

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยและช่องทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด หมู่ที่ 8 ต.เชียงกลม อ.ปากชม จ.เลย

Banana product development and marketing channels for modern consumers

Ban Huai Phak Kut Community Enterprise Group, Village No. 8,

Chiang Klom Sub-district, Pak Chom District, Loei Province

โอบนิธิ จันระเมธิ¹ ผการัตน์ พินิจวัฒน์²

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ตำบลเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย

G mail: Aopnithi750@gmail.com

บทคัดย่อ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยและช่องทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่เป็นโครงการที่ช่วยสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด มีวัตถุประสงค์เพื่อต่อยอดพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด ให้มีความรู้ความเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย โดยที่สินค้ายังสามารถคงอัตลักษณ์ท้องถิ่นและมีมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับของตลาด เพื่อสนับสนุนให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ตามความต้องการของผู้บริโภคทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่

ผลการศึกษาพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยและช่องทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ คือการจัดทำผลิตภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นจุดเด่นของกลุ่มวิสาหกิจ เนื่องจากไม่ได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจและไม่มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่คุณสมบัติประโยชน์ให้เกิดเป็นกระแสความนิยมจนสามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาดได้มากนัก นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดการกระบวนกรการผลิตสินค้าที่ต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและความนิยมของกลุ่มผู้บริโภคด้วย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่สามารถพัฒนาเป็นของฝากของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงจนสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนได้อย่างกว้างขวางและในเขตพื้นที่บ้านห้วยผักกูด ตำบลเชียงกลม อำเภอปากชม จังหวัดเลย เป็นหมู่บ้านที่มีผลผลิตเป็นสินค้าท้องถิ่น ได้แก่ กล้วย ซึ่งการปลูกอย่างแพร่หลาย ทำให้มีผลผลิตจำนวนมากในละปี และด้วยกล้วยเป็นผลไม้ที่นอกจากรับประทานผลสดแล้ว สามารถนำมาแปรรูปได้อย่างหลากหลาย ทำให้ปัจจุบันกลุ่มอาชีพในบ้านห้วยผักกูดเกิดความสนใจในการแปรรูปสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภค โดยตัวอย่างสินค้าชุมชนที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ได้แก่ กล้วยกวน กล้วยอบเนย กล้วยตากจากแสงอาทิตย์ ผู้ศึกษาจึงคิดค้นหาวิธีที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยและช่องทางการตลาดโดยมีการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีชื่อว่ากล้วยบานาน่าทุโชน กล้วยกวนตาตื่นได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความน่าสนใจตอบสนองต่อความต้องการ

ของผู้บริโภคซึ่งกล้วยธัญพืชเป็นการนำเอาธัญพืชหลากหลายชนิดมารวมกันกับกล้วยกวน ตรงตามความต้องการของผู้ที่รักสุขภาพ มีเอกลักษณ์โดดเด่นและจัดทำช่องทางเพจเฟซบุ๊กให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาคือ ได้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความน่าสนใจตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเช่นกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุและคนทั่วไปโดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจผู้บริโภค ได้บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบให้มีเอกลักษณ์สามารถผลิตและขายได้ในเชิงพาณิชย์ จัดทำช่องทางเพจเฟซบุ๊กให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถพบเห็นสินค้าและสั่งซื้อสินค้าไปเป็นของฝาก เป็นกระเช้าของที่ระลึกได้ในทุกโอกาส

Abstract

The development of banana products and marketing channels for modern consumers is a project that supports the product and packaging development of Ban Huai Phak Kut community enterprises. The objective is to expand knowledge of entrepreneurs in Ban Huai Phak Kut community enterprise. To have knowledge and understanding of the importance of creating products that meet the needs of consumers in the target market. While the products are able to maintain local identity and have a market acceptable standard To promote economic value through unique product or product packaging According to the needs of consumers both in the area and outside the area

The results of the study showed that the development of banana products and marketing channels for modern consumers. Is the preparation of products and public relations media that show the strengths of the enterprise group Because the appearance is not developed that is attractive and there is no publicity to promote the benefits to become a trend that can add a lot of market value. In addition, most of the entrepreneurs lack product manufacturing processes that need to study the needs of consumers and their popularity. As a result, the product was unable to develop into a famous souvenir that generates income for entrepreneurs and communities widely, and in the area of Ban Huai Pak Kut, Chiang Klom Sub-district, Pak Chom District, Loei Province is a village with products Is a local product such as bananas, which are widely grown Resulting in a large amount of production each year And with bananas as a fruit that in addition to eating fresh fruit Can be processed in a variety of ways Causing the occupation group in Ban Huai Phak Kut to become interested in product processing In order to increase the chances of buying products for consumers Examples of the existing community products are: Guan Bananas, Baked Bananas, Butter Bananas, Sun-Dried Bananas. The researcher then figured out how to develop a product from bananas and a marketing channel by creating a new product called Banana Two Tone Banana. Guantawake Banana has designed a new packaging that is interesting to meet the needs of consumers. The whole grain banana is a combination of various grains and bananas. Meets the needs of those who love it. It is unique and has created a Facebook page for the Ban Huai Phak Kut community

enterprise. The results obtained from the study are There are new products that are interesting to meet the needs of consumers such as people who love health. The elderly and the general population using questionnaires in the consumer survey. Yes, uniquely designed packaging can be commercially produced and sold. Create a Facebook page for community enterprises so that consumers can see products and order as souvenirs. It is a gift basket for every occasion.

หลักการและเหตุผล

วิถีชีวิตของชุมชนในปัจจุบันสะท้อนให้เห็นผ่านทั้งด้านความเป็นอยู่ ภาษา ประเพณี วัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แต่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังมีกระบวนการการผลิตไม่เป็นมาตรฐานและไม่เป็นที่แพร่หลายเท่าที่ควร เนื่องจากไม่ได้รับการพัฒนารูปลักษณะที่มีความน่าสนใจและไม่มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่คุณสมบัติให้เกิดขึ้นเป็นกระแสความนิยมจนสามารถเพิ่มมูลค่าทางการตลาดได้มากนัก นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดการกระบวนการการผลิตสินค้าที่ต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภคและค่านิยมของกลุ่มผู้บริโภคด้วย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่สามารถพัฒนาเป็นของฝากของที่ระลึกที่มีชื่อเสียงจนสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนได้อย่างกว้างขวาง

สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาให้มีความน่าสนใจทั้งด้านรูปลักษณะความสวยงาม ตลอดจนจรรยาบรรณประโยชน์ในการใช้สอย รสชาติ จนสามารถเป็นสินค้าของฝากของที่ระลึกได้บ้างแล้ว แต่ยังไม่สามารถผลิตขายในเชิงพาณิชย์ได้ ปัญหาส่วนใหญ่เป็นเพราะขาดการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีความสอดคล้องต่อเนื่องกัน รวมถึงอาจเป็นเพราะไม่ได้มีการวิเคราะห์ตลาดก่อน จึงทำให้กลุ่มผู้บริโภคไม่เกิดความอยากลองซื้อสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ขึ้นชื่อของแต่ละท้องถิ่นนั้น

ในเขตพื้นที่บ้านห้วยผักกูด ตำบลเชียงกลม อำเภอปากชม จังหวัดเลย เป็นหมู่บ้านที่มีผลผลิตเป็นสินค้าท้องถิ่น ได้แก่ กัลย ซึ่งการปลูกอย่างแพร่หลาย ทำให้มีผลผลิตจำนวนมากในแต่ละปี และด้วยกัลยเป็นผลไม้ที่นอกจากรับประทานผลสดแล้ว สามารถนำมาแปรรูปได้อย่างหลากหลาย ทำให้ปัจจุบันกลุ่มอาชีพในบ้านห้วยผักกูดเกิดความสนใจในการแปรรูปสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภค โดยตัวอย่างสินค้าชุมชนที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน ได้แก่ กัลยกวน กัลยอบเนย กัลยตากจากพลังแสงอาทิตย์ และอื่นๆ

เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด ในกลุ่มสินค้าอาหารถิ่น และสมุนไพร โดยเน้นความสำคัญที่ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ อายุ การเก็บรักษา การออกแบบ ให้มีเอกลักษณ์ สามารถผลิตและขายได้ในเชิงพาณิชย์ สร้างความเข้มแข็งให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดอย่างยั่งยืน จึงเห็นควรในการดำเนินโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สินค้าเป็นที่รู้จักทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสให้ผู้ประกอบการได้มีช่องทางตลาดที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อต่อยอดพัฒนาองค์ความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด ให้มีความรู้ความเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย

เพื่อสนับสนุนให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

สามารถต่อยอดพัฒนาองค์ความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด ให้มีความรู้ความเข้าใจและเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย โดยที่สินค้ายังสามารถคงอัตลักษณ์ของถิ่นกำเนิดและมีความหลากหลายอันเป็นที่ต้องการของตลาด

สามารถสนับสนุนให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่

สามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มวิสาหกิจบ้านห้วยผักกูด ในการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้ามุ่งศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วยและช่องทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด หมู่ที่ 8 ต.เชียงกลม อ.ปากชม จ.เลย

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด หมู่บ้านห้วยผักกูดหมู่ที่ 8 ที่สนใจในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 13 คน

การดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Approach) ประกอบด้วย 3 ด้าน

1. ด้านเศรษฐกิจ > เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่สมาชิกชุมชนเพิ่มมากขึ้น รวมถึงสมาชิกมีการจดบันทึกบัญชี ใช้จ่าย – พอเพียง เพิ่มขึ้น มีผลิตภาพ (Productivity) เพิ่มขึ้น/ปริมาณการขายเพิ่มขึ้น รายได้เพิ่มขึ้น/ลดต้นทุน

2. ด้านสังคมและชุมชน > การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การจัดสวัสดิการเพื่อประโยชน์ชุมชน เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

3. ด้านความยั่งยืน > ชุมชนเกิดการเรียนรู้ มีความเข้าใจ ตระหนักในความสำคัญ และสามารถนำไปคิดต่อยอดองค์ความรู้เองได้

2.กลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด หมู่ที่ 8 ต.เชียงกลม อ.ปากชม จ.เลย โดยกลุ่มวิจัยได้ดำเนินการดังนี้

2.1ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด หมู่ที่ 8 ต.เชียงกลม อ.ปากชม จ.เลย ที่สนใจเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 15 คน

2.2กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านห้วยผักกูด หมู่ที่ 8 ต.เชียงกลม อ.ปากชม จ.เลย ที่สนใจเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สรุปว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ได้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความน่าสนใจตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเช่นกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุและคนทั่วไปโดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจผู้บริโภค ได้บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบให้มีเอกลักษณ์สามารถผลิตและขายได้ในเชิงพาณิชย์ จัดทำช่องทางเพจเฟซบุ๊กให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถพบเห็นสินค้าและสั่งสินค้าไปเป็นของฝาก เป็นกระเช้าของที่ระลึกได้ในทุกโอกาส

ภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์



รูปที่ 1



รูปที่ 2



รูปที่ 3



รูปที่ 4

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2554). การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน.
ทวีศักดิ์ นพเกษตร. (2542). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ : ศักดิ์โสภะ
การพิมพ์.