปากพนัง มีคูคลองสาขามากมาย บริเวณที่อิทธิพลของน้ำเค็มเข้าถึงจะพบต้นจากขึ้นอยู่กระจายสองฝั่งแม่น้ำและลำคลองสาขา ซึ่งจะพบหนาแน่นแถบอำเภอปากพนัง อำเภอเชียรใหญ่ และอำเภอหัวไทร จากการสำรวจในปี 2538 จังหวัดนครศรีธรรมราชมีพื้นที่ไร่จากประมาณ 25,594 ไร่ โดยพื้นที่ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง เป็นพื้นที่ที่มีไร่จากมากที่สุด ประมาณ 7,500 ไร่ ที่ปลูกขึ้นมาโดยเจ้าของที่ดินที่มีเอกสารสิทธิ์ตามกฎหมาย การใช้ประโยชน์เพื่อผลทางเศรษฐกิจชาวบ้านได้สะสม ภูมิปัญญาในการประกอบอาชีพจากต้นจากมาอย่างยาวนาน ความรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของต้นจากได้ถ่ายทอดต่อ ๆ กันมาหลายชั่วอายุคน

ต้นจากเป็นพืชที่ขึ้นกระจายบริเวณปากแม่น้ำและริมสองฝั่งคูคลองที่น้ำทะเลขึ้นถึงหรือบริเวณน้ำกร่อย สามารถเจริญเติบโตได้ดีในดินเลนค่อนข้างแข็งและเหนียวจัด ทนต่อความเค็มของดินน้ำ และแสงแดดได้ดี มีความหนาแน่นในพื้นที่มากกว่า 25,594 ไร่ และมักพบในบริเวณอำเภอปากพนัง อำเภอเชียรใหญ่ และอำเภอหัวไทร ซึ่งพื้นที่อำเภอปากพนังเป็นพื้นที่มีต้นจากมากที่สุดกว่า 10,00 ไร่ ปัจจุบันเกษตรกรในพื้นที่ประกอบอาชีพการทำไร่จากประมาณร้อยละ 40 ของครัวเรือนทั้งหมด โดยการใช้ประโยชน์จากต้นจากเกือบทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นการนำน้ำหวานจากงวงจากมาทำเป็นน้ำตาลจาก น้ำตาลปึบ) น้ำส้มจาก เหล้าจาก เหล้าพื้นบ้าน) การนำยอดจากมาทำเป็นใบจากมวนบุหรี่ ใบจากแก่นำมาเย็บเป็นตับจากมุงหลังคา หรือนำมาห่อขนมเรียกว่า “ขนมจาก และ ปัด”ลูกจากนำมาทำเป็นของหวาน เช่น “ลูกจากลอยแก้ว” ก้านใบของจากนำมาจักสานเป็นที่รองภาชนะเรียกว่า “เสวียนหม้อ” หรือทำเป็นไม้กวาด ส่วนทางจากและลูกจากนำมาตากแห้งเป็นเชื้อเพลิงในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้างต้น สำหรับต้นจากจะออกลูกเมื่ออายุประมาณ 4-5 ปี และสามารถปาดงวงหรือเรียกว่า “ปาดตาล” เพื่อนำน้ำหวานมาทำเป็นน้ำตาลจากซึ่งให้ผลผลิตได้ดีเมื่ออายุประมาณ 6-7 ปี และน้ำตาลจากเมื่อนำมาเคี่ยวให้เหลือ 1 ใน 3 จะได้เป็นน้ำหวานแบบเข้มข้นลักษณะคล้ายน้ำผึ้งเรียกว่า “ น้ำตาลจาก” ซึ่งได้รับความนิยมในการใช้น้ำตาลจากในกลุ่มที่รักสุขภาพ เนื่องจากภูมิปัญญาดังเดิมเชื่อว่าน้ำตาลจากมีผลช่วยลดน้ำตาลในเลือด รับประทานแล้วให้ความหวานแต่ไม่ทำให้อ้วนและดีต่อผู้เฒ่าผู้แก่ที่เป็นเบาหวาน

จากการสัมภาษณ์เกษตรกรสวนจากและผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีปัญหาด้านการบริหารจัดการ ขาดการบริหารจัดการใช้วิธีการบริหารจัดการแบบระบบครอบครัวและเครือญาติ ไม่มี

บุคคลภายนอก การวางแผน การจัดองค์กร การจัดคน การอำนวยการ การประสานงานต่างๆมีการดำเนินการโดยเจ้าจากเจ้าของธุรกิจ และงานเกือบทุกหน้าที่เจ้าของกิจการดำเนินการเอง โดยนิยมผลิตน้ำตาลจากเป็นน้ำตาลปี๊บสำหรับทำสุรากลั่น โดยปกติการทำน้ำตาลจากสามารถทำได้ตลอดทั้งปี แต่ช่วงฤดูฝนประมาณเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ฝนตกหนักน้ำท่วมขัง จะไม่สามารถทำไร่จากได้ จึงต้องมีการทำอาชีพอย่างอื่นเสริมด้วย นอกจากนี้ปัญหาด้านกระบวนการผลิต พบว่าการผลิตภัณฑ์จากต้นจาก มีกระบวนการผลิตที่ใช้เวลาในการผลิตยาวนานหลายขั้นตอน การผลิตมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม กระบวนการผลิตไม่สามารถควบคุมได้เช่น ความหวานน้ำตาล ฟืน เวลาในการเคี่ยวน้ำตาล ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่ได้แต่ละครั้งที่ได้ไม่สม่ำเสมอ การตลาดราคาไม่แน่นอนพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา โดยลักษณะการขายน้ำตาลจากส่วนใหญ่จะมีลักษณะการขายเป็นปี๊บ ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการตลาดที่ไม่หลากหลาย การจัดทำบัญชีของกลุ่มยังไม่เป็นไปตามระบบบัญชี เป็นเพียงการบันทึกรายรับ-รายจ่าย กำไรขาดทุน ทำให้ไม่สะดวกต่อการตรวจสอบ และการนำเสนอทางวิชาการ

จากประเด็นปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าจากป่าจาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อความยั่งยืน เพิ่มประสิทธิภาพ ประสิทธิผลให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าจากป่าจาก โดยอาศัยความร่วมมือจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้าจากต้นจาก องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชนในท้องถิ่นเพื่อการจัดการที่เป็นระบบเพื่อให้ป่าจากอยู่คู่กับชุมชนตลอดไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง
3. เพื่อประเมินประสิทธิผลรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยในพื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยเข้าไปสำรวจและ ลงภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลในพื้นที่ป่าจาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช นอกจากนี้ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้เข้าไปสัมภาษณ์ ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง” โดยทำการศึกษาข้อมูลทั่วไปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง วิเคราะห์ต้นทุนและเขียนแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากได้แก่ น้ำตาลจาก (น้ำตาลปี๊บ) น้ำส้มจาก เหล้าจาก น้ำตาลจาก ลูกจาก และการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ด้านผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ได้รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ

2) ได้ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ

3) ได้แผนธุรกิจของผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากได้แก่ น้ำตาลจาก (น้ำตาลปี๊บ) น้ำส้มจาก เหล้าจาก น้ำตาลจาก และลูกจาก

4) ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีโอกาสสร้างรายได้และมีผลกำไรทางธุรกิจเพิ่มขึ้นจากสถานการณ์ในปัจจุบัน

1.4.2 ด้านวิชาการ

1) ได้รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และเหมาะสมสำหรับการประยุกต์ใช้สร้างโอกาสทางการตลาดให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ

2) ผลงานการค้นคว้าวิจัยที่ได้สามารถนำไปเผยแพร่ในงานประชุมวิชาการหรือเขียนเป็นบทความวิชาการเพื่อตีพิมพ์ในฐานข้อมูลระดับชาติหรือนานาชาติ

1.4.3 ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์

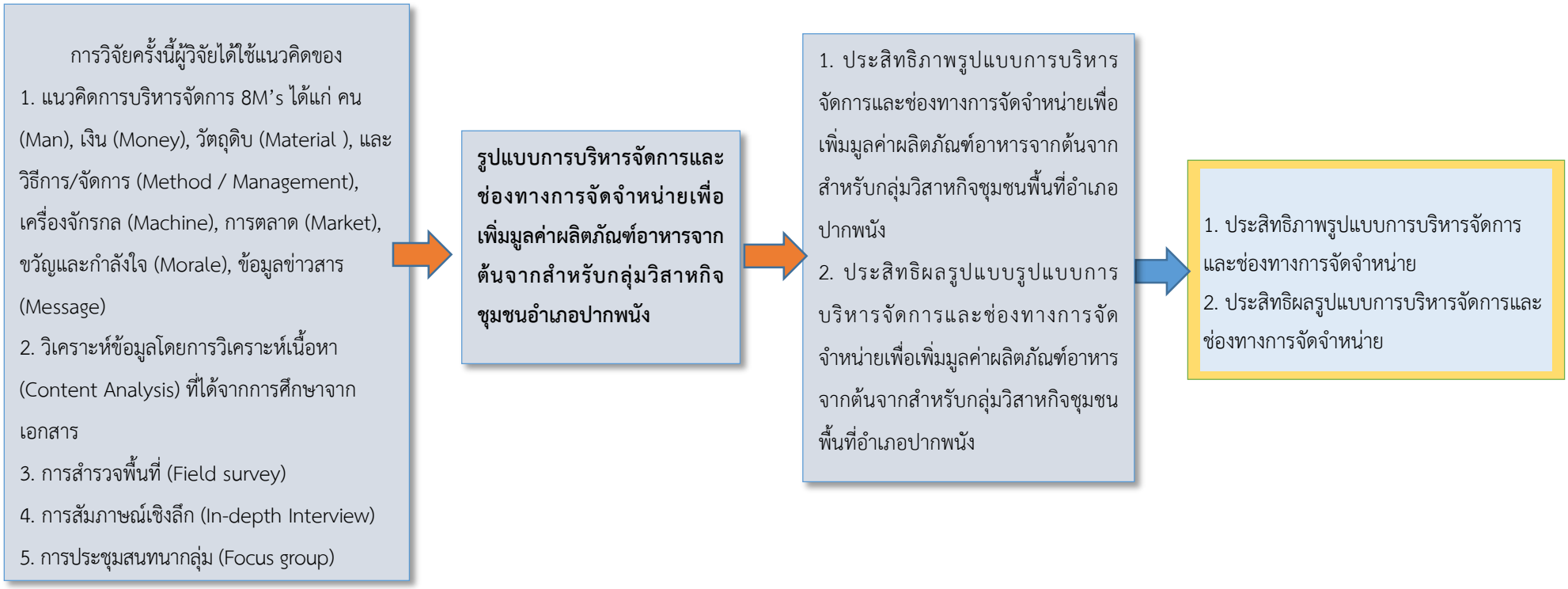
1) สามารถช่วยให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นจาก มีการผลิตเพิ่มขึ้น สามารถกระจายสินค้าได้มากขึ้นกว่าเดิม ช่วยสร้างรายได้และผลกำไรทางธุรกิจได้เพิ่มมากขึ้น

2) ผู้ประกอบการมีช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มลูกค้าเดิมและกลุ่มลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

1.4.4 ด้านสังคม/ชุมชน

ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถสร้างความเข็มแข็งให้ผู้ผลิตน้ำตาลจากทั้งในเชิงการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นและส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนได้ เนื่องจากการทำอาชีพที่เกี่ยวกับต้นจากนอกจากเป็นการสร้างรายได้แล้วยังช่วยสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราชได้อีกด้วย

1.5 กรอบแนวคิดของแผนการวิจัย



1.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

ปี	กิจกรรม	เดือนที่											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2560	ระยะที่ 1 ขั้นสำรวจข้อมูลเบื้องต้น	X	X	X									
2560	ระยะที่ 2 ขั้นการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย				X	X	X	X	X				
2560	ระยะที่ 3 ทดลองใช้และอบรมเชิง									X	X		
2560	ระยะที่ 4 ประเมินผลและการเผยแพร่ผลการวิจัย											X	X

บทที่ 2
การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาใช้สนับสนุนการวิจัย สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

2.1 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

ความหมายเกี่ยวกับการจัดการ

สมยศ นาวีการ (2536: 23) กล่าวไว้ว่า กระบวนการจัดการว่าเป็นกิจกรรมของการบริหารที่สำคัญ 4 อย่าง คือ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการ และการควบคุม รูปแบบของการบริหารดังกล่าวนี้ ได้รับการพัฒนาขึ้นเมื่อประมาณปลายศตวรรษที่สิบเก้า

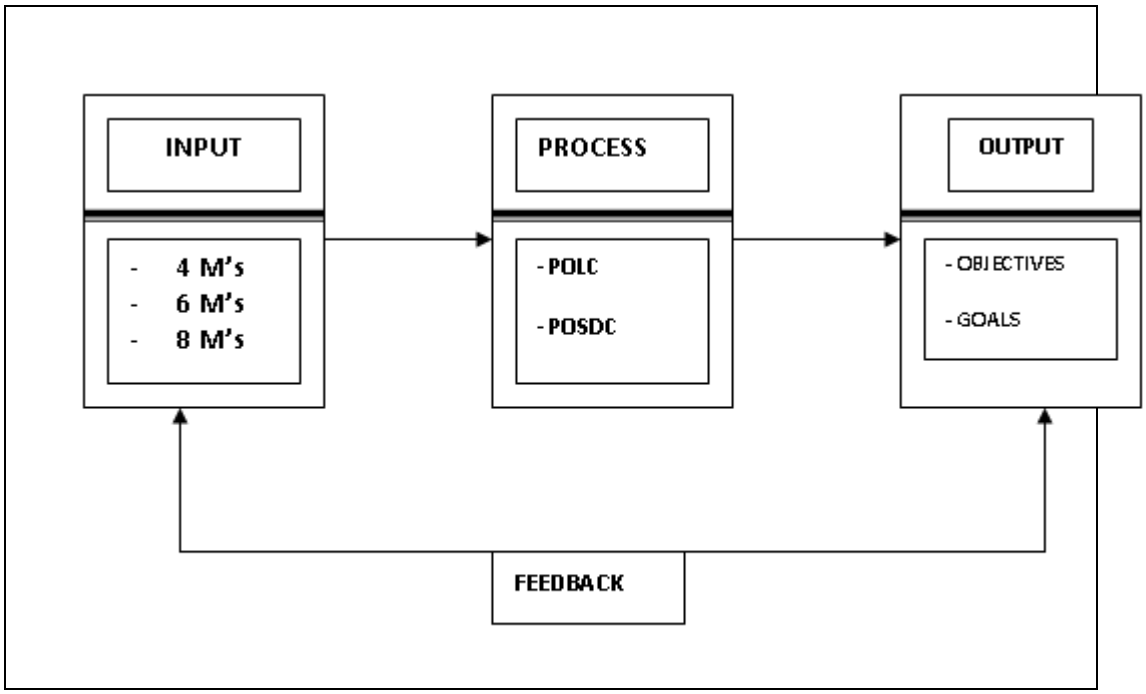
สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2545: 421) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการจัดการ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานจะต้องเป็นไปตามขั้นตอนตามลำดับ เป็นการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด โดยใคร นอกจากจะเป็นการลดความไม่แน่นอนแล้ว ยังทำให้สมาชิกในองค์กรมีความมั่นใจในการทำงานให้การทำงานมีประสิทธิผล การจัดลำดับการทำงานที่ดีไม่ควรมีลักษณะตายตัว ต้องยืดหยุ่น ได้ตามสถานการณ์อาจมีการปรับปรุงแก้ไข หรือปรับเปลี่ยนลำดับการทำงานได้เสมอ ส่งผลให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิผลมากขึ้นด้วย

สุรัสวดี ราชกุลชัย (2543: 3) กล่าวไว้ว่า “การบริหาร” (Administration) และ“การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ดี ในตำราหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545: 18-19) กล่าวไว้ว่า ความหมายของคำว่า “การบริหารจัดการ” และ “การจัดการ” ได้ดังนี้ การบริหาร (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูงโดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ และคำว่า “ผู้บริหาร” (Administrator) จะหมายถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร ส่วน

การจัดการ (Management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business management) ส่วนคำว่า “ผู้จัดการ” (Manager) จะหมายถึงบุคคลในองค์กรซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่น ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545: 211) ได้ให้ความหมายการจัดการ คือ กระบวนการนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหาร คือ



ภาพที่ 2.1 กระบวนการจัดการ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545: 211)

INPUT คือ ทรัพยากรทางการบริหาร (Management resources) อันได้แก่ 4 M’s ประกอบด้วย คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material) และวิธีการ/จัดการ (Method/Management) ถูกนำเข้าในระบบเพื่อการประมวลผลหรือการบริการที่เติบโตและพัฒนาก้าวหน้าไปพร้อมกับอุตสาหกรรมการผลิต และการบริการที่เติบโตขึ้นไปอย่างรวดเร็วทำให้ทรัพยากรเพียง 4 ประการเริ่มไม่เพียงพอสำหรับเป้าหมาย จึงได้เพิ่มขึ้นอีก 2 M’s เป็น 6M’s ได้แก่ เครื่องจักรกล (Machine) และการตลาด (Market) ในขณะเดียวกันการทำงานที่มองเห็นถึงความสำคัญ หรือคุณค่าของจิตใจของผู้ปฏิบัติงานที่มากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของคนงานมากขึ้น จึงเพิ่มขวัญกำลังใจ (Morale) เข้าไปเป็น 7 M’s และเมื่อโลกก้าว

เข้าสู่ยุคโลกาภิวัฒน์ (Globalization) ระบบการสื่อสารไร้พรหมแดนที่ติดต่อเชื่อมโยงกันเป็นระบบเครือข่ายครอบคลุมทั่วโลกทำให้การติดต่อสื่อสารรวดเร็วใครไม่รู้หรือไม่มีข้อมูลย่อมเสียเปรียบในเชิงธุรกิจจึงได้เพิ่ม ข้อมูลข่าวสาร (Message) เข้าไปในทรัพยากรกระบวนการผลิต รวมเป็น 8M's ซึ่งเป็นทรัพยากรเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นไปเรื่อย ๆ ไม่สิ้นสุดตราบเท่าที่ระบบอุตสาหกรรมการผลิตการจัดจำหน่าย และการบริการยังคงพัฒนาและก้าวไปไม่หยุดยั้ง

PROCESS คือ หน้าที่หรือกิจกรรมขั้นพื้นฐานที่ผู้บริหารต้องกระทำ ในปัจจุบันมีหน้าที่ 4 ประการ ได้แก่ POLC การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การชี้นำ(Leading) และการควบคุม (Controlling) ซึ่งมีพัฒนาการของแนวคิดมาตั้งแต่สมัยของฟาโยล์ (Fayol) ปี 1916 ที่เห็นว่าหน้าที่การจัดการ ประกอบด้วย POCCC ได้แก่ การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การสั่งการ (Commanding), การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) ต่อมาในปี 1937 กูลิกและเออร์วิค (Gulick and Urwick) เห็นว่ากระบวนการจัดการประกอบด้วย การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การจัดคนเข้าทำงาน (Staff-ing), การอำนวยการ (Directing), การประสานงาน (Coordinating), การรายงานผล (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) ซึ่งนิยมเรียกว่า POCDCORB ครั้งเมื่อเข้าปี 1972 คูนตซ์ (Koontz) มีความคิดเห็นว่าหน้าที่ทางการจัดการ คือ POSDC ได้แก่ การวางแผน (Planning), การจัดองค์การ (Organizing), การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing), การอำนวยการ (Directing), และการควบคุม (Controlling) ซึ่งเป็นแนวคิดของเขาเปลี่ยนแปลงไปชัดเจน โดยในปี 1988 คูนตซ์และเวียห์ริช (Koontz and Weihrich) เขียนตาราใช้ชื่อว่า Management ร่วมกันและเปลี่ยนหน้าที่ทางการจัดการจากตัว D (Directing) เป็น L (Leading) พัฒนาด้านแนวคิดดังกล่าวยังคงก้าวต่อไปไม่หยุดยั้ง บางทีในยุคหน้าเราอาจเห็นหน้าที่การจัดการที่เหลืออักษรเพียงตัวเดียว หรือสองตัวเท่านั้นก็เป็นได้ ดังนั้นอาจสรุปหน้าที่หรือกิจกรรมขั้นพื้นฐานทางการจัดการได้ว่าเป็น เครื่องมือที่ใช้กระบวนการ (Process) แปรรูปทรัพยากรที่นาเข้าให้เป็นผลผลิตตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายขององค์การต่อไป

OUTPUT คือ เป้าหมาย (Goals) หรือ วัตถุประสงค์ (Objectives) ขององค์การ ที่นำออกมาจากกระบวนการแปรรูปในขั้นตอนที่สอง เป้าหมายขององค์การสามารถแบ่งหยาบได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ องค์การที่มีเป้าหมายที่มุ่งแสวงหากำไร (Profit) และองค์การมีเป้าหมายไม่มุ่งแสวงหากำไร (Non-profit) หรืออาจแบ่งเป็นองค์การที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตสินค้า กับองค์การที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการ (Services)

บาร์โทลและมาร์ติน (Bartol and Martin, 1998 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550: 25) กล่าวไว้ว่า การจัดการเป็นกระบวนการในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการทำหน้าที่หลัก 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การชี้นำ และการควบคุมองค์กร รูและเบอร์ (Rue and Byars, 2002 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550: 25) กล่าวไว้ว่า การจัดการ คือ

รูปแบบของงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการประสานทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรอันได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และทุน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

โรบิน และดีเซนโซ (Robbins and DeCenzo, 2005: 34) การจัดการ (Management) หมายถึง ขบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่างๆสำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์การ ซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ได้แก่ ขบวนการ (process) ประสิทธิภาพ (efficiency) และประสิทธิผล (effectiveness) ขบวนการ (process) ในความหมายของการจัดการนี้หมายถึงหน้าที่ต่างๆด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การโน้มนำองค์การ และการควบคุม

แนวทางการจัดการเชิงบริหาร เกิดจากความพยายามของนักคิด และนักวิชาการที่คิดค้นกำหนดหลักการบริหารให้ชัดเจน ผู้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาแนวคิดการจัดการเชิงบริหาร คือ ฟาโยล์ (Fayol, 1949 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550: 47) ได้แก่

กิจกรรมหลักในองค์กรธุรกิจ ประกอบด้วย

1. เทคนิคและการผลิต (Technical and production)
2. การพาณิชย์ (Commercial)
3. การเงิน (Financial)
4. ความมั่นคง (Security)
5. การบัญชี (Accounting)
6. การจัดการ (Management)

หน้าที่ทางการจัดการ มีดังนี้

1. การวางแผน (Planning)
2. การจัดองค์กร (Organization)
3. การบังคับบัญชา (Commanding)
4. การประสานงาน (Coordinating)
5. การควบคุม (Control)

ทฤษฎีการจัดการ(เริ่มยุคใหม่)ของดรัคเกอร์ (Drucker, 2005) เสนอเป็นหลักการว่ากระบวนการจัดการประกอบด้วย

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดหน้าที่การงานที่ต้องปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยกำหนดว่าจะดำเนินการอย่างไรและดำเนินการเมื่อไร เพื่อให้ความสำเร็จตามแผนที่วางไว้ การวางแผนต้องควบคุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการมอบหมายงานให้บุคคลในแผนกหรือฝ่ายได้ปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนที่วางไว้ เมื่อแผนกหรือฝ่ายประสบความสำเร็จก็จะทำให้องค์การประสบความสำเร็จไปด้วยดี

3. การเป็นผู้นำ (Leading) เป็นการจูงใจ การชักนำ การกระตุ้นและชี้ทิศทางให้ดำเนินไปสู้เป้าหมาย โดยการเพิ่มผลผลิตและเน้นมนุษย์สัมพันธ์ทำให้เกิดระดับผลผลิตในระยะยาวที่สูงกว่าภาวะงานเพราะคนมักไม่ค่อยชอบภาวะงาน

4. การควบคุม (Controlling) เป็นภาระหน้าที่ของผู้บริหาร ที่จะต้องรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบผลงานปัจจุบันกับเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้ และทำการตัดสินใจไปตามเกณฑ์หรือไม่

ดาร์ฟ (Dalf, 2006 อ้างใน สาคร สุขศรีวงศ์, 2550: 26-27) กล่าวถึง กิจกรรมหลักทางการจัดการแบ่งออกเป็นกระบวนการ ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม 4 ประการ คือ

1. การวางแผน (Planning) ประกอบด้วย การกำหนดขอบเขตของธุรกิจ ตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ตลอดจนกำหนดวิธีการเพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. การจัดองค์การ (Organizing) ประกอบด้วย การจัดบุคคล แบ่งแผนงาน และจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับแผนงาน เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการตามแผนให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด

การวางแผนและการจัดการองค์กรนี้จัดได้ว่าอยู่ในส่วนของการคิดซึ่งเป็นนามธรรมเพื่อให้ส่วนการคิดนี้นำไปสู่การกระทำที่สำเร็จเป็นรูปธรรมจะต้องอาศัยสมาชิกในองค์กรซึ่งหมายถึงตนเองและผู้อื่นร่วมกันทำงาน และเพื่อให้สมาชิกสามารถทำงานได้ตามความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่และบรรลุวัตถุประสงค์ จะต้องอาศัยกิจกรรมในลำดับต่อไปนี้ เรียกว่า การชี้นำ

3. การชี้นำ (Leading) ประกอบด้วยเนื้อหา 2 เรื่องสำคัญ คือ ภาวะผู้นำ (Leadership) ซึ่งเกี่ยวกับการพัฒนาตัวผู้บริหารเอง และการจูงใจ (Motivation) ซึ่งเกี่ยวกับการชักจูง หรือการกระตุ้นให้ผู้อื่นทำงานได้เต็มที่ตามความรู้ความสามารถ

4. การควบคุมองค์กร (Controlling) เป็นการควบคุมองค์กรให้การดำเนินงานต่างๆภายในองค์กร เป็นไปตามแผนงาน ความคาดหวังหรือมาตรฐานที่กำหนด

2.2 แนวคิดและทฤษฎีช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการตลาด

ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือช่องทางการตลาด (Distribution Channel or Marketing Channel) หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้าหรือบริการ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Functions) จัดเก็บและรวบรวมข้อมูลทางการตลาด (Information) ช่วยผู้ผลิตในการส่งเสริมการตลาดไปยังผู้บริโภคเป้าหมาย (Promotion) ติดต่อสื่อสารกับผู้ผลิตและผู้บริโภคเป้าหมาย (Contact) จับคู่ระหว่างสินค้าหรือบริการกับความต้องการของผู้บริโภค (Matching) เจรจาต่อรองในเรื่องราคาสินค้าและข้อเสนอต่างๆ (Negotiation) การจัดหาและใช้เงินทุน (Financing) รับภาระความเสี่ยง เช่น สินค้าเสื่อม เสียหาย หรือล้าสมัย (เชิดพงศ์ ธุระแพง,2551)

ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. ช่องทางตรง (Direct Channel) หมายถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายหรือผู้ใช้เพื่อการอุตสาหกรรมโดยตรงโดยไม่ผ่านคนกลางเลย ช่องทางนี้เรียกว่า ช่องทางศูนย์ระดับ (A Zero – level Channel) หรือเรียกว่าช่องทางการตลาดทางตรง (Direct- marketing Channel) เช่นการขายตามบ้าน การจัดปาร์ตี้ที่บ้าน การสั่งซื้อทางไปรษณีย์ การตลาดทางโทรศัพท์ การขายทางโทรทัศน์ การขายทางอินเทอร์เน็ต ร้านของผู้ผลิตเป็นต้น

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้ ทำให้ผู้ผลิตมีความใกล้ชิดกับตลาดและกิจการสามารถควบคุมการดำเนิน นโยบายการตลาดในช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นได้อย่างดี นอกจากนี้ การที่พนักงานขายของกิจการต้องรับผิดชอบในการขายผลิตภัณฑ์จึงทำให้พนักงานขายต้องให้ความสนใจและมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและลูกค้าของกิจการเป็นอย่างดีด้วย

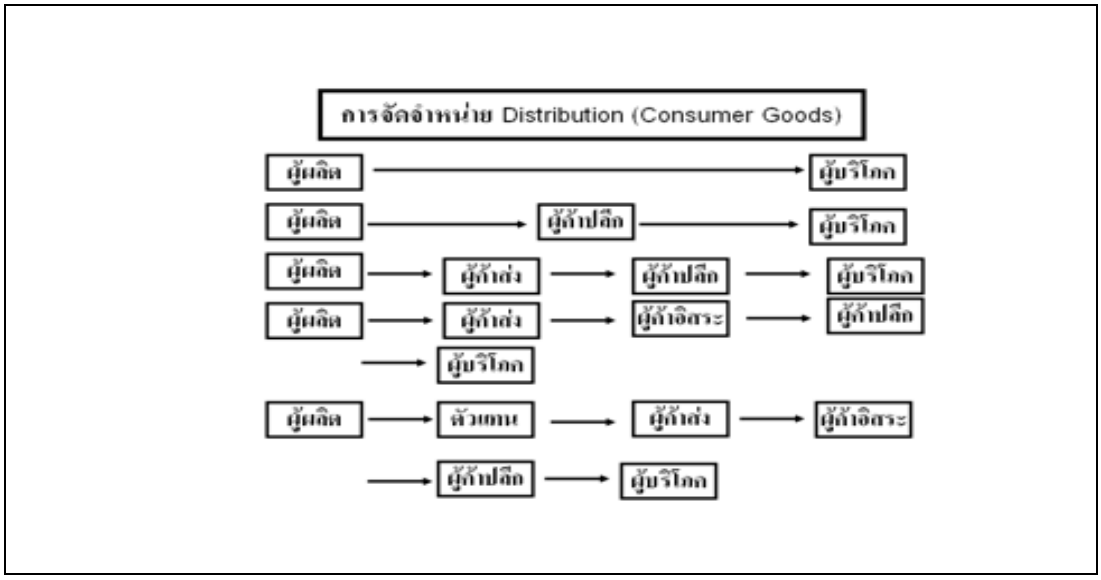
อย่างไรก็ตามการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้จะทำให้กิจการมีขอบเขตการขายแคบไม่สามารถจำหน่ายได้อย่างทั่วถึง แต่ถ้ากิจการต้องการจำหน่ายให้ทั่วถึงด้วยการเปิดสาขาหรือสำนักงานขายของผู้ผลิตก็จะใช้เงินลงทุนสูง

2. ช่องทางอ้อม (Indirect Channel) หมายถึง ช่องทางการตลาดที่ผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์โดยผ่านคนกลางที่จะเข้ามาทำหน้าที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นและเหมาะกับกิจการที่มีนโยบายการกระจายผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง ไม่ต้องการรับภาระทางการตลาด หรือกิจการมีความเห็นว่า คนกลางมีประสบการณ์ มีความชำนาญ มีการติดต่อที่ดีสามารถทำงานด้านการจัดจำหน่ายได้ดีกว่า และสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตที่จะได้รับประโยชน์จากคนกลางคือ 1) สามารถช่วยเหลือทางด้านการเงิน เนื่องจากผู้ผลิตบางรายขาดเงินที่จะดำเนินการขายทางตรง 2) สามารถ

ช่วยเหลือผู้ผลิตหลายรายในการจำหน่ายสินค้า 3) ทำให้ผู้ผลิตมีเวลาสนใจงานด้านอื่น เนื่องจากได้มอบหมายการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับคนกลางที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการตลาด และมีความใกล้ชิดกับตลาด 4)ช่วยทำให้ผู้ผลิตเกิดการประหยัดซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบผลตอบแทนที่ได้รับจากการที่ผู้ผลิตจะนำเงินเพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการกับการลงทุนในธุรกิจอื่น และ 5)ช่วยลดจำนวนการติดต่อเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผู้ผลิตติดต่อกับลูกค้าโดยตรงกับการขายผ่านคนกลาง (เสาวภา มีถาวรกุล, 2554:7-8)

ระดับช่องทางการตลาด

ช่องทางการตลาด (Channel Level) จะประกอบไปด้วยผู้ผลิตและผู้บริโภค และในบางช่องทางจะมีพ่อค้าคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งจำนวนของคนกลางที่เข้ามาเกี่ยวข้องจะบอกถึงจำนวนระดับของช่องทางหรือความยาวนั้นๆ และช่องทางการตลาดจะมีตั้งแต่ศูนย์ระดับไปถึงมากกว่าสามระดับ



ภาพที่ 2.2 ช่องทางและจำนวนระดับช่องทางตลาด ในตลาดสินค้าทั่วไป

ช่องทางศูนย์ระดับ (Zero – Level Channel) หรือที่เรียกว่า ช่องทางการตลาดทางตรง (Direct Marketing Channel) คือ การที่ผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์โดยตรงให้กับลูกค้า ซึ่งอาจจะเป็นการขายโดยตรงผ่านพนักงานขาย สื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต หรือผ่านร้านค้าของผู้ผลิตโดยตรง ซึ่งช่องทางศูนย์ระดับมีข้อดีในเรื่องของการสามารถกำหนดทิศทางของกิจกรรมการขายได้ ทำให้สามารถเน้นผลิตภัณฑ์ของตนเองได้เต็มที่ และยังสามารถให้การบริการทางเทคนิคที่ลูกค้าต้องการได้อย่างถูกต้อง

ช่องทางหนึ่งระดับ (One-Level Channel) ประกอบด้วยคนกลาง 1 รายซึ่งอาจจะเป็นพ่อค้าส่งกับพ่อค้าปลีก ตัวแทนจำหน่ายหรือนายหน้าก็ได้

ช่องทางสองระดับ (Two – Level Channel) ประกอบด้วยคนกลาง 2 ราย ซึ่งพ่ออาจจะเป็นพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก หรือตัวแทนจำหน่ายกับพ่อค้าปลีกก็ได้

ช่องทางสามระดับ (Three-Level Channel) ประกอบไปด้วยคนกลาง 3 รายที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าส่งอิสระและพ่อค้าปลีก หรือตัวแทนจำหน่าย พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีก เป็นต้น

นอกจากนี้ จำนวนคนกลางที่เข้ามาเกี่ยวข้องอาจจะมากกว่า 3 ระดับก็ได้ในบางช่องทางอาจจะพบถึง 5 หรือ 6 ระดับก็ได้ซึ่งถ้าช่องทางมากกว่า 4 ระดับขึ้นไปเราก็เรียกว่าช่องทางมากกว่า 3 ระดับ (สุวิมล แม้นจริง, 2552 : 248)

หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย

หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่ายทำหน้าที่เคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคเพื่อแก้ปัญหาด้านเวลาสถานที่ และช่องว่างระหว่างผู้เป็นเจ้าของสินค้า กับความต้องการของผู้บริโภค องค์กรที่อยู่ในช่องทางการจัดจำหน่ายทำหน้าที่ดังนี้ (1) รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าในอนาคต และองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางการตลาด (2) สร้างวิธีการสื่อสารที่จูงใจเพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค (3) การเจรจาต่อรองให้บรรลุข้อตกลงในด้านราคาและเงื่อนไขอื่นๆ เพื่อทำให้สินค้าเกิดการเปลี่ยนมือ หรือเปลี่ยนแปลงสิทธิครอบครอง (4) ส่งคำสั่งซื้อสินค้าไปยังผู้ผลิต (5) จัดหาเงินทุนเพื่อรักษาระดับสินค้าคงคลัง (6) รับภาระความเสี่ยงจากการดำเนินกิจกรรมการจัดจำหน่าย (7) จัดให้มีคลังสินค้าและการเคลื่อนย้าย (8) ชำระเงินค่าสินค้าผ่านระบบธนาคาร และสถาบันการเงิน และ (9) ดูแลการเปลี่ยนมือของสินค้าจากองค์กร หรือบุคคลไปสู่บุคคลอื่น ๆ (รัชนีกร วงศ์แสง 2553)

2.3 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย (Managing Distribution Chanel)

การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงกระบวนการที่กิจการนำสินค้าจากส่วนการผลิตไปสู่ผู้บริโภค แต่ในการบริหารการตลาดยุคปัจจุบัน มีกลยุทธ์ที่องค์การแต่ละองค์การพัฒนาและนำมาใช้เพื่อให้กิจการสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ในการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายในยุคปัจจุบันมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ (สุดาพร กุณฑลบุตร , 2557 : 211)

- กำหนดทางเลือกระบบช่องทางการจัดจำหน่าย (Identify alternative distribution systems)

- ประเมินสภาพแวดล้อมในการจัดจำหน่าย (Evaluate the distribution environment)

- พัฒนาวัตถุประสงค์ในการจำหน่าย (Development distribution objectives)

- ตัดสินใจในส่วนที่เกี่ยวกับโรงการจัดจำหน่าย (Determine the structure of the distribution system)

- เสริมสร้างความร่วมมือในช่องทางการจัดจำหน่าย (Ensure the cooperation of channel members)

- พัฒนากลยุทธ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Develop channel strategies)

- ปรับระบบช่องทางการจัดจำหน่าย (Evaluate and modify the channel system)

2.4 ฟังก์ชันการประเมินธุรกิจของ Business Model Canvas

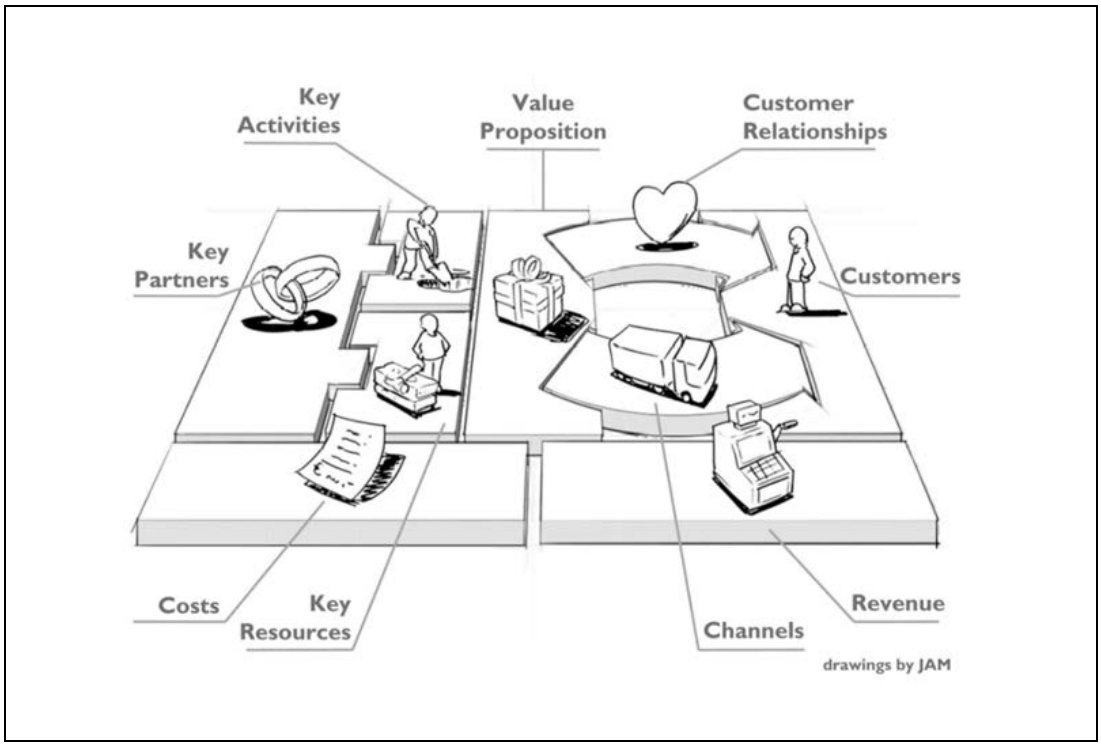
Business Model Canvas เป็นกรอบวิธีคิดที่ช่วยอธิบาย วิเคราะห์และออกแบบการทำธุรกิจในแง่ทางเศรษฐศาสตร์ ระดับพื้นฐาน โมเดลธุรกิจคือตรรกะที่ทำให้กิจการใดกิจการหนึ่งที่แข็งแรงพอที่จะตั้งอยู่ได้ แต่โมเดลธุรกิจแบบเก่า (Business Model) ที่แสดงความชัดเจนของธุรกิจเพื่อการกู้ยืมเงินเพื่อการลงทุน

แต่ในทางปฏิบัติแล้ว โมเดลธุรกิจแบบเก่า (Business Model) ยังไม่สามารถตอบโจทย์ภาพรวมของธุรกิจได้อย่างครบถ้วน Business Model Canvas จึงถูกพัฒนาขึ้นมาให้เป็นเครื่องมือสำเร็จรูป (template) โดย Alex Osterwalder เพื่อมาเติมเต็มช่องว่างของโมเดลธุรกิจ ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นภาพรวม (visualizing) ของธุรกิจได้ครบทุกมิติมากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการประเมินความเสี่ยงในการลงทุนได้ขึ้น เป็นการตอบโจทย์สำคัญของการทำธุรกิจ นั่นคือความสอดคล้องของการดำเนินธุรกิจ โดย Business Model Canvas มีองค์ประกอบ (Building Blocks) จำนวน 9 กลุ่มคือ

1. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)
2. การเสนอคุณค่า (Value Propositions)
3. ช่องทาง (Channels)
4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)
5. กระแสรายได้ (Revenue Streams)
6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources)
7. กิจกรรมหลัก (Key Activities)
8. พันธมิตรหลัก (Key partners)
9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

เพื่อตอบคำถามสำคัญทางธุรกิจ 4 ข้อ คือ ทำอะไร (What?) ทำเพื่อใคร (Who?) ทำอย่างไร (How?) และทำแล้วคุ้มค่าเพียงใด (Money)

Business Model Canvas มี 9 องค์ประกอบ มีรายละเอียดตามภาพที่ 2.2 และข้อมูลต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 Business Model Generation

ที่มา : ทิม คลาก. (2557). โมเดลธุรกิจของคุณ = Business Model You. แปลโดย พิษณุ พรหมจรรยา. กรุงเทพฯ: โพส พับลิชชิ่ง.

1. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) เราสร้างคุณค่าเพื่อใคร? ใครคือกลุ่มลูกค้า มีความหลากหลายหรือไม่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะทำให้ธุรกิจสามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการ

2. การเสนอคุณค่า (Value Propositions) สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการที่นำเสนอ มีคุณค่าเพียงพอสำหรับลูกค้าหรือไม่? คุณค่าของสินค้าและบริการดังกล่าว อาจเป็นนวัตกรรม เป็นการนำเสนอสิ่งใหม่ หรือมีการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น จนทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการของเรา แทนที่จะเลือกของคู่แข่ง

3. ช่องทาง (Channels) เราจะนำเสนอคุณค่าออกไปอย่างไร? ใช้ช่องทางอะไรบ้างในการเข้าถึงลูกค้า ควรเป็นส่วนผสมที่ลงตัวทั้งช่องทางในการจัดจำหน่าย ช่องทางการสื่อสาร และช่องทางการตลาด

4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) เราจะใช้วิธีการใดในการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ที่มาใช้บริการด้วยตนเอง ใช้บริการด้วยเครื่องอัตโนมัติ และใช้บริการทางออนไลน์ มีการสร้างชุมชน (Community) เพื่อให้เกิดการพูดคุยและรู้จักกัน หรือใช้ช่องทาง social media ในการสื่อสารข้อมูลกันแบบสองทาง

5. กระแสรายได้ (Revenue Streams) กำไรที่ได้ กระแสรายรับ เงินสดที่ได้รับหลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว ที่มาของรายได้ทั้งหมด เช่นรายได้จากการขาย ค่าบริการ ค่าสมาชิก ค่าเช่า ค่าธรรมเนียม ฯลฯ

6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources) ทรัพยากรหลักขององค์กรที่ต้องลงทุน สินทรัพย์ทุกประเภท ทั้งอสังหาริมทรัพย์ เครื่องจักร อุปกรณ์ ทรัพยากรการเงิน ทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งทรัพยากรมนุษย์

7. กิจกรรมหลัก (Key Activities) กิจกรรมหลักขององค์กร ทั้งการผลิต การบริการ เทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงาน การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การสร้างเครือข่าย การตลาด และการประชาสัมพันธ์

8. พันธมิตรหลัก (Key partners) พันธมิตรหลัก ได้แก่ ผู้ส่งมอบ (Suppliers) คู่ความร่วมมือที่เป็นทางการ (Partners) คู่ความร่วมมือที่ไม่เป็นทางการ (Collaborators) หุ้นส่วนทางธุรกิจทั้งที่เป็นคู่แข่ง และไม่ใช่คู่แข่ง

9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) โครงสร้างต้นทุน เป็นต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ทั้งต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost)

2.5 แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน (อานันท์ ตะนัยศรี, 2555) หากพิจารณาคุณลักษณะในเบื้องต้น พบว่าการรวมกลุ่มของชาวบ้าน อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการรวมตัวตามลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนมีที่มีและความหมาย ดังนี้

วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro community Enterprise-SMCE) หมายถึง “การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ทุน ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากรผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้

อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่น้องไว้ใจกัน) ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน ยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก”

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมิได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย

วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ ด้านสังคม คือ การยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ แบ่งทุกข์แบ่งสุขซึ่งกันและกัน โดยผ่านการประกอบกระบวนการของชุมชน

สำหรับความหมายของวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 นั้น วิสาหกิจชุมชน หมายความว่า “กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด”

การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน (ปิยะดา พิศาลบุต, 2557)

1) มีการจัดทำแผนธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เพื่อใช้กำหนดการปฏิบัติงาน การระดมทุนจากสมาชิกและขอรับการสนับสนุนเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่างๆ

2) มีการบริหารจัดการภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ เป็นรูปธรรมและคุ้มค่าโดยเฉพาะด้านการตลาด

3) มีการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ทรัพยากรและวัตถุดิบในพื้นที่ การจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสารกระบวนการจัดการสินค้าและบริการ

4) การได้รับประโยชน์ของชุมชนที่วิสาหกิจชุมชนตั้งอยู่ ประโยชน์ที่คนในชุมชนได้รับจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การผลิตและการบริการที่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้แรงงานและวัตถุดิบในชุมชน

5) ความสามารถในการเข้าหาแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจชุมชน ที่มาของแหล่งเงินทุน วงเงินที่ได้รับการสนับสนุน จำนวนโครงการที่ได้รับการสนับสนุน

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะใช้หลักการคิดเอง ตัดสินใจเอง ลงมือทำเอง บริหารจัดการด้วยตนเอง ฝ่ายราชการเป็นเพียงผู้ประสาน และให้การสนับสนุน ส่งเสริมแนะนำตลอดจนให้การศึกษาอบรมให้ความรู้แก่ชุมชน การดำเนินงานในเบื้องต้นนั้นชุมชนจะต้องกำหนดทิศทางของชุมชน กำหนดแผนงาน โครงการหรือธุรกิจอุตสาหกรรมที่จะดำเนินการ ตลอดจนรูปแบบและวิธีการดำเนินการ นั่นคือการจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน

ในการจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชนนั้นจะเริ่มต้นจากการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนรู้ของชุมชนให้ชุมชนรู้จักตนเอง รู้จักโลกภายนอก ชุมชนจะเรียนรู้จากข้อมูลเหล่านี้ว่า ทิศทางของชุมชนจะเป็นอย่างไร ควรจะมีธุรกิจหรืออุตสาหกรรมใดบ้าง โดยมีแผนงาน โครงการ เพื่อเป็นแนวทางที่จะเดินไปสู่ทิศทางของชุมชน

การรู้จักตนเอง เป็นการเรียนรู้ของชุมชนเกี่ยวกับศักยภาพและข้อจำกัดของชุมชนรู้ปัญหาและสาเหตุของปัญหา ชุมชนจะต้องช่วยกันสำรวจเก็บข้อมูลต่าง ๆ ในชุมชน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ผลผลิต ผู้รู้ ความรู้ องค์กรต่าง ๆ ในชุมชน ตลอดจนหนี้สิน รายได้ รายจ่ายของแต่ละครัวเรือนแล้วนำมาสรุปและวิเคราะห์ร่วมกันในเวทีเรียนรู้ การรู้จักตนเอของชุมชนช่วยให้ชุมชนรู้ว่าตนมีหนี้สิน ทรัพย์สิน รายได้เท่าไร ใช้จ่ายเพื่อการใดบ้าง เช่น ต้องจ่ายเงินซื้อข่าวสารปีละกี่ล้าน หากชุมชนจะพึ่งตนเองจะต้องมีแผนงานโครงการใดบ้าง อาจมีโรงสีข้าวชุมชน เป็นต้น รายจ่ายอื่น ๆ ก็พิจารณาในลักษณะเดียวกัน เช่น การทำสบู่ แชมพู การแปรรูปจากพืช สมุนไพร ผัก ผลไม้ โรงงาน น้ำปลา ฯลฯ นอกจากนี้ การสำรวจรายจ่ายจะทำให้ชุมชนมองเห็นตลาดหรือแหล่งขายสินค้าที่จะผลิตขึ้น รวมทั้งปริมาณหรือมูลค่าที่จะผลิต (ขนาดของตลาด)

การรู้จักโลกเพื่อให้ชุมชนได้รู้เห็นสิ่งที่เกิดขึ้นนอกชุมชน ทั้งชุมชนใกล้ไกล ทั้งในหรือต่างประเทศ เป็นการหาความรู้ ความคิดใหม่ เรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น การเรียนรู้ดังกล่าวอาจจะเป็นการไปดูงาน การประชุมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

การกำหนดทิศทางของชุมชน เป็นการนำความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ข้างต้นมากำหนดทิศทางของชุมชน ทิศทางที่กำหนดก็คือ แผนแม่บทชุมชน หรือแผนวิสาหกิจชุมชน โดยมีแผนงานโครงการต่างๆ เป็นแนวทางหรือมาตรการที่จะดำเนินการ

ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าปัจจัยหรือศักยภาพในการบริหารจัดการที่ทำให้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จมีหลายประการ (ใจมานัส พลอยดี, 2540; จิราวัฒน์ ชมระกาและคณะ, 2554; ภัทริยา สังข์น้อย, 2554: ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ อุทิศ สังขรัตน์, 2556: ไพศาล มุ่งสมัคร, 2556) ดังนี้

1) ด้านผู้นำและการบริหารบุคคล

2) ด้านการวางแผนดำเนินงาน

3) ด้านการบริหารการตลาด

4) ด้านการจัดการความรู้ ข้อมูลและการสร้างเครือข่าย

5) ด้านการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและลูกค้า

6) ด้านการจัดการสินค้าหรือบริการ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นงลักษณ์ ตั้งใจ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ช่องทางการจัดจำหน่ายส้มสายน้ำผึ้งของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไป เกษตรกรส่วนใหญ่นั่นเป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาอยู่ระดับประถมศึกษา และมีประสบการณ์ทำสวนส้มสายน้ำผึ้งอยู่ระหว่าง 6-10 ปี มีพื้นที่เพาะปลูกอยู่ระหว่าง 1-10 ไร่ มีรายได้ต่อปีอยู่ระหว่าง 100,000-500,000 บาท ระดับช่องทางการจัดจำหน่ายส้มสายน้ำผึ้ง ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีวิธีการจำหน่าย 2 ระดับคือ การจำหน่ายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 73.80 รองลงมาคือการจำหน่ายเองโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 16.60 และการจำหน่ายผลผลิตเองโดยตรงและโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.70 ด้านปัจจัยในการเลือกวิธีการจำหน่ายทางการจำหน่ายผลผลิตส้มสายน้ำผึ้งของเกษตรกร ผลการศึกษาพบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกช่องทางการจำหน่ายผลผลิตโดยตรง โดยเฉลี่ยเกษตรกรให้ความสำคัญในระดับมากเช่น การที่เกษตรกรมีแหล่งเงินทุน คุณภาพของผลผลิตส้มสายน้ำผึ้ง การเกษตรกรมีความชำนาญในการหาตลาดฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตทางเกษตร การมีภาพพจน์ที่ดีและเป็นที่ยอมรับ ปริมาณผลผลิตของเกษตรกร ทำเลที่ตั้งใช้ในการจัดจำหน่ายผลผลิต ปริมาณความต้องการของตลาดและการมีเครือข่ายทางการค้าเป็นสำคัญ ในส่วนของเกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยเฉลี่ยเกษตรกรให้ความสำคัญในระดับมาก เช่น ความคุ้นเคยที่มีกับพ่อค้าคนกลาง ความน่าเชื่อถือของพ่อค้าคนกลางที่เข้ามาเสนอซื้อ การเอาใจใส่และติดต่อกับเกษตรกรเป็นประจำ ความสะดวกที่ได้รับจากพ่อค้าคนกลางที่เข้ามาเสนอซื้อ การเอาใจใจใส่และติดต่อกับเกษตรกรเป็นประจำ ความสะดวกที่ได้รับจากพ่อค้าคนกลาง ความตรงต่อเวลาของพ่อค้าคนกลาง ข้อเสนอทางการค้าที่ดีมีความเป็นธรรมกับเกษตรกร ความรวดเร็วในการประสานงานของพ่อค้าคนกลาง ปริมาณการรับซองพ่อค้าคนกลาง และการักษาผลประโยชน์ให้เกษตรกร ด้านปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการจำหน่ายผลผลิตของเกษตรกร ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรที่จำหน่ายผลผลิตเองโดยตรงประสบปัญหาในระดับกลาง เช่น ตลาดและสถานที่ในการจำหน่ายผลผลิตมีการจำกัดปัญหาด้านการขนส่ง ซึ่งอยู่ห่างไกล ราคาของผลผลิตไม่คุ้มกับค่าขนส่ง การให้บริการล่าช้ากว่าที่กำหนด ราคาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ความเสียหายของผลผลิตที่เกิดขึ้นไม่สามารถเปลี่ยนได้

คุณภาพของผลผลิตไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ขาดข่าวสารการตลาดและราคา ในส่วนของเกษตรกรที่จำหน่ายผลผลิตผ่านพ่อค้าคนกลางประสบปัญหาในระดับปานกลาง เช่น การถูกพ่อค้าคนกลางเอาเปรียบ เกษตรกรขาดข้อมูลข่าวสารทางการตลาดและราคา ด้านการให้บริการล่าช้ากว่าที่กำหนด ราคาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ราคาที่ขายไม่ตรงกับราคาในท้องตลาด ปัญหาเกษตรกรขาดการรวมตัวที่เข้มแข็ง พ่อค้าบางรายจำกัดปริมาณการรับซื้อ พ่อคนกลางที่มารับซื้อถึงสวนน้อยเกินไปทำให้เกษตรกรมีทางเลือกน้อย การเสียเปรียบของผลผลิตที่เกิดขึ้นระหว่างการเก็บเกี่ยว

นางสาววิภาดา มุกดา (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมของการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ลำดับที่ 1 การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ(Material) ลำดับที่ 2 การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine) ลำดับที่ 3 การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money) ลำดับที่ 4 การบริหารจัดการด้านการตลาด (Market) ลำดับที่ 5 การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method) และลำดับที่ 6 การบริหารจัดการคน (Man) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการให้กับผู้ผลิตสินค้า ได้แก่ 1.การบริหารจัดการด้านคน หน่วยงานควรเข้ามาให้ความรู้และฝึกทักษะให้กับสมาชิก 2.การบริหารจัดการด้านการเงิน ควรมีแหล่งเงินทุนในการกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่ม และจัดอบรมด้านการทำบัญชีให้ถูกต้อง 3. การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ หน่วยงานควรให้ความรู้ คำแนะนำ ฝึกอบรมพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตต่างๆ ตลอดจนช่วยเหลือด้านการหาวัตถุดิบอื่นในท้องถิ่นเข้ามาทดแทนและสามารถแปรรูปวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิตให้เกิดมูลค่าเพิ่มและคุ้มค่ามากที่สุด 4. การบริหารจัดการด้านวิธีการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดโครงสร้าง การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับการปฏิบัติงานภายในกลุ่ม และผู้ผลิตควรมีการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ แล้วใฝ่หาโอกาสในการสร้างเครือข่าย เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีทิศทางในการผลิตที่ถูกต้อง 5. การบริหารจัดการด้านตลาดควรให้หน่วยงานจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้า OTOP ให้มากขึ้น 6. การบริหารจัดการด้านเครื่องจักรหน่วยงานควรเข้ามาให้คำแนะนำในการวางแผนการผลิตทุกขั้นตอน ฝึกสมาชิกให้เรียนรู้ คัดเลือกเครื่องมือ เครื่องจักรอุปกรณ์ที่เหมาะสมกับการทำงาน ตรวจสอบก่อนใช้ และบำรุงรักษาเครื่องจักรให้อายุการใช้งานยาวนานขึ้น

นีระนุช โชติพันธ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายไวน์ ผลการศึกษาพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในระดับมากทุกด้าน โดยด้านการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความสำคัญมากเป็น

อันดับที่หนึ่ง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายไวน์โดยรวม ส่วนสถานที่จัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการให้บริการผ่านร้าน ส่วนผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการให้บริการถึงบ้าน ส่วนพนักงานและการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการให้บริการผ่านตัวแทน ส่วนกระบวนการในการบริการ พนักงาน สถานที่การจัดจำหน่าย ราคา และผลิตภัณฑ์มีอิทธิผลต่อช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

Miller N. J. and Besser T. L. (2000) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสำคัญของชุมชนในการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจขนาดเล็ก กรณีศึกษาชุมชนชนบทรัฐไอโอวา มีวัตถุประสงค์เพื่อวัด และจำแนกประเภทของผู้ประกอบการ และผู้จัดการธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนชนบทรัฐไอโอวาเกี่ยวกับ ระดับมูลค่าของชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) มูลค่าชุมชนระดับสูง คือมีระดับความ ร่วมมือภายในชุมชนสูง และมีความตั้งใจในการสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน 2) มูลค่าชุมชน ระดับกลาง คือมีส่วนร่วมชุมชน แต่มีความตั้งใจในการสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนรวมทั้งมีภาวะผู้นำในระดับน้อยกว่ากลุ่มที่ 1 และ 3) มูลค่าชุมชนระดับต่ำ ไม่มีทัศนคติและการกระทำที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน และแสดงถึงความต้องการมีส่วนร่วมในชุมชนระดับต่ำ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างของกลุ่ม แรกมีระดับค่าเฉลี่ยด้านอายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และมีความเข้าใจในความสำเร็จของธุรกิจ มากกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มแรก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส และเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจด้วย ตนเองและส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการ หรือธุรกิจค้าปลีก/ส่ง ในด้านการศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจประกอบด้วยกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง 6 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์การพัฒนา ภาพลักษณ์ของธุรกิจในชุมชน กลยุทธ์การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ กลยุทธ์การรับฟัง คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และกลยุทธ์นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัย ซึ่งดำเนินการภายใต้ ขอบเขตกลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ การสร้างความร่วมมือในการดำเนินงานภายในชุมชน การพัฒนาทางเลือกให้หลากหลาย การร่วมมือกับธุรกิจชุมชนกลุ่มอื่น การพัฒนาความเชี่ยวชาญให้แก่ ผู้ประกอบการและผู้จัดการ และการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจนอกชุมชน เมื่อทดสอบความแตกต่าง พบว่ากลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 มีการดำเนินการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง 6 ด้าน ภายใต้การดำเนินงานขอบเขตกลยุทธ์ 5 ด้าน มากกว่ากลุ่มที่ 3 ดังนั้นธุรกิจชุมชนในกลุ่มที่ 1 ที่มีความร่วมมือใน ชุมชนระดับสูงเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะมี ส่วนสนับสนุนต่อชุมชนนั้นๆ ด้วย

Jackson E. T. (2004) ได้ทำการศึกษานวัตกรรมชุมชนผ่านความเป็น ผู้ประกอบการ กรณีศึกษาการทำข้อตกลงในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของชาวแคนาดา ผลการศึกษาพบว่า ในการ

พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของชาวแคนนาดา มีหลายบทบาทที่แสดงโดย ผู้ประกอบการ ในด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ พลังความร่วมมือของสังคมผู้ประกอบการ และการ ทำงานร่วมกันเพื่อสร้างนวัตกรรม ซึ่งนวัตกรรมชุมชนมุ่งให้ความสำคัญกับการได้มาซึ่งความสำเร็จ ของผลการปฏิบัติงานขององค์กรในชุมชน นำมาซึ่งความสำเร็จในการปฏิบัติภารกิจของคนในชุมชนที่ ดีขึ้น และส่งผลกระทบที่กว้างและลึกขึ้นต่อสังคมและเศรษฐกิจในชุมชน การท าข้อตกลงเพื่อ สนับสนุนนวัตกรรมชุมชนสามารถบรรลุได้โดยการใช้กลยุทธ์การจัดการความรู้ โดยที่องค์กรในชุมชน ต้องมีความสนใจในด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิตด้วยตนเอง ประสบการณ์จากการใช้ โปรแกรมความช่วยเหลือ ซึ่งเทคนิคในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้เสนอแนะผู้ประกอบวิชาชีพและผู้ ที่ได้รับทุนไม่เพียงแต่มุ่งสนใจเฉพาะในด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาชุมชนเพียงอย่างเดียว แต่ยัง รวมถึงส่วนที่ไม่แสวงหาผลกำไรส่วนอื่นอีกด้วย ควรมีการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันและกันระหว่างชุมชน การเป็น ผู้ประกอบการ การเผยแพร่ความรู้ และการท าข้อตกลงร่วมกัน

Markusen A. (2004) เน้นศึกษาเป้าหมายด้านอาชีพในการพัฒนาภูมิภาคและเศรษฐกิจชุมชน ผลการศึกษา พบว่า บุคคลซึ่งเป็นพนักงานหรือผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น บุคคลสามารถ เรียนรู้ที่จะเป็นสมาชิกในกลุ่มอาชีพ ซึ่งเป็นการส่งเสริมความสำเร็จของพวกเขาโดยการวางแผนและมี นโยบายอย่างสมเหตุสมผล ในการระบุและการกำหนดเป้าหมายของอาชีพประกอบด้วย การมีทักษะ สูง การแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเติบโต การรวมกลุ่ม การร่วมมือกับส่วนอื่น การสนับสนุน การประกอบการ และการพิจารณาศักยภาพของพื้นที่ สิ่งที่ช่วยผลักดันในการพัฒนามีสามประการ ได้แก่ ต้องมีการวางแผน เนื่องจากผู้ประกอบวิชาชีพยังมีความสับสนเกี่ยวกับตัวผู้จัดหาที่มีมาตรฐาน และไม่มีมาตรฐาน และต้องมีการตัดสินใจใหญ่ที่มีผลกระทบต่อท้องถิ่น ประการที่สองคือ ลักษณะ ของศักยภาพความอุดมสมบูรณ์ของท้องถิ่นและภูมิภาคที่ยังไม่เป็นที่เข้าใจดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความ ไม่เข้าใจในห่วงโซ่สินค้า ประการสุดท้ายคือ การระบุความสำคัญของอาชีพ ซึ่งความรู้เป็นสิ่งจำเป็น สำหรับการเลือกอาชีพให้เหมาะสม

Crowe J. A. (2006) ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในวอชิงตันโดยการศึกษาธรรมชาติและทุนทางสังคม ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาทุนทางสังคมจะทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้ดีกว่าการพยายามเสริมสร้างความแข็งแกร่งในทางอุตสาหกรรม โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อชุมชนที่สามารถช่วยให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้ ชุมชนที่มีที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และมีพื้นที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการเสริมความแข็งแกร่งในชุมชนนั้นๆ การศึกษาในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตลาด และการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบและผู้จัดหา (Suppliers) นั้น เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่ตั้งของธุรกิจ อย่างไรก็ตามสภาพแวดล้อม

ของชุมชนมีความสำคัญต่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรม แต่ก็ยังไม่สามารถพยากรณ์อนาคตได้ ในการศึกษาได้แสดงให้เห็นถึงการมีเครือข่ายที่หลากหลาย และการระดมความคิดเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรม โดยการใช้กลยุทธ์การร่วมมือกันระหว่าง 2 ชุมชนเพื่อมุ่งสู่การประสบความสำเร็จ และการพัฒนาคุณภาพของการบริการสาธารณะ ได้แก่ การศึกษา การบริการด้านสุขภาพ และการพัฒนาเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการพัฒนาการบริการทางสังคม

Donkwa, K. (2012) ได้ ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผลกระทบของกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน 4 ด้าน คือ การผลิต การบริโภค การแปรรูป และการขาย ที่มีต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินให้กับชุมชน ในด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ การให้การศึกษา การให้ความอนุเคราะห์ชุมชน การสร้างสาธารณูปโภค และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติผลการศึกษา พบว่าขนาดของผลกระทบของกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน ที่มีต่อการจัดสรรกำไรเข้าสู่ชุมชนนั้น สามารถสรุปได้ว่า กิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินคืนสู่ชุมชน โดยปัจจัยด้านการขายมีผลกระทบมากที่สุดต่อปัจจัยของการจัดสรรกำไรส่วนเกินคืนสู่ชุมชนในการให้ความอนุเคราะห์ชุมชน การให้การศึกษา และการสร้างสาธารณูปโภค 0.417 0.396 และ 0.334 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการผลิตมีผลกระทบมากที่สุดต่อการจัดสรรกำไรคืนสู่ชุมชนในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 0.381 สำหรับกิจกรรมการบริโภคของคนในชุมชนไม่มีผลต่อการจัดสรรกำไรคืนสู่ชุมชนในทุกด้าน เนื่องจากผลที่เกิดขึ้นจากการบริโภค อาจอยู่ในรูปของการนำไปทำนุบำรุงทางด้านศาสนา และศิลปวัฒนธรรม

จากการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสรุปการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อนำไปใช้ในการศึกษา ตามหลักการบริหารจัดการ**8 M's** ได้แก่ คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ/ จัดการ (Method/ Management), เครื่องจักรกล (Machine),การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), ข้อมูลข่าวสาร (Message).และช่องทางการจัดจำหน่าย ตามหลักการ1.ช่องทางตรง (Direct Channel)และ 2.ช่องทางอ้อม (Indirect Channel)

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง ” มีวิธีดำเนินการวิจัย โดยกำหนดรายละเอียดดังนี้คือ แบบของการวิจัย ขั้นตอนในการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย รวมทั้งสิ้น 2 กลุ่ม โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย 2 กลุ่ม รวมทั้งประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 2 กลุ่ม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนผู้ผลิต ผู้นำชุมชน หน่วยงานของรัฐ ผู้บริโภค เพื่อทำการสัมภาษณ์บุคคล (In-depth Interview) จำนวน 25 ราย ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศBest Practice) ได้ศึกษาการบริหารจัดการสวนจาก จากคุณโกวิทย์ จันทรังษี เจ้าของไร่จากจันทรังษีที่ทำอาชีพสวนจากและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ในตำบลขนาบนาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นแหล่งเรียนรู้การทำจากและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับการยอมรับ

3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญตัวแทนผู้ผลิต ผู้นำชุมชน หน่วยงานของรัฐ ผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 10 ราย

4. กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากจำนวน 400 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง จากผู้ที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำอาชีพจากที่ไร่จันทรังษี

3.2 ขั้นตอนในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research & Development: R&D) ซึ่งผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

(Documentary Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) การประชุมอภิปรายกลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและพัฒนาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ

1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

2) เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

3) เพื่อประเมินประสิทธิผลรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเน้นการวิจัยเพื่อพัฒนา (R&D) ขั้นตอนดังนี้

ระยะที่ 1 ขั้นสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พื้นที่ทำวิจัยการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเขตพื้นที่ของชุมชนป่าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1) ประชุมเตรียมทีมวิจัยและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการวิจัยบริบทพื้นฐานของป่าจากอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

2) ศึกษาจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในลักษณะของข้อมูลมือสองหรือทุติยภูมิ (Secondary data)

3) ศึกษาบริบทและศักยภาพการบริหารจัดการของป่าจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง โดยการสังเคราะห์ข้อมูลจากการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus group) การสำรวจพื้นที่ (Field survey) การสัมภาษณ์เชิงลึก แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practices) ในประเด็นต่อการบริหารจัดการ **8 M's** ได้แก่ คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ/จัดการ (Method/Management), เครื่องจักรกล (Machine),การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), และข้อมูลข่าวสาร (Message) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

ระยะที่ 2 ขั้นการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ศึกษาได้สร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสังเคราะห์จากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการสังเคราะห์ข้อมูลระยะที่ 1 นำมาวิเคราะห์ต้นทุนและเขียนแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากได้แก่ น้ำตาลจาก(น้ำตาลปี๊บ) น้ำส้มจาก เหล้าจาก น้ำตาลจาก ลูกจาก และการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางการตลาดทางตรง (Direct-

marketing Channel) เช่น จำหน่ายที่แหล่งผลิต จำหน่ายผ่านอินเตอร์เน็ต เป็นต้น ช่องทางการตลาดทางอ้อม (Indirect- marketing Channel) เช่น ร้านค้าของที่ระลึก ร้านค้าภายในสนามบิน ร้านค้าสินค้าOTOP ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เป็นต้น

ระยะที่ 3 ทดลองใช้และอบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้ศึกษาทดลองใช้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากป่าจากและอบรมเชิงปฏิบัติ จัดเวทีคืนองค์ความรู้สู่ชุมชน ระหว่างการจัดอบรมฯ คณะผู้วิจัยใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory Observation) และภายหลังการอบรมฯ คณะผู้วิจัยจัดการสนทนากลุ่ม และการใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามความรู้สึกจากการเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ

ระยะที่ 4 ประเมินผลและการเผยแพร่ผลการวิจัย คณะผู้วิจัยมีการประเมินผล โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด สอบถามกลุ่มตัวอย่าง ระหว่างการจัดอบรมฯและการจัดเวที ใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory Observation) และภายหลังการอบรมฯ คณะผู้วิจัยจัดการสนทนากลุ่ม และการใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามการเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการและประเมินภาพรวม ส่วนการเผยแพร่ผลการวิจัยจะดำเนินการโดยการจัดสัมมนาร่วมกับชุมชน นักวิจัย นักวิชาการ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง

- วิเคราะห์และสรุปผล
- การจัดเวทีประชาคมเพื่อคืนข้อมูลสู่ชุมชนรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมในเวที

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รายละเอียดต่อไปนี้

1. เครื่องมือเชิงคุณภาพ ได้แก่ แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก แนวคำถาม เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended) สร้างขึ้นจากวัตถุประสงค์และแนวคิดที่การวิจัยต้องการศึกษา โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์เพื่อสร้างสัมพันธภาพ อันจะช่วยให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่น และที่สำคัญคือจะทำให้ผู้ให้ข้อมูล ถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเป็นจริงมากที่สุด โดยย้ำถึงความจำเป็นและความสำคัญของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงกำหนดนัดสัมภาษณ์ พร้อมส่งประเด็นสำคัญและแนวคำถามที่ผู้วิจัยได้ทำกรอบการสัมภาษณ์ด้วยคำถามแบบกึ่งโครงสร้างไว้จากกรอบเบื้องต้นตามทฤษฎีให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบล่วงหน้า

2. เครื่องอัดเสียง เป็นเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ที่ช่วยบันทึกข้อมูลที่ผู้วิจัยจดบันทึกไม่ทัน เพื่อความละเอียดมากขึ้น ก่อนทำการบันทึกเสียงทุกครั้ง ผู้วิจัยได้ขออนุญาต ผู้ถูกสัมภาษณ์

ก่อน จากนั้นจึงถอดเทปสนทนาระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

3. กล้องถ่ายภาพ เป็นเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ที่ช่วยบันทึกภาพการสนทนาและภาพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้วิจัยนำมาใช้ในการอธิบายผลการศึกษา

4. ปากกาและสมุดจดบันทึก เป็นเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ที่ช่วยบันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก

5. เครื่องมือเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งเป็นการ รวบรวมข้อมูลจากพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก สร้างขึ้นจากกรอบแนวความคิดและทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องจากหนังสือต่างๆ แบบสอบถามเป็นสเกลการจัดประเภท (Category Scale Questions) แบบประเภทความพึงพอใจ 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ 5 หมายความว่า พึงพอใจอย่างมาก 4 หมายความว่า พึงพอใจมาก 3 หมายความว่า เฉยๆ 2 หมายความว่า ไม่ค่อยพึงพอใจ 1 หมายความว่า ไม่พึงพอใจอย่างมาก นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่างเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบัค (Cronbach’s Alpha Coefficient) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538) จะได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า เท่ากับ 0.97

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบข้อมูล

หลังจากสร้างแนวคำถามเสร็จสิ้นตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการนัดหมายผู้เชี่ยวชาญเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์ โดยใช้ประเด็นคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างเปิดกว้าง ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเต็มที่ ครบถ้วน และเป็นจริงมากที่สุด ทั้งนี้ การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนนั้นอาจมีการนัดสัมภาษณ์มากกว่า 1 ครั้ง เนื่องจากครั้งแรกอาจยังไม่ได้ข้อมูลมากนักและเป็นการสร้างความคุ้นเคยมากกว่า เมื่อเกิดความไว้ใจแล้วจึงมีการนัดสัมภาษณ์ครั้งถัด ๆ ไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบสมบูรณ์ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด การตรวจสอบข้อมูลโดยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล สาหรับการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) ตามวิธีการของเดนซิน (Denzin. 1998 : 512 . อ้างถึงใน สุพจน์ แสงเงิน. 2548 : 57) ดังนี้

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยการตรวจ สอบแหล่งข้อมูลที่ได้มา ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล ด้วยการพิจารณาความแตกต่างด้านเวลา สถานที่และบุคคล

ว่าได้ข้อมูลที่เหมือนกันหรือไม่ และข้อมูลเหมือนกันหรือสู้กันในเรื่องใดบ้าง ซึ่งข้อมูลใดที่ซ้ำๆ กันนั้น จะถือว่าเป็นข้อมูลจริงที่เชื่อถือได้ แล้วผู้วิจัยจะจดบันทึกข้อมูลเหล่านั้นไว้

2) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการจำแนกข้อมูล (Methodological Triangu- lation) โดยผู้วิจัยใช้การสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม ควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์เชิงลึก และการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องประกอบกัน

3) การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigation Triangulation) โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนามร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัย และการขอคำปรึกษาจากที่ปรึกษาโครงการวิจัยในทุกๆ ระยะของการศึกษาวิจัยสาหรับการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำกระบวนการ วิธีวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มต้นตั้งแต่เริ่มการวิจัยและดำเนินไปเรื่อย ๆ จนสิ้นสุดการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการต่อเนื่องและลับประเด็นการวิจัยให้แหลมคม ซึ่งก็คือการถกกันของสามมุมใน “วงล้อแห่งความรู้” คือ ประเด็นหรือคำถามการวิจัย (Research Question) แนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ เป็นการหมุนเกลียวการวิเคราะห์ให้เกิดความเข้าใจแตกฉาน คมชัด เชื่อมโยงกันมากขึ้น (โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์, 2553: 103–113) นอกจากนี้ การสร้างข้อสรุปอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการสร้างข้อสรุปทั่วไปที่แสดงความเชื่อมโยงระหว่างปรากฏการณ์ต่าง ๆ โดยใช้การตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ความจริง เมื่อเห็นเหตุการณ์หลาย ๆ เหตุการณ์แล้วจึงสร้างข้อสรุปการนำเสนอผลการวิจัยอยู่ในลักษณะของการบรรยายเพื่อเสนอข้อค้นพบทั่วไปและอ้างอิงด้วยคำพูดของผู้ให้ข้อมูลหลัก จากนั้น ผู้วิจัยจึงทำตารางสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของการกระจายค่ามิติสัมพันธ์แบบฉันทามติของความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก

บทที่ 4
ผลการศึกษาและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง 2.เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง 3. เพื่อประเมินประสิทธิผลรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลทีเกี่ยวข้อง ซึงได้ค้นคว้าจากเอกสารต่างๆ การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ จึงขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ทำการศึกษา ซึ่งจะแบ่งผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาบริบท สถานการณ์การป่าจาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาข้อมูลบริบทชุมชน

จากการศึกษาข้อมูลบริบทชุมชน ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสถานการณ์ป่าจาก ทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์วิชาการ เอกสารของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ รวมทั้งได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และการสอบถามข้อมูลด้านป่าจาก ตำบลขนาบนาก ซึ่งสามารถเสนอผลการศึกษาข้อมูลสถานการณ์ป่าจากได้ดังนี้

ความเป็นมาและลักษณะที่ตั้ง-อาณาเขตของตำบลขนาบนาก

ชุมชนขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ติดทะเลอ่าวไทย อยู่ทางทิศใต้ของอำเภอปากพนัง มีตำนานเล่าขานที่มาของชื่อ “ขนาบนาก” ที่หลากหลายตามฐานความคิดและการรับข้อความและการตีความผ่านมายังรุ่นต่อรุ่น อย่างไรก็ตามตำนานที่ชุมชนเล่าสืบต่อๆกันมากที่สุดมีด้วยกัน 3 ตำนาน

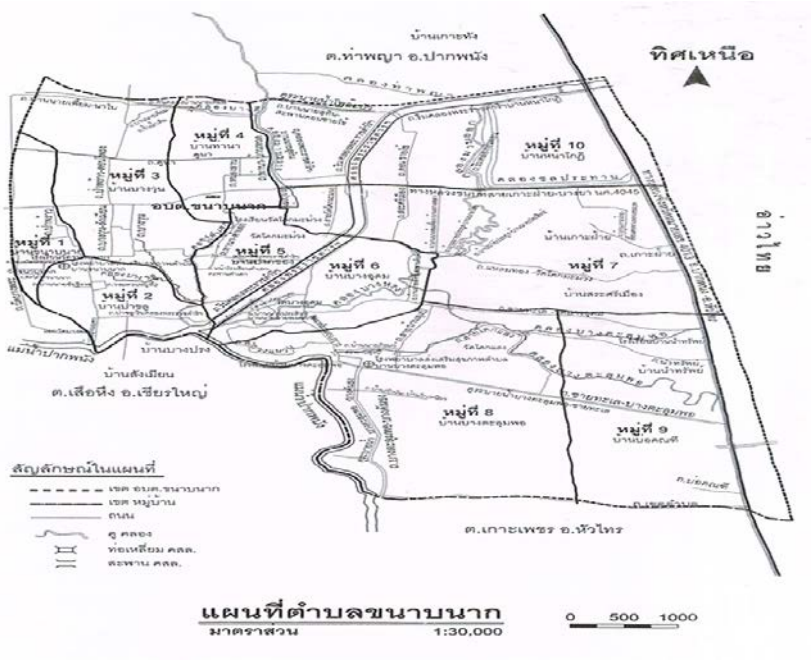
ตำนานที่หนึ่ง เล่ากันมาว่าเดิมพื้นที่ชุมชนเป็นป่ารกก้างว่างเปล่า และมีครอบครัวหนึ่ง หัวหน้าครอบครัวชื่อ"นาก"เข้าไปสร้าง "ขนำ" อยู่เพื่อทำน้ำตาลจาก มีคนเดินผ่านไปผ่านมา จึงได้ชื่อว่า"ขนำนาก" และเรียกเพี้ยนมาเป็น"ขนาบนาก" มาจนถึงปัจจุบัน

ตำนานที่สอง เล่ากันมาว่าบริเวณที่ตั้งของวัดขนาบนากในปัจจุบัน ในอดีตลักษณะเป็นเกาะป่าไม่มีบ้านคน เป็นป่าซึ่งมีร่มเงาใช้สำหรับเป็นที่พัก เดินทาง ทำให้พื้นที่ดังกล่าวกลายเป็นจุดหยุดพักสำคัญ ใช้เป็นจุกหยุดพักของ"นาค" ที่ต้องเดินทางไกลลัดทุ่งนาจากชุมชนต่างๆเพื่อไปบวชตามคตินิยมยังวัดบางพระซึ่งเป็นวัดสำคัญในชุมชนสมัยนั้นทำให้มีการสร้าง "ขนำ" เพื่อเป็นที่พักชั่วคราวการมาพักของ"นาค" เกิดขึ้นเป็นประจำดังนั้นจึงมีคนเรียกขานพื้นที่บริเวณนั้นต่อกันมาว่า "หนำนาค" และเรียกเพี้ยนมาเป็น"ขนาบนาก" มาจนถึงปัจจุบัน

ตำนานที่สาม เป็นตำนานที่มีความสำพันธ์กับ"พระนางเลือดขาว" หรือแม่เจ้าอยู่หัว ซึ่งกล่าวถึงพิธีการอัญเชิญพระศพของพระนางโดยทางเรือมาจากเมืองนครศรีธรรมราชมาทางแม่น้ำปากพนัง เมื่อผ่านบริเวณขนาบนากปรากฏว่ามีพญานาค2ตัวประกบทั้งสองข้างของลำเรือที่บรรทุกพระศพของพระนางเลือดขาว บริเวณนี้จึงได้ชื่อว่าชุมชุนขนาบนากนับตั้งแต่บัดนั้นมาองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนาก,2560)

ลักษณะที่ตั้ง-อาณาเขตของตำบลขนาบนาก

ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางทิศใต้ ของที่ว่าการอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยที่มีระยะทางห่างจากที่ว่าการอำเภอปากพนังประมาณ 24 กิโลเมตร ทิศเหนือ ติดกับ ตำบลท่าพญาและตำบลปากแพรก ทิศตะวันออก ติดกับอ่าวไทย ทิศตะวันตกทิศตะวันตก ติดกับ แม่น้ำปากพนังและตำบลปากแพรก ทิศใต้ ติดกับ ตำบลเกาะเพชร อำเภอหัวไทร ตำบลขนาบนาก มีขนาดของพื้นที่ทั้งหมด 38 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 24,250 ไร่ การตั้งบ้านเรือนนิยมตั้งบ้านเรือนเป็นกระจัดกระจายตามพื้นที่การเกษตร และบางส่วนตั้งบ้านเรือนตามเส้นทางของริมถนน (องค์การการบริหารส่วนท้องถิ่นขนาบนาก, 2560)



ภาพที่ 4.1 แผนที่ตำบลขนาบนาก

ที่มา: องค์การการบริหารส่วนท้องถิ่นขนาบนาก, 2561

สภาพทางสังคม

สภาพประชากร จากข้อมูลขององค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนาก ตำบลขนาบนากมีประชากรชาย 2,525 คน ประชากรหญิง 2,436 คน รวม 4,961 คน ครัวเรือน 1,511 หลังคาเรือน ประกอบด้วยดังนี้

หมู่ที่ 1	บ้านขนาบนาก	71 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 2	บ้านป่าขลู	85 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 3	บ้านบางวุน	82 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 4	บ้านท่านา	151 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 5	บ้านปากช่อง	10 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 6	บ้านบางอุดม	129 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 7	บ้านสระศรีเมือง	251 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 8	บ้านบางตะลุมพอ	211 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 9	บ้านบ่อคณฑี	180 หลังคาเรือน
หมู่ที่ 10	บ้านหน้าโกฏิ	216 หลังคาเรือน

การศึกษา สถาบันการศึกษาในตำบลขนาบนากจำนวน 10 บ้านมีโรงเรียนประถมศึกษา จำนวน 4 แห่งโรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 1 แห่ง ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จำนวน 2 แห่ง ที่อ่านหนังสือประจำตำบล/หมู่บ้าน จำนวน 11 แห่ง จากการสัมภาษณ์พบว่านักเรียนในตำบลขนาบนากบางส่วนมีการเข้ามาเรียนในอำเภอปากพนังและในตัวจังหวัดนครศรีธรรมราชเนื่องจากตำบลขนาบนากมีการคมนาคมที่สะดวกจึงนิยมส่งบุตรหลานเข้าไปเรียนในอำเภอปากพนังและในตัวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ภาพที่ 4.2 โรงเรียนวัดขนาบนาก

สาธารณสุข ตำบลขนาบนากมีศูนย์บริการสาธารณสุขจำนวน 2 แห่ง เป็นสถานบริการสาธารณสุขที่รักษา บำบัดโรคภัยไข้เจ็บได้ในระดับหนึ่งของชาวบ้านในหมู่บ้านและบริเวณใกล้เคียง โดยการปฐมพยาบาล เย็บแผล จ่ายยา แนะนำให้ความรู้ คำแนะนำด้านสุขภาพอนามัย แก่คนไข้ และคนในชุมชน มีระบบการดูแลผู้ป่วยในระยะเริ่มต้นได้เป็นอย่างดีประชาชนส่วนใหญ่ จะเข้ารับบริการที่สถานพยาบาลสาธารณสุขใกล้บ้าน แต่ถ้าอาการเจ็บป่วยรุนแรงก็จะมีการส่งผู้ป่วยไปโรงพยาบาลในอำเภอปากพนังและในตัวจังหวัดนครศรีธรรมราช

ภาพที่ 4.3 ศูนย์บริการสาธารณสุขตำบลขนาบนาก

สถาบันและองค์กรทางศาสนา ตำบลขนาบนากประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดจำนวน 5 แห่ง เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจ และเป็นที่พึ่งของคนในชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างวัดกับคนในชุมชนมี ความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า การจัดงานบุญประเพณีต่างๆคนในชุมชนก็ มักจะเข้าร่วมอยู่เสมอ เช่น มีการทำบุญตักบาตร เข้าวัดในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา ฟังเทศน์มีการทอดกฐินโดยช่วยกันจัดงานและบริจาคเงินเข้าวัดหาเงินสร้างโบสถ์จำนวนนับล้านบาท แสดงให้เห็นถึงการร่วมแรงร่วมใจกันของคนในชุมชน

ภาพที่ 4.4 วัดขนาบนาก

วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญ ประชาชนชาวตำบลขนาบนากมีประเพณีและวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ในอดีต เช่น งานเดือนสิบถือว่าเป็นประเพณีใหญ่ของคนขนาบนากและจังหวัดนครศรีธรรมราช การทอดกฐินประชาชนจะร่วมกันทอดกฐินทุกปีโดยจะร่วมกันจัดกองกฐินขึ้น แล้วนำไปถวายวัด สำหรับเงินที่ทางวัดได้จากการทอดกฐินสามัคคีทางวัดจะนำไปใช้ในการก่อสร้างพัฒนาวัดและการสนับสนุนกิจการสาธารณประโยชน์ต่างๆ วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่สำคัญของตำบลขนาบนากมีดังนี้

- ประเพณีวันขึ้นปีใหม่ ประมาณเดือน มกราคม
- ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ ประมาณเดือน กุมภาพันธ์
- ประเพณีสงกรานต์ ประมาณเดือน เมษายน
- ประเพณีวันเข้าพรรษา ประมาณเดือน กรกฎาคม
- ประเพณีสารทเดือนสิบ ประมาณเดือน กันยายน
- ประเพณีวันออกพรรษา ประมาณเดือน ตุลาคม
- ประเพณีลอยกระทง ประมาณเดือน พฤศจิกายน

การคมนาคม ตำบลขนาบนาก มีเส้นทางการคมนาคมที่ใช้เป็นเส้นทางหลักในการสัญจรไปมาของราษฎรในตำบลและอำเภอใกล้เคียง ดังนี้ ถนนลาดยาง จำนวน 7 สาย คือถนนทางหลวงชนบท บ้านเกาะฝ้าย – บางยา นศ 4045 ถนนทางหลวงสายปากพนัง- หัวไทร นศ 4013 ถนนสายป่าพร้าว – ดอนโพรง ถนนสายท่านา – บ้านทวด ถนนบางวุน–สังเมียน สายบ้านนำทรัพย์-บ้านป่าขลู สายคันคลองพระราชดำริ-ประตูระบายน้ำบ้านหน้าโกฎิ และมีการคมนาคมภายในหมู่บ้าน ถนน คสล. จำนวน16 สาย ถนนหินคลุกจำนวน 39 สาย ถนนดินลูกรัง/ดินจำนวน 5 สาย

ภาพที่ 4.5 สภาพถนนในชุมชนขนาบนาก

สาธารณูปโภค ตำบลขนาบนากมีสาธารณูปโภคโดยมีการไฟฟ้าในตำบลขนาบนาก มีจำนวนครัวเรือนที่ยังไม่มีไฟฟ้าใช้ 4 รายการบริการด้านการประปา ครัวเรือนทั้งหมด 1,511 ครัวเรือน มีครัวเรือนที่มีน้ำประปาใช้ 908 ครัวเรือน มีตู้โทรศัพท์สาธารณะจำนวน 12 ตู้ และโทรศัพท์มือถือใช้ได้ทุกระบบ

โครงสร้างทางเศรษฐกิจ ประชากรในพื้นที่ตำบลขนาบนากมีอาชีพเกษตรกรรมผลผลิตทางการเกษตร ที่สำคัญได้แก่ไร่จากข้าว ปาล์ม เป็นต้น อาชีพประมง อาชีพรับจ้าง และอาชีพค้าขาย ดังนี้

ด้านการเกษตร ประชาชนในตำบลขนาบนาก หมู่ที่ 1 บ้านขนาบนาก 71 หลังคาเรือน หมู่ที่ 2 บ้านป่าขลู 85 หลังคาเรือน หมู่ที่ 3 บ้านบางวุน 82 หลังคาเรือน หมู่ที่ 4 บ้านท่านา 151 หลังคาเรือน หมู่ที่ 5 บ้านปากช่อง 10 หลังคาเรือน หมู่ที่ 6 บ้านบางอุดม 129 หลังคาเรือน หมู่ที่ 7 บ้านสระศรีเมือง 251 หลังคาเรือน หมู่ที่ 8 บ้านบางตะลุมพอ 211 หลังคาเรือน ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งทำกันมาตั้งแต่อดีตและตกทอดจนถึงปัจจุบัน เช่น การทำนา ทำไร่จาก สวนปาล์ม เป็นต้น

ด้านประมง ตำบลขนาบนากมีพื้นที่ติดทะเลคือหมู่ที่ 9 บ้านบ่อคณที 180 หลังคาเรือน หมู่ที่ 10 บ้านหน้าโกฏิ 216 หลังคาเรือน ส่วนใหญ่มีการทำประมง

ด้านอาชีพอื่นๆ ประชาชนตำบลขนาบนากมีอาชีพรับจ้างโดยเข้าไปรับจ้างในอำเภอปากพนัง ในตัวจังหวัดนครศรีธรรมราชส่วนใหญ่เป็นแบบไปเช้าเย็นกลับ และอาชีพค้าขายค้าขายบ้างโดยมีเปิดร้านขายของชำร้านอาหาร มีการเลี้ยงสัตว์บ้างเพื่อไว้รับทานเองหรือเพื่อจำหน่าย เช่นการเลี้ยงสุกร โค กระบือ และปลา และมีบางส่วนทำเป็นอาชีพหลักคือการเลี้ยงกุ้งซึ่งใช้เงินลงทุนสูง และอาชีพค้าขายบ้างโดยมีเปิดร้านขายของชำร้านอาหารภายในชุมชน สถานีบริการน้ำมัน 4 แห่ง ร้านค้าต่างๆ 47 แห่ง

ด้านการท่องเที่ยว ตำบลขนาบนากมีการเข้ามาดูงานและเยี่ยมชมวิถีชีวิตจากโดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ที่มาเยี่ยมชมไร่จากจันทรังษี

สภาพทางภูมิศาสตร์กายภาพป่าจาก

ข้อมูลพื้นที่ป่าจาก

การศึกษาสถานการณ์ชุมชนป่าจากในตำบลขนาบนาก และตำบลปากแพรก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนป่าจาก ทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์วิชาการ เอกสารของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ข้อมูล

อิเล็กทรอนิกส์จากเว็บไซต์ รวมทั้งได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการลงพื้นที่สังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และการสอบถามข้อมูลจากพื้นที่ป่าจากในตำบลปากแพรกและตำบลขนาบนากจากชาวบ้าน พ่อค้าซื้อน้ำตาลจากและกลุ่มน้ำตาลจาก พบว่าน้ำตาลจากสดที่ได้จากป่าจากในตำบลปากแพรกนิยมทำเพียงน้ำส้มจากและไม่นิยมทำน้ำตาลจาก ส่วนน้ำตาลจากที่ได้จากป่าจากในตำบลขนาบนากซึ่งอยู่ในพื้นที่ที่เป็นน้ำกร่อย น้ำจืดผสมน้ำเค็ม ทำให้ได้น้ำตาลจากมีความเข้มข้นสูงนิยมทำน้ำตาลจากทุกชนิด ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถานที่ป่าจากในตำบลขนาบนากเป็นพื้นที่ศึกษา ตำบลขนาบนาก มีขนาดของพื้นที่ทั้งหมด 38.ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 24,250 ไร่ การตั้งบ้านเรือนนิยมตั้งบ้านเรือนเป็นกระจัดกระจายตามพื้นที่การเกษตร และบางส่วนตั้งบ้านเรือนตามเส้นทางของริมถนน ตำบลขนาบนากมีขนาดของพื้นที่ป่าจากทั้งหมดประมาณ 4,576 ไร่ ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 476 เรือน องค์การการบริหารส่วนท้องถิ่นขนาบนาก, 2560) ประกอบด้วย

หมู่ที่ 1 บ้านขนาบนาก พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 127 ไร่ ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 15 ครัวเรือน

หมู่ที่ 2 บ้านป่าขลู พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 543 ไร่ ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 70 ครัวเรือน

หมู่ที่ 3 บ้านบางวุน พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 259 ไร่ ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 35 ครัวเรือน

หมู่ที่ 4 บ้านท่านา พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 501 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดใหญ่จำนวน 369 ไร่ ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดเล็กจำนวน 132 ไร่ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 66 ครัวเรือน

หมู่ที่ 5 บ้านปากช่อง พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 651 ไร่ ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 60 ครัวเรือน

หมู่ที่ 6 บ้านบางอุดม พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 1,120 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดใหญ่จำนวน 1,020 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดเล็กจำนวน 100 ไร่ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 90 ครัวเรือน

หมู่ที่ 7 บ้านสระศรีเมือง พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 510 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดใหญ่จำนวน 390 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดเล็กจำนวน 120 ไร่ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 50 ครัวเรือน

หมู่ที่ 8 บ้านบางตะลุมพอ พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 520 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดใหญ่จำนวน 400 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดเล็กจำนวน 120 ไร่ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 60 ครัวเรือน

หมู่ที่ 9 บ้านบ่อคณที พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 30 ไร่ ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 5 ครัวเรือน

หมู่ที่ 10 บ้านหน้าโกฏิ พื้นที่เพาะปลูกป่าจาก จำนวน 315 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดใหญ่จำนวน 250 ไร่ แยกเป็นพื้นที่ป่าจากขนาดเล็กจำนวน 65 ไร่ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 25 ครัวเรือน

ระบบนิเวศวิทยาในป่าจาก

พื้นที่ป่าจากของตำบลขนาบนาก ซึ่งอยู่ในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของชุมชนและต่อระบบนิเวศโดยรวมของลุ่มน้ำปากพนัง ซึ่งประกอบด้วยการดำรงอยู่ของพืชและสัตว์ชนิดต่าง ๆ ลักษณะดินของอำเภอปากพนังมี 2 ลักษณะ คือ 1) เป็นดินทรายชายฝั่ง 2) เป็นดินตะกอนจากน้ำทะเล ซึ่งเอื้อต่อการเจริญเติบโตของพันธุ์ไม้หลายชนิด เช่น โพทะเล ปอทะเล สมอทะเล ลำพู ลำแพน หวายลิง และเถาวัลย์ต่าง ๆ เป็นต้น พื้นดินแถบนี้เดิมจะมีระบบนิเวศ 3 น้ำ คือ น้ำเค็ม น้ำจืด และน้ำกร่อย ซึ่งเหมาะสมกับเป็นแหล่งฟักตัวและเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์น้ำสัตว์บกนานาชนิด เช่น กุ้ง หอย ปู ปลา นกกระยาง นกกินปลา และนกกวัก

ลักษณะทางพฤกษศาสตร์

ลำต้นจากจะอยู่ใต้ดิน ต้นตั้งตรง ส่วนที่เราเห็น คือส่วนใบ และช่อดอก โคนใบมีกะเปาะอากาศช่วยพยุงให้ใบชูขึ้นเหมือนชูชีพ อาจชูสูงถึง 9 เมตร ต้นจากมีลักษณะเป็นกอมีแขนงแตกจากเหง้าเดิม จากหนึ่งกอมีหลายแขนง แต่ละแขนงมีหลายทาง ส่วนล่างของลำต้นที่ติดกับเหง้าค่อนข้างใหญ่ เรียกว่า“พอนจาก” มีความยาวไม่เกิน 80-90 เซนติเมตร “ทางจาก” จะเรียวสูงขึ้นบนจนสุดปลายทาง เปลือกของทางจากจะแข็งและเหนียวเป็นเส้นใย ภายนอกเป็นมันลื่นเรียกว่า “หลังจาก” ภายในเป็นเส้น

ใบจาก มีขนาดเล็กสั้น ช่วงกลาง ใบยาวและใหญ่มีความยาว 70-90 เซนติเมตร มีก้านอยู่ตรงกลางลักษณะเรียวและแข็ง มียอดอ่อนแตกออกมาทุก 30-40 วัน เรียกว่า “ยอดจาก” ยอดจากจะบานออกเริ่มจากปลายลงมาหาโคน เมื่อใบบานทุกใบแล้วก็จะกลายเป็นใบแก่เปลี่ยนสีจากเขียวเหลืองเป็นเขียวแก่ ยอดจากถึงขั้นใช้งานได้ดีก็ต่อเมื่อจากออกดอกเรียกว่า “นกจาก” ซึ่งมีลักษณะเหมือนช่อของชมพู่หรือมะม่วงที่ปลายแต่ละก้านช่อจะมีดอกซึ่งจะกลายเป็นผล

“ลูกจาก” ตามธรรมชาติของจากจะมีลูกจากเพียงไม่เกิน 2 ก้านช่อ แต่ส่วนมากจะมีเหลือไม่เกิน 1 ก้านช่อ ก้านช่อดังกล่าวเรียกว่า “งวงจาก” ลูกจากที่ติดหนาแน่นที่ส่วนปลายของงวงเรียกว่า “โหม่งจาก” นับจำนวนไม่ต่ำกว่า 60 ผล เรียกว่า “ลาย” (ทะลาย) กอหนึ่ง ๆ อาจออกทะลายพร้อมกันถึง 2-3 ทะลายก็มี ซึ่งเป็นไปตามจำนวน แขนงของกอนั้น ๆ ลูกจากก็ค่อยแก่ลง ๆ จนในที่สุดมันจะสุกแล้วร่วงหล่นไปตามธรรมชาติ หรืออาจร่วงหล่นก่อนผลสุกก็ได้ หากมีการทำ

น้ำตาลจากที่กอนั้น ต้นจากจะออกลูกเมื่ออายุประมาณ 4-5 ปี และสามารถปาดงวง หรือเรียกว่า “ปาดตาล” เพื่อนำน้ำหวานมาทำเป็น น้ำตาลจาก ซึ่งให้ผลผลิตได้ดีเมื่ออายุประมาณ 6-7 ปี

การประกอบอาชีพจากผลผลิตจากต้นจากในตำบลขนาบนาก

ต้นจากเป็นพืชที่ขึ้นกระจายบริเวณปากแม่น้ำและริมสองฝั่งคูคลองที่น้ำทะเลขึ้นถึงหรือบริเวณน้ำกร่อย สามารถเจริญเติบโตได้ดีในดินเลนค่อนข้างแข็งและเหนียวจัด ทนต่อความเค็มของดินน้ำและแสงแดดได้ดี มีความหนาแน่นในพื้นที่มากกว่า 25,594 ไร่ และมักพบในบริเวณอำเภอปากพนัง อำเภอเชียรใหญ่ และอำเภอหัวไทร ซึ่งพื้นที่อำเภอปากพนัง เป็นพื้นที่มีต้นจากมากที่สุดกว่า 10,000 ไร่ ปัจจุบันเกษตรกรในพื้นที่ประกอบอาชีพการทำไร่จาก ประมาณร้อยละ 40 ของครัวเรือนทั้งหมด โดยการใช้ประโยชน์จากต้นจากเกือบทุกส่วน ไม่ว่าจะเป็นการนำน้ำหวานจากงวงจากมาทำเป็น น้ำตาลจาก น้ำตาลปี๊บ น้ำส้มจาก เหล้าจาก เหล้าพื้นบ้าน การนำยอดจากมาทำเป็นใบจากมวนบุหรี่ สำหรับต้นจากจะออกลูกเมื่ออายุประมาณ 4-5 ปี และสามารถปาดงวง หรือเรียกว่า “ปาดตาล” เพื่อนำน้ำหวานมาทำเป็นน้ำตาลจากซึ่งให้ผลผลิตได้ดีเมื่ออายุประมาณ 6-7 ปี และน้ำตาลจากเมื่อนำมาเคี่ยวให้เหลือ 1 ใน 3 จะได้เป็นน้ำหวานแบบเข้มข้นลักษณะคล้ายน้ำผึ้ง เรียกว่า “ น้ำตาลจาก” ซึ่งได้รับความนิยมในการใช้น้ำตาลจากในกลุ่มที่รักสุขภาพ เนื่องจากภูมิปัญญาดังเดิมเชื่อว่าน้ำตาลจากมีผลช่วยลดน้ำตาลในเลือด รับประทานแล้วให้ความหวานแต่ไม่ทำให้อ้วนและดีต่อผู้เฒ่าผู้แก่ที่เป็นเบาหวาน

เพื่อเป็นการสร้างศักยภาพและโอกาสของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักและได้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น นอกจากแนวคิดในการใช้ประโยชน์จากน้ำตาลจากแล้วปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและชีวิตความเป็นอยู่ คนขนาบนากจึงหันมาหารายได้ทางด้านอื่นที่มีรายได้มากกว่าการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงทำให้ขาดการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องการใช้ประโยชน์ต้นจากมายังชนรุ่นหลัง โดยเบื้องต้นทางภาครัฐได้ส่งเสริมให้ชาวบ้านในชุมชนปลูกต้นจากในนากุ้งร้าง ซึ่งพื้นที่นี้เคยประสบปัญหาจากการเลี้ยงกุ้งกุลาดำ โดยแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เมื่อครั้งเสด็จมายังพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง ดังนั้นในปัจจุบันการปลูกต้นจากในชุมชนยังได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจาก กปร.หน่วยงานตามโครงการพระราชดำริ ในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ซึ่งการน้ำน้ำตาลจากสามารถสร้างรายได้ให้ครัวเรือนได้สูง 1,000-4,500 ต่อวันและน้ำตาลจากสามารถทำได้ทุกวัน จากเดิมประชาชนในตำบลขนาบนากเดิมประกอบอาชีพทำนาข้าว หาปลา ทำนำตาลจาก เย็บจากมุงหลังคา และทำน้ำส้มจากขาย ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2531 ประชาชนในบริเวณนี้ได้เปลี่ยนไปทำอาชีพเลี้ยงกุ้งกุลาดำละทิ้งอาชีพเดิมไป แต่ก็ดำเนินไปได้ไม่นานนากุ้งเกิดปัญหาน้ำเน่าเสีย กุ้งติดเชื้อ ทำให้ไม่สามารถเลี้ยงกุ้นกุลาดำต่อไปได้ หลายครอบครัวจึงหันกับมา

ประกอบอาชีพจากต้นจากเช่นเดิม โดยจะทำการผลิตสินค้าได้ดังนี้ การทำน้ำตาลสด การทำน้ำส้ม การทำน้ำผึ้งจาก การทำน้ำตาลปี๊บและการทำน้ำตาลเกล็ด ซึ่งมีขั้นตอนในการทำดังนี้

การทำน้ำตาลสด จะเริ่มด้วยการเลือกงวงจาก ช่อดอก ที่มีลักษณะเหมาะสม แล้วนวดงวงตาล ตีงวงจาก ทุกวันเป็นเวลา 9 วัน เพื่อกระตุ้นให้น้ำตาล เมื่อนวดครบตามกำหนด 9 วันแล้ว ก็จะทำการปาดตาลในช่วงเช้าและนำภาชนะซึ่งเป็นกระบอกไม้ไผ่มารองรับน้ำตาลไว้ ภายในกระบอกจะใส่ไม้เคี่ยมสับเพื่อกันน้ำตาลเสีย เมื่อถึงเวลาเก็บน้ำตาลก็จะนำน้ำตาลสดไปต้มเพื่อยืดเวลาไม่ให้บูดและบรรจุลงขวดเพื่อขายต่อไป ทั้งนี้แล้ว งวงจาก 1 งวง จะสามารถปาดตาลได้เรื่อย ๆ จนงวงสั้นลงมากจนปาดไม่ได้แล้วจึงจะหยุดปาดตาลงวงนั้น ๆ

การทำน้ำส้ม จะเริ่มด้วยการนำน้ำตาลสดที่ไม่ใส่ไม้เคี่ยมมาหมักไว้ในไหประมาณ 15 วัน เมื่อน้ำตาลเปลี่ยนเป็นน้ำส้มแล้วจะบรรจุภาชนะเพื่อจำหน่าย

การทำน้ำผึ้งจาก หรือน้ำเชื่อม เป็นการทำการเคี่ยวน้ำตาลสดไปเรื่อย ๆ จนงวดลงระดับที่เป็นน้ำเชื่อมหรือเวลาประมาณ 1.30 โมง ปล่อยให้เย็นก็จะบรรจุลงภาชนะเตรียมขาย

การทำน้ำตาลปี๊บ จะเป็นขั้นตอนที่เคี่ยวน้ำตาลสดต่อเนื่องจนงวดใช้เวลาประมาณ 3 โมง แล้วยกกระทะลงจากเตาเพื่อทำการ “โซม” หรือระบายความร้อน และป้องกันการบูดเสียง่ายของน้ำตาลโดยใช้เหล็กสปริงคล้ายที่ตีไข่เป็นเครื่องมือ เมื่อน้ำตาลเย็นลงแล้วจึงตักน้ำตาลใส่ภาชนะซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นปี๊บเพื่อรอส่งขายต่อไป

การทำน้ำตาลเกล็ด น้ำตาลเกล็ดที่ได้จากน้ำตาลจากจะมีลักษณะเป็นเมล็ดหยาบ ๆ คล้ายกับเม็ดทราย ขั้นตอนก็จะเริ่มทำเช่นเดียวกับน้ำตาลสดแต่จะเลือกทำกับน้ำตาลที่ได้จากการปาดตาลครั้งแรก ๆ ของงวงจากแต่ละงวง เนื่องจากน้ำตาลที่ได้จากการปาดตาลวันแรก ๆ จะมีความเข้มข้นสูงเหมาะสำหรับทำเป็นน้ำตาลเกล็ดได้ ขั้นตอนการต้มหรือเคี่ยวก็คล้าย ๆ กับการทำน้ำตาลปี๊บ แต่จะต้องนำน้ำตาลที่ได้ไปตากแดดหลาย ๆ แดดและขยี้ให้เป็นน้ำตาลเม็ดเล็ก ๆ ก็จะทำการบรรจุลงภาชนะเพื่อขายให้ลูกค้า

4.2 สภาพทั่วไป การบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายของสวนจาก

ผลการศึกษาสถานการณ์ทั่วไป การบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายของป่าจาก อำเภอปากพนัง จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบอาชีพป่าจากและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนผู้ผลิต ผู้นำชุมชน หน่วยงานของรัฐ ผู้บริโภค เพื่อทำการสัมภาษณ์บุคคล (In-depth Interview) จำนวน 25 ราย ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แบบเจาะจง (Purposive sampling) ส่วนแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ได้ศึกษาการบริหารจัดการสวนจากของคุณ โกวิทย์ จันทรังษี เจ้าของไร่จากจันทรังษีที่ทำ

อาชีพสวนจากและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ในตำบลขนาบนาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นแหล่งเรียนรู้การทำจากและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับการยอมรับ และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญตัวแทนผู้ผลิต ผู้นำชุมชน หน่วยงานของรัฐ ผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 10 ราย ในประเด็นต่อการบริหารจัดการ 8 M's ได้แก่ คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ/ จัดการ (Method/Management), เครื่องจักรกล (Machine),การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), และข้อมูลข่าวสาร (Message) และพบประเด็นเพิ่มเติมคือการสืบทอด ดังนี้

1. คน (Man) พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกที่มีอาชีพทำสวนจากโดยส่วนใหญ่ทำเพียงคนเดียวหรือสองคนในครัวเรือนต่อการผลิตน้ำตาลจากประมาณ 8 ไร่ หรืองวงจากประมาณ 100 ต้น สามารถผลิตน้ำหวานได้ประมาณ 6-7 ปี๊บ ซึ่งเคี่ยวเป็นน้ำตาลจากได้ 1 ปี๊บ ตำบลขนาบนากมีขนาดของพื้นที่ป่าจากทั้งหมดประมาณ 4,576 ไร่ ครัวเรือนที่เพาะปลูกป่าจากจำนวน 476 ครัวเรือน

2. เงิน (Money) พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกใช้เงินทุนจากเงินทุนของตัวเอง โดยลักษณะการขายน้ำตาลจากจะมีลักษณะการขายครั้งละปี๊บหรือขายครั้งหลายปี๊บตามภาวะเศรษฐกิจของแต่ละครัวเรือน โดยครัวเรือนที่มีภาวะการเงินดีไม่เดือนร้อนก็จะทำการขายครั้งละหลายปี๊บได้ เงินลงทุนไม่สูงมาก สวนจากอาจจะใส่ปุ๋ยบ้าง และปลูกจากครั้งเดียวสามารถอยู่ได้เป็นร้อยปี

3. วัตถุดิบ (Material) พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกนิยมผลิตน้ำตาลจากโดยปกติการทำน้ำตาลจากสามารถทำได้ตลอดทั้งปี แต่ช่วงฤดูฝนประมาณเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ฝนตกหนักน้ำท่วมขัง จะไม่สามารถทำสวนจากได้ วัตถุดิบน้ำตาลจากจะขาดแคลน ส่วนการใช้ใบทำตับจากและหัตถกรรมจักสานยังผลิตได้ปกติ สำหรับไม้ฟืนที่ใช้ในการเคี่ยวน้ำตาลไม่เพียงพอ ต้องมีการสั่งซื้อไม้ฟืนจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี และไม้เคียมมีไม่เพียงพอไม่สามารถผลิตในพื้นที่ได้มีการสั่งซื้อจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีเช่นเดียวกัน

4. วิธีการ/จัดการ (Method/Management) พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกมีการบริหารจัดการมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม มีการรวมกลุ่มบ้างเมื่อมีการเข้ามาเยี่ยมชมในพื้นที่เพื่อทำกิจกรรม แต่โดยส่วนใหญ่ทำในครัวเรือนและหมู่ญาติ วิธีการจัดการและองค์ความการทำสวนจากจึงมีความแตกต่างกันในแต่ละสวนจาก การวางแผน การจัดองค์กร การจัดคน การอำนวยการ การประสานงานต่างๆ มีการดำเนินการโดยเจ้าของธุรกิจ และงานเกือบทุกหน้าที่เจ้าของกิจการดำเนินการเอง การบริหารจัดการใช้วิธีการบริหารจัดการแบบภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยปกติการทำน้ำตาลจากสามารถทำได้ตลอดทั้งปี แต่ช่วงฤดูฝนประมาณเดือนพฤศจิกายน

ถึงเดือนมกราคม ฝนตกหนักน้ำท่วมขังจะไม่สามารถทำไร่จากได้ จึงมีการบริหารจัดการโดยต้องมีการทำอาชีพอย่างอื่นเสริมด้วย

5. เครื่องจักรกล (Machine) พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกใช้เครื่องมือแบบดั้งเดิมในการผลิต ได้แก่

1) กระทะใบบัว

ภาพที่ 4.6 แสดงภาพกระทะใบบัว

2) เตาเคี่ยวน้ำตาล

ภาพที่ 4.7 แสดงภาพเตาเคี่ยวน้ำตาล

3) กระบอกไม้ไผ่รับน้ำหวานจาก

ภาพที่ 4.8 แสดงภาพกระบอกไม้ไผ่รับน้ำหวานจาก

4) มีดปาดจาก หรือเรียกว่า ทับ

ภาพที่ 4.9 แสดงภาพ**มีดปาดจาก หรือเรียกว่า ทับ**

5) ไม้ตีจาก

ภาพที่ 4.10 แสดงภาพ**ไม้ตีจาก**

6) ไม้โทรมตาล

ภาพที่ 4.11 แสดงภาพไม้โซมน้ำตาล

7) มอ

ภาพที่ 4.12 แสดงภาพมอ

8) อื่นๆเช่น ปี๊บ หมาจาก ที่กรอง ช้อน หม้อ เป็นต้น

ภาพที่ 4.13 แสดงภาพภาชนะตักน้ำ(หมาจาก)

6. การตลาด (Market) พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกส่วนใหญ่ขายน้ำตาลจากเป็นปี๊บโดยมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากสวนจากเพื่อนำไปผลิตเป็นสุรากลั่น โดยมีการรวบรวมน้ำตาลจากปี๊บในปริมาณหลายปี๊บ น้ำตาลจากขายได้ปี๊บละ 1,300-1,500 บาทน้ำหนักประมาณ 25 กิโลกรัม โดยราคาขึ้นลงตามฤดูกาล ช่วงเทศกาลสารท

เดือนสิบน้ำตาลปี๊บจะมีราคาสูงที่สุดคือประมาณ 1,500 – 1,700 บาทต่อปี๊บ ราคาน้ำตาลจากเป็นไปตามราคาตลาดพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา นอกจากทางสวนจากมีการรวมกลุ่มชาวบ้านทำผลิตภัณฑ์ออกขายปลีกเองด้วย ส่วนราคาตับจาก การสานตับจากมีการนำใบจากที่ทำตับจากมีขนาดที่พอเหมาะ ตัดใบจากแล้วนำไปสานประสานกัน 2-3 ใบ การขายมีคนมารับซื้อ ราคา 100 ตับขายได้ 300 บาท เกษตรเย็บจากวันหนึ่งได้ประมาณ 50-60 ตับ โดยเฉลี่ยแล้วได้เงินวันละประมาณ 150 บาทต่อวันจึงทำไว้เป็นอาชีพเสริม โดยผู้ซื้อเป็นคนกำหนดราคา มีแม่ค้าเข้ามารับซื้อมีหลายเจ้า รายได้ของการเย็บตับจากได้รายได้โดยเฉลี่ยวันละประมาณ 200- 300 หรือสูงสุดเป็น1,000 บาทโดยคนนิยมนำไปมุงรีสอร์ท ส่วนการตลาดน้ำส้มจากมีทำไว้ทานเองในครัวเรือน ถ้ามีเหลือจากรับประทานในครัวเรือนก็มีการขายบ้าง โดยน้ำส้มจากทำจากน้ำตาลจากโดยใช้วิธีการตัดงวงจากแล้วก็หมักใส่โอ่งไว้แล้วหมักไปเรื่อยๆจนกว่าน้ำหวานจากจะเปรี้ยวการขายมีพ่อค้ามารับซื้อ โดยขายได้ประมาณแกลลอน 20 ลิตร ขายได้ 100 บาท

ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจาก **กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี** มีการแปรรูปน้ำตาลปี๊บขายขนาดครึ่งกิโลกรัม ราคา 50 บาท ขนาด 1 -1.2 กิโลกรัมราคา 100 บาท น้ำหวานเข็มข้นขวดใหญ่ 80-90 บาท น้ำตาลเกร็ดประมาณ 0.8 กิโลกรัม ราคา 100 บาท เครื่องจักรสานจากต้นจาก 50-120 บาท สุรากลั่น 50-120 บาท น้ำส้มจากขวดใหญ่ ส่วนใหญ่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีขายให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมวิถีชีวิตที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี และมีการขายทางเฟสบุ๊ค ผ่านทางไลน์ รายได้จากการขายไม่แน่นอน ผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษียังเป็นภูมิปัญญา ยังไม่ได้รับ อย. บรรจุภัณฑ์ได้นำขวดแก้วนำมาล้างและนึ่งทำความสะอาดบรรจุน้ำหวานเข็มข้น และน้ำส้มจาก ช่องทางการตลาดยังไม่มากส่วนใหญ่ขายให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว **ผลิตภัณฑ์น้ำหวานจากตราจากใจ** มีการแปรรูปน้ำตาลจากเข็มข้นใส่บรรจุภัณฑ์ขวดแก้วน้ำหนักประมาณ 8 ออนด์ ราคา 80 บาท น้ำปลาหวานใส่น้ำผึ้งจากราคา 50 บาท กลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำตาลผึ้งจากใจขายสินค้าโดยการนำไปออกบูทแสดงสินค้า ผลิตภัณฑ์น้ำหวานจากตราจากใจยังไม่ได้รับ อย.การตลาด มีการขายทางเฟสบุ๊ค ผ่านทางไลน์ขายตามงานออกร้านแสดงสินค้า **ผลิตภัณฑ์น้ำตาลนายหาญ** มีการแปรรูปน้ำตาลจากใส่บรรจุภัณฑ์ขวดแก้วน้ำหนักประมาณ 0.8 กิโลกรัม ราคา 120 บาท น้ำส้มจากใส่ขวดพลาสติกขนาด 750 cc ราคา 20 บาท กลุ่มนายหาญขายสินค้าโดยการนำไปออกบูทแสดงสินค้าในหลายจังหวัด เช่น ตรัง สุราษฎ์ธานี กระบี่ กลุ่มนายหาญมีรายได้ไม่แน่นอน กลุ่มผลิตภัณฑ์นำตาลนายหาญยังไม่ได้รับ อย. ช่องทางการตลาดขายตามงานออกร้านแสดงสินค้าเป็นส่วนใหญ่

7. ขวัญและกำลังใจ (Morale) พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเคยได้รับจัดสรรงบประมาณในการซื้อปุ๋ย

สำหรับป่าจาก และสนับสนุนเงินทุนปลูกป่าจากทดแทนในบ่อกุ้งร้างมีพื้นที่ปลูกจากประมาณ 6,000 ไร่ โดยปลูกทดแทนปีละประมาณ 150 ไร่ ในอดีตน้ำตาลจากมีราคาตกต่ำปีบละ 500 บาทได้มีหน่วยงานภาครัฐจัดสรรงบประมาณ 200,000 บาทเข้ามาพยุงราคาน้ำตาลจาก ปัจจุบันได้มีหน่วยงานต่างๆให้ความสนใจอาชีพสวนจากทั้งมีการวิจัย การสนับสนุนงบประมาณต่างๆ และการท่องเที่ยววิถีชีวิตป่าจาก

8. ข้อมูลข่าวสาร (Message) พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานภาครัฐ โดยผ่านเกษตรตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำชุมชนและการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

9. การอนุรักษ์และสืบทอด พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกขาดผู้สืบทอด โดยอาชีพการทำสวนจากที่ปากแพรกกำลังจะสูญหายไป เนื่องจากขาดผู้สืบทอดโดยเกษตรส่วนใหญ่เป็นรุ่นพ่อแม่ส่วนรุ่นลูกจากการสอบถามทั้งตำบลขาบนากและตำบลปากแพรกขาดผู้สืบทอด เนื่องจากเด็กรุ่นใหม่มองว่าอาชีพทำสวนจากมีความยากลำบาก มีการปล่อยสวนจากทิ้งรกร้างหรือบางส่วนมีการไปทำเป็นนากุ้งแทนนอก ในอดีตอาชีพทำสวนจากมีมากปัจจุบันมีการเปลี่ยนอาชีพ ทำนากุ้ง มีหน่วยงานมาทำการอนุรักษ์บางส่วนโดยนำไปสอนวิธีการทำจากในโรงเรียน ซึ่งเด็กรุ่นใหม่ตอนนี้อาชีพทำสวนจากทำไม่เป็น โดยทางชุมชน หน่วยงาน อบต. อยากอนุรักษ์ไว้ การทำสวนจากในปากแพรกยังทำเป็นอาชีพอยู่แถวหมู่ 2 หมู่ 3 ส่วนหมู่ 7 โดยมีการทำสวนจากในปากแพรกเป็นจำนวนน้อยมีการเปลี่ยนอาชีพทำนากุ้งแทน โดยการทำอาชีพสวนจากถือว่าเป็นอาชีพเสริมมีการทำนาประกอบด้วย สวนจากทำได้ทุกวันแต่ได้รายได้ไม่มากและสวนจากไม่ต้องดูแลมากปลูกครั้งเดียวอยู่ได้ตลอดนับร้อยปี การสืบทอดการเรียนรู้ ไม่มีคนมาสืบทอด รุ่นลูกไม่มีใครทำ โดยการที่ทางโรงเรียนสอนให้นักเรียนทำขนม จากเดือนสิบ โดยนำชาวบ้านมาสอนนักเรียน ผู้นำชุมชนกล่าวว่าเด็กรุ่นใหม่ไม่สนใจทำป่าจากกันเลย ถ้าไม่มีการอนุรักษ์ป่าจากก็จะสูญไป เนื่องจากต้นจากมีกระบวนการผลิตที่ยุ่งยาก มีราคาต่ำ คนตำบลปากแพรกและตำบลขนาบนาก ส่วนใหญ่ไปทำอาชีพรับจ้างทั่วไปในตัวจังหวัดนครศรีธรรมราช ตัวอำเภอปากพนัง และส่วนหนึ่งไปทำงานที่กรุงเทพฯ ที่ปากแพรก จึงมีแต่คนสูงอายุ เด็ก และคนพิการอยู่ ตอนนี้เด็กรุ่นใหม่ลืมวัฒนธรรมพื้นบ้านของตัวเอง โดยการไปทำอาชีพอื่นที่มีรายได้มากกว่าและส่งให้ลูกเรียนต่อจึงขาดการสืบทอด การทำอาชีพสวนจาก ในตำบลขนาบนากมีการอนุรักษ์และปลูกป่าจากทดแทนในบ่อกุ้งร้างมีพื้นที่ปลูกจากประมาณ 6,000 ไร่

สภาพทั่วไปการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากต้นจาก

ผลการศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการของป่าจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง ในประเด็นต่อการบริหารจัดการ **8 M's** โดยศึกษาแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ(Best Practice) ได้ศึกษาการบริหารจัดการสวนจากของคุณ โกวิทย์ จันทรังษี เจ้าของไร่จากจันทรังษีที่ทำอาชีพสวนจากและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ในตำบลขนาบนาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นแหล่งเรียนรู้การทำจากและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับการยอมรับในประเด็นต่อการบริหารจัดการ 8 M's ได้แก่ คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ/ จัดการ (Method/Management), เครื่องจักรกล (Machine),การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), และข้อมูลข่าวสาร (Message) และพบประเด็นเพิ่มเติมคือการสืบทอดรุ่นต่อรุ่น ดังนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี

ที่ตั้ง หมู่ที่ 2 ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

เจ้าของ นายโกวิทย์ จันทรังษี

1. การจัดการด้านการตลาด (Market) การจัดการทางการตลาดซึ่งเป็นส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะแบ่งเป็น 4 ด้าน ด้วยกัน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี พบว่าผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่จำหน่ายได้แก่น้ำตาลปี๊บ น้ำตาลเกร็ด น้ำส้มจาก น้ำตาลจากเข้มข้นน้ำผึ้งจาก ผลิตภัณฑ์จักสานจากต้นจาก และสุรากลั่น มีการใช้บรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกและแก้ว บรรจุภัณฑ์มีความหลากหลายและรูปแบบหลายชนิด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีได้รับการช่วยเหลือการพัฒนาไร่จากจากทีมงานวิจัย เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เป็นต้น

ภาพที่ 4.14 แสดงภาพผลิตภัณฑ์จากต้นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี

1.2 ราคา จากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี พบว่ามีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ตามขนาดผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงต้นทุนและกำไรที่เหมาะสม โดยปกติกลุ่มกำหนดราคาขายด้วยวิธีการบวกกำไรที่ต้องการเพิ่มจากต้นทุน เช่น น้ำตาลปึกขนาด 1-1.2 กก ราคาต้นทุนประมาณ 60 บาท บวกกำไร 40 บาท กลุ่มจึงกำหนดราคาขายเท่ากับ 100 บาท เป็นต้น ขายน้ำตาลจากเป็นปี๊บ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี ขายน้ำตาลจากเป็นปี๊บโดยมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากไร่ส่วนใหญ่เป็นนำไปกลั่นเป็นสุรา และทำขนมลา น้ำตาลจากขายได้ปี๊บละ 1,300-1500 บาทน้ำหนักประมาณ 25 กิโลกรัม โดยราคาขึ้นลงตามฤดูกาล ช่วงเทศกาลสาร์ทเดือนสิบน้ำตาลปี๊บจะมีราคาสูงที่สุดคือประมาณ 1,500 – 1,700 บาทต่อปี๊บ ราคาน้ำตาลจากปี๊บเป็นไปตามราคาตลาดพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ส่วนการกำหนดราคาขายปลีกปกติกลุ่มตั้งราคาจากต้นทุนบวกเพิ่มกำไรที่เหมาะสม

1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษากลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี พบว่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจากของกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี เน้นจำหน่ายให้กับลูกค้านักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวิถีชีวิตการทำไร่จาก ลูกค้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดนครศรีธรรมราชและต่างจังหวัดได้แก่ กรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่นๆ เช่น ตรัง พัทลุง เป็นต้น นอกจากนั้นมีการจำหน่ายสั่งซื้อ

ทางโทรศัพท์ สั่งซื้อทาง ไลน์ และเฟสบุ๊ค วิธีการจำหน่าย สำหรับลูกค้าสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และกลุ่มจะจัดส่งสินค้าทางไปรษณีย์ โดยให้ลูกค้าโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารกลุ่มก่อน จึงส่งสินค้าให้ลูกค้า

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษากลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี พบว่าเน้นประชาสัมพันธ์ปากต่อปาก ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊ค กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี มีแผ่นประชาสัมพันธ์แจกให้กับลูกค้านักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวิถีชีวิตการทำไร่จาก มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านการทำข่าวรายการข่าวโทรทัศน์ช่อง 9 และรายการสารคดีมาทำข่าววิถีชีวิตไร่จาก NBT นอกจากนี้ผู้เข้าชมไร่จากส่วนมากก็จะมีการถ่ายรูป และโพสรูปตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่างๆ ก็จะได้ประโยชน์อีกต่อหนึ่งด้วย มีการแถมเมื่อซื้อสินค้าและลดราคาให้เมื่อซื้อปริมาณมาก มีการนำน้ำหวานจากพร้อมดื่มมาให้ทดลองชิม เมื่อลูกค้าไปที่ไร่จากและหน้าร้าน

2. การจัดการการผลิต การจัดการด้านการผลิตกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี การจัดการด้านการผลิต วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์ กระบวนการผลิต และการวางแผนการผลิต ของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นจากดังนี้

2.1 น้ำตาลปี๊บ จากการศึกษาพบว่าน้ำตาลปี๊บเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตมากที่สุด มีวัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักรและอุปกรณ์ กระบวนการผลิต และการวางแผนการผลิต ของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นจากดังนี้

วัตถุดิบ ประกอบด้วย

1) น้ำหวานจาก น้ำหวานจากสดมีการนำกระบอกไปรองรับน้ำตาลมาทั้งคืน โดยน้ำหวานจากสดประมาณ 6 ปี๊บ ผลิตน้ำตาลได้ 1 ปี๊บ

2) ไม้เคี่ยม เพื่อป้องกันน้ำหวานจากเสียและขึ้นฟอง โดยใส่เคี่ยมเล็กน้อยประมาณ 10 เกร็ดไว้ในกระบอกรับน้ำตาลจากถ้าใส่ปริมาณมากจะทำให้น้ำตาลจากมีรสฝาด ไม้เคี่ยมมีการสั่งซื้อจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3) ไม้ฟืน ส่วนใหญ่ใช้ไม้ฟืนที่หาได้จากท้องถิ่นและสั่งซื้อเพิ่มเติม นอกจากนี้สามารถใช้ลูกจากแห้ง พอนจาก ใบจากมาเป็นเชื้อเพลิงได้

แรงงาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีมีการทำในครัวเรือนและหมู่ญาติโดยมีแรงงานสองคนต่อการผลิตน้ำตาลจากประมาณ 8 ไร่ หรืองวงจากประมาณ 100 ต้น สามารถผลิตน้ำหวานได้ประมาณ 6-7 ปี๊บ ซึ่งเคี่ยวเป็นน้ำตาลจากได้ 1 ปี๊บ โดยเป็นลักษณะการทำน้ำตาลโดยการแบ่งผลผลิตคือ ผลผลิตน้ำตาลจาก 10 ปี๊บ เจ้าของไร่ได้ 3 ปี๊บ

เครื่องจักรอุปกรณ์การผลิต ประกอบด้วย 1) กระทะใบบัว 2) เตาเคี่ยวน้ำตาล 3) กระบอกไม้ไผ่ 4) มีดปาดตาล ทับ) 5) ไม้ตีจาก 6) ไม้โซมตาล 7) มอ 8) หมาจาก 9) ปี๊บ 10) อื่น ๆ เช่น ที่กรอง ช้อน หม้อ เป็นต้น

กระบวนการผลิต ต้นจากที่สามารถทำน้ำตาลจากได้ใช้เวลาการปลูก 5-7 ปีโดยปกติการทำน้ำตาลจากสามารถทำได้ตลอดทั้งปี แต่ช่วงฤดูฝนประมาณเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ฝนตกหนักน้ำท่วมขัง จะไม่สามารถทำไร่จากได้ การผลิตมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม ดังนี้

1) การเลือกงวงจากที่ใช้ปาดน้ำตาลจาก จากการศึกษาพบว่าการเลือกงวงจากที่ใช้ปาดน้ำตาลจาก เป็นทะลายที่เนื้อในผลยังอ่อน สีผิวของผลสีแดงคล้ายระกำ อายุประมาณ 3 เดือน

2) การตีงวงจาก จากการศึกษาพบว่าการตีงวงจากโดยจะใช้ไม้ตีที่ด้านหลังของงวงจาก เพื่อให้งวงจากหยุดการเจริญเติบโตเพื่อทำให้น้ำหวานมาคลั่งอยู่ที่งวงจาก วิธีการตีงวงจากมีหลายวิธี เช่น ตีวันละ 1 มื้อ ตี 50 ครั้ง ติดต่อกัน 3 วัน เว้นการตี 10 วัน และใช้เท้าโยกที่งวงจากด้วย หลังจากนั้นมาตีใหม่อีก 3 วัน เว้นอีก 10 วัน ก่อนจะปาดเอาน้ำหวานจากได้

3) การปาดงวงจาก จากการศึกษาพบว่าเมื่อตีงวงจากครบกำหนดแล้ว ทำการตัดผลจากทิ้งเรียกว่า “**การปาดตาล**” การปาดงวงจากครั้งแรกจะใช้ดินเหนียวทารอยแผลงวงจากเรียกว่าบ่มจากไว้ 1 คืน อีกวันจึงมีการปาดงวงจากอีกครั้ง แล้วนำกระบอกไปรองรับน้ำตาลโดยใส่ไม้เคี่ยวเล็กน้อยลงในกระบอกป้องกันบูดการเปรี้ยวของน้ำหวานจาก การปาดงวงจากเวลาประมาณ 15.30-16.00 นาฬิกา แล้วรองน้ำหวานจากจนถึง 6 โมงเช้าของอีกวัน เกษตรจะมาปาดงวงจากซ้ำอีกรอบเรียกว่า “**ล้างหน้าตาล**” และรองรับน้ำตาลไปจนถึงประมาณ 10.00 น.จึงเก็บกระบอกน้ำตาลเพื่อไปทำการเคี่ยวน้ำตาล

4) การเคี่ยวน้ำตาลจาก จากการศึกษาพบว่าการเคี่ยวน้ำตาลจากเมื่อนำน้ำตาลจากจากกระบอกไม้ไผ่มาเทรวมกันลงกระทะใบบัวโดยกรองเศษไม้เคี่ยมออกก่อน โดยส่วนใหญ่จะเริ่มเคี่ยวเวลาประมาณเที่ยง และเคี่ยวน้ำตาลประมาณ 2-3 โมง โดยใช้ไฟแรงในการเคี่ยว ระหว่างการเคี่ยวน้ำตาลที่เดือดเป็นฟองล้นออกมา จะมีการนำ **“มอ”** มาครอบกระทะเพื่อป้องกันน้ำตาลจากล้นจากกระทะ จนน้ำตาลเหนียวจึงยกกระทะใบบัวลงจากเตา มาวางบนยางรถยนต์เพื่อทำการระบายอากาศโดยนำมาไม้โซมน้ำตาลเรียกว่า โซมน้ำตาล อีกประมาณ 30 นาที น้ำตาลมีความร้อนที่ลดลงจึงตักใส่ปี๊บรอจำหน่าย น้ำหวานจากประมาณ 7 ปี๊บได้น้ำตาลจาก 1 ปี๊บ

2.2 น้ำตาลจากเข็มข้น (น้ำผึ้งจาก)

จากการศึกษาพบว่าน้ำตาลจากเข็มข้นน้ำผึ้งจากมีการผลิตเหมือนน้ำตาลปี๊บ โดยมีการใส่เคี่ยมปริมาณน้อยกว่าทำน้ำตาลปี๊บถ้าใส่มากรสจะฝาดโดยมีการเคี่ยวน้ำตาลเพียง 1.30 ชั่วโมงแล้วปล่อยให้เย็น ไม่ต้องโซมน้ำตาลแล้วรอบรรจุใส่บรรจุภัณฑ์รอจำหน่าย

2.3 น้ำส้มจาก

จากการศึกษาพบว่าการผลิตน้ำส้มจาก น้ำส้มจากทำจากน้ำตาลจากโดยใช้วิธีการตัดงวงจากโดยไม่ใส่เคี่ยมแล้วก็หมักใส่โอ่งไว้แล้วหมักไปประมาณ 15 วันจนกว่าน้ำหวานจากจะเปรี้ยวกลายเป็นน้ำส้มจึงมีการนำมาบรรจุขวดเพื่อจำหน่ายต่อไป

2.4 น้ำตาลจากสดพร้อมดื่ม

จากการศึกษาพบว่าน้ำตาลจากสดพร้อมดื่ม ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีมีการผลิตน้ำตาลจากสดพร้อมดื่มจำหน่ายให้กลุ่มนักท่องเที่ยวจะมีการผลิตไว้ตามคำสั่งผลิตรอกรุ๊ปนักท่องเที่ยว การผลิตมีการผลิตเหมือนน้ำตาลปี๊บ โดยใส่ไม้เคี่ยมน้อยกว่าการทำน้ำตาลปี๊บถ้าใส่มากจะทำให้มีรสฝาดและเก็บน้ำตาลตอนเช้า แล้วนำมาต้มน้ำตาลฆ่าเชื้อประมาณ 1 ชั่วโมงแล้วปล่อยให้เย็น ไม่ต้องโซมน้ำตาลแล้วรอบรรจุใส่บรรจุภัณฑ์รอจำหน่าย โดยต้องใส่ไว้ในตู้เย็น

2.5 การทำน้ำตาลเกล็ด

จากการศึกษาพบว่าน้ำตาลเกล็ดที่ได้จากน้ำตาลจาก จะมีลักษณะเป็นเมล็ดหยาบ ๆ คล้ายกับเม็ดทราย ขั้นตอนก็จะเริ่มทำเช่นเดียวกับน้ำตาลสด แต่จะเลือกทำกับน้ำตาลที่ได้จากการปาดตาลครั้งแรก ๆ ของงวงจากแต่ละงวง เนื่องจากน้ำตาลที่ได้จากการปาดตาลวันแรก ๆ จะมีความเข้มข้นสูง เหมาะสำหรับทำเป็นน้ำตาลเกล็ดได้ ขั้นตอนการต้มหรือเคี่ยวก็คล้าย ๆ กับการทำน้ำตาลปี๊บ แต่จะต้องนำน้ำตาลที่ได้ไปตากแดดหลาย ๆ แดดแล้วนำมาบดด้วยไม้จนกระทั่งเป็นน้ำตาลเม็ดเล็ก ๆ ก็จะทำการบรรจุลงภาชนะเพื่อจำหน่ายให้ลูกค้า

2.6 ลูกจากเชื่อม

จากการศึกษาพบว่าลูกจากที่นำมารับประทานได้เรียกว่า **“ลูกจากทรามกิน”** เป็นลูกจากที่ไม่แก่ไม่อ่อนเกินไปมีลักษณะคล้ายลูกตาล ลูกจากสามารถรับประทานสดหรือเชื่อมเป็นลูกจากเชื่อมได้ **ลูกจากทรามกิน** ทำรับประทานในครัวเรือนไม่นิยมทำออกมาจำหน่าย เนื่องจากลูกจากที่ทำน้ำตาลจากจะไม่สามารถทำลูกจากทรามกินได้ ทำให้ไม่มีการทำลูกจากทรามกินหรือลูกจากเชื่อมมาจำหน่าย เนื่องจากการผลิตน้ำตาลจากสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงกว่า

2.7 สุรากลั่น

จากการศึกษาพบว่าการผลิตเหล้าที่ตำบลขนาบนากมีกลุ่มผลิตเหล้า 5 ยี่ห้อได้แก่ ม้าทอง เพชรเกตุ พญานาค กรงทอง และ มังกรไทย สำหรับการทำเหล้าขาวกลั่นในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีมีการรับฝากสุรากลั่นมาจำหน่ายหน้าร้านของไร่ด้วย

2.8 หัตถกรรมจักสาน

จากการศึกษาพบว่าหัตถกรรมจักสานมีการนำก้านใบมาจักสานเป็นอุปกรณ์ต่างๆเช่นที่รองก้นหม้อ(เสวียนหม้อ) ภาชนะตักน้ำ(หมาจาก) ไม้กวาด หมวกจาก ตะกร้าแบบต่างๆ ทางกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีมีนำหัตถกรรมจักสานจากกลุ่มชาวบ้านมามาจำหน่ายหน้าร้านของไร่ด้วย

การวางแผนการผลิต

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีได้วางแผนการผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ดังนี้

1) ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เมื่อมีลูกค้ามาสั่งซื้อจึงดำเนินการผลิต

2) ผลิตไว้เพื่อขาย ณ ร้านค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี สำหรับลูกค้ามาเยี่ยมชมไร่จากสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้เลย

ระยะเวลาการผลิต

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดต้องใช้เวลาในการผลิตและบรรจุภัณฑ์ประมาณ 1-2 วัน น้ำส้มจากมีการผลิตใช้เวลา 15 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวสั่งก่อนล่วงหน้าเพื่อผลิตน้ำหวานจากพร้อมดื่มเนื่องจากบูดเสียได้ง่าย จึงไม่ผลิตไว้จำหน่ายยกเว้นมีการสั่งผลิตวันต่อวัน

ด้านการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการ จากการศึกษาพบว่าการบริหารจัดการใช้การบริหารงานระบบครอบครัว การวางแผน การจัดองค์กร การจัดคน การอำนวยการ การประสานงานต่างๆมีการดำเนินการโดยเจ้าของไร่จาก และงานเกือบทุกหน้าที่เจ้าของไร่จากดำเนินการเอง การบริหารจัดการใช้วิธีการบริหารจัดการแบบภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยปกติการทำน้ำตาลจากสามารถทำได้ตลอดทั้งปี แต่ช่วงฤดูฝนประมาณเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ฝนตกหนักน้ำท่วมขัง จะไม่สามารถทำไร่จากได้ จึงมีการบริหารจัดการโดยต้องมีการทำอาชีพอย่างอื่นเสริมด้วย

ด้านการเงิน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีใช้เงินทุนจากเงินทุนของตัวเอง การขายน้ำตาลจากเป็นปี๊บโดยมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากไร่ น้ำตาลจากขายได้ปี๊บละ 1,300-1500 บาทน้ำหนักประมาณ 25 กิโลกรัม โดยราคาขึ้นลงตามฤดูกาล ช่วงเทศกาลสารทเดือนสิบน้ำตาลปี๊บจะมีราคาสูงที่สุดคือประมาณ 1,500 – 1,700 บาทต่อปี๊บ ราคาน้ำตาลจากเป็นไปตามราคาตลาดพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์จากต้นจากไม่แน่นอนมีรายได้วันละ 500 – 2,000 บาท การจัดทำบัญชีมีการจัดทำบัญชีรับ-จ่าย รายวัน ตามความเข้าใจของผู้จัดทำบัญชี โดยไม่ได้ทำตามหลักการบัญชี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-50,000 บาท

ตารางที่ 4.1 การจัดทำบัญชีต้นทุนขั้นพื้นฐาน ชื่อผลิตภัณฑ์ น้ำตาลจากปี๊บ จำนวนที่ผลิตวันละ 1 ปี๊บ หรือ 30 ปี๊บ/เดือน

ส่วนประกอบต้นทุน	ราคาต้นทุนต่อปี๊บ
ค่าแรงงาน	300
ค่าปี๊บ	30
ค่าน้ำค่าไฟในการผลิต	5
ค่าฟืนในการเคี่ยวน้ำตาลปี๊บ	20
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ต่างๆเตา กระทะ เครื่องมือ โรงเรือน เป็นต้น)	3
ค่าต้นเคี่ยม	10
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	2
รวมต้นทุนการผลิตต่อปี๊บ(ไม่รวมค่าน้ำหวานจาก)	370
ราคาขายต่อปี๊บ	1,200
รายได้ต่อปี๊บ	830

ตารางที่ 4.2 การจัดทำบัญชีต้นทุนขั้นพื้นฐาน ชื่อผลิตภัณฑ์ น้ำตาลจากปี๊บ บรรจุขนาด 1 กิโลกรัม

ส่วนประกอบต้นทุน	ราคาต้นทุนต่อปี๊บ
น้ำตาลปี๊บ	50
ค่าแรงงาน	5
ค่าบรรจุภัณฑ์แก้ว	15
ค่าน้ำค่าไฟในการผลิต	2
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ต่างๆ	2
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1
รวมต้นทุนการผลิตต่อหน่วย	75
ราคาขายต่อหน่วย	100
รายได้ต่อหน่วย	25

ตารางที่ 4.3 การจัดทำบัญชีต้นทุนขั้นพื้นฐาน ชื่อผลิตภัณฑ์ น้ำตาลจากเกร็ด ขนาด 0.6 กิโลกรัม

ส่วนประกอบต้นทุน	ราคาต้นทุนต่อปี๊บ
น้ำตาลเกร็ด	40
ค่าแรงงาน	5
ค่าบรรจุภัณฑ์พลาสติก	12
ค่าน้ำค่าไฟในการผลิต	1
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ต่างๆ	1
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1
รวมต้นทุนการผลิตต่อหน่วย	60
ราคาขายต่อหน่วย	100
รายได้ต่อหน่วย	40

ตารางที่ 4.4 การจัดทำบัญชีต้นทุนขั้นพื้นฐาน ชื่อผลิตภัณฑ์ น้ำตาลจากเข็มข้น ขนาด 300 CC

ส่วนประกอบต้นทุน	ราคาต้นทุนต่อปี๊บ
น้ำตาลจากเข็มข้น	10
ค่าแรงงาน	5
ค่าบรรจุภัณฑ์พลาสติก	12
ค่าน้ำค่าไฟในการผลิต	2
ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ต่างๆ	0.25
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	1
รวมต้นทุนการผลิตต่อหน่วย	30
ราคาขายต่อหน่วย	50
รายได้ต่อหน่วย	20

ขวัญและกำลังใจ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นการดำเนินการในครัวเรือน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยทางภาครัฐมีการจัดสรรงบประมาณในการซื้อปุ๋ยสำหรับป่าจาก และสนับสนุนเงินทุนปลูกป่าจากทดแทนในบ่อกุ้งร้างมีพื้นที่ปลูกจากประมาณ 6,000 ไร่ โดยปลูกทดแทนปีละประมาณ 150 ไร่ ในอดีตน้ำตาลจากมีราคาตกต่ำปี๊บละ 500 บาทได้มีหน่วยงานภาครัฐจัดสรรงบประมาณ 200,000 บาทเข้ามาพยุงราคาน้ำตาลจาก ปัจจุบันได้มีหน่วยงานต่างๆให้ความสนใจอาชีพสวนจากทั้งมีการวิจัย การสนับสนุนงบประมาณต่างๆ และการท่องเที่ยววิถีชีวิตป่าจาก

ข้อมูลข่าวสาร

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีมีการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค ไลน์ แผ่นประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานภาครัฐ โดยผ่านเกษตรตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล และการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4.3 สภาพปัญหาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจาก

ผลการศึกษาสภาพปัญหาและการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์จากต้นจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง ในประเด็นต่อการบริหารจัดการ 8 M's ได้แก่ คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ/จัดการ (Method/ Management), เครื่องจักรกล (Machine),การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), และข้อมูลข่าวสาร (Message) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าคน ของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

1. ปัญหาด้านคน

พบว่าเกษตรกรสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากใช้การ บริหารงานระบบครอบครัวใช้การพูดคุยสั่งการโดยตรงระหว่างเจ้ากับบุคคลในครอบครัวหรือแรงงาน ปัญหาขาดแคลนแรงงานโดยส่วนทำเพียงคนเดียวหรือสองคนต่อการผลิตน้ำตาลจากประมาณ 8 ไร่ หรืองวงจากประมาณ 100 ต้น สามารถผลิตน้ำหวานได้ประมาณ 6-7 ปี๊บ ซึ่งเคี่ยวเป็นน้ำตาลจากได้ 1 ปี๊บ

2. ปัญหาด้านการเงิน

พบว่าเกษตรกรสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากใช้เงินทุนจากเงินทุนของตัวเอง โดยลักษณะการขายน้ำตาลจากจะมีลักษณะการขายครั้งละปี๊บ หรือขายครั้งหลายปี๊บตามภาวะเศรษฐกิจของแต่ละครัวเรือน โดยครัวเรือนที่มีภาวะการเงินดีไม่เดือนร้อนก็จะทำการขายครั้งละหลายปี๊บได้ เงินลงทุนการต่ำอาจจะใส่ปุ๋ยบ้าง และปลูกจากครั้งเดียวสามารถอยู่ได้เป็นร้อยปี เกษตร

สามารถมีรายได้จากการทำน้ำตาลจากปี๊บเฉลี่ยวันละประมาณ 500-1,000 บาทต่อครัวเรือนแต่ต้องใช้ระยะเวลาในการจำหน่ายจึงทำให้ผู้ทำอาชีพสวนจากขาดรายได้จึงหันไปประกอบอาชีพอื่นแทน นอกจากนี้ เงินทุนสำรองสำหรับการผลิต พบว่า ยังไม่มีทุนสำรองใช้ทุนของตัวเองในการผลิต การผลิตใช้เงินทุนต่ำในการผลิต จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายเป็นคราวๆ ไป ไม่มีการผลิตผลิตภัณฑ์สำรอง เมื่อได้รับการสั่งซื้อเร่งด่วน ทำให้ไม่มีสินค้าจำหน่ายเพียงพอ การจัดทำบัญชีของกลุ่มยังไม่เป็นไปตามระบบบัญชี เป็นเพียงการบันทึกรายรับ-รายจ่าย กำไรขาดทุน ทำให้ไม่สะดวกต่อการตรวจสอบ และการนำเสนอทางวิชาการ

3. ปัญหาด้านวัตถุดิบและการผลิต

ปัญหาด้านวัตถุดิบ พบว่าเกษตรกรสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากไม่สามารถผลิตน้ำตาลจากได้ช่วงหน้ามรสุมเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม ทำให้น้ำตาลจากขาดแคลน ส่วนไม้ฟืนที่ใช้ในการเคี่ยวน้ำตาลไม่เพียงพอ ต้องมีการสั่งซื้อไม้ฟืนจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี และไม้เคียมมีไม่เพียงพอในพื้นที่มีการสั่งซื้อจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีเช่นเดียวกัน

ปัญหาด้านแรงงาน พบว่าเกษตรกรป่าจากและขาดแคลนแรงงานโดยส่วนทำเพียงคนเดียวหรือสองคนต่อการผลิตน้ำตาลจากประมาณ 8 ไร่ หรืองวงจากประมาณ 100 ต้น สามารถผลิตน้ำหวานได้ประมาณ 6-7 ปี๊บ ซึ่งเคี่ยวเป็นน้ำตาลจากได้ 1 ปี๊บ

ปัญหาด้านกระบวนการผลิต พบว่าการผลิตภัณฑ์จากต้นจาก มีกระบวนการผลิตที่ใช้เวลาในการผลิตยาวนานหลายขั้นตอน การผลิตมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม กระบวนการผลิตไม่สามารถควบคุมได้เช่น ความหวานน้ำตาล ฟืน เวลาในการเคี่ยวน้ำตาลซึ่งอาศัยทำให้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่ได้แต่ละครั้งที่ได้ไม่สม่ำเสมอ เป็นต้น

ปัญหาด้านวัตถุดิบ พบว่าเกษตรกรสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากไม่สามารถผลิตน้ำตาลจากได้ช่วงหน้ามรสุมเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม ทำให้น้ำตาลจากขาดแคลน ส่วนไม้ฟืนที่ใช้ในการเคี่ยวน้ำตาลไม่เพียงพอ ต้องมีการสั่งซื้อไม้ฟืนจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี และไม้เคียมมีไม่เพียงพอในพื้นที่มีการสั่งซื้อจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีเช่นเดียวกัน

4. ปัญหาด้านวิธีการ/จัดการ

พบว่าเกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากขาดการบริหารจัดการใช้วิธีการบริหารจัดการแบบระบบครอบครัวและเครือญาติ การวางแผน การจัดองค์กร การจัดคน การอำนวยการ การประสานงานต่างๆมีการดำเนินการโดยเจ้าของสวนจาก และงานเกือบทุกหน้าที่เจ้าของสวนจากดำเนินการเอง โดยนิยมผลิตน้ำตาลจากเป็นน้ำตาลปี๊บสำหรับทำสุรากลั่น โดยปกติการทำน้ำตาลจากสามารถทำได้ตลอดทั้งปี แต่ช่วงฤดูฝนประมาณเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ฝนตกหนักน้ำท่วมขัง จะไม่สามารถทำไร่จากได้ จึงต้องมีการทำอาชีพอย่างอื่นเสริมด้วย นอกจากนี้ปัญหาด้านกระบวนการผลิต พบว่าการผลิตภัณฑ์จากต้นจาก มีกระบวนการผลิตที่ใช้เวลาในการผลิต

ยาวนานหลายขั้นตอน การผลิตมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม กระบวนการผลิตไม่สามารถควบคุมได้เช่น ความหวานน้ำตาล ฟืน เวลาในการเคี่ยวน้ำตาลซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่ได้แต่ละครั้งที่ได้ไม่สม่ำเสมอ

5. เครื่องจักรกล

พบว่าเกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีการใช้เครื่องมือแบบภูมิปัญญาดั้งเดิม ขาดการนำเครื่องจักรกลมาใช้ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่ได้แต่ละครั้งที่ได้ไม่สม่ำเสมอ

6. ปัญหาด้านการตลาด

พบว่าปัญหาด้านการตลาดผลิตภัณฑ์จากต้นจากคือ

1) ปัญหาด้านตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพของสินค้า การบรรจุภัณฑ์ ยังไม่มีการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนั้นยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ

2) ปัญหาด้านราคา พบว่าราคาตกต่ำไม่แน่นอน โดยพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ส่วนใหญ่ขายน้ำตาลจากเป็นปี๊บโดยมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากถึงสวนจากส่วนใหญ่เป็นนำไปกลั่นเป็นสุรา และทำขนมลา น้ำตาลจากขายได้ปี๊บละ 1,300-1500 บาทน้ำหนักประมาณ 25 กิโลกรัม โดยราคาขึ้นลงตามฤดูกาล ช่วงเทศกาลสารทเดือนสิบน้ำตาลปี๊บจะมีราคาสูงที่สุดคือประมาณ 1,500 – 1,700 บาทต่อปี๊บ ราคาน้ำตาลจากปี๊บเป็นไปตามราคาตลาดพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ส่วนการกำหนดราคาขายปลีกปกติกลุ่มตั้งราคาจากต้นทุนบวกเพิ่มกำไรที่เหมาะสม ในภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อาจทำให้ต้องกำหนดราคาขายสูงขึ้นตามไปด้วย ปัจจุบันส่วนราคาตับจากมีคนมารับซื้อ ราคา 100 ตับขายได้ 300 บาท วันหนึ่งผลิตได้ประมาณ 50-60 ตับ โดยเฉลี่ยแล้วได้เงินวันละประมาณ 150 บาทต่อวันเกษตรกรทำไว้เป็นอาชีพเสริม คนซื้อเป็นคนกำหนดราคา คนรับซื้อมีหลายเจ้า โดยตับจากนิยมนำไปมุงรีสอร์ท

3) ปัญหาช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาช่องทางการตลาดไม่หลากหลาย มีการขายที่ร้านค้าของชุมชน การออกบูทจำหน่าย ขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไลน์ และเฟสบุ๊ค

4) ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด เกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากยังขาดการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์มีไม่มาก เน้นประชาสัมพันธ์ปากต่อปาก ประชาสัมพันธ์ผ่านเฟสบุ๊ค และรายการข่าวโทรทัศน์ การส่งเสริมการขายอื่นๆการแถมเมื่อซื้อสินค้าและลดราคาให้เมื่อซื้อปริมาณมากยังมีน้อย

7. ปัญหาขวัญและกำลังใจ

พบว่าเกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากบางขาดส่วนขาดขวัญและกำลังใจการทำอาชีพผลิตภัณฑ์จากต้นจากทำแบบครอบครัว หน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนบ้างแต่ส่วนใหญ่ยังมีวิถีแบบดั้งเดิมรายได้ไม่เพียงพอ จึงมีการทิ้งป่าจากให้รกร้างและลูกหลานไม่มีการสืบทอดการทำสวนจาก บางส่วนมีการเปลี่ยนเป็นบ่อกุ้ง โดยป่าจากตำบลขนาบนากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยมีการจัดสรรงบประมาณในการซื้อปุ๋ยสำหรับป่าจาก และสนับสนุนเงินทุนปลูกป่าจากทดแทนในบ่อกุ้งร้างมีพื้นที่ปลูกจากประมาณ 6,000 ไร่ โดยปลูกทดแทนปีละประมาณ 150 ไร่ ในอดีตน้ำตาลจากมีราคาตกต่ำปีบละ 500 บาทได้มีหน่วยงานภาครัฐจัดสรรงบประมาณ 200,000 บาทเข้ามาพยุงราคาน้ำตาลจาก ปัจจุบันได้มีหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสนใจอาชีพสวนจากทั้งมีการวิจัย การสนับสนุนงบประมาณต่าง ๆ และการท่องเที่ยววิถีชีวิตป่าจาก

8. ปัญหาข้อมูลข่าวสาร

พบว่าเกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานภาครัฐ โดยผ่านเกษตรตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล ตำบลขนาบนากมีการรวมกลุ่มเกษตรกรอาชีพป่าจากแต่จากการสัมภาษณ์เกษตรกรอาชีพสวนจากมีการรวมตัวกันแบบเฉพาะกิจเมื่อมีภารกิจหรือมีผู้เข้ามาเยี่ยมชม

9. ปัญหาการสืบทอด นอกจากนั้นอาชีพการทำสวนจากที่ปากแพรกกำลังจะสูญหายไปเนื่องจากขาดผู้สืบทอดโดยเกษตรส่วนใหญ่เป็นรุ่นพ่อแม่ส่วนรุ่นลูกจากการสอบถามทั้งตำบลขาบนากและตำบลปากแพรกขาดผู้สืบทอด เนื่องจากเด็กรุ่นใหม่มองว่าอาชีพทำสวนจากมีความยากลำบากรายได้ไม่แน่นอน นอกจากนี้ปัจจุบันเกษตรกรอาชีพทำสวนจากมีการเปลี่ยนอาชีพทำนากุ้ง มีหน่วยงานมาทำการอนุรักษ์อยู่บ้างโดยนำไปสอนวิธีการทำจากในโรงเรียน ซึ่งเด็กรุ่นใหม่ตอนนี้อาชีพทำสวนจากทำไม่เป็นแล้ว โดยทางชุมชน หน่วยงาน อบต. อยากอนุรักษ์ไว้ การทำจากในปากแพรกทำเป็นอาชีพอยู่แถวหมู่ 2 หมู่ 3 ส่วนหมู่ 7 โดยมีการทำสวนจากในปากแพรกเป็นจำนวนน้อยมีการเปลี่ยนอาชีพทำนากุ้งแทน ปัจจุบันนี้ที่ปากแพรก หมู่ 7 ก็ยังเย็บจากกันอยู่และทำน้ำส้มจากอยู่บ้าง การทำอาชีพป่าจากถือว่าเป็นอาชีพเสริม โดยมีการทำนาประกอบด้วย อาชีพทำสวนจากทำได้ทุกวันแต่ได้รายได้ไม่มากและสวนจากไม่ต้องดูแลมากปลูกครั้งเดียวอยู่ได้เป็นร้อยปี การสืบทอดการเรียนรู้ไม่มีคนมาสืบทอด รุ่นลูกไม่มีใครทำ

10. พฤติกรรมผู้บริโภค ผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากต้นจาก พบว่าผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้นจากแหล่งอินเตอร์เน็ต โทรทัศน์ ญาติหรือเพื่อน จากบูทแสดงสินค้า แผ่นพับ ใบปลิว วิทยุ ผู้บริโภคไม่ทราบว่าจะนำผลิตภัณฑ์ต้นจากไปทำอะไรได้บ้าง ผลิตภัณฑ์ต้นจากที่เคยเลือกซื้อคือ น้ำตาลจากปี๊บ น้ำส้มจาก หัตกรรมจากต้นจาก น้ำตาลจากเข็มข้น น้ำตาลเกร็ด แหล่งซื้อหายาก ต้องไปซื้อในแหล่งผลิต มีรสชาติที่ไม่คุ้นเคย การโฆษณา

ประชาสัมพันธ์มีน้อย การตัดสินใจซื้อเกิดจาก ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สีและกลิ่นน่ารับประทาน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีตรายี่ห้อมีหลากหลายขนาดให้เลือก ช่องทางการจัดจำหน่าย ซื้อได้สะดวก มีวางขายตลอดเวลา ช่องทางจัดจำหน่ายทางอินเตอร์เน็ต ออกบูทแสดงสินค้า ทางไปรษณีย์ การส่งเสริมการขาย การลดราคา การมีของแถม การจัดบรรจุภัณฑ์ การแจกสินค้าตัวอย่าง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ/ใบปลิว สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางทีวี สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์จากทางอินเตอร์เน็ต

4.4 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากต้นจาก

1. การศึกษาสภาวะตลาดและการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จากต้นจาก

การศึกษาสภาวะตลาดและการแข่งขันของผลิตภัณฑ์จากต้นจากนั้น ผู้วิจัยได้ใช้หลักการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันต่างๆ ขององค์กรธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์ในการดำเนินธุรกิจ โดยการวิเคราะห์ถึงสภาวะการแข่งขันของธุรกิจ และการนำทฤษฎีของ Michael E.Porter 2008 ว่าด้วยเรื่องการวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม โดยใช้ชื่อว่า Porter’s Five Force Model เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีผลการวิเคราะห์การแข่งขันในอุตสาหกรรม 5 ประการ Five Force Model ของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ดังต่อไปนี้

ประการที่ 1 การแข่งขันกันระหว่างคู่แข่งภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน

การแข่งขันในธุรกิจผลิตภัณฑ์จากต้นจากยังไม่รุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการน้อยรายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทำให้ยังสามารถขยายตลาดได้อีกมากถ้ามีการเพิ่มกำลังการผลิต

ประการที่ 2 อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต

อำนาจการต่อรองของผู้จำหน่ายวัตถุดิบมีน้อย เนื่องจากการที่ซื้อวัตถุดิบมีหลายรายอำนาจต่อรองของผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์และวัตถุดิบ ซึ่งผู้จำหน่ายวัตถุดิบคือเกษตรกรผู้ผลิตหลายรายผู้ประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์จากต้นจากสามารถวางแผนการผลิตได้

ประการที่ 3 อำนาจต่อรองของลูกค้า

อำนาจต่อรองของลูกค้ามีมาก ลูกค้าเป็นปัจจัยที่สร้างแรงกดดันประการหนึ่งต่อการแข่งขันในธุรกิจผลิตภัณฑ์จากต้นจากต้องมีการวิเคราะห์ลูกค้าเพื่อที่จะได้ทราบว่าลูกค้ามีอำนาจการต่อรองมากเพียงใด โดยสรุป อำนาจการต่อรองของลูกค้านั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะถ้าผู้ประกอบการมีลูกค้าน้อยรายทำให้อำนาจการต่อรองตกไปอยู่ในมือของลูกค้า ทางผู้ประกอบการจึงควรขยายฐานลูกค้าเพื่อลดอำนาจการต่อรองลง

ประการที่ 4 ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนมีมาก ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนเกิดขึ้นจากการเข้ามามีบทบาทมากขึ้นของสินค้า หรือ บริการอื่น ทีมีคุณลักษณะเทียบเคียงได้กับสินค้าเดิม ทำให้ผู้ซื้อเปรียบเทียบราคาระหว่างสินค้าเดิมกับสินค้าทดแทน จนผู้ซื้ออาจเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนได้กล่าวโดยสรุป สินค้าทดแทนของผลิตภัณฑ์จากต้นจาก คือผลิตภัณฑ์น้ำตาลทุกชนิด น้ำตาลมะพร้าว น้ำตาลตะโนด ซึ่งเป็นทางเลือกพื้นฐานของผู้บริโภคทั่วไปอยู่แล้วทั่วไปสามารถเลือกสินค้าทดแทนมาบริโภคได้โดยง่าย และมีราคาที่ต่ำกว่าผลิตภัณฑ์จากต้นจาก

ประการที่ 5 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่

แม้ว่าการเริ่มทำธุรกิจผลิตภัณฑ์จากต้นจากตอนนี้มีผู้แข่งขันน้อยราย แต่การที่การลงทุนที่ต่ำจึงมีโอกาสสูงที่จะมีผู้แข่งขันรายใหม่จะก้าวเข้าสู่ธุรกิจชนิดนี้ โดยผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์ถึงภัยคุกคามจากประกอบการรายใหม่อยู่เสมอ เพื่อที่จะได้ประเมินคู่แข่ง และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆของตัวผู้ประกอบการเองด้วย

จากการวิเคราะห์ข้างต้นจะเห็นได้ว่าการแข่งขันในผลิตภัณฑ์จากต้นจากการแข่งขันในธุรกิจผลิตภัณฑ์จากต้นจากยังไม่รุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการน้อยราย อำนาจการต่อรองต่อผู้จัดจำหน่ายจะมีค่อนข้างต่ำเนื่องจากการทีซื้อวัตถุดิบมีหลายราย อำนาจต่อรองของลูกค้า ลูกค้าน้อยรายทำให้อำนาจการต่อรองตกไปอยู่ในมือของลูกค้า ทางผู้ประกอบการจึงควรขยายฐานลูกค้าเพื่อลดอำนาจการต่อรองลง ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน สินค้าทดแทนของผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีสูง ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ แม้ว่าการเริ่มทำธุรกิจผลิตภัณฑ์จากต้นจากตอนนี้มีผู้แข่งขันน้อยราย แต่การที่การลงทุนที่ต่ำจึงมีโอกาสสูงที่จะมีผู้แข่งขันรายใหม่จะก้าวเข้าสู่ธุรกิจ การทำให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์จากต้นจากยังสามารถทำกำไรได้จากต้นทุนแปรผันต่ำคู่แข่งที่ไม่มาก แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากต้นจากเป็นสินค้าที่ถูกทดแทนจากสินค้าได้ง่าย อำนาจในการต่อรองของผู้ซื้อที่สูง จึงต้องให้ความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า โดยทำให้มีมูลค่าสินค้าสูงขึ้นในสายตาผู้บริโภค รวมทั้งสร้างการยอมรับในตรายี่ห้อ ซึ่งจะเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันและถือเป็นหนทางหนึ่งในการป้องกันคู่แข่งรายใหม่เข้ามาสู่ในธุรกิจนี้ ควรเพิ่มช่องทางการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสร้างมูลค่าให้กับสินค้าพร้อมๆกับทำให้ผู้บริโภคยอมรับและจงรักภักดีในตรายี่ห้อ

2. ผลการวิเคราะห์ SWOT

จากการศึกษาเอกสารขอมูลผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ SWOT ซึ่งประกอบไปด้วย จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threats) สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) มีความชำนาญในการผลิตโดยอาศัยภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมา ทำให้ได้วัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะโดดเด่น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์มีความเข้าใจถึงบริบททางสังคม สามารถนำมาเพิ่มคุณค่าผ่านเรื่องราวสู่ผู้บริโภคได้ เป็นแหล่งผลิตที่มีความเฉพาะเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีสวนจากในเขตน้ำเค็มและน้ำกร่อย คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จึงมีความแตกต่าง และโดดเด่นชัดเจน	**จุดอ่อน (Weakness)** การสร้างการรับรู้ที่มีต่อสวนจาก ผลิตภัณฑ์ที่ได้ให้กลุ่มเป้าหมาย ชุมชนยังขาดรูปแบบการสร้างการรับรู้และการยอมรับในตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย สินค้าและผลิตภัณฑ์ยังขาดการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์ เทคโนโลยีในการผลิตสินค้าต่ำ จึงขยายกำลังการ ผลิตเพื่อผลิตสินค้าจำนวนมากได้ยาก
โอกาส Opportunity) ภาครัฐให้ความสำคัญกับพืชในชุมชน ซึ่งจากคือหนึ่งในพืชที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการวิจัย ในหลากหลายมิติ ความต้องการผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	**อุปสรรค Threats)** สินค้าทดแทนที่มีลักษณะคล้ายกัน เช่น ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด เป็นต้น มีภัยพิบัติทางธรรมชาติ ฝนตกและน้ำท่วมเกือบทุกปี

ภาพที่ 4.15 แสดงการวิเคราะห์ SWOT ผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีจุดแข็งมีความชำนาญในการผลิตโดยอาศัยภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดมา ทำให้ได้วัตถุดิบที่มีลักษณะเฉพาะโดดเด่น ผู้ประกอบการเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนังมีความเข้าใจถึงบริบททางสังคม สามารถนำมาเพิ่มคุณค่าผ่านเรื่องราวสู่ผู้บริโภคได้ แหล่งผลิตที่มีความเฉพาะเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีสวนจากในเขตน้ำเค็มและน้ำกร่อย คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จึงมีความแตกต่าง และโดดเด่นชัดเจน แต่มีจุดอ่อน ยังขาดรูปแบบการสร้างการรับรู้และการยอมรับในตราสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าและผลิตภัณฑ์ยังขาด การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ขาดการพัฒนา ตรา

สัญลักษณ์ เทคโนโลยีในการผลิตสินค้าต่ำ จึงขยายกำลังการ ผลิตเพื่อผลิตสินค้า จำนวนมากได้ยาก โอกาส (Opportunity) ภาครัฐให้ความสำคัญกับพืชในชุมชน ซึ่งจากคือหนึ่งในพืชที่ได้รับการสนับสนุน งบประมาณในการวิจัย ในหลากหลายมิติ มีความต้องการผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่เพิ่มมากขึ้นของ ผู้บริโภคในปัจจุบัน และอุปสรรค (Threats) สินค้าทดแทนที่มีลักษณะคล้ายกัน เช่น ผลิตภัณฑ์จาก มะพร้าว ผลิตภัณฑ์จากตาลโตนด เป็นต้น น้ำตาลจากเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มบริโภค มีข้อจำกัดในการ ประชาสัมพันธ์ และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีภัยพิบัติทางธรรมชาติ ฝนตกและน้ำท่วมเกือบทุกปี ดังนั้นผลิตภัณฑ์จากต้นจาก จะมีด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นในเรื่องของคุณค่าความเป็น ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญา ผ่านเรื่องราว Storytelling) ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้ได้ในหลายมิติ

3. แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) ของผลิตภัณฑ์ชุมชนสวนจาก

แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) ของผลิตภัณฑ์ชุมชนสวนจาก ประกอบด้วย 1. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) 2. การเสนอคุณค่า (Value Propositions) 3. ช่องทาง (Channels) 4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) 5. กระแสรายได้ (Revenue Streams) 6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources) 7. กิจกรรมหลัก (Key Activities) 8. พันธมิตรหลัก (Key partners) 9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure) เสนอเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แบบจำลองธุรกิจ Business Model Canvas) ของผลิตภัณฑ์ชุมชนสวนจาก ประกอบด้วย

1. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments) กลุ่มเป้าหมายของลูกค้าผลิตภัณฑ์จากต้นจาก เป็นกลุ่ม ลูกค้ารักสุขภาพ นักท่องเที่ยวที่สนใจในวิถีชีวิตการทำสวนจาก ร้านอาหารร้านกาแฟที่ต้อง ใช้ความหวานของน้ำตาลลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์ชุมชน ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์และชุมชน เครือข่ายองค์กรสินค้าชุมชนต่างๆ

2. การเสนอคุณค่า (Value Propositions) การเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากต้นจาก โดยการนำเสนอคุณค่าน้ำตาลจากธรรมชาติ 100% เป็นภูมิปัญญาความหวาน น้ำตาลจากใช้ปรุง อาหาร ขนม เครื่องดื่ม และสร้างรายได้สู่ชุมชนสู่การอนุรักษ์ป่าจากอยู่คู่ชุมชน

3. ช่องทาง (Channels) ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจากคือ การขายหน้า ร้าน การออกบูทขายสินค้า ความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชน เช่น ร้านค้าในสนามบิน ไปรษณีย์ไทย สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ จำหน่ายทางอินเตอร์เน็ตเว็บไซด์/Social Media เป็นต้น

4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) ความสัมพันธ์กับลูกค้า ผลิตภัณฑ์จากต้นจากคือ ความสัมพันธ์การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์อินเตอร์เน็ตเว็บไซต์/Social Media การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์แหล่งผลิต การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

5. กระแสรายได้ (Revenue Streams) กระแสรายได้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากคือ รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโดยตรง รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโดยอ้อม รายได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร

6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources) ทรัพยากรหลักผลิตภัณฑ์จากต้นจากคือ สวนจากหน้าร้าน น้ำตาลจาก ผู้นำเที่ยว นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ

7. กิจกรรมหลัก (Key Activities) กิจกรรมหลักผลิตภัณฑ์จากต้นจากคือการผลิต การเปิดร้าน การจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์/Social Media) การกระจายสินค้าและจัดส่งสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การการสื่อสารทางการตลาด กิจกรรมสวนจากเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญา

8. พันธมิตรหลัก (Key partners) คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญผลิตภัณฑ์จากต้นจากคือ ผู้รับซื้อน้ำตาลจากไปรษณีย์ไทย ร้านอาหาร บริษัททัวร์ หอการค้า องค์กรภาครัฐและเอกชนที่มองหากิจกรรมสนับสนุนชุมชนอย่างยั่งยืน

9. โครงสร้างต้นทุน Cost Structure) ผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีโครงสร้างต้นทุน คือต้นทุนในการผลิต -วัตถุดิบ แรงงาน ต้นทุนบรรจุภัณฑ์/หีบห่อ ค่าโสหุ้ยการผลิต อุปกรณ์เครื่องมือ

แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) ผลิตภัณฑ์ชุมชนสวนจาก

Key Partners **คู่ค้าดำเนินธุรกิจที่สำคัญ**	Key Activities **กิจกรรมหลัก**	Value Proposition **การนำเสนอคุณค่า**	Customer Relationships **ความสัมพันธ์กับลูกค้า**	Customer Segments **กลุ่มของลูกค้า**
-ผู้รับซื้อน้ำตาลจาก -ไปรษณีย์ไทย -ร้านอาหาร -บริษัททัวร์ -หอการค้า -องค์กรภาครัฐและเอกชนที่มองหากิจกรรมสนับสนุนชุมชนอย่างยั่งยืน	-ผลิต -เปิดร้าน -การจำหน่ายสินค้าผ่านเว็บไซต์/Social Media -การกระจายและจัดส่งสินค้า -การออกแบบบรรจุภัณฑ์ -การสื่อสารทางการตลาด -สวนจากเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญา **Key resources** -สวนจาก -หน้าร้าน -น้ำตาลจาก -ผู้นำเที่ยว -นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ	-น้ำตาลจากธรรมชาติ 100% -ภูมิปัญญาความหวาน -น้ำตาลจากปรุงอาหาร ขนมและเครื่องดื่ม -สร้างรายได้สู่ชุมชน -อนุรักษ์ป่าจากอยู่คู่ชุมชน	-การให้ข้อมูลผลิภัณฑ์อินเตอร์เน็ตเว็บไซต์/ **Channels** -หน้าร้าน -ออกบูท -ไปรษณีย์ไทย -ห้างสรรพสินค้า -ร้านอาหาร -อินเตอร์เน็ตเว็บไซต์/ Social Media -องค์กรภาครัฐและเอกชน	-ลูกค้ารักสุขภาพ -นักท่องเที่ยว -ร้านอาหาร -ร้านกาแฟ -ลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์ชุมชน -ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน -เครือข่ายองค์กร SM

Cost Structure **โครงสร้างค่าใช้จ่าย**	Revenue Streams **กระแสรายได้**
-ต้นทุนในการผลิต -วัตถุดิบ -แรงงาน	-รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโดยตรง -รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากโดยอ้อม -รายได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกิจกรรมท่องเที่ยวเชิง

ภาพที่ 4.16 แสดงภาพแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas) ผลิตภัณฑ์ชุมชนสวนจาก

4.5 ผลการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

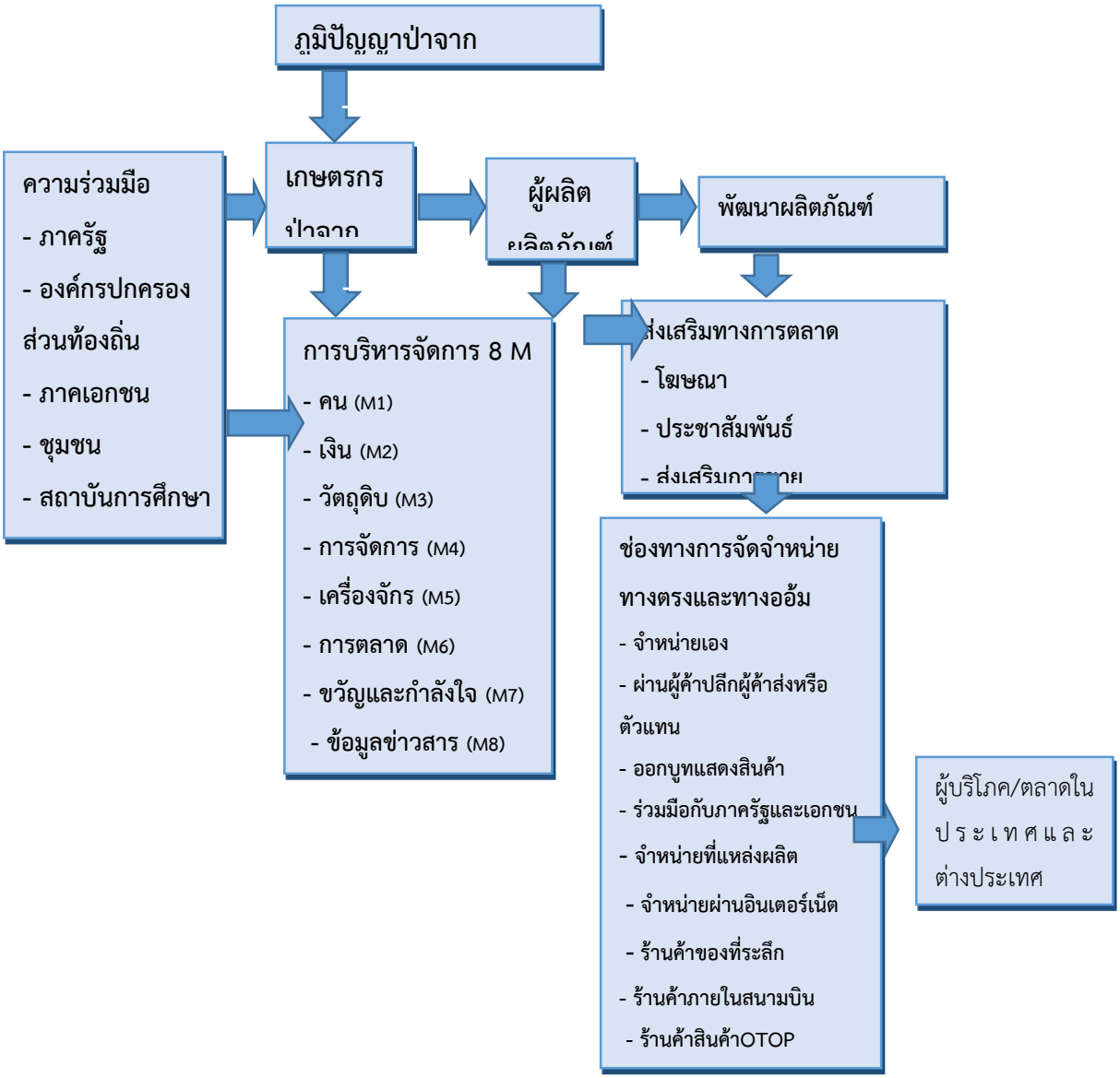
จากทฤษฎี งานวิจัยทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลสำคัญที่วิเคราะห์ได้จากตัวแทนผู้ผลิต ผู้นำชุมชน หน่วยงานของรัฐ ผู้บริโภค เพื่อทำการสัมภาษณ์บุคคล (In-depth Interview) จำนวน 25 ราย ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แบบเจาะจง (Purposive sampling) และแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ได้ศึกษาการบริหารจัดการสวนจาก จากคุณ โกวิทย์ จันทรังษี เจ้าของไร่จากจันทรังษีที่ทำอาชีพสวนจากและแปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ในตำบลขนาบนาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นแหล่งเรียนรู้การทำจากและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ได้รับการยอมรับ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญตัวแทนผู้ผลิต ผู้นำชุมชน หน่วยงานของรัฐ ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 10 ราย ผู้วิจัยจึงได้สรุปและจัดทำโมเดลการวิจัยขึ้นมาเพื่อเป็นโมเดลตัวแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามแนวคิดของผู้วิจัยประกอบด้วย 8 องค์ประกอบหลักด้านจัดการคน ด้านจัดการเงิน ด้านจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการ ด้านจัดการเครื่องจักร ด้านจัดการการตลาด ด้านจัดการขวัญและกำลังใจ ด้านจัดการข้อมูลข่าวสาร และการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งกลุ่มเป็นเกษตรกรสวนจาก และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นจาก โดยเกษตรกรสวนจากและผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีปัญหาด้านคน ขาดแคลนแรงงานโดยส่วนทำเพียงคนเดียวหรือสองคนต่อการผลิตน้ำตาลจากและผู้สืบทอดรุ่นต่อรุ่น มีบริหารงานระบบครอบครัว ใช้การพูดคุยสั่งการโดยตรงระหว่างเจ้ากับบุคคลในครอบครัวหรือแรงงาน ปัญหาด้านการเงิน ใช้เงินทุนจากเงินทุนของตัวเอง โดยลักษณะการขายน้ำตาลจากจะมีลักษณะการขายครั้งละปี๊บ หรือขายครั้งหลายปี๊บตามภาวะเศรษฐกิจของแต่ละครัวเรือน โดยครัวเรือนที่มีภาวะการเงินดีไม่เดือนร้อนก็จะทำการขายครั้งละหลายปี๊บได้ เงินลงทุนการต่ำอาจจะใส่ปุ๋ยบ้าง และปลูกจากครั้งเดียวสามารถอยู่ได้เป็นร้อยปี เงินทุนสำรองสำหรับการผลิต ยังไม่มีทุนสำรองใช้ทุนของตัวเองในการผลิต การผลิตใช้เงินทุนต่ำในการผลิต การจัดทำบัญชีของกลุ่มยังไม่เป็นไปตามระบบบัญชี เป็นเพียงการบันทึกรายรับ-รายจ่าย กำไรขาดทุน ทำให้ไม่สะดวกต่อการตรวจสอบ และการนำเสนอทางวิชาการ

ปัญหาด้านวัตถุดิบและการผลิต เกษตรกรสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากปัญหาด้านวัตถุดิบและการผลิต เกษตรกรสวนจากไม่สามารถผลิตน้ำตาลจากได้ช่วงหน้ามรสุมเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม ทำให้น้ำตาลจากขาดแคลน ส่วนไม้ฟืนที่ใช้ในการเคี่ยวน้ำตาลไม่เพียงพอ ต้องมีการสั่งซื้อไม้ฟืนจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี และไม้เคียมมีไม่เพียงพอในพื้นที่มีการสั่งซื้อจากจังหวัดสุราษฎร์ธานีเช่นเดียวกัน ปัญหาด้านแรงงาน ขาดแคลนแรงงานโดยส่วนทำเพียงคนเดียวหรือสองคนปัญหาด้าน

กระบวนการผลิต มีกระบวนการผลิตที่ใช้เวลาในการผลิตยาวนานหลายขั้นตอน การผลิตมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม กระบวนการผลิตไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้เช่น ความหวานน้ำตาล ไม้ฟืน เวลาในการเคี่ยวน้ำตาลซึ่งอาศัยทำให้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากที่ได้แต่ละครั้งที่ได้ไม่สม่ำเสมอ ปัญหาด้านการจัดการขาดการบริหารจัดการใช้วิธีการบริหารจัดการแบบระบบครอบครัวและเครือญาติ การวางแผนการจัดองค์กร การจัดคน การอำนวยการ การประสานงานต่างๆมีการดำเนินการโดยเจ้าของสวนจากและงานเกือบทุกหน้าที่เจ้าของสวนจากดำเนินการเอง โดยนิยมผลิตน้ำตาลจากเป็นน้ำตาลปี๊บสำหรับทำสุรากลั่น โดยปกติการทำน้ำตาลจากสามารถทำได้ตลอดทั้งปี แต่ช่วงฤดูฝนประมาณเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ฝนตกหนักน้ำท่วมขัง จะไม่สามารถทำไร่จากได้ จึงต้องมีการทำอาชีพอย่างอื่นเสริมด้วย ปัญหาเครื่องจักรกล ใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีน้อยใช้อุปกรณ์แบบภูมิปัญญาดั้งเดิม

ปัญหาด้านการตลาด ไม่มีแผนการตลาดเนื่องจากเกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากไม่สามารถเขียนแผนการตลาดเองได้ ปัญหาด้านตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพของสินค้าในเรื่องการ บรรจุภัณฑ์ ยังไม่มีการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนั้นกลุ่มยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ปัญหาด้านราคา พบว่าราคาตกต่ำไม่แน่นอน โดยพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ส่วนใหญ่ขายน้ำตาลจากเป็นปี๊บโดยมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากไร่ส่วนใหญ่เป็นนำไปกลั่นเป็นสุรา และทำขนมลา โดยราคาขึ้นลงตามฤดูกาล ช่วงเทศกาลสารทเดือนสิบน้ำตาลจากปี๊บจะมีราคาสูงที่สุด ส่วนการกำหนดราคาขายปลีกปกติกลุ่มตั้งราคาจากต้นทุนบวกเพิ่มกำไรที่เหมาะสม ในภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อาจทำให้ต้องกำหนดราคาขายสูงขึ้นตามไปด้วย ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆเช่นราคาตับจากมีราคาต่ำทำเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น ปัญหาช่องทางการจัดจำหน่าย ช่องทางการตลาดไม่หลากหลาย มีการขายที่ร้าน การออกบูทจำหน่าย ขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไลน์ และเฟสบุ๊ค ด้านการส่งเสริมการตลาด ยังขาดการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์มีไม่มาก อาศัยการเล่าปากต่อปาก ปัญหาขวัญและกำลังใจ เกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากบางขาดส่วนขาดขวัญและกำลังใจการทำอาชีพผลิตภัณฑ์จากต้นจากทำแบบครอบครัว หน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนบ้างแต่ส่วนใหญ่ยังมีวิถีแบบดั้งเดิม รายได้ไม่แน่นอนจึงมีการทิ้งป่าจากให้รกร้างและลูกหลานไม่มีการสืบทอดการทำสวนจาก บางส่วนมีการเปลี่ยนเป็นบ่อกุ้ง โดยป่าจากตำบลขนาบนากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยมีการจัดสรรงบประมาณในการซื้อปุ๋ยสำหรับป่าจากและสนับสนุนเงินทุนปลูกป่าจากทดแทนในบ่อกุ้งร้าง ปัจจุบันได้มีหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสนใจอาชีพสวนจากทั้งมีการวิจัย การสนับสนุนงบประมาณต่าง ๆ และการท่องเที่ยววิถีชีวิตป่าจาก ปัญหาข้อมูลข่าวสาร เกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานภาครัฐ โดยผ่านเกษตรตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล ตำบลขนาบนาก ผู้วิจัยจึงได้สรุปและจัดทำ

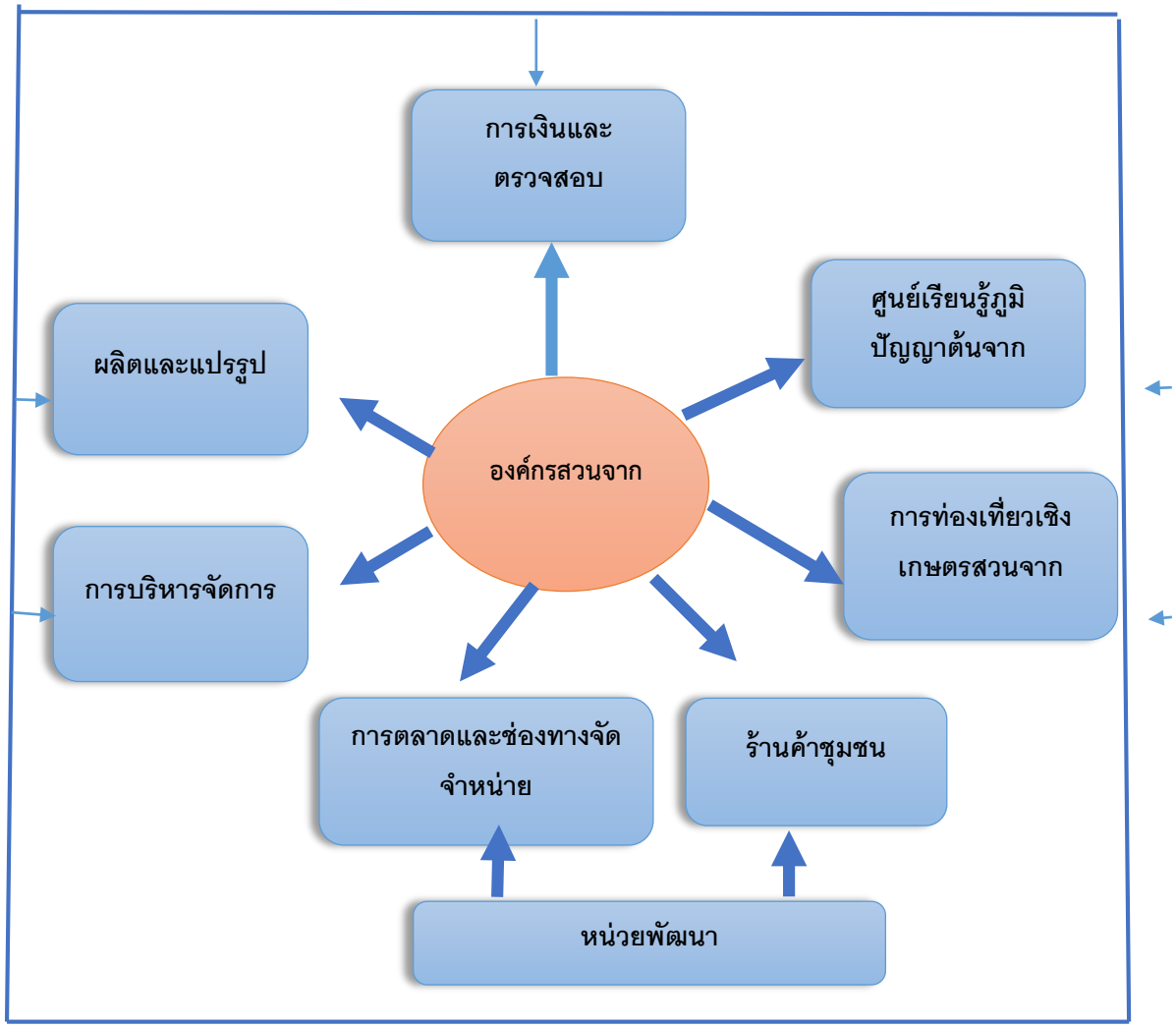
โมเดลการวิจัยขึ้นมาเพื่อเป็นโมเดลตัวแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบหลักด้านจัดการคน ด้านจัดการเงิน ด้านจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการ ด้านจัดการเครื่องจักร ด้านจัดการการตลาด ด้านจัดการขวัญและกำลังใจ ด้านจัดการข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ของเกษตรกรผู้ทำสวนจากและผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ดังแสดงในภาพดังนี้



ภาพที่ 4.17 แสดงภาพรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

นอกจากนี้จากงานวิจัยได้ข้อค้นพบว่ามีการรวมกลุ่มเกษตรกรอาชีพสวนจากรวมตัวกันแบบเฉพาะกิจเมื่อมีภารกิจหรือมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมส่วนใหญ่ ชุมชนควรจะต้องร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมการบริหารจัดการและทางการตลาดโดยพัฒนาจัดตั้งกลุ่มองค์การสวนจากขึ้น กลุ่มองค์การสวนจาก ซึ่งพัฒนาในรูปแบบสหกรณ์หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รูปแบบการบริหารจัดการและทางการตลาดเพื่อให้ชุมชนป่าจากเกิดความยั่งยืนโดยการชื่อรูปแบบ “JAK Model” ประกอบด้วย1) องค์การสวนจาก 2) การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจาก 3) การบริหารจัดการ 4) การจัดการตลาด 5) ตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน 6) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก 7) ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจาก 8) หน่วยการเงินและตรวจสอบ 9) หน่วยพัฒนา แสดงดังนี้

JAK Model



ภาพที่ 4.18 แสดงภาพรูปแบบองค์การสวนจากขนาบนาก

4.6 ผลการทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ทีมนักวิจัยได้มีการทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

โครงการที่ 1 พัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ : เพื่อดำเนินกิจกรรมบริหารจัดการ ดำเนินงานตามแผนการตลาดและเพิ่มช่องทางการตลาด

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้วิจัย ผู้ช่วยนักวิจัย ผู้นำ ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 30 คน

วิธีการ / ขั้นตอนการทำกิจกรรม:

1. ด้านการตลาด

ผลิตภัณฑ์

พัฒนาบรรจุภัณฑ์และฝึกอบรมการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เดิมของผู้ประกอบการยังไม่สามารถนำเข้าไปจำหน่ายในช่องทางการจัดจำหน่ายบางแห่งได้ เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม เป็นต้น จึงต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และอบรมการบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยฝึกอบรมพัฒนาบรรจุภัณฑ์และฉลากสินค้าให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้แปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีสามารถนำสินค้าที่พัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้วเข้าไปวางจำหน่ายสนามบิน ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม ได้

พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้แปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำหวานจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ขนมรังผึ้งตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์และโดยออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่เพื่อให้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทดลองชิมน้ำตาลจากและจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวิถีชีวิตการทำไร่จาก

ทีมวิจัยได้สร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4 รายเพื่อผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบ ตราขนมจากป้าสอด ขนมใบบัวแม่สมนึก ตราขนมกรอกป้าสุพัฒน์ ตราน้ำปลาหวานเจ๊พร

ราคา มีการฝึกให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้แปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและผู้ประกอบการคิดโครงสร้างต้นทุนบวกกำไรที่เหมาะสม

ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงและทางอ้อม ทีมวิจัยได้ทำการนำสินค้าไปเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ ดังนี้

1) ผู้ประกอบการจำหน่ายเอง

2) ทีมวิจัยได้ดำเนินการสร้างเว็บไซต์ในจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ชื่อเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์สวนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้แปรรูป กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี ผลิตภัณฑ์จากจากใจ และผลิตภัณฑ์จากนายหาญ และรองรับกลุ่มผลิตภัณฑ์จากของผู้ประกอบการรายอื่นๆ

3) จำหน่ายในร้านขายของฝากที่ห้างสรรพสินค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช

4) จำหน่ายในร้านขายของฝากที่สถานบินจังหวัดนครศรีธรรมราช

5) กระจายสินค้าผ่านช่องทางร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม การท่องเที่ยว ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

6) จำหน่ายร้านค้าสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

7) จำหน่ายโดยการออกบูทแสดงสินค้าในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

8) จำหน่ายบูทแสดงสินค้าวันเสาร์ที่ถนนคนเดินหน้าวัดพระมหาธาตุ

9) จำหน่ายบูทแสดงสินค้าที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดเช่น ตรัง พัทลุง กระบี่ สงขลา เป็นต้น

10) จำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเตอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ค เวปแฟนเพจ

โฆษณาประชาสัมพันธ์

1) ดำเนินการถ่ายทำสารคดีและภาพนิ่งแนะนำวิถีชีวิตป่าจาก ตามสื่อต่างๆวิทยุ โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต

2) ประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับ ใบปลิว

3) โฆษณาในเพจชื่อเพจภูมิปัญญาสวนจาก ลุ่มน้ำปากพนังผู้เข้าถึงผู้ชมไม่ต่ำกว่า 8,800 คน กลุ่มเป้าหมายทั่วประประเทศไทย มาเลเซีย และจีน

https://www.facebook.com/SuanJak/?hc_ref=ARQehzkYrV6cb8TFhA_NeM99sVuLw6mkafsLj_VPm0PNVPNtlUl3SRp4o0a_ck7LK30

เฟสบุ๊ค https://www.facebook.com/siripohn.muenhat

เฟสบุ๊คhttps://www.facebook.com/search/top/?q=patcharintr%20sompan

เพจ เครือข่ายบัญชีครัวเรือนตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง https://www.facebook.com/siripondmuenhat/

4) ทีมวิจัยได้ดำเนินการสร้างเว็บไซต์ในจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ชื่อเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com

โพสต์โฆษณาประชาสัมพันธ์ใน https://www.sanook.com/

โพสต์โฆษณาประชาสัมพันธ์ใน https://www.kapook.com/

โพสต์โฆษณาประชาสัมพันธ์ในhttp://www.sawasdeethailand.net/ สมาชิกในกลุ่มนี้ประมาณ 400,000 คน

โพสต์โฆษณาประชาสัมพันธ์ใน https://www.facebook.com/groups/NakhonCountry/สมาชิกในกลุ่มนี้ประมาณ 300,000 คน

การส่งเสริมการตลาด มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์โดยแจกน้ำตาลจากให้กลุ่มตัวอย่าง 30 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นแม่บ้านชื่นชอบการทำอาหารรับประทาน โดยกลุ่มตัวอย่างนำน้ำตาลจากไปปรุงอาหารเป็นเวลา 1 เดือน และทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการ

ถ่ายรูปอาหารที่ปรุงโดยน้ำตาลจากโพสต์เฟสบุ๊คและสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ และทำการเก็บข้อมูลจากผู้ทดลองใช้ทั้ง 30 คน และจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โดยแนะนำวิถีชีวิตการทำสวนจากตามสื่อต่างๆและการทดลองรับรู้รสชาติผลิตภัณฑ์จากผสมอาหารชนิดต่างๆ

2. บริหารจัดการ

จัดทำหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติด้านจัดการคน ด้านจัดการเงิน ด้านจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการ ด้านจัดการเครื่องจักร ด้านจัดการการตลาด ด้านจัดการขวัญและกำลังใจ ด้านจัดการข้อมูลข่าวสาร การบัญชี การคิดต้นทุน การรวมกลุ่ม

3. การรวมกลุ่มจัดตั้งองค์การสวนจากและสร้างแบรนด์ให้ผู้ประกอบการรายใหม่

ทีมวิจัยได้มอบรูปแบบให้กับทางองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนากเพื่อเป็นแนวทางในการทำการจัดตั้งองค์การสวนจาก ทีมวิจัยได้สร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4รายเพื่อผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี 2 ชนิดคือน้ำตาลจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี

ภาพที่ 4.19 แสดงภาพผลิตภัณฑ์น้ำหวานจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี

ภาพที่ 4.20 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ขนมพิมพ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูป
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี

ทีมวิจัยได้สร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4 รายเพื่อผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบ ตราขนมจากป้าสอด ขนมใบบัวแม่สมนึก ตราขนมกรอกป้าสุพัฒน์ ตราน้ำปลาหวานเจ๊พร

ภาพที่ 4.21 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ขนมจากป้าสอด

ภาพที่ 4.22 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ขนมใบบัวป้าสมนึก

ภาพที่ 4.23 แสดงภาพผลิตภัณฑ์เจ๊พรน้ำปลาหวาน

ภาพที่ 4.24 แสดงภาพผลิตภัณฑ์ขนมกรอบป้าสุพัฒน์

โครงการที่ 2 โครงการองค์การสวนจาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดเวทีให้กลุ่มแกนนำและกลุ่มธุรกิจในชุมชนร่วมกันแก้ปัญหาพร้อมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

2. เพื่อให้หน่วยงาน องค์การบริหารส่วนตำบล สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการดำเนินงานตามโครงการ

เป้าหมาย

ผู้เข้าร่วมในการจัดเวทีจำนวน 30 คน

แผนปฏิบัติการ

กิจกรรม/เดือน	1	2	3	4	5	6
1. วางแผนงาน	↔				o	
2. จัดเตรียมการดำเนินงาน		↔	↔			
3. จัดทำหนังสือเชิญผู้นำในชุมชนและผู้ทรงคุณวุฒิ		↔	↔			
4. จัดดำเนินงานเวทีชาวบ้าน		↔	↔	↔	↔	
5. ประเมินผลการจัดเวทีธุรกิจชุมชน						↔

ระยะเวลาดำเนินงาน เริ่มตั้งแต่ 15 ธันวาคม 2560 ถึง 31 สิหาคม พ.ศ. 2561

สถานที่ องค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนาก

งบประมาน 20,000 บาท

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

เกิดธุรกิจชุมชนสวนจากขึ้นในตำบลขนาบนาก

การติดตามผล

ใช้แบบประเมิน สังเกต ซักถาม ติดตามดูผลการจัดเวที เป็นระยะๆ ในครั้งต่อไป

4.7 ผลการประเมินการทดลองรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง

1. ผลการสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีใช้สถิติค่าเฉลี่ย (X) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ในการทดสอบเครื่องมือ ได้แก่ การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) มีค่าเท่ากับ 0.97 แบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2: ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ผลิตภัณฑ์ต้นจากของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3: สภาพการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและคำแนะนำอื่น ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาสภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากอำเภอปากพนัง

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	47	11.750
หญิง	353	88.250
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.5 มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นชาย 47 คนคิดเป็นร้อยละ 11.75 และที่เป็นหญิง 353 คนคิดเป็นร้อยละ 88.25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 35 ปี	356	89.000
35 – 45 ปี	28	7.000
45 ขึ้นไป	16	4.000
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 400 คนอายุต่ำกว่า 35 ปี มีจำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89 อายุระหว่าง 35–45 ปี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นประถมศึกษา	15	3.75
ชั้นมัธยมศึกษา	254	63
ปริญญาตรี	128	32
สูงกว่าปริญญาตรี	5	1.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คนการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาจำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 3.75 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาจำนวน 254 คนคิดเป็นร้อยละ 63 การศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 128 คนคิดเป็นร้อยละ 32 จากตารางที่ 4.3 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 67 คนการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาจำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ

80.6 การศึกษาระดับมัธยมศึกษาจำนวน 12 คนคิดเป็น ร้อยละ 17.9 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 5 คนคิดเป็นร้อยละ 1.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษา

ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
5,001 – 10,000 บาท	28	7.00
10,001 – 15,000 บาท	288	72.00
20,001 – 25,000 บาท	64	16.00
25,001 – 30,000 บาท	11	2.75
30,001 บาท ขึ้นไป	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน รายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 28 คนคิดเป็นร้อยละ 7 รายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 288 คนคิดเป็น ร้อยละ 72 รายได้ 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 64 คนคิดเป็น ร้อยละ 16 รายได้ 25,001 – 30,000 บาทจำนวน 11 คนคิดเป็น ร้อยละ 2.75 รายได้ 30,000 บาท จำนวน 9 คนคิดเป็น ร้อยละ 2.25 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้10,001 – 15,000 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ผลิตภัณฑ์ต้นจากของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.9 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ระดับการรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจาก	จำนวน	ร้อยละ
มาก	66	16.50
ปานกลาง	288	72.00
น้อย	46	11.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พฤติกรรมการรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจากระดับมากจำนวน 66 คนคิดเป็นร้อยละ 16.50 ระดับปานกลางจำนวน 288 คนคิดเป็นร้อยละ 72

ระดับน้อยจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 11.50 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจากระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.10 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้นจาก

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุ	9	2.25
โทรทัศน์	50	12.50
อินเตอร์เน็ต	202	50.50
ญาติหรือเพื่อน	64	16.00
แผ่นพับ/ใบปลิว	16	4.00
บูทแสดงสินค้า	56	14.00
อื่นๆ.....	3	0.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พฤติกรรมการรู้จักแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้นจาก วิทยุ จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.25 โทรทัศน์ จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 12.5 อินเตอร์เน็ต จำนวน 202 คนคิดเป็นร้อยละ 50.5 ญาติหรือเพื่อน จำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 16 แผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4 บูทแสดงสินค้า จำนวน 56 คนคิดเป็นร้อยละ 14 อื่นๆจำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 0.75 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจากอินเตอร์เน็ต

ตารางที่ 4.11 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่ผู้บริโภคเคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
น้ำตาลปึก	189	47.25
น้ำตาลจากเข้มข้น	38	9.50
น้ำตาลจากเกร็ด	19	4.75
น้ำส้มจาก	107	26.75
หัตถกรรมต้นจาก	35	8.75
ขนมจาก	12	3.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.11 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พฤติกรรมผู้บริโภคเคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก น้ำตาลปึก จำนวน 189 คนคิดเป็นร้อยละ 47.25 น้ำตาลจากเข้มข้น จำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 9.50 น้ำตาลจากเกร็ด จำนวน 19 คนคิดเป็นร้อยละ 4.75 น้ำส้มจาก จำนวน 107 คนคิดเป็นร้อยละ 26.75 น้ำส้มจาก จำนวน 107 คนคิดเป็นร้อยละ 26.75 หัตถกรรมต้นจาก จำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 8.75 อื่นๆขนมจาก) จำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลปึก

ตารางที่ 4.12 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาเหตุการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อปรุงอาหาร	280	70.00
เพื่อสุขภาพ	72	18.00
เพื่อช่วยเหลือชุมชนให้มีรายได้	48	12.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.12 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สาเหตุการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากเพื่อปรุงอาหาร จำนวน 280 คนคิดเป็นร้อยละ 70 เพื่อสุขภาพ จำนวน 72 คนคิดเป็นร้อยละ 18 เพื่อช่วยเหลือชุมชนให้มีรายได้ จำนวน 48 คนคิดเป็นร้อยละ 12 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสาเหตุการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากเพื่อปรุงอาหาร

ตารางที่ 4.13 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	13	3.25
ทุกสัปดาห์	41	10.25
ทุกเดือน	79	19.75
นานกว่า 1 เดือน	267	66.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ต้นจาก ทุกวัน จำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 3.25 ทุกสัปดาห์ จำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 10.25 ทุกเดือน จำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 19.75 นานกว่า 1 เดือน จำนวน 267 คนคิดเป็นร้อยละ 66.75 2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ต้นจากนานกว่า 1 เดือน

ตารางที่ 4.14 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งผลิต	54	13.50
ร้านค้าชุมชน	199	49.75
ไปรษณีย์	15	3.75
ออกบูทแสดงสินค้า	32	8.00
ร้านค้าสนามบิน	4	1.00
สั่งซื้อทางอินเตอร์เน็ต	96	24.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.14 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน สถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก แหล่งผลิต จำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 13.50 ร้านค้าชุมชนจำนวน 199 คนคิดเป็นร้อยละ 49.75 ไปรษณีย์จำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 3.75 ออกบูทแสดงสินค้าจำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 8 ร้านค้าสนามบินจำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 1 สั่งซื้อทางอินเตอร์เน็ต จำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 24 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากร้านค้าชุมชน

ตอนที่ 3 สภาพการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ

มีผลตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ผลิตภัณฑ์			
1. ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก	3.96	0.68	มาก
2) ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	3.94	0.71	มาก
3) สีและกลิ่นผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก	3.85	0.71	มาก
4) คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก	4.18	0.69	มาก
4) ตรายี่ห้อ	3.84	0.75	มาก
5) มีหลากหลายขนาดให้เลือก	3.87	0.73	มาก
6) ปริมาณที่บรรจุ	3.87	0.67	มาก
7) ลักษณะหีบห่อของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก	3.88	0.74	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์	**3.94**	**0.56**	**มาก**
ราคา			
9) ราคาต่อหน่วย	3.82	0.73	มาก
10) มีป้ายราคาติดชัดเจน	3.86	0.72	มาก
11) มีหลายราคาให้เลือก	3.93	0.75	มาก
12) ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณ	3.85	0.8	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	**3.88**	**0.64**	**มาก**
ช่องทางจัดจำหน่าย			
13) ซื้อได้สะดวก	3.95	0.82	มาก
14) มีวางขายตลอดเวลา	3.91	0.79	มาก
15) ช่องทางจัดจำหน่ายทางอินเตอร์เน็ตมีความสะดวกในการซื้อ	3.74	0.89	มาก
16) ออกบูทแสดงสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ	3.78	0.79	มาก

มีผลตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
17) ช่องทางการจัดจำหน่ายทางไปรษณีย์มีความสะดวกในการซื้อ	3.66	0.89	มาก
18) ร้านค้าสนามบินมีความสะดวกในการซื้อ	3.69	0.89	มาก
19) ร้านค้าอาหารมีความสะดวกในการซื้อ	3.84	0.84	มาก
20) ช่องทางการร้านค้าหน่วยงานราชการมีความสะดวกในการซื้อ	3.84	0.83	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	**3.81**	**0.72**	**มาก**

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของสภาพการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ต่อ)

มีผลตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
การส่งเสริมการขาย			
21) การลดราคา	3.73	0.74	มาก
22) การมีของแถม	3.61	0.82	มาก
23) การจัดชิงโชค	3.8	0.73	มาก
24) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายช่วงเทศกาล	3.7	0.81	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านส่งเสริมการขาย	**3.71**	**0.68**	**มาก**
การโฆษณาประชาสัมพันธ์			
25) แผ่นพับ/ใบปลิว	3.72	0.8	มาก
26) สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางทีวี	3.72	0.79	มาก
27) สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต ยูทูป เว็บไซต์	3.81	0.82	มาก

28) การโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คไลน์	3.79	0.82	มาก
29) สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากวิทยุ	3.46	0.84	ปานกลาง
30) การโฆษณาแบบปากต่อปาก	3.69	0.7	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์	**3.76**	**0.74**	**มาก**

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรอิสระด้านปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด 4Ps โดเรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ระดับมาก ปัจจัยด้านราคาค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับมาก ช่องทางจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับมาก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับมาก การส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับมาก

ปัจจัยทางการตลาด ในภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 มีปัญหาอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ค่าเฉลี่ย 4.18 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ระดับมาก ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ระดับมาก ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ระดับมาก ลักษณะหีบห่อของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ค่าเฉลี่ย 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ระดับมาก ปริมาณที่บรรจุค่าเฉลี่ย 3.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ระดับมาก สีและกลิ่นผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ค่าเฉลี่ย 3.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ระดับมาก ตรายี่ห้อ ค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 ระดับมาก

ด้านราคา ในภาพรวมด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 มีระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ มีหลายราคาให้เลือกค่าเฉลี่ย 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 มีระดับมาก มีป้ายราคาติดชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 มีระดับมาก ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณ ค่าเฉลี่ย 3.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 มีระดับมาก และราคาต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.82 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 มีระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ในภาพรวมด้านช่องทางจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 มีระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ช่องทางจัดจำหน่ายที่ซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก ช่องทางจัดจำหน่ายที่มีสินค้าวางขายตลอดเวลา ค่าเฉลี่ย 3.91 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 มีระดับมาก ร้านค้าอาหารมีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 มีระดับ

มาก ร้านค้าหน่วยงานราชการมีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 มีระดับมาก ออกบูทแสดงสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 มีระดับมาก ทางอินเตอร์เน็ตมีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 มีระดับมาก ร้านค้าสนามบินมีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.69 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 มีระดับมาก ทางไปรษณีย์มีความสะดวกในการซื้อค่าเฉลี่ย 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 มีระดับมาก

ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 มีระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต ยูทูป เว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก การโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค ไลน์ ค่าเฉลี่ย 3.79 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางทีวีค่าเฉลี่ย 3.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 มีระดับมาก สื่อแผ่นพับ/ใบปลิวค่าเฉลี่ย 3.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก การโฆษณาแบบปากต่อปาก ค่าเฉลี่ย 3.69 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 มีระดับมาก สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากวิทยุค่าเฉลี่ย 3.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 มีระดับมาก

ด้านส่งเสริมการขาย ในภาพรวมด้านส่งเสริมการขาย ค่าเฉลี่ย 3.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 มีระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ การจัดชิงโชค ค่าเฉลี่ย 3.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 มีระดับมาก การลดราคาขาย ค่าเฉลี่ย 3.73 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 มีระดับมาก การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายช่วงเทศกาล ขาย ค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 มีระดับมาก การมีของแถมขาย ค่าเฉลี่ย 3.61 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก

จากคำถามปลายเปิดมีรสชาติที่ไม่คุ้นเคย การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีน้อย การตัดสินใจซื้อเกิดจาก ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก สีและกลิ่นน่ารับประทาน ไม่ทราบว่านำน้ำตาลจากไปปรุงอะไร ควรมีราคาติดไว้ที่ตราฉลากสินค้าด้วย ควรมีรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยกว่านี้ อยากให้เชิญชวนชาวบ้านมาใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าจากธรรมชาติกันมากขึ้น

2. ผลจากการใช้รูปแบบในการพัฒนามีผลต่อการแก้ปัญหาการบริหารจัดการ ผลจากการใช้รูปแบบในการพัฒนามีผลต่อการแก้ปัญหาการบริหารจัดการจากการสังเกตสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

การจัดการด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ฝึกอบรมการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เดิมของผู้ประกอบการยังไม่สามารถนำเข้าไปจำหน่ายในช่องทางการจัดจำหน่ายบางแห่ง

ได้ เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม เป็นต้น จึงต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และอบรมการบรรจุผลิตภัณฑ์ สามารถนำสินค้าที่พัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้วเข้าไปวางจำหน่าย สนามบิน ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมสนามบิน ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมได้แล้ว และพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำหวานจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวิถีการทำไร่จาก

ด้านราคา มีการฝึกให้ผู้ประกอบการคิดโครงสร้างต้นทุนบวกกำไรที่เหมาะสม

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทีมวิจัยได้ทำการนำสินค้าไปเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ โดยผู้ประกอบการจำหน่ายเอง ทีมวิจัยได้ดำเนินการสร้างเว็บไซต์ในจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ ชื่อเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์สวนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี ผลิตภัณฑ์จากใจ และผลิตภัณฑ์จากนายหาญ และรองรับกลุ่มผลิตภัณฑ์จากของผู้ประกอบการรายอื่นๆ จำหน่ายในร้านขายของฝากที่ห้างสรรพสินค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช จำหน่ายในร้านขายของฝากที่สถานบินจังหวัดนครศรีธรรมราช ช่องทางร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม การท่องเที่ยว ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำหน่ายร้านค้าสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จำหน่ายโดยการออกบูทแสดงสินค้าทุกต้นเดือนของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จำหน่ายบูทแสดงสินค้าทุกวันเสาร์ที่ถนนคนเดินหน้าวัดพระมหาธาตุ จำหน่ายบูทแสดงสินค้าที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดเช่น ตรัง พัทลุง กระบี่ สงขลา เป็นต้น จำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเตอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์เฟสบุ๊ค

โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดย ดำเนินการจัดทำวีดีโอบริหารจัดการสวนจากเป็นส่วนหนึ่งของการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาสวนจากของตำบลขนาบนาก โดยจัดทำเป็นแผ่นซีดีมอบไว้ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนาก โรงเรียนขนาบนาก โรงเรียนต่างๆในจังหวัดนครศรีธรรมราชจังหวัดใกล้เคียง และมอบให้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีไว้แจกให้กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ศึกษาดูงาน มีการนำเผยแพร่ลงในอินเตอร์เน็ต ยูทูป สื่อสังคมออนไลน์เว็บไซต์ต่างๆ และภาพนิ่งแนะนำวิถีชีวิตป่าจาก ตามสื่อต่างๆ วิทยุ โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต ประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับ ใบปลิว โฆษณาในเพจชื่อเพจภูมิปัญญาสวนจาก ลุ่มน้ำปากพนังกลุ่มเป้าหมายทั่วประประเทศไทย มาเลเซีย และจีน ทีมวิจัยได้ดำเนินการสร้าง

เว็บไซต์ในจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ชื่อเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com โพสต์โฆษณาประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ต่างๆ

การส่งเสริมการตลาด มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์โดยแจกน้ำตาลจากให้กลุ่มตัวอย่าง 30 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นแม่บ้านชื่นชอบการทำอาหารรับประทาน โดยกลุ่มตัวอย่างนำน้ำตาลจากไปปรุงอาหารเป็นเวลา 1 เดือน และทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการถ่ายรูปอาหารที่ปรุงโดยน้ำตาลจากโพสต์เฟสบุ๊คและสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ และทำการเก็บข้อมูลจากผู้ทดลองใช้ทั้ง 30 คน และจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โดยแนะนำวิถีชีวิตการทำสวนจากตามสื่อต่างๆและการทดลองรับรู้รสชาติผลิตภัณฑ์จากผสมอาหารชนิดต่างๆ พบว่าน้ำตาลจากสามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายเมนู เช่น น้ำปลาหวาน ทำน้ำจิ้ม ขนมหวาน ใส่กาแฟ ใส่เครื่องดื่มร้อน ตำน้ำพริกใส่แกง ทาขนมปังโรยน้ำตาลจาก เฉาก๋วยน้ำตาลจาก กุ้งต้มหวานน้ำตาลจาก ทำหมูหวาน ทำชามะนาว ชาเย็น กล้วยบวชชี ขนมลา น้ำผลไม้รวม ผัดผัก ต้มพะโล้ แกงเขียวหวาน โดยมีข้อเสนอแนะมีรสขมจากไม้เคี่ยมเล็กน้อยควรลดไม้เคี่ยมลง

บริหารจัดการ ผลจากหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติด้านบริหารจัดการ จัดการคน ด้านจัดการเงิน ด้านจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการ ด้านจัดการเครื่องจักร ด้านจัดการการตลาด ด้านจัดการขวัญและกำลังใจ ด้านจัดการข้อมูลข่าวสาร การบัญชี การคิดต้นทุน การรวมกลุ่ม ผลจากการจัดทำแผนการตลาด การบริหารจัดการ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจาก ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปน้ำตาลจากบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี มีแผนการตลาดโดยการเน้นคุณค่าโดยใช้กลยุทธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำไร่จาก มีการเผยแพร่โฆษณาทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านเวปเพจ ยูทูป สื่อสังคมออนไลน์จนปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปน้ำตาลจากบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นแหล่งเรียนรู้ที่รู้จักและโด่งดังในการท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำสวนจาก มีผู้เข้ามาท่องเที่ยวจากทั่วประเทศ เป็นแหล่งเรียนรู้มีคนมาศึกษาดูงานจากภาครัฐและเอกชน โรงเรียนต่างๆ มีรายการมาถ่ายทำข่าวและสารคดีจากทีวีช่องต่างๆ ผลจากโครงการได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปน้ำตาลจากบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี 2 ชนิดคือน้ำตาลจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี

การรวมกลุ่มจัดตั้งองค์การสวนจากและสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ ผลจากโครงการวิจัยได้สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบโดยสร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4 รายคือ ตราขนมจากป้าสอด ตราขนมใบบัวแม่สมนึก ตราขนมกรอกแม่สุพัฒน์ ตราน้ำปลาหวานเจ๊พร ทีมวิจัยได้มอบรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนังให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนากเพื่อเป็นแนวทางในการทำการจัดตั้งองค์การสวนจากต่อไป

3. ผลการประเมินการจัดกิจกรรมการบริหารจัดการสวนจาก

จากการทดลองจัดกิจกรรมการบริหารจัดการสวนจาก จากการประเมินความพึงพอใจในการจัดกิจกรรมบริหารจัดการสวนจาก กิจกรรมเป็นการให้ความรู้การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบการทำแผนธุรกิจ การคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กิจกรรมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ดังนี้

ตารางที่ 4.16 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	14	51.85
หญิง	13	48.15
รวม	27	100.00

จากตารางที่ 4.16 มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 27 คน เป็นชาย 14 คนคิดเป็นร้อยละ 51.85 และที่เป็นหญิง 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

ตารางที่ 4.17 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 35 ปี	0	0
35 – 45 ปี	0	0
40 ขึ้นไป	27	100
รวม	27	100.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 27 คนอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป เป็นเกษตรกรผู้ทำไร่จาก

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการฝึกอบรม

ประเด็นความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ความพึงพอใจต่อการอบรม			
1. ความรู้ ความเข้าใจ **ก่อน** การอบรม	3.04	0.52	ปานกลาง
2. ความรู้ ความเข้าใจ **หลัง** การอบรม	4.19	0.48	มาก
3. ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการอบรม	4.3	0.72	มาก
4.ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตรการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย	4.41	0.50	มาก
5. คุณภาพและการถ่ายทอดของวิทยากร	4.37	0.56	มาก
6. สถานที่และสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม	4.33	0.73	มาก
7. ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ	4.15	0.53	มาก
8. ระยะเวลาในการอบรมมีความเหมาะสม	4.11	0.72	มาก
9. อาหาร และเครื่องดื่มต่างๆ มีความเหมาะสม	4.26	0.59	มาก
ความพึงพอใจต่อรูปแบบ			
10.องค์การสวนจาก	4.52	0.58	มากที่สุด
11. การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจาก	4.44	0.58	มาก
12. การบริหารจัดการ	4.48	0.51	มาก
13. การจัดการตลาดและช่องทางจัดจำหน่าย	4.59	0.57	มากที่สุด
14. จัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน	4.63	0.49	มากที่สุด
15. จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก	4.56	0.51	มากที่สุด
16. ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจาก	4.3	0.47	มาก
17. หน่วยการเงินและตรวจสอบ	4.41	0.64	มาก
18. การทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	4.22	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่าภาพรวมค่าเฉลี่ย 4.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.32 ระดับมาก ความรู้ ความเข้าใจ **ก่อน** การอบรม ค่าเฉลี่ย 3.04 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน0.52 ระดับปานกลาง ความรู้ ความเข้าใจ **หลัง** การอบรมค่าเฉลี่ย 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 ระดับมาก ประโยชน์ที่ได้รับจากการอบรมค่าเฉลี่ย 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 ระดับมาก ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตรการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ย 4.37ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 ระดับมาก คุณภาพและการถ่ายทอดของวิทยากรค่าเฉลี่ย 4.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 ระดับมาก สถานที่และสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสมค่าเฉลี่ย 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ระดับมาก ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ค่าเฉลี่ย 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 ระดับมาก ระยะเวลาในการอบรมมีความเหมาะสมค่าเฉลี่ย 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72ระดับมาก อาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมค่าเฉลี่ย 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 ระดับมาก ความพอใจโดยรวมเกี่ยวกับการฝึกอบรมค่าเฉลี่ย 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 ระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตรการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย คุณภาพและการถ่ายทอดของวิทยากร ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการอบรม อาหาร และเครื่องดื่มมีความเหมาะสม ความรู้ ความเข้าใจ **หลัง**_การอบรม ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ ระยะเวลาในการอบรมมีความเหมาะสม ความรู้ ความเข้าใจ **ก่อน**_การอบรม

ความพึงพอใจต่อรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง องค์การสวนจากค่าเฉลี่ย 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 ระดับมากที่สุด การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจากค่าเฉลี่ย 4.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.58 ระดับมาก การบริหารจัดการค่าเฉลี่ย 4.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 ระดับมาก การจัดการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายค่าเฉลี่ย4.59 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57ระดับมากที่สุด จัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชนค่าเฉลี่ย 4.63 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49ระดับมากที่สุด จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจากค่าเฉลี่ย 4.56ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 ระดับมากที่สุด ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจากค่าเฉลี่ย 4.3ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47ระดับมาก หน่วยการเงินและตรวจสอบค่าเฉลี่ย 4.41ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 ระดับมาก การทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องค่าเฉลี่ย 4.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 ระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย จัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน การจัดการตลาดและช่องทางจัดจำหน่าย จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก องค์การสวนจาก การบริหารจัดการ ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจาก การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจาก หน่วยการเงินและตรวจสอบ การทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

4. ผลการประเมินจากการสนทนากลุ่มการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

ผลจากการสนทนากลุ่มในประเด็น ปัญหา แนวทางแก้ปัญหาและแนวทางพัฒนาการการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง ความรวมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีสวนเกี่ยวข้องในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง และข้อเสนอต่อการพัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง สรุปได้ดังนี้

ปัญหาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ปัญหาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจากจากการสนทนากลุ่ม พบว่า มีปัญหาเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ต้องผลิตให้ได้คุณภาพ ราคาน้ำตาลปี๊บตกต่ำ ผู้ผลิตขนมลาบางส่วนไม่มาซื้อน้ำตาลจากไปทำขนมขนมลาโดยไม่ทราบสาเหตุ ชุมชนไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจากต้องประกอบอาชีพงานอาชีพทำจากต้องทำและอยู่ในสวนจาก เกษตรกรเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบอย่างเดียวอยากให้มีหน่วยงานกลางมาดูแลเรื่องการแปรรูปและการตลาดผลิตภัณฑ์จาก ปัญหาการสืบทอดอาชีพทำสวนจากสู่รุ่นต่อรุ่นเด็กรุ่นใหม่ไม่ทำอาชีพทำสวนจาก พ่อแม่ก็ไม่อยากให้ลูกหลานทำอาชีพสวนจากเนื่องจากเป็นเป็นอาชีพที่ลำบาก

แนวทางแก้ปัญหา และแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจาก

แนวทางแก้ปัญหา และแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจากที่สำคัญคือ การรวมกลุ่มเกษตรสวนจากเพื่อควบคุมคุณภาพ สร้างความตระหนักเรื่องการผลิตที่มีคุณภาพ สร้างความตระหนักเรื่องการผลิตที่มีคุณภาพร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนในรูปสหกรณ์

รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีความเห็นว่ารูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก”JAK model”ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม สามารถนำมาใช้ได้จริงในตำบลขนาบนากแต่ในทางปฏิบัติควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนรวมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในเรื่องการรวมกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่ม โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ข้อเสนอต่อการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

แนวทางพัฒนาต่อการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของสวนจาก การสร้างความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการสวนจาก สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบอาชีพสวนจาก ควรมีนโยบายสงเสริมพัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการสวนจาก การเพิ่มช่องทางด้านการตลาด ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความรวมมือกับหน่วยงานต่างๆ ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในตำบลขนาบนาก มีโฆษณาการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ถ่ายทอดให้สืบสานภูมิปัญญาการทำสวนจากของบรรพบุรุษสืบต่อไปรุ่นต่อรุ่น

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง” ในครั้งนี้ สามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลการศึกษา การบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง ในประเด็นต่อการบริหารจัดการ **8 M’s** ได้แก่ คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ / จัดการ (Method /Management), เครื่องจักรกล (Machine), การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), และข้อมูลข่าวสาร (Message) และพบประเด็นเพิ่มเติมคือด้านการสืบทอดรุ่นต่อรุ่น โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรสวนจากและกลุ่มผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นจาก 3 กลุ่มดังนี้

1. ด้านคน พบว่าเกษตรกรสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากใช้การบริหารงานระบบครอบครัว ใช้การพูดคุยสั่งการโดยตรงระหว่างเจ้ากับบุคคลในครอบครัวหรือแรงงาน ส่วนแรงงานมีปัญหาขาดแคลนแรงงานโดยส่วนทำเพียงคนเดียวหรือสองคนต่อการผลิตน้ำตาลจากประมาณ 8 ไร่ หรืองวงจากประมาณ 100 ต้น สามารถผลิตน้ำหวานได้ประมาณ 6-7 ปี๊บ ซึ่งเคี่ยวเป็นน้ำตาลจากได้ 1 ปี๊บ

2. ด้านการเงิน พบว่าเกษตรกรสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากใช้เงินทุนจากเงินทุนของตัวเอง โดยลักษณะการขายน้ำตาลจากจะมีลักษณะการขายครั้งละปี๊บ หรือขายครั้งหลายปี๊บตามภาวะเศรษฐกิจของแต่ละครัวเรือน โดยครัวเรือนที่มีภาวะการเงินดีไม่เดือนร้อนก็จะทำการขายครั้งละหลายปี๊บได้ เงินลงทุนไม่สูงมากอาจจะใส่ปุ๋ยบ้าง และปลูกจากครั้งเดียวสามารถอยู่ได้เป็นร้อยปี เกษตรสามารถมีรายได้จากการทำน้ำตาลปี๊บเฉลี่ยวันละประมาณ 1,000 บาทต่อครัวเรือน แต่ต้องใช้ระยะเวลาในการขายจึงทำให้เกษตรกรสวนจากขาดรายได้ที่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ เงินทุนสำรอง

สำหรับการผลิต พบว่า ยังไม่มีทุนสำรองใช้ทุนของตัวเองในการผลิต การผลิตใช้เงินทุนต่ำในการผลิต จะดำเนินการผลิตและจำหน่ายเป็นคราวๆ ไป ไม่มีการผลิตผลิตภัณฑ์สำรอง เมื่อได้รับการสั่งซื้อเร่งด่วน ทำให้ไม่มีสินค้าจำหน่ายเพียงพอ การจัดทำบัญชีของกลุ่มยังไม่เป็นไปตามระบบบัญชี เป็นเพียงการบันทึกรายรับ-รายจ่าย กำไรขาดทุน ทำให้ไม่สะดวกต่อการตรวจสอบ และการนำเสนอทางวิชาการ

3. ด้านวัตถุดิบ พบว่าเกษตรกรสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากไม่สามารถผลิตน้ำตาลจากได้ช่วงหน้ามรสุมเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม ทำให้น้ำตาลจากขาดแคลน ส่วนไม้ฟืนที่ใช้ในการเคี่ยวน้ำตาลไม่เพียงพอ ต้องมีการสั่งซื้อไม้ฟืนจากจังหวัดสุราษฎ์ธานี และไม้เคียมมีไม่เพียงพอในพื้นที่มีการสั่งซื้อจากจังหวัดสุราษฎ์ธานีเช่นเดียวกัน

4. วิธีการจัดการ พบว่าเกษตรกรอาชีพการทำสวนจากในตำบลขนาบนากและปากแพรกมีการบริหารจัดการมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม มีการรวมกลุ่มบ้างเมื่อมีการเข้ามาเยี่ยมชมในพื้นที่เพื่อทำกิจกรรม แต่โดยส่วนใหญ่ทำในครัวเรือนและหมู่ญาติ วิธีการจัดการและองค์ความการทำสวนจากจึงมีความแตกต่างกันในแต่ละสวนจาก การวางแผน การจัดองค์กร การจัดคน การอำนวยการ การประสานงานต่างๆมีการดำเนินการโดยเจ้าของสวนจาก และงานเกือบทุกหน้าที่เจ้าสวนจากดำเนินการเอง การบริหารจัดการใช้วิธีการบริหารจัดการแบบภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยปกติการทำน้ำตาลจากสามารถทำได้ตลอดทั้งปี แต่ช่วงฤดูฝนประมาณเดือน พฤศจิกายนถึงเดือนมกราคม ฝนตกหนักน้ำท่วมขัง จะไม่สามารถทำไร่จากได้ จึงมีการบริหารจัดการโดยต้องมีการทำอาชีพอย่างอื่นเสริมด้วย

5. เครื่องจักรกล พบว่าเกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากยังใช้เครื่องมือแบบภูมิปัญญาดั้งเดิมในการผลิตเช่น เตาใช้ฟืน กระทะใบบัว ฟืน มีด ไม้โทรมน้ำตาล เป็นต้น

6. ด้านการตลาด พบว่าด้านการตลาดผลิตภัณฑ์จากต้นจากคือ

6.1 ด้านตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพของสินค้า ในเรื่องการ บรรจุภัณฑ์ ยังไม่มีการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนั้น กลุ่มยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ส่วนใหญ่บรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายแต่ทำให้ขาดเอกลักษณ์ของสินค้า

6.2 ด้านราคา พบว่าราคาตกตู่ไม่แน่นอน โดยพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ส่วนใหญ่ขายน้ำตาลจากเป็นปี๊บโดยมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อผลิตภัณฑ์น้ำตาลจากไร่ส่วนใหญ่เป็นนำไปกลั่นเป็นสุรา และทำขนมลา น้ำตาลจากขายได้ปี๊บละ 1,300-1500 บาทน้ำหนักประมาณ 25 กิโลกรัม โดยราคาขึ้นลงตามฤดูกาล ช่วงเทศกาลสารทเดือนสิบน้ำตาลปี๊บจะมีราคาสูงที่สุดคือประมาณ 1,500 - 1,700 บาทต่อปี๊บ ราคาน้ำตาลจากปี๊บเป็นไปตามราคาตลาดพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ส่วนการกำหนดราคาขายปลีกปกติกลุ่มตั้งราคาจากต้นทุนบวกเพิ่มกำไรที่เหมาะสม ในภาวะ

เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป อาจทำให้ต้องกำหนดราคาขายสูงขึ้นตามไปด้วย ส่วนราคาตับจาก การสานตับจากมีการนำใบจากที่ทำตับจากมีขนาดที่พอเหมาะ ตัดใบจากแล้วนำไปสานประสานกัน 2-3 ใบ การขายมีคนมารับซื้อ ราคา 100 ตับขายได้ 300 บาท วันหนึ่งได้ประมาณ 50-60 ตับ โดยเฉลี่ยแล้วได้เงินวันละประมาณ 150 บาทต่อวันทำไว้เป็นอาชีพเสริม ในอดีตตับจากมีราคาถูกคือร้อยตับต่อ 150 บาท แล้วขึ้นมา 180 บาทจนปัจจุบันราคา 300 บาท คนซื้อเป็นคนกำหนดราคา คนรับซื้อมีหลายเจ้า ถ้าใครเคยได้ถึงวันละประมาณ 200- 300 หรือเป็น1,000 บาทก็ได้ โดยคนนิยมนำไปมุงรีสอร์ท

6.3 ปัญหาช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาช่องทางการตลาดไม่หลากหลาย มีการขายที่ร้าน การออกบูทจำหน่าย ขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และเฟสบุ๊ค

6.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาขาดการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์มีไม่มาก อาศัยการเล่าปากต่อปาก

7. ขวัญและกำลังใจ พบว่าเกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากบางขาดส่วนขาดขวัญและกำลังใจการทำอาชีพผลิตภัณฑ์จากต้นจากทำแบบครอบครัว หน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนบ้างแต่ส่วนใหญ่ยังมีวิถีแบบดั้งเดิมจึงมีการทิ้งป่าจากให้รกร้างและลูกหลานไม่มีการสืบทอดการทำสวนจาก บางส่วนมีการเปลี่ยนเป็นบ่อกุ้ง โดยป่าจากตำบลขนาบนากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยมีการจัดสรรงบประมาณในการซื้อปุ๋ยสำหรับป่าจาก และสนับสนุนเงินทุนปลูกป่าจากทดแทนในบ่อกุ้งร้างมีพื้นที่ปลูกจากประมาณ 6,000 ไร่ โดยปลูกทดแทนปีละประมาณ 150 ไร่ ในอดีตน้ำตาลจากมีราคาตกต่ำปี๊บละ 500 บาทได้มีหน่วยงานภาครัฐจัดสรรงบประมาณ 200,000 บาทเข้ามาพยุงราคาน้ำตาลจาก ปัจจุบันได้มีหน่วยงานต่างๆให้ความสนใจอาชีพสวนจากทั้งมีการวิจัย การสนับสนุนงบประมาณต่างๆ และการท่องเที่ยววิถีชีวิตป่าจาก

8. ข้อมูลข่าวสาร พบว่าเกษตรกรอาชีพสวนจากและผู้ผลิตภัณฑ์จากต้นจากมีข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานภาครัฐ โดยผ่านเกษตรตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล ตำบลขนาบนากมีการรวมกลุ่มเกษตรกรอาชีพป่าจากแต่จากการสัมภาษณ์เกษตรกรอาชีพสวนจากมีการรวมตัวกันแบบเฉพาะกิจเมื่อมีภารกิจหรือมีผู้เข้ามาเยี่ยมชม

9. ด้านการสืบทอดรุ่นต่อรุ่น พบว่าอาชีพการทำสวนจากที่ปากแพรกกำลังจะสูญหายไปเนื่องจากขาดผู้สืบทอดโดยเกษตรส่วนใหญ่เป็นรุ่นพ่อแม่ส่วนรุ่นลูกจากการสอบถามทั้งตำบลขาบนากและตำบลปากแพรกขาดผู้สืบทอด เนื่องจากเด็กรุ่นใหม่มองว่าอาชีพทำสวนจากมีความยากลำบาก นอกจากนี้ในอดีตอาชีพทำสวนจากมีมากปัจจุบันมีการเปลี่ยนอาชีพ ทำนากุ้ง มีหน่วยงานมาทำการอนุรักษ์อยู่บ้างโดยนำไปสอนวิธีการทำจากในโรงเรียน ซึ่งเด็กรุ่นใหม่ตอนนี้อาชีพ ทำปากจากทำไม่เป็นแล้ว โดยทางชุมชน หน่วยงาน อบต.อยากอนุรักษ์ไว้ การทำจากในปากแพรกทำเป็นอาชีพอยู่แถวหมู่ 2 หมู่ 3 ส่วนหมู่ 7 โดยมีการทำสวนจากในปากแพรกเป็นจำนวนน้อยมีการเปลี่ยนอาชีพทำ

นากุ้งแทน การทำอาชีพป่าจากถือว่าเป็นอาชีพเสริม โดยมีการทำนาประกอบด้วย ป่าจากทำได้ทุกวัน แต่ได้ไม่มากและป่าจากไม่ต้องดูแลมากปลูกครั้งเดียวอยู่ได้ตลอด การสืบทอดการเรียนรู้ ไม่มีคนมาสืบทอด รุ่นลูกไม่มีใครทำ ปัจจุบันนี้ที่ปากแพรก หมู่ 7 ก็ยังเย็บจากกันอยู่และทำน้ำส้มจากอยู่บ้าง

10. พฤติกรรมผู้บริโภค ผลจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 35 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้10,001 – 15,000 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ต้นจากของผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจากระดับปานกลาง มีพฤติกรรมการรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจากรู้จักทางอินเตอร์เน็ต ญาติหรือเพื่อน บูทแสดงสินค้า โทรทัศน์ และแผ่นพับ/ใบปลิว เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากน้ำตาลปึก น้ำส้มจาก น้ำตาลจากเข้มข้น หัตถกรรมต้นจาก น้ำตาลจากเกร็ด ขนมจาก สาเหตุการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้น เพื่อปรุงอาหาร เพื่อสุขภาพ เพื่อช่วยเหลือชุมชนให้มีรายได้ ความถี่ในการบริโภคผลิตภัณฑ์ต้นจากส่วนใหญ่นานกว่า 1 เดือน สถานที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากซื้อจากร้านค้าชุมชน สั่งซื้อทางอินเตอร์เน็ต แหล่งผลิต ออกบูทแสดงสินค้า ไปรษณีย์ ร้านค้าสนามบิน

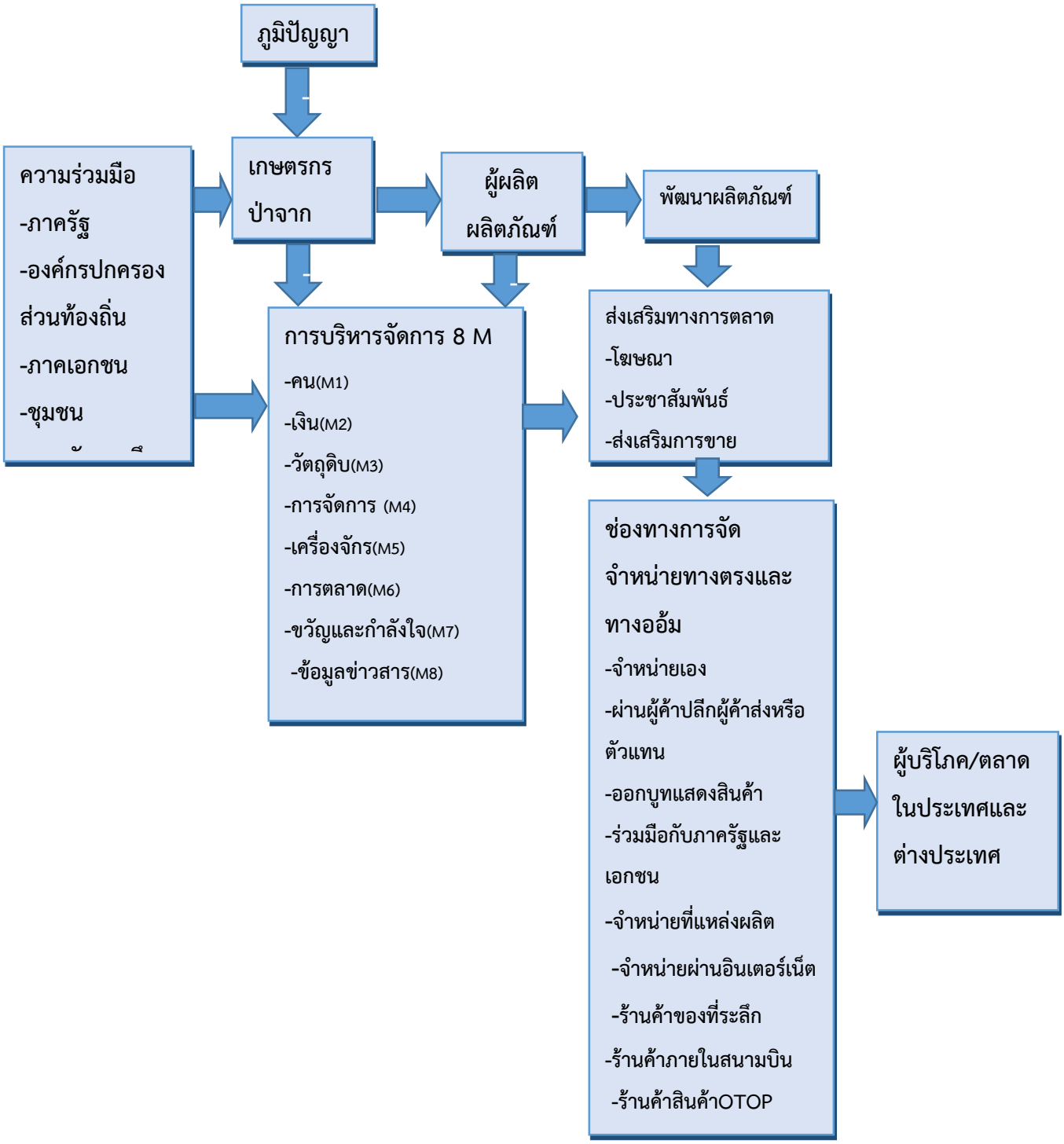
กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายโดยเรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากด้านผลิตภัณฑ์เรียงจากมากไปน้อยคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ลักษณะหีบห่อของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก มีหลากหลายขนาดให้เลือก ปริมาณที่บรรจุ สีและกลิ่นผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก และตรายี่ห้อ ปัจจัยด้านราคา มีหลายราคาให้เลือก มีป้ายราคาติดชัดเจน ราคามีความเหมาะสม และราคาต่อหน่วย ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ซื้อได้สะดวก มีวางขายตลอดเวลา ร้านค้าอาหารมีความสะดวกในการซื้อ ร้านค้าหน่วยงานราชการมีความสะดวกในการซื้อ ออกบูทแสดงสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ทางอินเตอร์เน็ตมีความสะดวกในการซื้อ ร้านค้าสนามบินมีความสะดวกในการซื้อ ทางไปรษณีย์มีความสะดวกในการซื้อ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์คือ สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต ยูทูป เว็บไซต์ การโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค ไลน์ สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางทีวี แผ่นพับ/ใบปลิว การโฆษณาแบบปากต่อปาก สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากวิทยุ ด้านส่งเสริมการขายคือ การจัดชิงโชค การลดราคา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายช่วงเทศกาล และการมีของแถม

จากคำถามปลายเปิดมีรสชาติที่ไม่คุ้นเคย การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีน้อย การตัดสินใจซื้อเกิดจาก ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก สีและกลิ่นน่ารับประทาน ไม่ทราบว่านำน้ำตาลจากไปปรุงอะไร ควรมีราคาติดไว้ที่ตราฉลากสินค้าด้วย ควรมีรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยกว่านี้ อยากให้เชิญชวนชาวบ้านมาใช่ผลิตภัณฑ์สินค้าจากธรรมชาติกันมากขึ้น

จากการสนทนากลุ่มปัญหาเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ต้องผลิตให้ได้คุณภาพ ราคาน้ำตาลปี๊บตกต่ำ ผู้ผลิตขนมลาบางส่วนไม่มาซื้อน้ำตาลจากไปทำขนมขนมลาโดยไม่ทราบสาเหตุ ชุมชนไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจากต้องประกอบอาชีพงานอาชีพทำจากต้องทำและอยู่ในสวนจาก เกษตรกรเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบอย่างเดียวอยากให้มีหน่วยงานกลางมาดูแลเรื่องการแปรรูปและการตลาดผลิตภัณฑ์จาก ปัญหาการสืบทอดอาชีพทำสวนจากสู่รุ่นต่อรุ่นเด็กรุ่นใหม่ไม่ทำอาชีพทำสวนจาก พ่อแม่ก็ไม่อยากให้ลูกหลานทำอาชีพสวนจากเนื่องจากเป็นเป็นอาชีพที่ลำบาก

วัตถุประสงค์ 2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

จากทฤษฎีงานวิจัยทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลสำคัญที่วิเคราะห์ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสีย ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์แบบการวิจัยขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย 8 องค์ประกอบหลักด้านจัดการคน ด้านจัดการเงิน ด้านจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการด้านจัดการเครื่องจักร ด้านจัดการการตลาด ด้านจัดการขวัญและกำลังใจ ด้านจัดการข้อมูลข่าวสารและการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งกลุ่มเป็นเกษตรกรสวนจาก และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ดังนี้



ภาพที่ 5.1 แสดงภาพการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง “JAK Model” ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นประกอบด้วย 1)องค์การสวนจาก 2)การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจาก 3)การบริหารจัดการ 4)การจัดการตลาดและช่องทางจัดจำหน่าย 5)จัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน 6)จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก 7)ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจาก 8)หน่วยการเงินและตรวจสอบ 9) หน่วยพัฒนา

ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบ จากการสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญ เห็นความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของประเห็นหลัก ทั้ง 9 ประเด็น รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนังที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นคือ “JAK Model” ประกอบด้วยการ1)องค์การสวนจาก เน้นการรวมกลุ่มพัฒนาเป็นองค์การสวนจาก ชุมชนร่วมมือกันจัดตั้งขึ้นโดยร่วมมือกันดำเนินกิจกรรม เริ่มตั้งแต่การจัดตั้งองค์กร การแบ่งงานกันทำ ตามความถนัด 2)การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจาก เน้นคนในชุมชนร่วมกันคิดระดมสมองในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สร้างตรายี่ห้อ 3)การบริหารจัดการ เน้นการเข้าร่วมฝึกอบรม สัมมนา การอบรมการบริหารจัดการที่เป็นระบบ การจัดการผลิตที่เน้นคุณภาพที่ได้มาตรฐาน การจัดการกลุ่มที่เป็นระบบ การจัดการการเงินและบัญชีที่เป็นระบบและตรวจสอบได้ 4)การจัดการตลาด เน้นการตลาดที่สร้างคุณค่าวิถีชีวิตจากและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เน้นการประชาสัมพันธ์ด้วยความคิดสร้างสรรค์และประหยัด 5)จัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน เน้นการพัฒนาให้ตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชนที่มีถูกสุขลักษณะ มีการจัดการที่ดี มีการจัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชนที่เป็นระบบเพื่อเป็นตลาดจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน 6)จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก 7)จัดตั้งศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจากขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น 8)หน่วยการเงินและตรวจสอบ 9) หน่วยพัฒนา มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอาชีพการทำสวนจาก

แนวทางพัฒนาต่อการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของสวนจาก การสร้างความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการสวนจาก สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบอาชีพสวนจาก ควรมีนโยบายสงเสริมพัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการสวนจาก การเพิ่มช่องทางด้านการตลาด ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความรวมมือกับหน่วยงานต่างๆ ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในตำบลขนาบนาก มีโฆษณาการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ถ่ายทอดให้สืบสานภูมิปัญญาการทำสวนจากของบรรพบุรุษสืบต่อไปรุ่นต่อรุ่น

วัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อประเมินประสิทธิผลรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

ผลการประเมินรูปแบบรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก"JAK model"

แบบสอบการทดลองรูปแบบรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก"JAK model"ใช้ถามทั้งหมดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรอิสระด้านปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด 4Ps โดเรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

ปัจจัยทางส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ในภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 มีปัญหาอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ค่าเฉลี่ย 4.18 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 ระดับมาก ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ค่าเฉลี่ย 3.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.68 ระดับมาก ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 3.94 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ระดับมาก ลักษณะหีบห่อของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ค่าเฉลี่ย 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 ระดับมาก ปริมาณที่บรรจุค่าเฉลี่ย 3.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ระดับมาก สีและกลิ่นผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ค่าเฉลี่ย 3.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 ระดับมาก ตรายี่ห้อ ค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 ระดับมาก

ด้านราคา ในภาพรวมด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.88 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.64 มีระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือมีหลายราคาให้เลือกค่าเฉลี่ย 3.93 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 มีระดับมาก มีป้ายราคาติดชัดเจน ค่าเฉลี่ย 3.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 มีระดับมาก ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณ ค่าเฉลี่ย 3.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 มีระดับมาก และราคาต่อหน่วย ค่าเฉลี่ย 3.82 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 มีระดับมาก

ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย ในภาพรวมด้านช่องทางจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 มีระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ช่องทางจัดจำหน่ายที่ซื้อได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก ช่องทางจัดจำหน่ายที่มีสินค้าวางขายตลอดเวลา ค่าเฉลี่ย 3.91 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 มีระดับมาก ร้านค้าอาหารมีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 มีระดับมาก ร้านค้าหน่วยงานราชการมีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 มีระดับมาก ออกบูทแสดงสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 มีระดับมาก ทางอินเตอร์เน็ตมีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 มีระดับมาก ร้านค้าสนามบินมีความสะดวกในการซื้อ ค่าเฉลี่ย 3.69 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 มี

ระดับมาก ทางไปรษณีย์มีความสะดวกในการซื้อค่าเฉลี่ย 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 มีระดับมาก

ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 3.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 มีระดับมากเมื่อพิจารณาปัจจัยเป็นรายข้อ เรียงโดยลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต ยูทูป เว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 3.81 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก การโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊ค ไลน์ ค่าเฉลี่ย 3.79 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางทีวีค่าเฉลี่ย 3.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 มีระดับมาก สื่อแผ่นพับ/ใบปลิวค่าเฉลี่ย 3.72 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก การโฆษณาแบบปากต่อปาก ค่าเฉลี่ย 3.69 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.70 มีระดับมาก สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากวิทยุค่าเฉลี่ย 3.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 มีระดับมาก

ด้านส่งเสริมการขาย ในภาพรวมด้านส่งเสริมการขาย ลำดับที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ การจัดชิงโชค การลดราคาขาย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายช่วงเทศกาลขาย ค่าเฉลี่ย 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.81 มีระดับมาก การมีของแถมขาย ค่าเฉลี่ย 3.61 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 มีระดับมาก

จากคำถามปลายเปิดมีรสชาติที่ไม่คุ้นเคย การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีน้อย การตัดสินใจซื้อเกิดจาก ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก สีและกลิ่นน่ารับประทาน ไม่ทราบว่านำน้ำตาลจากไปปรุงอะไร ควรมีราคาติดไว้ที่ตราฉลากสินค้าด้วย ควรมีรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยกว่านี้ อยากให้เชิญชวนชาวบ้านมาใช่ผลิตภัณฑ์สินค้าจากธรรมชาติกันมากขึ้น

ผลการทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก"JAK model"เพื่อปัญหาแก้ด้านการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก จากการสังเกตการสัมภาษณ์ดังนี้

ด้านการตลาด ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เดิมของผู้ประกอบการยังไม่สามารถนำเข้าไปจำหน่ายในช่องทางการจัดจำหน่ายบางแห่งได้ เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรม เป็นต้น จึงต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และอบรมการบรรจุผลิตภัณฑ์ สามารถนำสินค้าที่พัฒนาบรรจุภัณฑ์แล้วเข้าไปวางจำหน่ายสนามบิน ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารต่างๆ สนามบิน ได้ พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำหวานจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีการจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวิถีการทำไร่จาก และสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบโดยสร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4 รายคือตราขนมจากป้าสอด ตราขนมใบบัวป้าสมนึก ตราขนมกรอกแม่สุพัฒน์ ตราน้ำปลาหวานเจ๊พร **ด้านราคา** มี

การฝึกให้ผู้ประกอบการคิดโครงสร้างต้นทุนบวกกำไรที่เหมาะสม สามารถวิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ต้นจากได้ **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ทีมวิจัยได้ทำการนำสินค้าไปเพิ่มช่องทางการตลาดใหม่ โดยผู้ประกอบการจำหน่ายเอง ทีมวิจัยได้ดำเนินการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งทางตรงและทางอ้อมเพิ่มขึ้น สร้างเว็บไซต์ www.suanjak.comในจำหน่ายสินค้าสำหรับการจำหน่ายในกระจายทั่วประเทศผ่านช่องทาง E-Commerce และประชาสัมพันธ์ชื่อเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง จำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเตอร์เน็ต ผ่านเว็บไซต์ด์ เฟสบุ๊ค จำหน่ายในร้านขายของฝากที่ห้างสรรพสินค้า จังหวัดนครศรีธรรมราช จำหน่ายในร้านขายของฝากที่สถานบินจังหวัดนครศรีธรรมราช ช่องทางร้านอาหาร ร้านกาแฟ โรงแรม การท่องเที่ยว ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำหน่ายร้านค้าสหกรณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จำหน่ายออกบูทแสดงสินค้าที่กรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดเช่น ตรัง พัทลุง กระบี่ สงขลา เป็นต้น

โฆษณาประชาสัมพันธ์ ดำเนินการจัดทำวีดีโอบริหารจัดการสวนจากเป็นส่วนหนึ่งของการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาสวนจากของตำบลขนาบนาก โดยจัดทำเป็นแผ่นซีดีมอบไว้ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนาก โรงเรียนขนาบนาก โรงเรียนต่างๆในจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดใกล้เคียง และมอบให้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีไว้แจกให้กลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้ศึกษาดูงาน และนำเผยแพร่ลงในอินเตอร์เน็ต ยูทูป สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ต่างๆ และภาพนิ่งแนะนำวิถีชีวิตป่าจาก ตามสื่อต่างๆวิทยุ โทรทัศน์ อินเตอร์เน็ต ประชาสัมพันธ์โดยแผ่นพับ ใบปลิว โฆษณาในเพจชื่อเพจภูมิปัญญาสวนจาก ลุ่มน้ำปากพนัง กลุ่มเป้าหมายทั่วประประเทศไทย มาเลเซีย และจีน ทีมวิจัยได้ดำเนินการสร้างเว็บไซต์ในจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ชื่อเครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com โพสต์โฆษณาประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์ต่างๆ เป็นผลให้สวนจากตำบลขนาบนากเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

การส่งเสริมการตลาด มีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์โดยแจกน้ำตาลจากให้กลุ่มตัวอย่าง 30 คน กลุ่มตัวอย่างเป็นแม่บ้านชื่นชอบการทำอาหารรับประทาน โดยกลุ่มตัวอย่างนำน้ำตาลจากไปปรุงอาหารเป็นเวลา 1 เดือน และทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยการถ่ายรูปอาหารที่ปรุงโดยน้ำตาลจากโพสต์เฟสบุ๊คและสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ และทำการเก็บข้อมูลจากผู้ทดลองใช้ทั้ง 30 คน และจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์โดยแนะนำวิถีชีวิตการทำสวนจากตามสื่อต่างๆและการทดลองรับรู้รสชาติผลิตภัณฑ์จากผสมอาหารชนิดต่างๆ และการทดลองรับรู้รสชาติผลิตภัณฑ์จากผสมอาหารชนิดต่างๆ พบว่าน้ำตาลจากสามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายเมนู เช่น น้ำปลาหวาน ทำน้ำจิ้ม ขนมหวาน ใส่กาแฟ ใส่เครื่องดื่มร้อน ตำน้ำพริก ใส่แกง ทาขนมปังโรยน้ำตาลจาก เฉาก๊วยน้ำตาลจาก กุ้งต้มหวานน้ำตาลจาก ทำหมูหวาน ทำชามะนาว ชาเย็น กล้วยบวชชี ขนมลา น้ำผลไม้รวม ผัดผัก ต้มพะโล้ แกงเขียวหวาน โดยมีข้อเสนอแนะมีรสขมจากไม้เคี่ยมเล็กน้อยทำให้รสชาติอาหารเปลี่ยนควรลดไม้เคี่ยมลง

บริหารจัดการ ผลจากหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติด้านบริหารจัดการ จัดการคน ด้านจัดการเงิน ด้านจัดการวัตถุดิบ ด้านการจัดการ ด้านจัดการเครื่องจักร ด้านจัดการการตลาด ด้านจัดการขวัญและกำลังใจ ด้านจัดการข้อมูลข่าวสาร การบัญชี การคิดต้นทุน การรวมกลุ่ม ผลจากการจัดทำแผนการตลาด การบริหารจัดการ และช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจาก ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปน้ำตาลจากบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี มีแผนการตลาดโดยการเน้นคุณค่าโดยใช้กลยุทธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำไร่จาก มีการเผยแพร่โฆษณาทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านเวปเพจ ยูทูป สื่อสังคมออนไลน์จนปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปน้ำตาลจากบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีเป็นแหล่งเรียนรู้ที่รู้จักและโด่งดังในการท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำสวนจาก มีผู้เข้ามาท่องเที่ยวจากทั่วประเทศ เป็นแหล่งเรียนรู้มีคนมาศึกษาดูงานจากภาครัฐและเอกชน โรงเรียนต่างๆ มีรายการมาถ่ายทำข่าวและสารคดีจากทีวีช่องต่างๆ ผลจากโครงการได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปน้ำตาลจากบรรจุภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี 2 ชนิดคือน้ำตาลจากพร้อมดื่มตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์ตรากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี

การรวมกลุ่มจัดตั้งองค์การสวนจากและสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ ผลจากโครงการวิจัยได้สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบโดยสร้างแบรนด์ ฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการรายใหม่ 4 รายคือ ตราขนมจากป้าสอด ตราขนมใบบัวแม่สมนึก ตราขนมกรอกแม่สุพัฒน์ ตราน้ำปลาหวานเจ๊พร ทีมวิจัยได้มอบรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนังให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนากเพื่อเป็นแนวทางในการทำการจัดตั้งองค์การสวนจากต่อไป

ผลการประเมินจากการสนทนากลุ่มการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

ผลจากการสนทนากลุ่มในประเด็น ปัญหา แนวทางแก้ปัญหาและแนวทางพัฒนาการการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง ความรวมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีสวนเกี่ยวข้องในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง และข้อเสนอต่อการพัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง สรุปได้ดังนี้

1) ปัญหาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ปัญหาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจากจากการสนทนากลุ่ม พบว่า มีปัญหาเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ต้องผลิตให้ได้คุณภาพ ราคาน้ำตาลปี๊บตกต่ำ ผู้ผลิตขนมลาบางส่วนไม่มาซื้อน้ำตาลจากไปทำขนมขนมลาโดยไม่ทราบสาเหตุ ชุมชนไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจากต้องประกอบอาชีพงานอาชีพทำจากต้องทำและอยู่ในสวนจาก เกษตรกรเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบอย่างเดียวอยากให้มีหน่วยงานกลางมาดูแลเรื่องการแปรรูปและการตลาดผลิตภัณฑ์จาก ปัญหาการสืบทอดอาชีพทำสวนจากสู่รุ่นต่อรุ่นเด็กรุ่นใหม่ไม่ทำอาชีพทำสวนจาก พ่อแม่ก็ไม่อยากให้ลูกหลานทำอาชีพสวนจากเนื่องจากเป็นเป็นอาชีพที่ลำบาก

2) แนวทางแก้ปัญหา และแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจาก

แนวทางแก้ปัญหา และแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจากที่สำคัญคือ การรวมกลุ่มเกษตรสวนจากเพื่อควบคุมคุณภาพ สร้างความตระหนักเรื่องการผลิตที่มีคุณภาพ สร้างความตระหนักเรื่องการผลิตที่มีคุณภาพร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนในรูปสหกรณ์

3) รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีความเห็นว่ารูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก”JAK model”ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม สามารถนำมาใช้ได้จริงในตำบลขนาบนากแต่ในทางปฏิบัติควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนรวมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในเรื่องการรวมกลุ่ม การจัดตั้งกลุ่ม โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4) ข้อเสนอต่อการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

แนวทางพัฒนาต่อการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของสวนจาก การสร้างความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการสวนจาก สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบอาชีพสวนจาก ควรมีนโยบายสงเสริมพัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการสวนจาก การเพิ่มช่องทางด้านการตลาด ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความรวมมือกับหน่วยงานต่างๆ ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในตำบลขนาบนาก มีโฆษณาการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ถ่ายทอดให้สืบสานภูมิปัญญาการทำสวนจากของบรรพบุรุษสืบต่อไปรุ่นต่อรุ่น

5.2 อภิปรายผล

จากข้อค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ สามารถนาผลมาอภิปรายได้ดังนี้

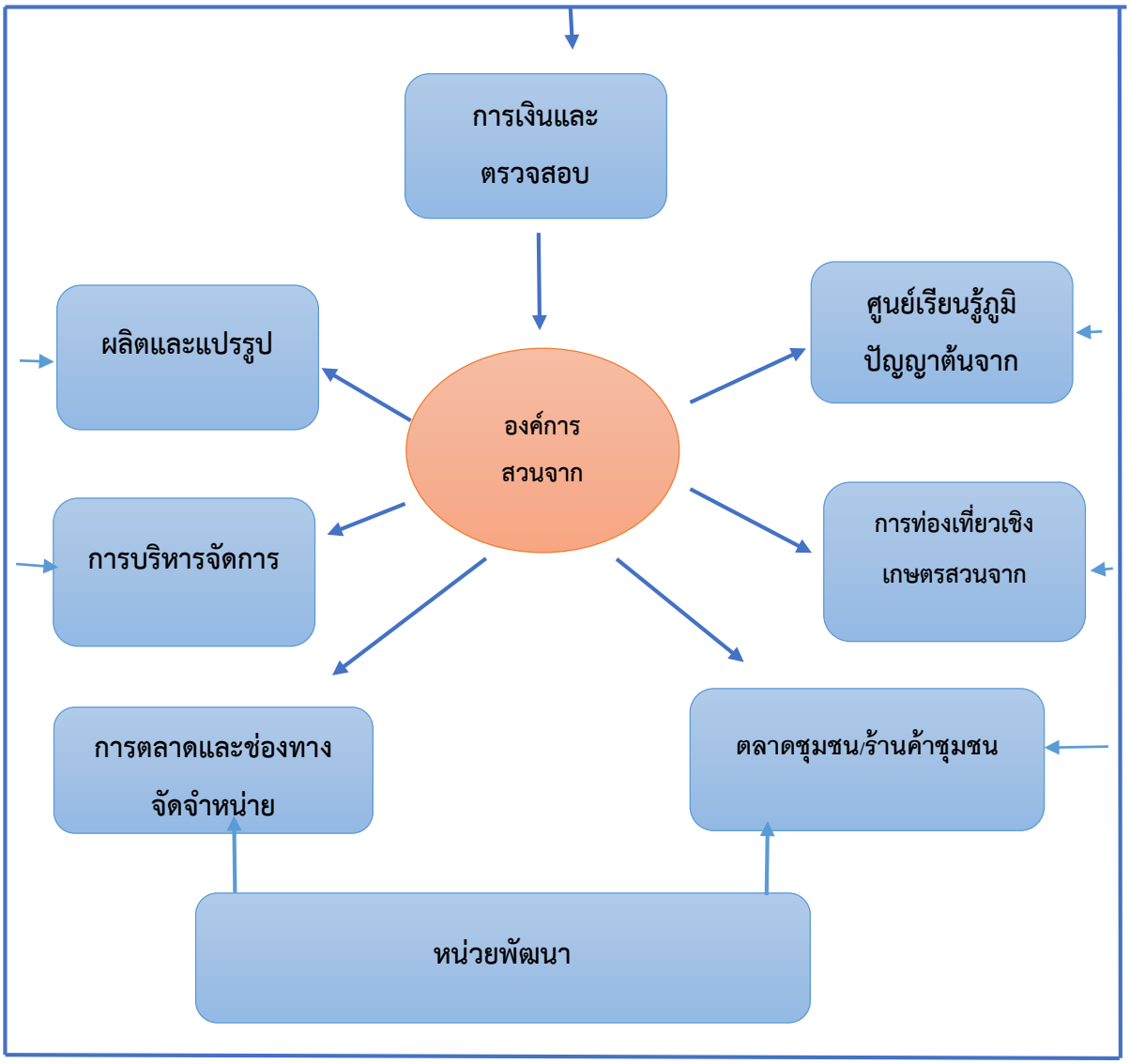
1. สภาพการณ์ศึกษาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง ขาดแคลนแรงงาน ขาดเงินทุนหมุนเวียน ยังไม่มีทุนสำรองใช้ทุนของตัวเองในการผลิต การจัดทำบัญชีของกลุ่มยังไม่เป็นไปตามระบบ ขาดแคลนวัตถุดิบช่วงหน้ามรสุมเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม ไม้ฟืนและไม้เคียมในพื้นที่ไม่เพียงพอ การบริหารจัดการมีการใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม การวิธีการจัดการยังไม่เป็นระบบ การตลาด ด้านตัวผลิตภัณฑ์ ในเรื่องคุณภาพของสินค้า ในเรื่องการ บรรจุภัณฑ์ ยังไม่มีการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง นอกจากนั้น กลุ่มยังขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ราคาตกต่ำไม่แน่นอน โดยพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ช่องทางการตลาดไม่ ปัญหาขาดการส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์มีไม่มาก อาศัยการเล่าปากต่อปาก ขาดขวัญและกำลังใจการทำอาชีพผลิตภัณฑ์สวนจากมีการทิ้งป่าจากให้รกร้างและลูกหลานไม่มีการสืบทอดการทำสวนจาก บางส่วนมีการเปลี่ยนเป็นบ่อกุ้ง ข้อมูลข่าวสาร รับมีข้อมูลข่าวสารผ่านหน่วยงานภาครัฐ โดยผ่านเกษตรตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล พฤติกรรมผู้บริโภค จากสภาพปัญหาของเกษตรกรผู้ทำอาชีพสวนจากและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ต้นจากการที่ในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่ต้องผลิตให้ได้คุณภาพ ขาดการรวมกลุ่มต่างคนต่างผลิต ขาดการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ราคาน้ำตาลปี๊บตกต่ำ ชุมชนไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจากต้องประกอบอาชีพงานอาชีพทำจากต้องทำและอยู่ในสวนจาก เกษตรกรเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบอย่างเดียวอยากให้มีหน่วยงานกลางมาดูแลเรื่องการแปรรูปและการตลาดผลิตภัณฑ์จาก ปัญหาการสืบทอดอาชีพทำสวนจากสู่รุ่นต่อรุ่นเด็กรุ่นใหม่ไม่ทำอาชีพทำสวนจาก พ่อแม่ก็ไม่อยากให้ลูกหลานทำอาชีพสวนจากเนื่องจากเป็นเป็นอาชีพที่ลำบาก การรวมกันกันเป็นการรวมตัวกันแบบเฉพาะกิจเมื่อมีภารกิจหรือมีผู้เข้ามาเยี่ยมชม หน่วยงานภาครัฐควรมีการสนับสนุนงบประมาณและอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของขวัญกมล ดอนขวาและคณะ (2556) พบว่า ควรสนับสนุนด้านงบประมาณในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแก่กลุ่มอาชีพในชุมชนต่อไปอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ความรู้ใหม่ๆด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการเงินและบัญชี จากวิทยากรที่มีประสบการณ์จริงอย่างมืออาชีพ และมีประสบการณ์เฉพาะด้านขององค์ประกอบต่างๆในการจัดการธุรกิจชุมชน โดยใช้วิทยากรจากภาครัฐและเอกชนด้วยเทคนิคการถ่ายทอดให้กลุ่มอาชีพในชุมชนซึ่งเป็นชาวบ้านให้มีความเข้าใจและนาไปใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชนได้จริง เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ

2. พัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก การสร้างความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการสวนจาก สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มผู้ประกอบอาชีพสวนจาก พัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการสวนจาก การเพิ่มช่องทางด้านการตลาด ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความรวมมือกับหน่วยงานต่างๆ ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในตำบลขนาบนาก มีโฆษณาการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น ถ่ายทอดให้สืบสานภูมิปัญญาการทำสวนจากของบรรพบุรุษสืบต่อไปรุ่นต่อรุ่น มีการพัฒนาการผลิตให้ได้มาตรฐาน พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก ให้ได้มาตรฐาน พัฒนาตรายี่ห้อ มีการตั้งราคาที่เหมาะสม และมีหลายราคาให้เลือก มีป้ายราคาติดชัดเจน ราคาควรมีความเหมาะสมกับปริมาณ มีช่องทางจัดจำหน่ายที่ซื้อได้สะดวก จัดหาช่องทางจัดจำหน่ายที่มีสินค้าวางขายตลอดเวลา เพิ่มการจำหน่ายผ่านช่องทางอินเตอร์เน็ต การจัดจำหน่ายมีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชนประจำหมู่บ้าน ประจำตำบล การส่งจำหน่ายที่ร้านค้าในตัวเมือง การจำหน่ายในงานเทศกาลต่างๆ เช่น งานเดือนสิบ งานสงกรานต์ ประเพณีลากพระ งานลอยกระทง งานเทศกาลแห่เทียนเข้าพรรษาฯลฯ งานแสดงสินค้าในจังหวัดต่างๆ รวมทั้งงานแสดงสินค้าระดับชาติ สำหรับการจำหน่ายในกระจายทั่วประเทศผ่านช่องทาง e-commerce ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีการส่งเสริมการตลาด ใช้การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เน้นสร้างสรรค์และประหยัดดำเนินการโดยผ่านสื่อ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และหน่วยงานของรัฐ เช่น วารสารการท่องเที่ยวจังหวัด แผ่นพับส่งเสริมการท่องเที่ยว การส่งเสริมการขายโดยให้ของแถม เป็นส่วนหนึ่งของกระเช้าของขวัญในเทศกาลปีใหม่ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ ในโอกาสต่างๆ ใช้การเล่าปากต่อปากของผู้ที่ท่องเที่ยววิถีชีวิต สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์มีการเผยแพร่โฆษณาทั้งในประเทศและต่างประเทศเน้นความประหยัดและคุ้มค่าผ่านทางอินเตอร์เน็ต ยูทูป เว็บไซต์ การโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค ไลน์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายช่วงเทศกาล การมีของแถม ผลิตของฝากของที่ระลึกที่นำน้ำตาลจากมาเป็นส่วนประกอบ เช่น น้ำปลาหวาน ขนมหวาน ใส่กาแฟ ใส่เครื่องดื่ม ทาขนมปังโรยน้ำตาลจาก เฉาก๊วยน้ำตาลจาก กุ้งต้มหวานน้ำตาลจาก ทำปลาหมึกหวาน ทำหมูหวาน เป็นต้น มีการพัฒนาระบบบัญชีของกลุ่มให้ได้มาตรฐาน มีการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ และพัฒนาให้กลุ่มสามารถลดต้นทุนการผลิตลง การลดการซื้อไม้ฟืนมาเคี่ยวน้ำตาลจากโดยนำวัสดุใบจากแห้ง ลูกจากแห้งมาใช้แทนฟืนบางส่วน นำวัสดุธรรมชาติมาใช้ในการบรรจุภัณฑ์ หาแหล่งบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและราคาต่ำ มีแผนการตลาดโดยการเน้นคุณค่าโดยใช้กลยุทธ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตการทำไร่จาก มีการเผยแพร่โฆษณาทั้งในประเทศและต่างประเทศเน้นความประหยัดและคุ้มค่าผ่านเว็บเพจ ยูทูป สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว และคณะ(2551) พบว่า สิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจชุมชน ต้องมีการพัฒนาการแปรรูปให้ได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัยตามมาตรฐานสากล มีระบบการตรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ ต้องมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม มีความหลากหลายเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ตลอดจนการออกแบบให้มีขนาดบรรจุที่แตกต่างกัน ต้องมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้ได้ครอบคลุมทั่วถึง การส่งเสริมการจัดจำหน่ายต้องมีการดำเนินการให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ด้วยความประหยัด และคุ้มค่า ได้แก่การเข้าร่วมกิจกรรมงานประจำปี ของจังหวัด งานแสดงสินค้าระดับชาติ เช่น งานแสดงสินค้าโอท๊อปที่เมืองทองธานี เป็นต้น มีการตั้งราคาขายที่เป็นธรรม และเหมาะสม โดยการคำนวณต้นทุนที่ถูกต้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ คือนับตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต จนถึงมือผู้บริโภค มีการจัดทำบัญชีที่ได้ มาตรฐานและเป็นปัจจุบัน

3. รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนังที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นคือ “JAK Model” ประกอบด้วย1) องค์การสวนจาก 2) การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจาก 3) การบริหารจัดการ 4) การจัดการตลาด 5) ตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน 6) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก 7) ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจาก 8) หน่วยการเงินและตรวจสอบ 9) หน่วยพัฒนา โดยการชื่อรูปแบบ “JAK Model” ดังแสดงในภาพดังนี้

JAK Model



ภาพที่ 5.2 แสดงภาพรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การรวมกลุ่มองค์การสวนจาก ชุมชนควรร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมการบริหารจัดการและทางการตลาดโดยพัฒนาจัดตั้งกลุ่มองค์การสวนจากขึ้น กลุ่มองค์การสวนจาก ซึ่งอาจจะพัฒนาในรูปแบบกลุ่มอาชีพ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือสหกรณ์โดยชุมชนจะต้องร่วมมือกันดำเนินกิจกรรม เริ่มตั้งแต่การจัดตั้งองค์กร การแบ่งงานกันทำ ตามความถนัด ชุมชนต้องร่วมกันคิดระดมสมองในการวางแผนการตลาด โดยเป็นการดำเนินการ การค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้าง

คุณค่า โดยในอนาคตมีการดำเนินการร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนาก โดยรับซื้อน้ำตาลจากมาเพื่อผลิต แปรรูปผลิตภัณฑ์ การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจาก ชุมชนร่วมกันคิดระดมสมองในการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สร้างตรายี่ห้อ การบริหารจัดการ เน้นการบริหารจัดการที่เป็นระบบ การจัดการผลิตที่เน้นคุณภาพที่ได้มาตรฐาน การจัดการกลุ่มที่เป็นระบบ การจัดการการเงินและบัญชีที่เป็นระบบและตรวจสอบได้ การจัดการตลาดที่เน้นคุณค่าวิถีชีวิตจากและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่เน้นการประชาสัมพันธ์ด้วยความคิดสร้างสรรค์และประหยัด จัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน เน้นการพัฒนาตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชนทีเป็นระบบ มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก จัดตั้งศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจากขึ้นเป็นแหล่งเรียนรู้และถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น หน่วยการเงินและตรวจสอบทุกระบบเน้นความโปร่งใส ตรวจสอบได้ หน่วยพัฒนา มีการทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับอาชีพการทำสวนจาก ตลอดจนนำวิถีชีวิตสวนจากเป็นจุดเด่นในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อให้ภูมิปัญญาต้นจากมีความยั่งยืนต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัย เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาสภาพการณ์การจัดการผลิตภัณฑ์จากต้นจากของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนควรรวมกลุ่มเกษตรสวนจากเพื่อควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์จากต้นจากในรูปสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1.2 สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนแก้ปัญหาด้านการตลาด การบริหารจัดการสวนจาก การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของสวนจาก การสร้างความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการสวนจาก ควรมีนโยบายสงเสริม พัฒนาความรู้ความเข้าใจเรื่องการบริหารจัดการสวนจาก

1.3 จากผลการวิจัยพบว่า การใช้แผนธุรกิจ การบริหารจัดการ การวิเคราะห์ต้นทุนของกลุ่มอาชีพสวนจากยังไม่ให้ความสำคัญมากนัก เนื่องจากมองว่ามีความยุ่งยาก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวจึงควรมีการสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมการทำแผนธุรกิจ การคิดต้นทุน เพื่อให้เกษตรกรสวนจาก

และกลุ่มอาชีพมีความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนมีความตระหนักถึงการต่างๆ ถึงความสำคัญของแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตเพื่อเพิ่มศักยภาพของทางกลุ่มอาชีพยิ่งขึ้น

1.4 จากผลการวิจัยพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจมากที่สุดคือ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในตลาดท้องถิ่นโดยเฉพาะการขาย ณ ที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจโดยกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มาเยี่ยมชมวิถีชีวิตการทำจาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีชีวิตและศึกษาภูมิปัญญาการทำสวนจากโดยเน้นจุดขายที่ตำบลขนาบนากเป็นแหล่งการทำอาชีพสวนจากที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้ หน่วยงานอื่นๆ เช่นกรมการปกครองส่วนท้องถิ่น กรมพัฒนาชุมชน จังหวัด สถาบันการศึกษาต่างๆ ควรส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงานวิถีชีวิตการทำอาชีพจากเพื่อความรู้ ความเข้าใจควร และเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย

1.5 จากผลการวิจัยพบว่า พบว่าน้ำตาลจากสามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายเมนู เช่น น้ำปลาหวาน ทำน้ำจิ้ม ขนมหวาน ใส่กาแฟ ใส่เครื่องดื่มร้อน ตำน้ำพริก ใส่แกง ทาขนมปังโรยน้ำตาลจาก เฉาก๊วยน้ำตาลจาก กุ้งต้มหวานน้ำตาลจาก ทำหมูหวาน ทำชามะนาว ชาเย็น กล้วยบวชชี ขนมลา ปั่นกับน้ำผลไม้รวม ผัดผัก ต้มพะโล้ แกงเขียวหวาน เป็นต้น ดังนั้นทางชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปส่งเสริมและพัฒนาสร้างอาชีพของอาหารและของฝากที่ปรุงจากน้ำตาลจากให้กับคนในชุมชนได้

1.6 จากการศึกษารูปแบบรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก”JAK model”ประกอบด้วยประเด็นหลัก 9 ประเด็น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางแก้ปัญหา และแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ต้นจากต่อไป

1.7 หน่วยงานภาครัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ในการดำเนินการพัฒนาอาชีพการทำสวนและแก้ปัญหาการขาดการสืบทอดภูมิปัญญาสวนจากรุ่นต่อรุ่นและอนุรักษ์สวนจากมิให้เกิดการสูญหายต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยต่อยอดโดยการนำผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง มาทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นจากต่อไปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่มีมูลค่าสูงขึ้น

2.2 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องของการพัฒนาเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตสวนจาก เพื่อเป็นประโยชน์ในเรื่องของการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

2.3 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสืบทอดภูมิปัญญาสวนจากและอนุรักษ์สวนจากเป็นการรักษาภูมิปัญญาของบรรพบุรุษมิให้เกิดการสูญหาย

บรรณานุกรม

กิตติมา จอร์นส. (2547). **กระบวนการจัดการธุรกิจชุมชนประเภทเครื่องจักรสาน ขององค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ขนิฏฐา กาญจนรังษีนนท์และคณะ. (2554). **โครงการวิจัยประโยชน์สุขจากเศรษฐกิจพอเพียง**. รายงานการวิจัย. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

ขวัญกมล ดอนขวา. (2556). **การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.** รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยสุรนารี.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2551). **ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: กรุงเทพฯ.

เดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ. (2554). **การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนบนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่.** รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ทองทิพภา วิริยะพันธ์. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียง: ความพอเพียงมวลรวมในประเทศ.** พิมพ์ครั้งที่ 3. ดวงกมลสมัยจำกัด: กรุงเทพมหานคร.

ธนาธร ภูพันเชือก และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย. (2551). **การพัฒนาธุรกิจชุมชนกรณีศึกษา สุรากลั่นชุมชนจังหวัดสุรินทร์.** รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.

ธวัชชัย เพ็งพินิจ. (2551). **การศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านโฮมสเตย์และหมู่บ้านประมงน้ำจืด จังหวัดหนองคาย.** รายงานการศึกษาอิสระ, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตรมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว และคณะ. (2551). **การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงประเภทธุรกิจเกษตรของเกษตรกรปลูกมะขามหวานเพื่อการค้าจังหวัดเพชรบูรณ์** รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

เพ็ญมณี พลชานิ. (2554). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในเขตพื้นที่ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม.** วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ภาวินี เพื่อนสงคราม. (2551). **การจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาฟาร์มเห็ดนางฟ้าในเขตบ้านดอนมันตำบลขามเรียงอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม.** รายงานการศึกษาอิสระ. ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

มนต์รัก ธีรานุสรณ์. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ศิริวรรณ วรรณศรี. (2551). **กระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในบ้านตาดเสริม ตำบลบ้านม่วง อำเภอสังคม จังหวัดหนองคาย.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุคนธ์ เหลืองอิงคะสุต. (2551). **ความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริกับการบันทึกบัญชีครัวเรือนของประชาชนในเขตพื้นที่ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

สุภาพ สุทธิรักษ์. (2551). **การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความเข้มแข็ง กรณีดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา**. กรุงเทพฯ: สานักงานเศรษฐกิจการเกษตร.

สุวิมล ติรกานันท์. (2550). **การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bateman, T.S. & Snell, S.A. (2009). **Management : Leading & Collaborating in the Competitive World.** Americas,New York : McGraw-Hill.

Crowe J. A. (2006) . **Community Economic Development Strategies in Rural Washington**: Toward a Synthesis of Natural and Social Capital. Rural Sociology. 71(4): 573-596.

Donkwa, K. (2012). **The Development of the Community's Economy in the Northeast of Thailand.** Suranaree Journal of Science and Technology. 19(3): 215-223.

Ekpunobi, U. E., & Onuegbu, T. U. (2012). **Thermal degradation effect on the proximate analysis of nipa palm fibre.** International Journal of Chemistry Research, 3(1), 1-2.

Hossain, M. F., & Islam, M. A. (2015). **Utilization of mangrove forest plant: Nipa palm (Nypa fruticans Wurmb.).** American Journal of Agriculture and Forestry, 3(4), 156-160.

Jackson E. T. (2004). **Community Innovation Through Entrepreneurship: Grantmaking in Canadian CommunityEconomic Development**. Journal of the Community Development Society. 35(1): 65-81.

Lim, T. K. (2012). **Nypa fruticans**. In *Edible medicinal and non-medicinal plants* (pp. 402-406). Springer, Dordrecht.

Markusen A. (2004). **Targeting Occupations in Regional and Community Economic Development.** Journal of the American Planning Association. 70(3): 253-268.

Miller N. J. and Besser T. L. (2000). **The importance of community values in small business strategy formation:Evidence from rural Iowa**. Journal of Small Business Management. 38(1) 68-85. Aviable from: ABI Raymond L.

Tamunaidu, P., & Saka, S. (2011). **Chemical characterization of various parts of nipa palm (Nypa fruticans).** *Industrial Crops and Products*, *34*(3), 1423-1428.

Tamunaidu, P., Matsui, N., Okimori, Y., & Saka, S. (2013). **Nipa (Nypa fruticans) sap as a potential feedstock for ethanol production.** *biomass and bioenergy*, *52*, 96-102.

Tsuji, K., Ghazalli, M. N. F., Ariffin, Z. U. L. H. A. I. R. I. L., Nordin, M. S., Khaidizar, M. I., Dulloo, M. E., & Sebastian, L. S. (2011). **Biological and ethnobotanical characteristics of Nipa palm (Nypa fructicans Wurmb.)**: A review. *Sains Malaysiana*, *40*(12), 1407-1412.

Udofia, S. I., & Udo, E. S. (2005). **Local knowledge of utilization of nipa palm (Nypa fruticans,Wurmb) in the coastal areas of Akwa Ibom state, Nigeria.** Global Journal of gricultural Sciences, 4(1), 33-40.

Vassiliou, V. A., Kazantzis, E., & Melifronidou-Pantelidou, A. (2011). **First report of the nipa palm hispid Octodonta nipae on queen palms in cyprus**. Phytoparasitica, 39(1), 51-54.

Wankasi, D., Jnr, M. H., & Spiff, A. I. (2005). **Desorption of Pb 2+ and Cu 2+ from Nipa palm (Nypa fruticans Wurmb) biomass.** African Journal of Biotechnology, 4(9).

Wankasi, D. (2008). **Studies on the effect ph on the sorption of Pb (II) and Cu (II) ions from aqueous media by nipa palm (nypa fruticans wurmb).** Journal of Applied Sciences and Environmental Management, 12(4).

Xi, B., Zhang, Z., Hou, Y., & Shi, Z. (2013). **Effects of host plants on the developmental duration, feeding and reproduction of the nipa palm hispid, Octodonta nipae (Coleoptera: Chrysomelidae).** Acta Entomologica Sinica, 56(7), 799-806.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสัมภาษณ์การวิจัย

รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....

วันเดือนปี ที่สัมภาษณ์.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา.....น.

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์จากป่าจาก

1. บริบททั่วไปของชุมชนป่าจากเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

2.ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายป่าจากเป็นอย่างไร

ด้านผลิตภัณฑ์

.....

.....

ด้านราคา.....

....

ช่องทางการจัดจำหน่าย

.....

.....

การส่งเสริมการตลาด

.....

.....

3.ด้านคนเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

4.ด้านการเงินเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

5.ด้านวัตถุดิบเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

6.ด้านการจัดการเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

7.ด้านเครื่องจักรอุปกรณ์เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

8.ด้านขวัญและกำลังใจเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

9.ด้านข้อมูลข่าวสารเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

10.การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

11.การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาคเอกชนเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

12.ปัญหาและอุปสรรคของชุมชนป่าจากเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์การวิจัย
พฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์จากต้นจาก

.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง.....

วันเดือนปี ที่สัมภาษณ์.....

เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา.....น.

1. **ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้นจากแหล่งใดบ้าง**

.....

.....

.....

.....

.....

2. **ผลิตภัณฑ์ต้นจากชนิดใดบ้างที่ท่านเคยเลือกซื้อ**

.....

.....

.....

.....

3. **ผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ท่านเลือกซื้อ โดยปกติท่านซื้อให้ใครรับประทาน**

.....

.....

.....

.....

4. **เพราะเหตุผลใดท่านจึงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก**

.....

.....

.....

.....

.....

5. ปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก

ผลิตภัณฑ์มีผลอย่างไร

.....

.....

.....

ราคามีผลอย่างไร

.....

.....

.....

.....

ช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลอย่างไร

.....

.....

.....

.....

การส่งเสริมการขายมีผลอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีผลอย่างไร

.....

.....

.....

.....

6. ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อควรปรับปรุงอย่างไร

.....

.....

.....

.....

ประเด็นสัมภาษณ์

กำหนดการสนทนากลุ่ม

ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

วันที่ 20 มิถุนายน 2561 เวลา 10.00-12.00 น.

10.00-10.30 น. นำเสนอผลการวิจัยเบื้องต้น โดยสรุปโดยผู้วิจัย

10.30-12.00 น. ประเด็นสนทนากลุ่ม เพื่อหาข้อสรุปเกี่ยวกับ

1. ปัญหา แนวทางแก้ปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต้นจาก

2. รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

3. ความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีสวนเกี่ยวของ ในการพัฒนาบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก

4. ประเด็นเสนอแนะอื่น ๆ

15.30-16.00 น. ข้อสรุปจากการสนทนากลุ่ม และปิดการประชุม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ : เพื่อประกอบการจัดทำรายงานการศึกษา “รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย “/ ” ลงในช่อง ☐ ตามความคิดเห็นของท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ตามสภาพที่เป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคล

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 35 ปี ☐ 35-45 ปี ☐ 45 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ชั้นประถมศึกษา ☐ ชั้นมัธยมศึกษา

☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าระดับปริญญาตรี ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ 5,001 – 10,000 บาท ☐ 10,001 – 15,000 บาท

☐ 20,001 – 25,000 บาท ☐ 25,001 – 30,000 บาท

☐ 30,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ต้นจากของผู้บริโภค

6. ท่านเคยรู้จักผลิตภัณฑ์ต้นจากในระดับใด

☐ มาก ☐ ปานกลาง ☐ น้อย

7. ท่านได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้นจากแหล่งใด กรุณาตอบเพียง 1 ข้อ)

☐ วิทยุ ☐ โทรทัศน์

☐ อินเตอร์เน็ต ☐ ญาติหรือเพื่อน

☐ แผ่นพับ/ใบปลิว ☐ บูทแสดงสินค้า ☐ อื่นๆ.....

8. ผลิตภัณฑ์ต้นจากชนิดใดบ้างที่ท่านเคยเลือกซื้อ

☐ น้ำตาลจากปี๊บ ☐ น้ำตาลจากเข้มขนน้ำผึ้งจาก)

☐ น้ำตาลจากเกร็ด ☐ น้ำส้มจาก หัตถกรรมต้นจาก ☐ อื่นๆ.....

9.ผลิตภัณฑ์ต้นจากที่ท่านเลือกซื้อ โดยปกติท่านซื้อให้ใครรับประทาน กรุณาตอบเพียง 1 ข้อ)

☐ ตนเอง ☐ ญาติหรือเพื่อน

☐ ตนเองและผู้อื่น ☐ อื่นๆ

10. เพราะเหตุผลใดท่านจึงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก กรุณาตอบเพียง 1 ข้อ)

☐ เพื่อปรุงอาหาร ☐ เพื่อสุขภาพ

☐ เพื่อช่วยเหลือชุมชนให้มีรายได้ ☐อื่นๆ

11. ความถี่ในการซื้อหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ต้นจากของท่านเป็นอย่างไร กรุณาตอบเพียง 1 ข้อ)

☐อื่นๆทุกวัน ☐อื่นๆทุกสัปดาห์

☐อื่นๆทุกเดือน ☐อื่นๆนานกว่า 1 เดือน ☐อื่นๆ.....

12. สถานที่ที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจากคือที่ใด กรุณาตอบเพียง 1 ข้อ)

☐แหล่งผลิต ☐ร้านค้าชุมชน

☐ร้านอาหาร ☐ไปรษณีย์

☐ออกบูทแสดงสินค้า ☐ร้านค้าสนามบิน

☐สั่งซื้อทางอินเตอร์เน็ต ☐อื่นๆ.....

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจัยส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ต้นจาก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องว่างทางขวา □ตามระดับที่ท่านพึงพอใจ

โดยระดับค่าในมาตราส่วนประมาณค่าที่กำหนดไว้มีค่าดังนี้

5 หมายถึง ระดับ มากที่สุด

4 หมายถึง ระดับ มาก

3 หมายถึง ระดับ ปานกลาง

2 หมายถึง ระดับ น้อย

1 หมายถึง ระดับ น้อยที่สุด

ปัจจัยส่วนผสมการตลาด	ระดับ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ผลิตภัณฑ์					
1) ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก					
2)ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์					
3)สีและกลิ่นผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก					
4)คุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก					
4)ตรายี่ห้อ					
5)มีหลากหลายขนาดให้เลือก					
6)ปริมาณที่บรรจุ					
7)ลักษณะหีบห่อของผลิตภัณฑ์น้ำตาลจาก					
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านผลิตภัณฑ์					
ราคา					
9)ราคาต่อหน่วย					
10)มีป้ายราคาติดชัดเจน					
11)มีหลายราคาให้เลือก					
12)ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณ					
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านราคา					
ช่องทางการจัดจำหน่าย					
13)ซื้อได้สะดวก					
14)มีวางขายตลอดเวลา					

15)ช่องทางจัดจำหน่ายทางอินเตอร์เน็ตมีความสะดวกในการซื้อ					
16)ออกบูทแสดงสินค้ามีความสะดวกในการซื้อ					
17)ช่องทางการจัดจำหน่ายทางไปรษณีย์มีความสะดวกในการซื้อ					
18)ร้านค้าสนามบินมีความสะดวกในการซื้อ					
19)ร้านค้าอาหารมีความสะดวกในการซื้อ					
20)ช่องทางการร้านค้าหน่วยงานราชการมีความสะดวกในการซื้อ					
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
การส่งเสริมการขาย					
21)การลดราคา					
22)การมีของแถม					
23)การจัดชิงโชค					
24)การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายช่วงเทศกาล					
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านส่งเสริมการขาย					
การโฆษณาประชาสัมพันธ์					
25) แผ่นพับ/ใบปลิว					
26) สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางทีวี					
27) สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต ยูทูป เว็บไซต์					
28) การโฆษณาทางสื่อสังคมออนไลน์เฟสบุ๊คไลน์					
29) สื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากวิทยุ					
30) การโฆษณาแบบปากต่อปาก					
ค่าเฉลี่ยโดยรวมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์					

ตอนที่ 4 ท่านมีข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และข้อควรปรับปรุงอย่างไร ต่อผลิตภัณฑ์“ผลิตภัณฑ์ต้นจาก”

.....

.....

.....

*****ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม*****

แบบสอบถามความพึงพอใจ

การอบรมโครงการการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1. เพศ ☐ หญิง ☐ ชาย

2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี ☐ 51 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ.....

ประเด็นความคิดเห็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความรู้ ความเข้าใจ **ก่อน** การอบรม					
2. ความรู้ ความเข้าใจ **หลัง** การอบรม					
3. ประโยชน์ที่ท่านได้รับจากการอบรม					
4.ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตรการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย					
5. คุณภาพและการถ่ายทอดของวิทยากร					
6. สถานที่และสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม					
7. ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ					
8. ระยะเวลาในการอบรมมีความเหมาะสม					
9. อาหาร และเครื่องดื่มต่างๆ มีความเหมาะสม					
10.องค์การสวนจาก					
11. การผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ต้นจาก					
12. การบริหารจัดการ					
13. การจัดการตลาดและช่องทางจัดจำหน่าย					
14. จัดการตลาดชุมชนและร้านค้าชุมชน					
ประเด็นความคิดเห็น	**มากที่สุด**	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**
15. จัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชีวิตการทำสวนจาก					
16. ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาสวนจาก					
17. หน่วยการเงินและตรวจสอบ					
18. การทบทวนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง					

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

ภาคผนวก ข

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

กิจกรรมประกอบการเผยแพร่งานวิจัย

โครงการ รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง

กิจกรรมที่ 1 บรรยากาศการออกบูธ ฝึกอบรม ถ่ายทอดเทคโนโลยี เมื่อวันที่ 12 -16 กุมภาพันธ์ 2561 ณ งานราชภัฏวิชาการ 2561 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช

กิจกรรมที่ 2 บรรยากาศกิจกรรมการถ่ายทอดการท่ายทอดงานวิจัยบริหารจัดการการเพิ่มมูลค่าและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจาก แผนธุรกิจ การบรรจุภัณฑ์ การวิเคราะห์ต้นทุน การตลาดออนไลน์ให้กับชุมชนตำบลขนาบนาก เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2561 ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กิจกรรมที่ 3 บรรยากาศกิจกรรมการถ่ายทอดงานวิจัยบริหารจัดการการเพิ่มมูลค่าและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากต้นจาก ท่ายทอดโมเดลสวนจาก เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2561 ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กิจกรรมที่ 4 กล่าวรายงานสรุปผลงานวิจัยรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง ต่อท่านองคมนตรี พลเอกกัมปนาท รุดดิษฐ์ ณ ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2561 ณ หมู่ 8 ตำบลขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กิจกรรมที่ 5 **กิจกรรมสร้างความรับรู้น้ำตาลจากผสมกาแฟ การออกบูทแสดงสินค้า ประชุมสัมมนา**

กิจกรรมที่ 6 **กิจกรรมถ่ายทำวีดีทัศน์**

กิจกรรมที่ 7. ผู้ประกอบการชุมชนตำบลขนาบนากได้แนวทางรูปแบบการเพิ่มมูลค่าน้ำตาลจาก การทำแผนธุรกิจ การวิเคราะห์ต้นทุน การบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการได้ร่วมกับนักวิจัยช่วยสร้างแบรนด์ของตัวเองขึ้นใหม่เพื่อผลิตของฝากที่มีส่วนผสมจากน้ำตาลจากขึ้น

รูปภาพประกอบกิจกรรม หรือรูปภาพแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเปรียบเทียบก่อน-หลังการนำผลผลิตจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

รูปแบบเดิม	รูปแบบใหม่	คำอธิบาย
		ออกแบบตราสินค้าของน้ำหวานจากพร้อมดื่มเพื่อรองรับกลุ่มฝึกอบรมและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี และทางกลุ่มได้นำฉลากผลิตภัณฑ์นี้ไปใช้กับผลิตภัณฑ์น้ำตาลปึก น้ำตาลตาลเกร็ด น้ำตาลจากเข็มข้น

รูปแบบเดิม	รูปแบบใหม่	คำอธิบาย
		พัฒนาผลิตภัณฑ์ออกแบบตราสินค้าของน้ำหวานจากพร้อมดื่มตราไร่จันทรังษีให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี
		กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปได้นำฉลากผลิตภัณฑ์นี้ไปใช้กับผลิตภัณฑ์น้ำตาลปึก น้ำตาลตาลเกร็ด น้ำตาลจากเข็มข้น

รูปแบบเดิม	รูปแบบใหม่	คำอธิบาย
		สร้างแบรนด์ใหม่ของฝากขนมพิมพ์ไร่จันทรังษีให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี
		สร้างแบรนด์ใหม่ของฝากขนมใบบัวปาสมนึกทำจากน้ำตาลจาก

รูปแบบเดิม	รูปแบบใหม่	คำอธิบาย
		สร้างแบรนด์ใหม่ของฝากน้ำปลาหวานตราจ๊พรทำจากน้ำตาลจาก
		สร้างแบรนด์ใหม่ของฝากขนมจากป้าสอดทำจากน้ำตาลจาก

รูปแบบเดิม	รูปแบบใหม่	คำอธิบาย
		สร้างแบรนด์ใหม่ของฝากขนมกรอกป้าสุพัฒน์ทำจากน้ำตาลจาก
		สร้างแบรนด์ใหม่ให้กับชุมชนขนาบนากโดมอบไว้ให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลขนาบนาก

ภาคผนวก ค

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้และกิจกรรมที่ดำเนินการมาและผลที่ได้รับตลอดโครงการ

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่วางแผน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
1. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง 2. เพื่อประเมินประสิทธิผลรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง	**ขั้นสำรวจข้อมูลเบื้องต้น** พื้นที่ทำวิจัยการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเขตพื้นที่ของชุมชนป่าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังนี้ 1) ประชุมเตรียมทีมวิจัยและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการวิจัยบริบทพื้นฐานของป่าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง 2)ศึกษาจากเอกสารงานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในลักษณะของข้อมูลมือสองหรือทุติยภูมิ (Secondary data) 3)ศึกษาบริบทและศักยภาพการบริหารจัดการของป่าจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มในประเด็นต่อการบริหารจัดการ **8 M's** ได้แก่ คน	**ทีมวิจัยได้ลงพื้นที่วิจัยฝึกอบรมถ่ายทอดผลงานวิจัย จัดเวทีตลอดโครงการ 12 ครั้ง** โดยทีมวิจัยสำรวจและศึกษาข้อมูลเบื้องต้นบริบทพื้นฐานของป่าจากตามขั้นตอนดังนี้ พื้นที่ทำวิจัยการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเขตพื้นที่ของชุมชนป่าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามลำดับขั้นตอนดังนี้ 1) ประชุมเตรียมทีมวิจัยและสร้างความเข้าใจในรูปแบบการวิจัยบริบทพื้นฐานของป่าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอปากพนัง 2) ศึกษาจากเอกสารงานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในลักษณะของ	1. ข้อมูลบริบทและศักยภาพการบริหารจัดการของป่าจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากในประเด็นต่อการบริหารจัดการ 8 M's ได้แก่ คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ/จัดการ (Method/ Management), เครื่องจักรกล (Machine) ,การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), และข้อมูลข่าวสาร (Message) จำนวน 1 ชุดข้อมูล 2. รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 1 ชุดข้อมูล 3. ผลการทดลองใช้และการอบรมเชิงปฏิบัติการรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่วางแผน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
	(Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ / จัดการ (Method / Management), เครื่องจักรกล (วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ / จัดการ (Method / Management), เครื่องจักรกล (Machine),การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), และข้อมูลข่าวสาร (Message).	ข้อมูลมือสองหรือทุติยภูมิ (Secondary data) 3) ศึกษาบริบทและศักยภาพการบริหารจัดการของป่าจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) ศึกษาบริบทและศักยภาพการบริหารจัดการของป่าจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มในประเด็นต่อการบริหารจัดการ **8 M's** ได้แก่ คน (Man), เงิน (Money), วัตถุดิบ (Material), และวิธีการ / จัดการ (Method/ Management), เครื่องจักรกล (Machine),การตลาด (Market), ขวัญและกำลังใจ (Morale), และข้อมูลข่าวสาร (Message).	
	การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ศึกษาได้สร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายโดยสังเคราะห์จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการสังเคราะห์ข้อมูลระยะที่ 1 นำมาวิเคราะห์ต้นทุน	**ผู้วิจัยได้สร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายตามแผนที่ตั้งไว้** โดยผู้ศึกษาได้สร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายโดยสังเคราะห์จากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการสังเคราะห์ข้อมูลระยะ	จัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก จำนวน 1 ชุดข้อมูล - แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ต้นจาก - วิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ - สร้างเว็บไซต์เครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com -พัฒนาแบรนด์ใหม่ 4 แบรนด์

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่วางแผน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
	และเขียนแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากได้แก่ น้ำตาลจาก (น้ำตาลปี๊บ) น้ำส้มจากเหล้าจาก น้ำตาลจาก	ที่ 1 นำมาวิเคราะห์ต้นทุนและเขียนแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากได้แก่ น้ำตาลจาก (น้ำตาลปี๊บ)	-เกษตรกรผู้ทำอาชีพสวนจากเข้าร่วมการพัฒนาการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย 10 ราย
	การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางการตลาดทางตรง (Direct-marketing Channel) เช่น จำหน่ายที่แหล่งผลิต จำหน่ายผ่านอินเตอร์เน็ต เป็นต้น ช่องทางการตลาดทางอ้อม (Indirect- marketing Channel) เช่น ร้านค้าของที่ระลึก ร้านค้าภายในสนามบิน ร้านค้าสินค้า OTOP ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เป็นต้น	น้ำส้มจาก เหล้าจาก น้ำตาลจาก ลูกจาก การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางการตลาดทางตรง (Direct- marketing Channel) เช่น จำหน่ายที่แหล่งผลิต จำหน่ายผ่านอินเตอร์เน็ต เป็นต้น ช่องทางการตลาดทางอ้อม (Indirect-marketing Channel) เช่น ร้านค้าของที่ระลึก ร้านค้าภายในสนามบิน ร้านค้าสินค้าOTOP ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้ามหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เป็นต้น	- พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำหวานพร้อมดื่มให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและขนมพิมพ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีพัฒนาการบรรจุภัณฑ์น้ำตาลปี๊บ น้ำตาลเกร็ด - ส่งเสริมการท่องเที่ยวสวนจากขนาบนากผ่านแฟนเพจน์ภูมิปัญญาสวนจาก ลุ่มน้ำปากพนัง - จัดหาช่องทางใหม่ๆให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่ทางตรงและทางออ้ม เช่น ร้านค้าสหกรณ์ตามโรงเรียน เซ็นทรัลสนามบิน ร้านอาหารต่างๆ เป็นต้น 4. ผลการประเมินผลและการเผยแพร่ผลการวิจัยสู่กลุ่มผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย จำนวน 1 ชุดข้อมูล

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่วางแผน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
	ทดลองใช้และอบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้ศึกษาทดลองใช้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากป่าจากและอบรมเชิงปฏิบัติ จัดเวทีคืนองค์ความรู้สู่ชุมชน ระหว่างการจัดอบรมฯ คณะผู้วิจัยใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory Observation) และภายหลังการอบรมฯ คณะผู้วิจัยจัดการสนทนากลุ่ม และการใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามความรู้สึกจากการเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ	**ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองใช้และอบรมเชิงปฏิบัติการตามแผนที่ได้ตั้งไว้** ผู้ศึกษาทดลองใช้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากป่าจากและอบรมเชิงปฏิบัติ จัดเวทีคืนองค์ความรู้สู่ชุมชน ระหว่างการจัดอบรมฯ คณะผู้วิจัยใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory Observation) และภายหลังการอบรมฯ คณะผู้วิจัยจัดการสนทนากลุ่ม และการใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามความรู้สึกจากการเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ	
	ประเมินผลและการเผยแพร่ผลการวิจัย คณะผู้วิจัยมีการประเมินผล โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดสอบถามกลุ่มตัวอย่างระหว่างการจัดอบรมฯและการจัดเวที ใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory Observation) และ	**ผู้วิจัยได้ทำการประเมินผลและการเผยแพร่ผลการวิจัยตามแผนที่ตั้งไว้** คณะผู้วิจัยมีการประเมินผล โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิดสอบถามกลุ่มตัวอย่างระหว่างการจัดอบรมฯและการจัดเวที ใช้การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participatory	

วัตถุประสงค์โครงการ	กิจกรรมที่วางแผน	กิจกรรมที่ดำเนินการ	ผลที่ได้รับตลอดโครงการ
	ภายหลังการอบรมฯ คณะผู้วิจัยจัดการสนทนากลุ่ม และการใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามการเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการและประเมินภาพรวม ส่วนการเผยแพร่ผลการวิจัยจะดำเนินการโดยการจัดสัมมนาร่วมกับชุมชน นักวิจัย นักวิชาการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง - วิเคราะห์และสรุปผล - การจัดเวทีประชาคมเพื่อคืนข้อมูลสู่ชุมชนรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมในเวที	Observation) และ ภายหลังการอบรมฯ คณะผู้วิจัยจัดการสนทนากลุ่ม และการใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามการเข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการและประเมินภาพรวม ส่วนการเผยแพร่ผลการวิจัยจะดำเนินการโดยการจัดสัมมนาร่วมกับชุมชน นักวิจัย นักวิชาการและองค์กรที่เกี่ยวข้อง - วิเคราะห์และสรุปผล - การจัดเวทีประชาคมเพื่อคืนข้อมูลสู่ชุมชนรับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เข้าร่วมในเวที	

ตารางเปรียบเทียบผลผลิต (Output) ผลลัพธ์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact)

ลำดับ	ชื่อโครงการวิจัย	ผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด	ผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด	ผลกระทบ (Impact)
1	**รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง**	1. รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง	1. การนำรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจากสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนังไปใช้ประโยชน์ 2. การอบรมให้ความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เป็นผลลัพธ์ของแผนงานวิจัย 3. การบูรณาการองค์ความรู้จากแผนงานวิจัยสู่การเรียนการสอนแก่นักศึกษาในสาขา บริหารธุรกิจ การบัญชี การตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ 4. การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการจากผลการวิจัย	งานวิจัยสามารถพัฒนาระบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดหน่ายเพิ่มขึ้นที่เป็นประโยชน์สู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯได้เพิ่มขึ้น ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษี มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นจากและการท่องเที่ยววิถีชีวิตอาชีพทำไร่จากตามแผนธุรกิจของโครงการวิจัย และสามารถพัฒนาอาชีพและสร้างแบรนด์ให้คนในชุมชนได้ 4 แบรนด์ คือ

สรุปผลสำเร็จและความคุ้มค่าของงานตามกรอบวิจัยด้านเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเพื่อวิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ตามกรอบวิจัยย่อย 3 กรอบวิจัย

ลำดับ	โครงการวิจัย	ผลสำเร็จรายโครงการ	สรุปผลสำเร็จ : แบ่งตามประโยชน์ที่ได้รับ (ใส่ตัว Y ในช่องที่ใช่)					สรุปผลสำเร็จ : แบ่งตามผู้นำไปใช้ประโยชน์ (ใส่ตัว Y ในช่องที่ใช่)		
			แนวทางการวิจัย องค์ความรู้	นวัตกรรมและเทคโนโลยี	การเพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์	เครื่องจักร	การถ่ายทอดองค์ความรู้	วิสาหกิจชุมชน	SME	อุตสาหกรรม
1	ข้อมูลบริบทและศักยภาพการบริหารจัดการของป่าจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง	ได้ข้อมูลบริบทและศักยภาพการบริหารจัดการของป่าจากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพื้นที่อำเภอปากพนัง	Y					Y		
1	รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย	ได้รูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่าย JAK model	Y		Y			Y		
1	ผลการทดลองใช้และการอบรมเชิงปฏิบัติการรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก	ได้ผลการทดลองใช้และการอบรมเชิงปฏิบัติการรูปแบบการบริหารจัดการและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารจากต้นจาก -แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ต้นจาก -วิเคราะห์ต้นทุนผลิตภัณฑ์ -สร้างเว็บไซต์เครือข่ายสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง www.suanjak.com			Y			Y		

ลำดับ	โครงการวิจัย	ผลสำเร็จรายโครงการ	สรุปผลสำเร็จ : แบ่งตามประโยชน์ที่ได้รับ (ใส่ตัว Y ในช่องที่ใช่)					สรุปผลสำเร็จ : แบ่งตามผู้นำไปใช้ประโยชน์ (ใส่ตัว Y ในช่องที่ใช่)		
			แนวทางการวิจัย องค์ความรู้	นวัตกรรมและเทคโนโลยี	การเพิ่มมูลค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์	เครื่องจักร	การถ่ายทอดองค์ความรู้	วิสาหกิจชุมชน	SME	อุตสาหกรรม
		- พัฒนาแบรนด์ใหม่ 3 แบรนด์ - พัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำหวานพร้อมดื่มให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไร่จันทรังษีและพัฒนาการบรรจุภัณฑ์น้ำตาลปี๊บ น้ำตาลเกร็ด - ส่งเสริมการท่องเที่ยวสวนจากขนาบนากผ่านแฟนเพจภูมิปัญญาสวนจากลุ่มน้ำปากพนัง - จัดหาช่องทางใหม่ๆให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่ทางตรงและทางออ้ม เช่น ร้านค้าสหกรณ์ตามโรงเรียน ห้างสรรพสินค้า สนามบิน ร้านอาหารต่างๆเป็นต้น								
	4. ผลการประเมินผลและการเผยแพร่ผลการวิจัยสู่กลุ่มผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย จำนวน	ได้ผลการประเมินผลและการเผยแพร่ผลการวิจัยสู่กลุ่มผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย			Y			Y		