แนวทางการยกระดับและพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนจอมประทัด จังหวัดราชบุรี

Guidelines for Upgrading and Developing Product Marketing Channels for Agricultural Products that are Out-of-Grade and left behind in a Case Study: Chom Pratat Community, Ratchaburi Province

Received 18 September 2023
Revised 4 March 2024
Accepted 7 March 2024

รัชนิดา รอดอิ้ว[1]
Rachanida Rodiew[2]
กิติศักดิ์ ทองมีทิพย์[3]
Kitisak Thongmeethip[4]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน 2) พัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในตำบลจอมประทัด อำเภอวัดเพลง จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนของทฤษฎีการเรียนรู้สังคม (Social learning process, SLP) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักรู้ปัญหา หาทางเลือกการแก้ไขปัญหา ตัดสินใจเลือกทางเลือก การเรียนรู้และลงมือทำ การประเมิน

[1] อาจารย์ ดร., อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง จังหวัด ราชบุรี ประเทศไทย E-mail: Ratjanida.r@gmail.com

[2] Lecturer Dr., Lecturer of Digital Business Management, Faculty of Management Science, Muban Chom Bueng Rajabhat University, Ratchaburi Province, Thailand.

[3] อาจารย์ประจำสาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เลย ประเทศไทย E-mail: t.kitisak4313@gmail.com

[4] Lecturer of Community Development Department, Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University, Loei, Thailand.

และการปรับปรุง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรเหลือทิ้งเกิดจากประชาชนในชุมชนสะท้อนปัญหาต้นกล้วยที่เหลือทิ้งจำนวนมากต้องการแปรรูปต้นกล้วยให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น กลายเป็นคำถามการวิจัย “กาบกล้วยสามารถนำมาใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างไร” ผู้วิจัยจึงดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อหากลุ่มผู้สนใจซึ่งตระหนักในปัญหาขยะจากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรในพื้นที่ตำบลจอมประทัดและตำบลใกล้เคียง จำนวน 20 ราย ประกอบด้วยสมาชิกของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ผู้นำชุมชน ผู้สูงอายุ ผู้ว่างงานเข้าร่วมโครงการ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรผ่านการอบรมแปรรูปสินค้าเกษตรเหลือทิ้งต้นกล้วยน้ำว้าเป็นกระดาษกาบกล้วย ซึ่งสามารถแปรรูปเป็นดอกไม้จันท์ พวงหรีดกาบกล้วย กระเป๋ากาบกล้วย ทำให้รายได้ของกลุ่มผู้เข้ารับการอบรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 2) การสร้างช่องทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่ม แบ่งออกเป็น 2 ช่องทาง คือ การขายออนไลน์ผ่านเพจเฟสบุ๊คของสมาชิกและขายทางหน้าร้านของกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งสินค้าที่ผลิตขายมี 2 ชนิดคือ กระดาษกาบกล้วยน้ำว้าผลิตส่งตานีสยาม และกระเป๋าจากกาบกล้วยน้ำว้าผลิตให้เฉพาะลูกค้าที่สั่งผ่านกลุ่มแม่บ้าน การขายกระดาษกาบกล้วยน้ำว้าและกระเป๋าจากกาบกล้วยน้ำว้าช่วยสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กลุ่มผู้สูงอายุในชุมชน ช่วยเสริมสร้างความร่วมมือในชุมชน ลดความเครียดให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนและการพัฒนาช่องทางการตลาดมีผลกระทบต่อชุมชน สร้างงานเพิ่มรายได้และความยั่งยืนในการผลิตและตลาดสินค้าเกษตรในระยะยาวและยั่งยืน

คำสำคัญ: การยกระดับสินค้าเกษตรเหลือทิ้ง, การพัฒนาช่องทางการตลาด, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, กาบกล้วย

Abstract

The objectives of this research are to 1) develop products from agricultural leftovers in a community. 2) Develop marketing strategies for leftover subgrade agricultural products in Chom Pratat

Subdistrict, Wat Phleng District, Ratchaburi Province. This research was conducted according to the steps of the social learning process (SLP) theory, consisting of 6 steps, namely, increase awareness of the problem, find options to solve problems, decide on a choice, learn and do, evaluate the activities, and improve the protocol. As a matter of fact, the agricultural waste was created by people in the community reflecting the problem of large amounts of leftover banana trees wanting to add value. Therefore, the research question arises: How can banana peels be used and add value? The researcher then conducted public relations to find interested groups who are aware of the waste problem from agricultural waste materials. In the area of Chom Pratat Subdistrict and nearby subdistricts, there are 20 cases, consisting of members of housewives, farmers, community leaders, elderly people, and retired government teachers were Join the project.

The results found that: 1) Training on processing waste agricultural products is critical, as evidenced by the transformation of Namwa banana trees into banana sheath paper, which can then be processed into sandalwood flowers, wreaths, and bags. This will help increase income for these people. 2) Creating marketing channels to increase income for the group can be divided into 2 channels: selling online through the members' Facebook pages and selling through the storefront of the group. Housewives' club can be a potential distributor. This involvement in reducing community waste not only strengthens cooperation within the community and reduces stress for the elderly, but also creates jobs and increases income for communities in a sustainable manner.

Keywords: Enhancement of agricultural waste products, Developing marketing channels, Community products, Banana peels

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสภาพพื้นที่และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของพืชส่งผลให้มีความหลากหลายทางชีวภาพทั้งผักและผลไม้และผลผลิตจำนวนมาก ประกอบกับภูมิปัญญาและองค์ความรู้เกี่ยวกับการปลูกและดูแลพืชทำให้มีผลผลิตจำนวนมากส่งผลให้ราคาของผลผลิตตกต่ำเกษตรกรจึงจำเป็นต้องทิ้งผลสดและนำมาแปรรูปในรูปแบบต่างๆ ซึ่งผลผลิตเหลือทิ้งเหล่านี้ปล่อยไว้นานวันกว่าจะย่อยสลายกลายเป็นปัญหาทางสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน ประเทศไทยมีวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรเป็นจำนวนมาก เช่น เปลือกข้าวโพด ฟางข้าว กากอ้อย เป็นต้น วัสดุเหล่านี้สามารถแปรรูปโดยใช้ความรู้ ภูมิปัญญา นวัตกรรมเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าได้ (ธีระวุฒิ ปัญญา, 2556)

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาบนฐานภูมิปัญญาร่วมกับการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด การใช้วัสดุเหลือทิ้งในชุมชนเป็นวัตถุดิบทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าลดลง คือ ต้นทุนค่าขนส่งลดลงเพราะขนส่งวัตถุดิบไม่ไกล ต้นทุนค่าเก็บรักษาสินค้าลดลงเพราะไม่จำเป็นต้องสต๊อกสินค้าไว้ในปริมาณมาก เนื่องจากสามารถหาวัตถุดิบในพื้นที่ได้ตลอด ต้นทุนค่าวัตถุดิบค่อนข้างต่ำถึงไม่มีค่าใช้จ่ายเพราะเป็นวัสดุเหลือทิ้งแล้ว นอกจากนี้การใช้วัตถุดิบในชุมชนทำให้ผู้ประกอบการมั่นใจได้ว่ามีวัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิตไม่มีปัญหาขาดวัตถุดิบในอนาคต

แม้ว่าในปัจจุบันมีการพัฒนาและปรับปรุงวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรเพิ่มมากขึ้น โดยปรับปรุงสินค้า ปรับปรุงคุณภาพของสินค้า และปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ (จิตพนธ์ ชุมเกตุ, 2560) มีการรับรองมาตรฐานสินค้าเพื่อให้มั่นใจได้ว่าสินค้ามีคุณภาพสามารถบริโภคหรือใช้งานได้อย่างปลอดภัย แต่สินค้าของชุมชนส่วนมากขาดจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของท้องถิ่นตนเองส่งผลให้สินค้าไม่เกิดความต่างจากสินค้าของผู้ผลิตรายอื่นๆ ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ ทดแทนได้ การขาดความแตกต่างจากชุมชนอื่นและขาดอัตลักษณ์ที่

สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลให้ขายสินค้าได้น้อยจนไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นที่ผลิตสินค้าแบบเดียวกันได้ นอกจากนี้การมีต้นทุนการผลิตที่สูงเป็นปัญหาสำคัญส่งผลให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ นอกจากนี้แล้วช่องทางการขายสินค้าของชุมชนมักวางขายเฉพาะภายในพื้นที่ผลิตสินค้า ทำให้มียอดขายน้อยส่งผลให้มีกำไรจากการขายสินค้ามีน้อยไม่เพียงพอที่จะดำเนินกิจการต่อไปได้ หลายชุมชนเลือกปรับกลยุทธ์นำเสนอขายสินค้าผ่านช่องที่หลายหลายมากขึ้นทั้งออนไลน์และฝากขายตามหน้าร้านต่างๆ แต่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วทำให้ผู้ประกอบการชุมชนประสบปัญหาหลายด้าน เช่น ขาดองค์ความรู้ด้านการวิเคราะห์ตลาด ทักษะการใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์ ทักษะการถ่ายภาพ ขาดทักษะในการใช้เครื่องมือการทำการตลาดออนไลน์ (กศิพัฏญ์ ทองแกม, 2562)

การใช้ทรัพยากรที่เหลือทิ้งในชุมชนมาผลิตเป็นสินค้าช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างลูกค้ากลุ่มใหม่ที่มีความสนใจในสินค้าแบบเฉพาะ (Niche Market) ซึ่งทำให้สามารถขายสินค้าจำนวนน้อยในราคาที่สูงขึ้น มีกำไรเพียงพอที่จะดำเนินกิจการต่อไปได้ในระยะยาว โดยเฉพาะในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนมากใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อที่มักเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ ใช้ประโยชน์ได้คุ้มค่าและใส่ใจสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุจากธรรมชาติ มีกระบวนการผลิตที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสินค้าเป้าหมายที่ลูกค้ากลุ่มรักธรรมชาติสนใจ นอกจากนี้หากมีเรื่องราวที่แสดงถึงการช่วยเหลือสังคม ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนจะยิ่งเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับสินค้า เกิดเป็นการบอกต่อและการซื้อซ้ำในที่สุด

การรวมกลุ่มเพื่อแปรรูปสินค้าจากวัตถุดิบทางการเกษตรตกเกรดหรือเหลือทิ้งจึงเป็นประเด็นที่มีความเป็นไปได้ที่จะสามารถสร้างรายได้ สร้างงานให้กับคนในชุมชนทุกช่วงวัย โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและคุณภาพต่างจากสินค้าอื่นที่มีในตลาด ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีและการตลาดออนไลน์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้กว้างขึ้น ซึ่งการพัฒนาผู้ประกอบการชุมชนให้เข้าใจถึงการสร้างกลยุทธ์การตลาดในทุกขั้นตอนที่จำเป็นนับเป็น

สิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจของชุมชนเติบโตและการรวมกลุ่มยังช่วยส่งเสริมความสามัคคีของชุมชนผ่านการทำงานร่วมกันของชาวบ้าน ส่งเสริมการพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้ประกอบการและเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งเทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีทางการตลาด การรวมกลุ่มยังช่วยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้มีความยั่งยืนในทุกด้าน (กิติศักดิ์ ทองมีทิพย์, 2564)

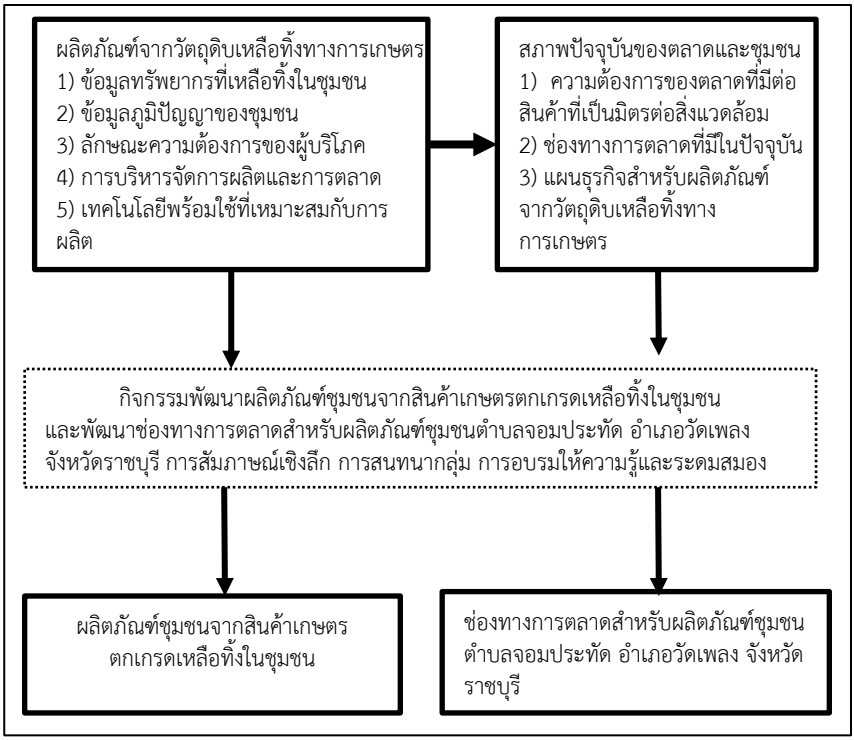
ในบทความวิจัยนี้คณะผู้วิจัยสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดหรือเหลือทิ้งในชุมชน และสร้างช่องทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการพัฒนาชุมชนและสร้างคุณค่าในระยะยาว โดยชุมชนตำบลจอมประทัดสามารถเป็นต้นแบบการพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น สร้างงาน สร้างรายได้และสร้างความยั่งยืนในชุมชนด้วยความร่วมมือของทุกฝ่ายในชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน
2. เพื่อพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลจอมประทัด อำเภอวัดเพลง จังหวัดราชบุรี

กรอบการวิจัย

การวิจัยนี้นำแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Bio-Circular-Green Economy: BCG) มาประยุกต์ใช้ร่วมกับแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์ (Product strategy) และแนวคิดการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Community-Based Participatory Research) โดยกำหนดเป็นกรอบแผนงานในการวิจัย ดังนี้



ที่มา: คณะผู้วิจัย.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. วิธีการวิจัย

การศึกษาแนวทางการยกระดับและพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน กรณีศึกษาชุมชนจอมประทัด จังหวัดราชบุรี ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญที่จะตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ดังนี้ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนและ 2) พัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเขตเหลือทิ้งในชุมชนตำบลจอมประทัด อำเภอวัดเพลง จังหวัดราชบุรี การศึกษา

ครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) และการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Community-Based Participatory Research) ซึ่งเน้นการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาเฉพาะของชุมชนมาใช้ในการแก้ไขปัญหา โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ปัญหา 2) การเก็บรวบรวมข้อมูลและวางแผนการแก้ไขปัญหา 3) การดำเนินการตามแผนที่วางไว้ 4) การวิเคราะห์และประเมินผล (อติญาณ์ ศรเกษตริน และคณะ, 2564)

ในขณะที่การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) เป็นกระบวนการวิจัยที่มุ่งเน้นการพัฒนาและการปรับปรุงการดำเนินงานขณะที่มีการปฏิบัติ ซึ่งประกอบด้วย 1) การวางแผน 2) การปฏิบัติ 3) การสังเกต และ 4) การสะท้อนผล (จิติมา วรรณศรี และคณะ, 2565) ในการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงขั้นตอนการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่องโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้า ร่วมพัฒนาสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย ร่วมวิเคราะห์และสะท้อนปัญหาผ่านกระบวนการประชุมกลุ่มย่อยหรือการเสวนากลุ่มเพื่อร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือการปรับปรุงสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด ร่วมกันสร้างแผนธุรกิจ เกิดความร่วมมือและการเรียนรู้ระหว่างผู้วิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นการปฏิบัติการในชุมชนเป็นหลัก เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มเพื่อผลิตสินค้าให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะเกิดข้อค้นพบจากเหตุการณ์และสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ตามสภาพความเป็นจริง โดยพยายามวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของเหตุการณ์กับสภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้

2. ขอบเขตของการวิจัย

2.1 การเข้าถึงผู้ให้ข้อมูล

งานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูล ประชากรประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลจอมประทัด โดยมีหลักการพิจารณาเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก 1) เป็นผู้ที่มีความสนใจฝึกอบรมพัฒนาทักษะการแปรรูปต้นกล้วยเป็นกระดาษกาบกล้วย 2) เป็นผู้ว่างงาน 3) เป็นผู้สูงอายุหรือเป็นผู้เกษียณอายุ 4) เป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร รวมจำนวนทั้งสิ้น 20 ราย กลุ่มตัวอย่างรายละเอียดดังนี้

- กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในพื้นที่ตำบลจอมประทัดซึ่งมีทักษะพื้นฐานทางด้านงานฝีมือ จำนวน 9 ราย

- กลุ่มผู้สนใจอบรมพัฒนาทักษะการแปรรูปต้นกล้วย จำนวน 3 ราย

- กลุ่มข้าราชการเกษียณ ผู้สูงอายุ จำนวน 5 ราย

- คนว่างงานในชุมชน จำนวน 3 ราย

2.2 ขอบเขตเนื้อหา

2.2.1 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดหรือเหลือทิ้ง ซึ่งในพื้นที่ตำบลจอมประทัดมีการแปรรูปกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาวเป็นจำนวนมากทำให้มีต้นกล้วยถูกตัดทิ้งในร่องสวนเกิดเป็นขยะในพื้นที่ ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือก สินค้าเกษตรตกเกรดหรือเหลือทิ้งของชุมชนจอมประทัด คือ ต้นกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาวมาออกแบบและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีมูลค่าสูงขึ้น

2.2.2 ด้านการพัฒนาช่องทางการตลาด ในการศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายพัฒนาช่องทางการจำหน่ายสินค้าแปรรูปจากวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร ผ่าน 2 ช่องทางคือ ช่องทางออนไลน์ และช่องทางหน้าร้านของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยมีรูปแบบการผลิตแบบตามคำสั่งซื้อเท่านั้นเพื่อป้องสินค้าเหลือค้าง

2.3 ขอบเขตพื้นที่

ตำบลจอมประทัด อำเภอวัดเพลง จังหวัดราชบุรี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 การระดมสมอง (Brainstorming) เป็นกระบวนการสำคัญในการสะท้อนปัญหา และสร้างความตระหนักในปัญหาร่วมกัน ร่วมกันหาทางเลือกสำหรับการแก้ไขปัญหา ร่วมพิจารณาและตัดสินใจเลือกแนวทางการแก้ไขปัญหา กำหนดรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมร่วมกัน

3.2 การสนทนากลุ่ม (Focus group) สำหรับการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมอบรมในโครงการ เพื่อประเมินรูปแบบการเรียนรู้ ร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์ความรู้เป็นสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แนวทางการพัฒนาช่องทางการตลาด การสร้างแผนธุรกิจ การประเมินการผล

การดำเนินงานโครงการและแนวทางการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อผลักดันให้เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3.3 การเขียนแผนธุรกิจ (Business plan)

แผนธุรกิจเป็นเครื่องมือในการวางแนวทางการดำเนินธุรกิจ ช่วยผู้ประกอบการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ช่วยประเมินความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ครบทุกด้าน (เขมิกา ธนธำรงกุล และคณะ, 2563) ดังนั้น การทำแผนธุรกิจในผู้ประกอบการรายใหม่จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของธุรกิจ แผนหรือโมเดลธุรกิจทำการวิเคราะห์รายละเอียดในแง่มุมต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลและแผนการดำเนินงานด้านการผลิต ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการตลาด ด้านบัญชีและการเงิน ด้านศึกษาความเป็นไปของธุรกิจเพื่อสร้างความมั่นใจว่า แผนธุรกิจที่สร้างขึ้นสามารถปฏิบัติได้และความคุ้มค่าในการลงทุน เครื่องมือที่จะช่วยสร้างแบบจำลองธุรกิจที่นิยมใช้คือ แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas, BMC) มาช่วยวิเคราะห์ อธิบายและออกแบบโมเดลธุรกิจให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ซึ่งแสดงในรูปแบบตาราง 9 ช่อง (นิยม กริ่มใจ, 2565) โดยแต่ละช่องประกอบด้วย

1) ข้อมูลลูกค้า (Customer segment) การกำหนดลูกค้าเป้าหมายของสินค้าหรือบริการที่สร้างขึ้นตอบสนองต่อลูกค้ากลุ่มใด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอยู่ในพื้นที่ใด ปัญหาของลูกค้าคืออะไร ลูกค้ามีความต้องการ ความชอบหรือมีพฤติกรรมอย่างไร

2) คุณค่าของสินค้าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า (Value proposition) คุณค่าของสินค้าเป็นสิ่งจำเป็นซึ่งช่วยแก้ปัญหาหรือตอบโจทย์ ความต้องการของลูกค้า

3) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า (Channels) ส่วนนี้ใช้กำหนดช่องทางในการขายสินค้าและช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งต้องกำหนดช่องทางที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าของเราได้ เช่น ขายทางออนไลน์ทางเพจเฟสบุ๊ค ทางช่องติ๊กต๊อก หรือผ่านหน้าร้านขายของฝาก ซึ่งช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าต้องเลือกให้เหมาะสมกับลูกค้าเพื่อสามารถสื่อสารได้ตรงจุดและมีประสิทธิภาพ โดยในการสื่อสารกับลูกค้าต้องคำนึงถึงเส้นทางของผู้บริโภค

(Customer journey) ตั้งแต่ก่อนเป็นลูกค้า ตัดสินใจซื้อสินค้า จนกระทั่งภายหลังจากการซื้อสินค้า ซึ่งการเข้าใจเส้นทางของผู้บริโภคจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าและวางการตลาดได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (หทัยชนก สุคันธศรี, 2562)

4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อสร้างการบอกต่อ การซื้อซ้ำและสร้างความจงรักภักดีของลูกค้า

5) กระแสรายได้ คือ ช่องทางที่สามารถทำให้เกิดรายได้ เช่น รายได้จากสินค้า รายได้จากค่าบริการ รายได้จากค่าเช่า จากค่าลิขสิทธิ์ เป็นต้น

6) ทรัพยากรหลัก คือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยทรัพยากรรวมถึงแรงงาน เครื่องจักร เงินทุน ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้า

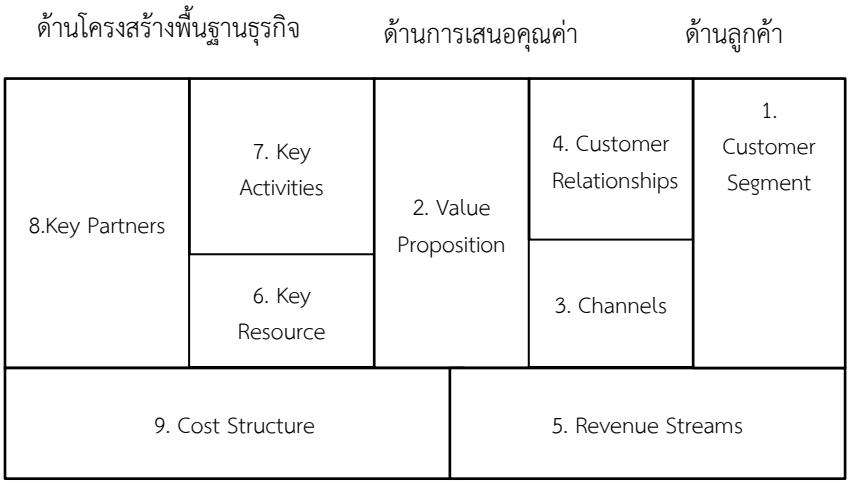
7) กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมหลักของธุรกิจที่ช่วยขับเคลื่อนทำให้เกิดรายได้

8) พันธมิตรหลัก คือ คู่ค้า หรือ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการผลิตให้กับสินค้าและบริการช่วยลดต้นทุนหรือลดเวลาในการผลิตหรือส่งมอบสินค้าให้ถึงมือลูกค้า

9) โครงสร้างต้นทุน คือ ต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

ภาพที่ 1

Business Model canvas



ที่มา: ณัฐดนัย ตรีเนตรสัมพันธ์ และ สุทัศน์ รัตนเกื้อกังวาน, 2559.

การมองภาพรวมของธุรกิจผ่านแผนจำลองธุรกิจ ช่วยให้ผู้ประกอบการตอบคำถามสำคัญได้ว่าควรทำอะไร (What) ทำอย่างไร (How) ขายให้ใคร (Who) และมีความคุ้มค่าหรือไม่ (Money) องค์ประกอบ (Building blocks) ทั้ง 9 ส่วนแสดงให้เห็นถึงกลไกการสร้างรายได้ของกิจการที่ครอบคลุม 4 ด้านหลักของธุรกิจ ได้แก่ ลูกค้า ข้อเสนอ โครงสร้างพื้นฐาน และการสร้างรายได้ โดยเปรียบเสมือนพิมพ์เขียวสำหรับการขับเคลื่อนกลยุทธ์ผ่านโครงสร้าง กระบวนการ และระบบต่างๆ ของกิจการ (Osterwalder & Pigneur, 2010) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือการสร้างแผนธุรกิจสำหรับผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน ผ่านการประชุมกลุ่มผู้สนใจดำเนินการพัฒนาสินค้าต่อหลังจากการฝึกอบรม เพื่อวางแผนการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนกาบขาวฯ ผลักดันสินค้าเข้าสู่ตลาดต่อไป

3.4 การฝึกอบรมถูกใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาทักษะของกลุ่มเป้าหมาย โดยเชิญปราชญ์ชุมชนที่มีความรู้และทักษะในการทำกระเป๋าจากกาบกล้วยตานีมาถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 2 วัน หลังจากการอบรมกลุ่มเป้าหมายกลับไปฝึกทำกล่องและมีการติดตามผลการฝึกทดลองทำด้วยตนเองเพื่อรวมกลุ่มพัฒนาสินค้าสู่ตลาดต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการดำเนินการวิจัยปฏิบัติการ

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน คือ การกำหนดแนวทางปฏิบัติการ (การฝึกอบรม) ไว้ล่วงหน้า โดยอาศัยการคาดคะเนแนวโน้มของผลลัพธ์ที่อาจจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ ประกอบกับเหตุการณ์หรือเรื่องราวในอดีต ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาที่จะศึกษา โดยการวางแผนจะต้องคำนึงถึงความยืดหยุ่น และสามารถนำมาปรับเปลี่ยน ให้เข้ากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอนาคต

ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติการ เป็นการลงมือการดำเนินงาน ลงพื้นที่ทำการฝึกอบรมเกี่ยวกับการแปรรูปกาบกล้วย ตามแผนที่กำหนดไว้อย่างระมัดระวังและควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่วางเอาไว้ โดยการแปรรูปจะดำเนินการตามแผนภาพ ที่ 3 ซึ่งอย่างไรก็ตามแผนที่กำหนดมีโอกาสเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไข และข้อจำกัดของสภาวการณ์นั้นๆ

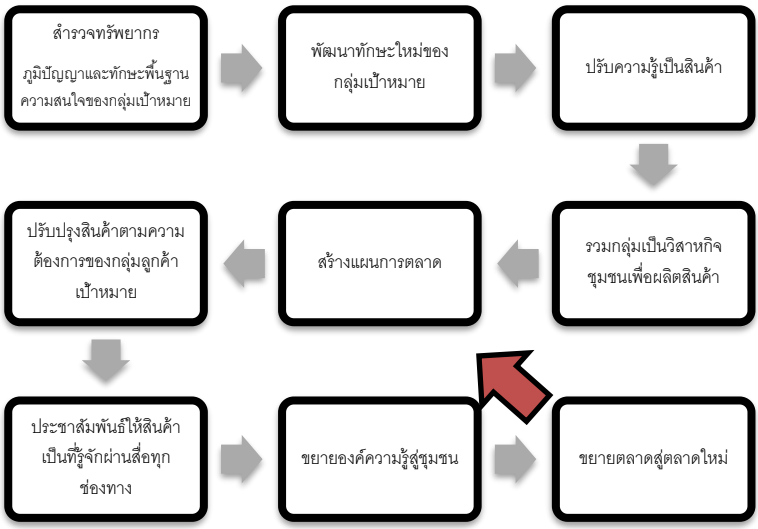
ขั้นตอนที่ 3 การสังเกตการณ์ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับกระบวนการและผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน รวมทั้งการสังเกตการณ์ปัจจัยสนับสนุน และอุปสรรคในการดำเนินการตามแผนที่วางไว้ ตลอดจนปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ระหว่างการปฏิบัติตามแผนว่า มีลักษณะอย่างไรซึ่งการสังเกตที่ดีจะต้องมีการวางแผนการเอาไว้ล่วงหน้า โดยไม่มีขอบเขตที่จำกัดมากจนเกินไป เพื่อจะได้เป็นแนวทาง สำหรับการสะท้อนกลับกระบวนการ และผลการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนที่ 4 การสะท้อนกลับ เป็นการให้ข้อมูลถึงการกระทำตามที่บันทึกข้อมูลไว้จากการสังเกตในเชิงวิพากษ์ กระบวนการและผลการปฏิบัติงานตามที่วางแผนไว้ ตลอดจนการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุน และปัจจัยและอุปสรรคในการพัฒนา รวมทั้งประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นว่า เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่

เพื่อความชัดเจนในขั้นตอน กระบวนการ ตลอดจนแนวทางการยกระดับและพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน กรณีศึกษา ชุมชนจอมประทัด จังหวัดราชบุรี สามารถสรุปได้ดังแผนภาพด้านล่าง

ภาพที่ 2

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดหรือเหลือทิ้งและเพิ่มช่องทางการตลาดให้กับชุมชน



ที่มา: คณะผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการ.

ผลการศึกษา

ผลการดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนและพัฒนาช่องทางการตลาด ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุตกเกรดเหลือทิ้งทางการเกษตร ในการดำเนินการเริ่มจากการสำรวจวัตถุดิบที่ตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน ภูมิปัญญาและ

ความต้องการของชุมชนผ่านการสนทนากลุ่มซึ่งประกอบด้วยตัวแทนของวิสาหกิจชุมชน ประชาชน ผู้สูงอายุในชุมชนจำนวน 20 คน ผลจากการสนทนากลุ่มพบว่า ต้นกล้วยเป็นวัตถุดิบชนิดเดียวที่ไม่มีการสร้างมูลค่าหลังจากเกษตรกรตัดเครือกล้วยแล้ว ต้นกล้วยจะถูกนำไปเป็นปุ๋ยหรือทิ้งให้เป็นขยะในร่องสวนหรือทิ้งลงแหล่งน้ำให้เน่าสลายไปตามธรรมชาติ กล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาวเป็นกล้วยพันธุ์ที่นิยมปลูกในเขตจังหวัดราชบุรี เพชรบุรี สุพรรณบุรี มีลักษณะเด่นคือ ลำต้นด้านนอกเป็นสีเขียวอ่อน กาบด้านในเป็นสีขาวนวลหรือค่อนข้างขาวและการสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ประชาชน เกษตรกรผู้สูงอายุในชุมชน พบว่า ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติเพื่อใช้ในตลาดของชุมชน

ภาพที่ 3
องค์ความรู้และทักษะการทำกระดาษจากกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาว

ภาพที่ 4
ผลการฝึกอบรมการสร้างบรรจุภัณฑ์จากกระดาษกาบกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาว

ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2566.

จากการสำรวจทุนทางสังคมที่มีพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีทักษะด้านการจักสาน การเย็บผ้า แต่ไม่มีองค์ความรู้ในการทำกระดาษจากกาบกล้วย จึงระดมสมองเพื่อหาแนวทางในการได้มาซึ่งความรู้ในการทำกระดาษกาบกล้วย ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ของคนในชุมชน จากการค้นหาข้อมูลพบว่ามีวิสาหกิจชุมชนบ้านช่างสกุลบายศรีมีปราชญ์ภูมิปัญญาการทำกระเป๋าหนังจากกาบกล้วยอยู่ในพื้นที่ตำบลเจ็ดเสมียน มีการผลิตกระเป๋าจากกาบกล้วยตานีและบรรจุภัณฑ์จากกาบกล้วยผลิตในนามแบรนด์ตานีสยาม ซึ่งตานีสยามมีความต้องการวัตถุดิบเพื่อทำกล่องบรรจุสินค้าของแบรนด์ กลุ่มเป้าหมายจึงขอให้คณะผู้วิจัยเชิญปราชญ์ชุมชนมาเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้เป็นเวลา 2 วัน โดยให้กลุ่มเป้าหมายช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนรับทราบและเชิญชวนให้คนที่สนใจเข้ารับการอบรม

ในการอบรมมีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 20 คน ประกอบด้วย เกษตรกร ประชาชนทั่วไป ผู้สูงอายุในชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตัวแทนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ข้าราชการเกษียณ ผู้ว่างงาน รวมทั้งสิ้น 20 คน โดยการอบรมแบ่งออกเป็น 5 ฐานคือ ฐานที่ 1 การผลิตกระดาษกาบกล้วยและเทคนิคการตากกระดาษกาบกล้วย ฐานที่ 2 การตัดแต่งและรีดกาบกล้วยให้เรียบ ฐานที่ 3 การแปะกระดาษกาบกล้วยลงผ้าสปันบอนด์ ฐานที่ 4 การขึ้นรูปกล่องกระดาษกาบกล้วย ฐานที่ 5 การแปะกระดาษจากกาบกล้วยลงกล่อง ผลจากการอบรมทำให้ผู้อบรมมีองค์ความรู้และทักษะในการทำกระดาษกาบกล้วยเพิ่มขึ้นร้อยละ 100

หลังจากดำเนินการอบรมผ่านไป 2 สัปดาห์ มีการติดตามการใช้ประโยชน์จากการอบรมและสะท้อนผลการฝึกทักษะ ปัญหาและแนวทางการส่งเสริมสนับสนุนหลังจากการอบรมผ่านการประชุมกลุ่มย่อย กลุ่มเป้าหมายสะท้อนผลการอบรม สรุปประเด็นปัญหาหลักคือ ด้านกระบวนการผลิตกาบกล้วยในการกรีดกาบกล้วยต้องปรับปรุงเทคนิคให้กรีดได้ง่ายขึ้น เนื่องจากกาบกล้วยมีความบางมักขาดไม่เป็นแผ่น และหากตากไม่แห้งสนิทกระดาษกาบกล้วยจะขึ้นรา และขาดเทคนิคการตากเพื่อไม่ให้กาบกล้วยบิดหรือไม่สวยงาม จึงจำเป็นต้องมีเทคนิคและเทคโนโลยีที่ช่วยให้การผลิตกระดาษกาบกล้วยทำได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น ขึ้นราลดลง มีสีที่สวยงามและไม่ม้วนงอ จาก

การสังเกตของกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาพบว่า กระดาษจากกาบกล้วยที่แห้งแล้วจะมีลักษณะที่ขาวสะอาด มีงอเล็กน้อย ซึ่งถ้าบางไปกระดาษจะขาดง่าย แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายการพัฒนามีความสนใจและได้ทดลองปฏิบัติด้วยตนเองจนเกิดความเชี่ยวชาญและสามารถประยุกต์กระบวนการให้เกิดความแตกต่าง ต่อยอดองค์ความรู้จากการอบรมได้ นอกจากนี้ยังเกิดองค์ความรู้ใหม่คือการนำกระดาษมาตัดขอบ ตัดส่วนที่ไม่สมบูรณ์ทิ้ง และนำมารีดโดยให้ใช้กระดาษหรือผ้าบางวางทับกระดาษกาบกล้วยแล้วจึงรีดด้วยไฟแรงกลางค่อนข้างสูง เพิ่มเทคนิคการจับให้กระดาษกาบกล้วยตึงเพื่อไม่ให้ขาด การรีดด้วยความร้อนปานกลางค่อนข้างสูงจะช่วยทำให้กระดาษแห้งไม่ชื้นและมีอายุยาวนานขึ้น ในการติดตามผลการอบรมพบว่า กลุ่มเป้าหมายการพัฒนาสามารถสร้างกล่องกระดาษจากกาบกล้วยเป็นรูปทรงต่างๆ ได้และเสนอให้ทำกล่องหลากหลายขนาด หลากหลายรูปแบบเพื่อเพิ่มทางเลือก มีการคำนวณราคาต้นทุนต่อกล่องซึ่งราคาต้นทุนกล่องละ 150 บาท กลุ่มลูกค้า คือผู้ประกอบการ OTOP ในพื้นที่ซึ่งต้องใช้กล่องใส่สินค้ามีการเตรียมความพร้อมและยกระดับพัฒนากระดาษกาบกล้วยให้เป็นสินค้าประจำอำเภอวัดเพลง แสดงให้เห็นถึงความคิดสร้างสรรค์และทักษะการผลิตและการตลาดของกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาที่เพิ่มขึ้น

หลังจากการติดตามครั้งแรก 2 สัปดาห์มีการเชิญกลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจเข้าร่วมโครงการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน จำนวน 7 คนและเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลจอมประทัด พัฒนากรประจำตำบล และพัฒนากรประจำอำเภอเข้าร่วมการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อขับเคลื่อนกลุ่มอาชีพการแปรรูปกระดาษกาบกล้วย ที่ประชุมเสนอให้จัดตั้งกลุ่มอาชีพเพื่อรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและมีมติให้จดเป็นกลุ่มอาชีพกราบขาว และหาแนวทางการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนในขั้นต่อไป นอกจากนี้ที่ประชุมกลุ่มย่อยยังได้วางแผนธุรกิจโดยใช้เครื่องมือแบบจำลองแผนธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) ซึ่งกลุ่มเป้าหมายการพัฒนามีแนวคิดที่จะผลิตดอกไม้จันท์และพวงหรีดจากกระดาษกาบกล้วยเป็นสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ขายผ่านหน้าร้านและการบอกต่อ โดยที่ทำการกำนันจะเป็นสถานที่ผลิตสินค้าและศูนย์จัดจำหน่ายสินค้า เนื่องจากที่ตั้งของที่ทำการกำนันอยู่ในพื้นที่วัดแจ้งเจริญซึ่งมี

การจัดงานศพบ่อยครั้งจึงง่ายต่อการประชาสัมพันธ์และการขาย เพื่อให้มีรายได้เข้ากลุ่มในระยะแรกอย่างรวดเร็วจึงขอความอนุเคราะห์จากมัคทายกของวัดแจ้งเจริญให้ช่วยประชาสัมพันธ์ดอกไม้จันท์และพวงหรีดจากกระดาษกาบกล้วยให้เจ้าภาพงานศพและประชาชนในพื้นที่ทราบ นอกจากนี้กลุ่มผู้เข้ารับการอบรมยังมีการทดลองทำสินค้าที่มีรูปแบบที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น เช่น กระเป๋าใส่เศษสตางค์ กระเป๋าใส่ยา เป็นต้น ในส่วนของวัตถุดิบหลักคือต้นกล้วยซึ่งมีอยู่มากในพื้นที่ โดยระยะแรกจะใช้วัตถุดิบจากต้นกล้วยที่เหลือทิ้งในชุมชน ระยะต่อไปจะรับซื้อต้นกล้วยจากชุมชนต้นละ10 บาท กระแสเงินสดที่จะเกิดขึ้นในกลุ่มในระยะแรกจะเกิดจากการขายสินค้าเท่านั้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น

ภาพที่ 5
กระเป๋าจากกระดาษกาบกล้วย

ภาพที่ 6
การขยายผลไปยังตำบลใกล้เคียง

ที่มา: คณะผู้วิจัย, 2566.

จากการทดลองผลิตสินค้า 2 เดือน มีการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อติดตามผลการพัฒนา พบว่ากลุ่มเป้าหมายการพัฒนาแจ้งว่าดอกไม้จันทน์กำไรน้อยกว่าการทำกระเป๋าขาย แม้ว่าต้นทุนวัตถุดิบจะเท่ากัน แต่ดอกไม้จันทน์ได้กำไร

น้อยกว่า ใช้ทักษะน้อยกว่าการทำกระเป๋า และใช้เวลาทำนานกว่ากลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาจึงทำการปรับปรุงกระเป๋าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น โดยปรับปรุงหูหิ้วให้มีความยาว รองก้นกระเป๋าให้มีความแข็งแรง ออกแบบกระเป๋าและวางลายของกระดาษให้มีความสวยงามตรงกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น คือ กลุ่มหน่วยงานราชการที่มีการจัดซื้อกระเป๋าเพื่อการจัดอบรม รวมถึงมีการปรับราคาให้เหมาะสม และมีขนาดใหญ่ขึ้นสามารถใส่กระดาษและอุปกรณ์เครื่องเขียนได้ ราคาขายอยู่ที่ใบละ 250 บาท

ในขั้นตอนการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ผลิตขึ้น จากการประชุมกลุ่มย่อยกลุ่มเป้าหมายการพัฒนา พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ช่วยให้เป็นที่รู้จักรวดเร็วขึ้น มีคำสั่งซื้อจากหลายแห่งแต่การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เป็นทักษะที่กลุ่มเป้าหมายการพัฒนาต้องเพิ่มพูนทักษะ ซึ่งทางพัฒนาชุมชนจะร่วมดำเนินการพัฒนาทักษะนี้ให้กับชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย

หลังจากการอบรมมีการขยายผลสู่ชุมชนโดยการผลักดันเข้าสู่แผนพัฒนาอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลจอมประทัด และจัดสรรงบประมาณจำนวน 20,000 บาทเพื่อจัดอบรมการทำดอกไม้จันทน์จากกระดาษกาบกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาวในวันที่ 10-12 กรกฎาคม 2566 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบล วิทยากรคือสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาบขาวซึ่งได้รับการอบรมในกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาในระยะแรก มาเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้การทำกระดาษจากกล้วยน้ำว้า การทำดอกไม้จันทน์จากกระดาษกาบกล้วย มีผู้อบรมจำนวน 15 คน ซึ่งเป็นการถ่ายทอดให้ความรู้กับกลุ่มใหม่เพิ่มเติมจากกลุ่มเป้าหมายเดิม โครงการฝึกอบรมพัฒนาอาชีพจากงบประมาณขององค์การบริหารส่วนตำบลจอมประทัดได้รับความสนใจจากประชาชนในพื้นที่และตำบลใกล้เคียงเป็นจำนวนมากและยืนยันเข้าร่วมผลิตกระดาษกาบกล้วยจำนวน 2 ราย จากกระบวนการทำแสดงให้เห็นกระบวนการ พัฒนาทักษะใหม่ทำให้เกิดอาชีพและรายได้ให้กับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแน่นอน

กลุ่มเป้าหมายการพัฒนาได้ทำการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อปรับปรุงแผนธุรกิจและสร้างแผนการตลาดของกลุ่ม โดยการร่วมกันวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า เพื่อผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากขึ้น โดยสมาชิกของ

กลุ่มเสนอให้ทำกระเป๋าในรูปแบบที่สวยงามทันสมัย มีขนาดใหญ่ขึ้น และมีสีที่หลากหลายเพิ่มขึ้น มีการเสนอให้จดเป็นวิสาหกิจชุมชนเกษตรพอเพียงผู้แปรรูปกาบกล้วยพันธุ์กาบขาวตำบลจอมประทัด ผลจากการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำให้ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากอาสาพัฒนาชุมชนอำเภอวัดเพลงมีมติให้การสนับสนุนกลุ่มกาบขาวจำนวน 4,400 บาท โดยกลุ่มระบุวัสดุที่ต้องการจัดซื้อจากการปรับปรุงสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดทำให้รูปแบบของสินค้ามีความสวยงามมากขึ้นรับน้ำหนักได้มากขึ้น เมื่อมีปริมาณคำสั่งซื้อจำนวนมากกลุ่มเป้าหมายพัฒนาไม่สามารถรับคำสั่งซื้อได้เนื่องจากขาดทักษะการทำกาว กลุ่มเป้าหมายสะท้อนว่าในการพัฒนาในปีต่อไปควรมีการเพิ่มทักษะการการทำกาว เทคนิคการอบแห้งไม่ให้เกิดเชื้อรา การย้อมสีและการออกแบบให้มีความเป็นอัตลักษณ์มากขึ้น จากขั้นตอนการพัฒนาทั้งหมดแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายการพัฒนามีทักษะการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น มีความสามารถในการพัฒนาตนเองมากขึ้นแม้ว่าจะมีอายุมากแต่มีความสามารถในการเรียนรู้ตามความสนใจ

ตารางที่ 1

รายได้ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาทักษะการผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน ระยะเวลา 2 เดือนนับตั้งแต่จัดการอบรม

ผลิตภัณฑ์	ปริมาณการสั่งซื้อ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดรายได้ (บาท)	เพิ่มขึ้นร้อยละ
กระดาษกาบกล้วยน้ำว้า	แบบมีสีและลาย 3.5 กิโลกรัม	500	1,750	100
	แบบสีขาวไม่มีลาย 4 กิโลกรัม	350	1,400	
	แบบคละสีและลาย 100 กิโลกรัม (ส่งตานีสยาม)	300	30,000	(จัดส่งทุก 10 วัน ครั้งละ 10 กิโลกรัม)

ตารางที่ 1

รายได้ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาทักษะการผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน ระยะเวลา 2 เดือนนับตั้งแต่จัดการอบรม (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์	ปริมาณการสั่งซื้อ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ยอดรายได้ (บาท)	เพิ่มขึ้นร้อยละ
กระเป๋าใส่เอกสารจากกระดาษกาบกล้วย	อบต.จอมประทัดสั่งซื้อ 80 ใบ	90	7,200	100
	ออกร้านสัปดาห์ตรวจประเมินตำบลเข้มแข็ง 10 ใบ	90	900	
	โครงการ to be number one ของโรงเรียนวัดแจ้งเจริญ จำนวน 100 ใบ	90	9,000	
	ร้านขายของฝาก จำนวน 15 ใบ	150	2,250	
	มหาวิทยาลัยราชภัฏ หมู่บ้านจอมบึง 8 ใบ	300	2,400	
	รวมรายได้ทั้งสิ้น		54,900	

ข้อมูลในตารางที่ 1 แสดงรายได้ที่เกิดขึ้นจากการขายสินค้าซึ่งดำเนินงานตามขั้นตอนการพัฒนาทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นในชุมชนร้อยละร้อยทั้งนี้ยังสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบที่เหลือทิ้งในชุมชนคือต้นกล้วยที่มีอยู่ปริมาณมาก เนื่องจากมีการปลูกกล้วยเพื่อแปรรูปเป็นสินค้าต่างๆ เช่น กล้วยกวน กล้วยอบม้วน กล้วยฉาบ เป็นต้น

ลำดับถัดมาว่าด้วยการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชน การรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตสินค้าของวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแปรรูปกาบกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาว ตำบลจอมประทัด ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายการพัฒนานั้นมีการวางแผนช่องทางการตลาดของสินค้าของกลุ่มร่วมกันไว้ 2 ช่องทาง คือ ทางออนไลน์และทางออฟไลน์ ทั้งนี้กลุ่มกำหนดสินค้าหลักของกลุ่มไว้ 2 ชนิด คือ

1) กระดาษกาบกล้วยมีการสั่งซื้ออย่างต่อเนื่องจากผู้ผลิตกระเป๋าตานีสยาม โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแปรรูปกาบกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาว ตำบลจอมประทัดทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบส่งให้ เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของแบรนด์ ตานีสยาม ซึ่งมีคำสั่งซื้ออย่างต่อเนื่อง

2) กระเป๋าจากกระดาษกาบกล้วย รับผลิตตามคำสั่งซื้อซึ่งทำการตลาดไว้ 2 ช่องทาง คือ การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากในชุมชนและนำเสนอบนสื่อออนไลน์

จากการประชุมกลุ่มย่อยมีมติให้เลขานุการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านเพจเฟสบุ๊คของตนเองและเพจจอมประทัดโมเดล และทำหน้าที่รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าผ่านเพจของตนเอง นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ขายสินค้าที่วางขายที่ทำการกำนันตำบลจอมประทัดซึ่งเป็นสถานที่จำหน่ายของฝากของตำบลจอมประทัด การประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแปรรูปกาบกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาว ตำบลจอมประทัด มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เพจจอมประทัดโมเดล หนังสือพิมพ์สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากพื้นที่จังหวัดราชบุรีไม่มีการผลิตสินค้าจากกาบกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแปรรูปกับกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาวตำบลจอมประทัดจึงทำการประชุมกลุ่มย่อยร่วมเพื่อร่วมกันหาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม กลุ่มมีมติให้ติดต่อนักข่าวในพื้นที่ เช่น นักข่าวของสำนักข่าวไทย เคเบิ้ลทีวีจังหวัดราชบุรี มาทำข่าวประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น จากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกช่องทางทำให้มีคำสั่งซื้อกระดาษกาบกล้วยจากร้านออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่จังหวัดเชียงใหม่ และคำสั่งซื้อกระดาษกาบกล้วยจากแบรนด์ตานีสยามเข้ามาเป็นจำนวนมาก และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์มติชน วันเสาร์ที่ 15 กรกฎาคม 2566 หัวข้อ “มัดรวมคุณประโยชน์ กล้วย ประดิษฐ์ดอกไม้จันท์ชูวัตถุดิบท้องถิ่นสร้างอาชีพ” ส่งผลให้คนในชุมชนหันมาสนใจการแปรรูปต้นกล้วยเพิ่มขึ้น

แนวทางและกลยุทธ์

แนวทางที่ใช้ในการขับเคลื่อนรายได้และการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงแปรรูปกาบกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาว ตำบลจอมประทับ

คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในทุกขั้นตอนตั้งแต่การสำรวจทรัพยากรและต้นทุนภูมิปัญญาที่มี กระบวนการพัฒนาทักษะใหม่ การคัดเลือกแนวทางในการเรียนรู้ การจัดอบรมและฝึกทักษะเพิ่มเติม กระบวนการพัฒนาและปรับปรุงความรู้ให้กลายเป็นสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด กระบวนการสร้างแผนธุรกิจ กระบวนการประชาสัมพันธ์ การจัดการต้นทุน การรวมกลุ่มเพื่อขายสินค้า การประเมินและวัดผล การแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่ม กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์จากต้นกล้วย สร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนดำเนินการผ่านการกระตุ้นให้เกิดความต้องการเรียนรู้ด้วยตนเอง กระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่ม การสร้างแนวคิดของผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นในกลุ่มเป้าหมายการพัฒนา ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนเลือกใช้การลดต้นทุนในทุกขั้นตอนการผลิต ได้แก่ การใช้วัตถุดิบในชุมชนเพื่อลดต้นทุนค่าขนส่ง การตากกาบกล้วยโดยใช้ความร้อนจากธรรมชาติ ผสมผสานกับเทคนิคเฉพาะบุคคลที่เกิดจากการฝึกฝน ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการลดการเกิดเชื้อราถูกนำมาใช้ใหม่เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น การลดของเสียที่เกิดขึ้นจากการผลิตที่ไม่ได้มาตรฐานในทุกขั้นตอน เช่น การนำเศษด้านข้างของกาบกล้วยที่ต้องตัดออกหลังจากกระดาษแห้งแล้ว เศษด้านข้างเหล่านี้ถูกนำไปขายเป็นเชือกมัดผักในท้องร่องหรือมันค้างปลูกผัก เป็นต้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากกาบกล้วยมีขายในท้องตลาด 2 กลุ่ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาบขาวจึงมีความจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างโดยการเน้นลวดลายของกาบกล้วยที่ไม่ซ้ำกัน สีของกาบกล้วยที่มีลักษณะม่วงอมน้ำตาล บางชิ้นเป็นม่วงอมแดง การย้อมสีกาบกล้วยเป็นอีกทางเลือกที่สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าได้

นอกจากกลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าแล้ว การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกราบขาว คือ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน โรงเรียนมหาวิทยาลัย ที่ต้องใช้กระเป๋าใส่เอกสารในการประชุมสัมมนาต่างๆ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการค้า ซึ่งลูกค้ากลุ่มนี้มักใช้กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลวดลายไม่มาก กลยุทธ์ด้านราคาเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้กลุ่มสามารถสร้างลูกค้าได้อย่างเหนียวแน่น เนื่องจากกระเป๋าและกระดาษ

กาบกล้วยราคาไม่สูงมาก สามารถสั่งซื้อในจำนวนน้อยได้ กลยุทธ์ที่กล่าวมาข้างต้นช่วยให้กลุ่มมีรายได้อย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์สนับสนุนจากคนในชุมชนและหน่วยราชการในพื้นที่ให้การสนับสนุนโดยการสั่งซื้อสินค้ามาใช้แทนการสั่งซื้อสินค้าจากภายนอกชุมชน การให้งบประมาณสนับสนุน การบรรจุอยู่ในแผนการพัฒนาทักษะอาชีพขององค์การบริหารส่วนตำบล กรมส่งเสริมการเรียนรู้ประจำอำเภอนำไปใช้สอนทักษะอาชีพ พัฒนากรประจำอำเภอส่งเสริมให้เกิดการฝึกอบรมเป็นทักษะอาชีพให้กับคนในชุมชน กลยุทธ์เหล่านี้ก่อให้เกิดการเรียนรู้การใช้ประโยชน์จากกาบกล้วยและพัฒนาต่อเนื่องเป็นสินค้าอัตลักษณ์ของอำเภอวัดเพลงในขั้นต่อไป

ผลกระทบจากการดำเนินโครงการ

จากการวิเคราะห์และประเมินผลตอบแทนทางสังคม (Social Return On Investment: SROI) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนและพัฒนาช่องทางการตลาด พบว่า ในการลงทุนเงิน 1 บาทในระยะเวลา 1 ปีสามารถสร้างผลตอบแทนทางสังคม 3.12 บาท มีนวัตกรชุมชนเกิดขึ้น 3 คน เกิดการต่อยอดเป็นหลักสูตรอาชีพชุมชน ได้แก่ การทำกระดาษกาบกล้วย การทำดอกไม้จันท์จากกระดาษกาบกล้วย และการทำกระเป๋าจากกาบกล้วย

อภิปรายผลการศึกษา

การใช้วัตถุดิบทางการเกษตรที่ตกเกรดหรือเหลือทิ้งในประเทศไทยมีอยู่จำนวนมาก เช่น ต้นกล้วย เปลือกมะพร้าวน้ำหอม ใบสับปะรด ฟางข้าว เป็นต้น วัสดุเหลือทิ้งเหล่านี้ถูกแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ มากมาย เช่น ผ้าใยสับปะรด กระดาษฟางข้าว กระดาษกาบกล้วย เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ถูกแปรรูปให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด เกิดเป็นรายได้ให้กับคนในชุมชน หลังจากดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนและพัฒนาช่องทางการตลาดแล้วสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนทำให้กลุ่มเป้าหมายการพัฒนาเกิดการเรียนรู้กระบวนการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งการแปรรูปวัตถุดิบทางการเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งเหล่านี้ให้กลายเป็นสินค้าเกิดเป็นรายได้อย่างยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงผ่านการให้งบประมาณการสนับสนุนทุนการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ทางอ้อมผ่านการสนับสนุนอุปกรณ์ การประชาสัมพันธ์ การซื้อสินค้าที่ผลิตโดยชุมชนก่อนเลือกซื้อจากผู้ประกอบการภายนอกชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของจริยาภรณ์ อุ่นวงษ์ (2556) ศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มวัสดุเหลือใช้จากผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านเรียงแถวใต้ ตำบลนิคมลำโดมน้อย อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า การแปรรูปวัสดุเหลือใช้จากการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนควรเน้นการสร้างอัตลักษณ์ด้วยรูปแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจใช้งานได้สะดวก การจัดการวัสดุเหลือทิ้งจากการผลิตควรมีการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐและเอกชนในพื้นที่เพื่อสนับสนุนด้านการตลาด ในขณะที่การจัดการกลุ่มมีความสำคัญช่วยให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนเติบโตอย่างยั่งยืน เช่นเดียวกับการเลือกผู้นำกลุ่มวิสาหกิจเป็นอีกส่วนสำคัญซึ่งช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจจึงควรมีความเสียสละ มีความเป็นผู้นำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนจึงต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายด้าน สอดคล้องกับผลการศึกษาของพิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์ และคณะ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านขั้นตอนการผลิตและด้านการตลาดมีผลต่อการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การสร้างสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าด้วยการใช้ภูมิปัญญาของชุมชนร่วมกับการใช้บรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนจะช่วยดึงดูดลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ณฐพงศ์ ใจซื่อตรง (2563) เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การแข่งขันทางการตลาด บ้านสมใจ ตำบลใจดี อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ

ของสินค้า ขณะเดียวกันองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า คือ สินค้าต้องมีคุณภาพ มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น ตอบสนองวัตถุประสงค์ในการใช้งานได้ โดยเฉพาะสินค้าหัตถกรรมที่ลูกค้าสนใจคุณภาพของสินค้ามากกว่าประโยชน์ใช้สอย

การวิจัยครั้งนี้พบที่ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบทางการเกษตรเหลือทิ้งเหล่านี้ต้องสอดคล้องกับฐานทรัพยากร ภูมิปัญญา ทักษะ และความสนใจของชุมชน (สามารถ ใจเตี้ย, 2564) ผลิตภัณฑ์ต้องมีอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งเป็นกระบวนการที่จำเป็นสำหรับชุมชนเพื่อก้าวข้ามจากการลอกเลียนแบบสินค้าที่มีในตลาดมาผลิตเป็นสินค้าอัตลักษณ์ของชุมชนเอง แม้จะมีลักษณะหรือองค์ประกอบคล้ายคลึงกัน ความแตกต่างที่เป็นอัตลักษณ์นี้ทำให้สินค้าของแต่ละชุมชนไม่เป็นคู่แข่งทางการค้ากันเอง ลูกค้าไม่สามารถหาซื้อจากแหล่งอื่นมาทดแทนได้ การพัฒนาอัตลักษณ์ของชุมชนจะส่งผลให้เกิดความหวงแหนภูมิปัญญาของตนเอง เกิดการรักษา สืบทอดและต่อยอดให้คงอยู่ต่อไป นอกจากสินค้าที่สร้างโดยใช้ภูมิปัญญาและทรัพยากรที่มีในชุมชนเป็นหลักแล้วการสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มแบบมีส่วนร่วมเพื่อแปรรูปวัตถุดิบทางการเกษตรเหลือทิ้งเป็นสิ่งสำคัญ การรวมกลุ่มจะช่วยให้เกิดกำลังการผลิตเพิ่มขึ้น เกิดการแบ่งปันทรัพยากร ร่วมวางแผนการทำงาน มีการประเมินและวิเคราะห์การบริหารจัดการกลุ่มเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งกระบวนการรวมกลุ่มแบบมีส่วนร่วมนี้ช่วยให้ชุมชนเกิดความสามารถในการเรียนรู้พัฒนาและแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองโดยอาศัยภูมิปัญญา ทักษะของชุมชนและศักยภาพของกลุ่ม ช่วยให้เกิดการพึ่งพาตนเอง ช่วยลดปัญหาการเหลื่อมล้ำในชุมชน (พัสรินณ์ พันธุ์แน่น และคณะ, 2566)

ประเด็นที่ 2 การพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรที่ตกเกรดหรือเหลือทิ้งต้องอาศัยการวางแผนธุรกิจ การตลาด การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน (Target market) ด้วยเครื่องมือโมเดลแผนธุรกิจ (Business Model Canvas) มีลักษณะเป็นตาราง 9 ช่องที่สะท้อนองค์ประกอบธุรกิจ 9 ด้านที่แสดงภาพรวมของธุรกิจ ได้แก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ต้นทุนที่เกิดขึ้น แหล่งที่มาของรายได้ คู่ค้าทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลักของธุรกิจ คุณค่าของสินค้า ช่องทางในการเข้าถึง

ลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า ข้อมูลทั้ง 9 ด้านนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกราบขาวมองภาพรวมธุรกิจได้ชัดเจนมากขึ้น เห็นช่องทางที่มาของรายได้ นอกจากนี้แล้วโมเดลแผนธุรกิจ (Business Model Canvas) ช่วยให้เห็นคุณค่าของสินค้า (Value proposition) ที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ข้อมูลนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบอกได้ว่าเพราะอะไรลูกค้าจึงยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้า ในขั้นตอนนี้สามารถวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่ผู้ประกอบการสามารถตอบสนองได้ร่วมด้วย ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีศักยภาพสูงกว่าได้

การเลือกตลาดที่มีผู้บริโภคจำนวนไม่มากและยังไม่มีสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ได้ แม้ว่าตลาดกลุ่มนี้จะมีผู้บริโภคจำนวนน้อยแต่ตลาดกลุ่มนี้มีความ เต็มใจที่จะซื้อสินค้าที่มีราคาแพง แต่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกราบขาวที่มีลักษณะเฉพาะ คือใช้วัตถุดิบที่มีในพื้นที่จังหวัดราชบุรี สุพรรณบุรี เพชรบุรี เท่านั้น คือ กาบของต้นกล้วยน้ำว้าพันธุ์กาบขาว ซึ่งมีลวดลายและสีของกาบกล้วยเฉพาะ สินค้าของวิสาหกิจชุมชนกราบขาวจึงมีอัตลักษณ์แต่ละใยจึงมีความแตกต่างหันทำให้สามารถขายได้อย่างต่อเนื่องและสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรชัย อินทสังข์ (2554) ที่ศึกษาเรื่อง ตลาดเฉพาะกลุ่ม หนทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ควรเลือกทำกลยุทธ์การตลาดแบบเฉพาะเจาะจงเพื่อสร้างความแตกต่างซึ่งจะช่วยตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้มากขึ้น

ในด้านการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาบขาวดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกช่องทางร่วมกับการทำตลาดออนไลน์ซึ่งเป็นเป็นกลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าตามหลักเส้นทางการเดินทางของลูกค้า (Customer journey) ทั้ง 4 ขั้นตอน คือ การรับรู้ การประเมินทางเลือก การซื้อ การซื้อซ้ำ ซึ่งเริ่มจากการสร้างการรับรู้ถึงการมีอยู่ของสินค้าพร้อมอรรถประโยชน์ของสินค้าผ่านหนังสือพิมพ์ เคเบิ้ลทีวีท้องถิ่นจากการประชาสัมพันธ์ตามสื่อแบบวงกว้าง (Mass media) ทำให้ลูกค้าเห็นสินค้าได้มากขึ้น, การให้ข้อมูลสินค้าผ่านเพจจอมประทัดโมเดลและเพจของสมาชิกเพื่อให้ลูกค้าได้มีข้อมูลเพียงพอ

ต่อการเลือกสินค้า, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาบขาวไม่มีหน้าร้านอย่างชัดเจนเป็นการทำตามคำสั่งซื้อซึ่งช่วยลดต้นทุนในการเก็บรักษาสินค้า ซึ่งการไม่มีหน้าร้านในปัจจุบันยังไม่มีผลกระทบมากนักเนื่องลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลจากในเพจได้ แต่หากมีสินค้าหลากหลายรูปแบบและมีลูกค้าเพิ่มขึ้นอาจต้องวางแผนในประเด็นนี้ ในด้านกลยุทธ์ให้เกิดการซื้อซ้ำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกราบขาว ฯ ในระยะแรกเป็นหน่วยราชการ สถานศึกษา และองค์การบริหารส่วนตำบลจอมประทัดและหน่วยงานในพื้นที่ใกล้เคียง โดยหน่วยงานเหล่านี้มีการจัดอบรมการประชุมและการสัมมนาซึ่งต้องมีการจัดซื้อกระเป๋าอยู่แล้ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาบขาว ฯ จึงขอความร่วมมือจากหน่วยงานเหล่านี้ให้ทำการอุดหนุนซื้อกระเป๋าจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาบขาวมาใช้งานในโครงการ ซึ่งทำให้ชุมชนและวิสาหกิจชุมชนกราบขาวมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการขายสินค้า คือ กระเป๋ากาบกล้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญญ์พัทร์ กุสิยารังสิทธ์ (2566) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สินค้าโอทอปกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีกำลังการผลิตจำกัด การประชาสัมพันธ์ในวงกว้างส่งผลกระทบต่อยอดการจัดจำหน่ายที่ไม่สามารถผลิตได้ทันตามระยะเวลาและปริมาณคำสั่งซื้อ การกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์จึงต้องสอดคล้องกับความสามารถในการผลิต การกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จึงควรเป็นบูรณาการทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์เพื่อส่งเสริมการสื่อสารร่วมกันเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น ใช้กลยุทธ์การเล่าเรื่องประชาสัมพันธ์ประวัติความเป็นมาของสินค้าและชุมชน การสร้างความภูมิใจในการใช้สินค้าจากชุมชน เน้นสร้างความแตกต่างของสินค้า กลยุทธ์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบผสมผสานจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

บทสรุป

บทสรุปของบทความวิจัย เรื่อง แนวทางการยกระดับและพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนจอมประทัด จังหวัดราชบุรี สามารถสรุปได้ ดังนี้ 1) การสร้างสินค้าใหม่จากวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรหรือสินค้าทางเกษตรที่ตกเกรดเหลือทิ้ง จำเป็นต้อง

อาศัยภูมิปัญญา องค์ความรู้ใหม่ร่วมกับเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สินค้าของชุมชนต้องมีความแตกต่างทั้งด้านรูปลักษณ์ การใช้ประโยชน์ และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เหมาะสม การเลือกใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชนจะช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้มากกว่าการสั่งซื้อมาจากภายนอก การเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ช่องทางและกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมจะช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น การเก็บรักษาวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จในปริมาณไม่มากเกินจะลดความเสียหายให้กับสินค้าและลดต้นทุนการผลิตให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน การเชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ร้านค้าท้องถิ่นจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ การพัฒนาทักษะให้กับคนในชุมชนการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนและจะช่วยให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และต่อยอดความรู้ได้มากขึ้น ช่วยสร้างทักษะการจัดการและทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นในตัวกลุ่มเป้าหมายการพัฒนาได้โดยผ่านการแนะนำ กระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจะช่วยเพิ่มรายได้และสร้างคุณค่าให้กับสินค้าของชุมชน ช่วยให้ชุมชนสามารถพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

เชิงนโยบาย

การยกระดับและพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนจอมประทัดจังหวัดราชบุรีเป็นเรื่องสำคัญที่สามารถช่วยเพิ่มรายได้และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในชุมชนได้ในประเด็นของการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะการฝึกอบรมชาวบ้านในการประมวลผลและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เช่นการห่อของขวัญให้สวยงามและมีคุณภาพสามารถช่วยให้พวกเขาสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ในราคาที่ดีขึ้นรวมถึงเพิ่มความเข้าใจในข้อกำหนดและมาตรฐานคุณภาพของสินค้าเพื่อรักษาความรู้สึกของผู้บริโภคตลอดจนการสร้างพันธมิตรระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการสนับสนุนโครงการการตลาดรวมถึงการให้ความรู้และการเข้าถึงทรัพยากรการเงินและเทคโนโลยีหรือจะเป็นการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายสนับสนุนกลุ่มเกษตรกรและผู้ประกอบการในชุมชนให้สามารถแบ่งปันความรู้และประสบการณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการตลาดซึ่งการนำเสนอแนวนโยบายเหล่านี้และ

การปรับใช้โดยตรงกับบริบทและความเฉพาะเจาะจงของชุมชนจอมประทัด จังหวัดราชบุรีจะช่วยให้ชุมชนนี้สามารถยกระดับและพัฒนาการตลาดสินค้าเกษตรได้อย่างสำเร็จและยั่งยืนในระยะยาว

เชิงพาณิชย์

การยกระดับและพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์จากสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนสามารถช่วยเพิ่มรายได้และคุณค่าของวัตถุดิบเหลือทิ้งทางการเกษตรได้ ซึ่งการวิจัยการตลาดเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการเพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคและพฤติกรรมของผู้บริโภค นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์และพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค การประเมินและศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด (market validation) จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงสินค้าของตนเองให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาเรื่องการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง แม้ว่าการใช้ทรัพยากรเหลือทิ้งในชุมชนผู้ประกอบการสามารถหาสินค้าได้ตลอดเวลาในปริมาณมาก แต่การบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดต้นทุน ผู้ประกอบการสามารถบริหารเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งการดำเนินการในขั้นต่อไปจึงควรดำเนินการพัฒนาชุมชนให้มีทักษะด้านการวิเคราะห์ตลาดเพิ่มขึ้น

การพัฒนาสินค้าจากวัตถุดิบทางการเกษตรตกเกรดหรือเหลือทิ้งควรนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมแบบเทคโนโลยีอัจฉริยะมาใช้ในทุกกระบวนการ ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง สินค้ามีความแปลกใหม่และสามารถตอบสนองตลาดของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะตลาดสุขภาพที่เป็นตลาดที่มีมูลค่าสูง ต้องการคุณค่าและความแตกต่างอย่างชัดเจน จะเห็นได้ว่าการยกระดับและพัฒนาช่องทางการตลาดสินค้าเกษตรตกเกรดเหลือทิ้งในชุมชนจำเป็นต้องมีการวางแผนและการจัดการอย่างมีระบบ การทำงานร่วมกันของชุมชนและการรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการและองค์กรอื่นๆ ทั้งทางด้านงบประมาณ การถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้แก่ชุมชน สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้การพัฒนาชุมชนนี้ประสบความสำเร็จในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

กิติศักดิ์ ทองมีทิพย์. (2564). พัฒนาการเกษตรกรรมของประเทศไทย: ในมิติด้านการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต. *วารสารพัฒนศาสตร์, 4*(1), 132-162.

กศิพัฏญ์ ทองแกม และ โฆษิต แพงสร้อย. (2562). ปัญหาและแนวทางส่งเสริมการขายสินค้าโอทอปบนตลาดออนไลน์เชิงพุทธในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 6*(9), 4627-4644.

เขมิกา ธนธำรงกุล, ปรีดา ศรีนฤวรรณ, ภูษณิศา เตชเถกิง และ ภัทริภา มณีพันธ์. (2563). โมเดลธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายเครื่องจักรการเกษตร ในจังหวัดเชียงใหม่, *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 14*(2), 51-62.

จริยาภรณ์ อุ่นวงษ์. (2556). การสร้างมูลค่าเพิ่มวัสดุเหลือใช้จากผลิตภัณฑ์ชุมชนหมู่บ้านเรียงแถวใต้ ตำบลนิคมลำโดมน้อย อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี, *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 5*(3), 5-20.

จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2560). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี.* รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จิติมา วรรณศรี, วิทยา จันทร์ศิลา และ สถิรพร เชาวน์ชัย. (2565). รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมทักษะการพัฒนานวัตกรรมของครู. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, *7*(7), 219-232.

ฉัตรชัย อินทสังข์. (2554). ตลาดเฉพาะกลุ่ม หนทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารปัญญาภิวัฒน์, 2*(2), 42-49.

ณฐพงศ์ ใจซื่อตรง. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การแข่งขันทางการตลาด บ้านสมใจ ตำบลใจดี อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 22*(2), 121-130.

ธีระวุฒิ ปัญญา. (2556). *อาหารคือยาที่ดีสุดของมนุษยชาติ.* กรุงเทพฯ: กู๊ดไลฟ์.

นิยม กริ่มใจ. (2565). ธุรกิจเปลี่ยนผ่านสู่วิถีปกติใหม่ ด้วยโมเดลธุรกิจ CANVAS. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 8*(1), 66-78.

พิชญ์สิณี รัตนานุพงศ์, ปรีชา พันธุ์แน่น, ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม, มุทิตา อารยะเศรษฐากร และ ชเนตตี พิพัฒนางกูร. (2564). การพัฒนาศักยภาพกลุ่มแม่บ้านผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนร่วมพัฒนา เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร. *วารสารรม่พฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก, 39*(1), 61-84.

พัสรินณ์ พันธุ์แน่น, เพ็ญประภา ภัทรานุกรม, ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น และ ดวงทิพย์ จันทร์อ่วม. (2566). งานวิจัยเพื่อท้องถิ่น: การลดความเหลื่อมล้ำเชิงเศรษฐกิจและเชิงพื้นที่ในชุมชนคนจนเมือง. *วารสารรม่พฤกษ์ มหาวิทยาลัยเกริก, 41*(3), 169-189.

สามารถ ใจเตี้ย. (2564). การใช้ประโยชน์วัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรของเกษตรกรในเทศบาลตำบลขี้เหล็ก อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, 38*(2), 79-88.

หทัยชนก สุคันธศรี. (2562). *การศึกษาเส้นทางผู้บริโภคในช่องทางออนไลน์ กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง.* วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อติญาณ์ ศรเกษตริน, อัจฉราวดี ศรียะศักดิ์, สถาพร แถวจันทึก, วารุณี เกตุอินทร์ และ วิไลวรรณ คมขำ. (2564). การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ตำบลธงชัย จังหวัดเพชรบุรี. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้, 8*(1), 85-99.

อภิญญ์พัทร์ กุสิยารังสิทธ์. (2566). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สินค้าโอทอปกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์, 27*(2). 65-80.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: Wiley.