

**การพัฒนาคุณภาพและห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์กล้วยตาก
ชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี
ตามแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**

**Development on Quality and Supply Chain of Dried Banana Product
Ban-Nongplalai, Chai Badan District, Lop Buri Province based on
Philosophy of Sufficiency Economy**

กฤษณ์ชากริตส ณ วัฒนประเสริฐ^{1*}, กุสุมา พลาพรหม
Kritchakhris Nawattanaprasert^{1*}, Kusuma Palaprom²

¹สาขาวิชาเทคโนโลยีและนวัตกรรมจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
Department of Industrial Management Technology and Innovation, Faculty of Industrial Technology,
Phranakhon Rajabhat University

*Email: kritchakhris@pnru.ac.th

Received: July 19, 2021; Revised: October 24, 2021; Accepted: December 02, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างคณะผู้วิจัยกับกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กล้วยตากที่เป็นสินค้าชุมชนในหมู่บ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดี จังหวัดลพบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์กล้วยตาก 2) เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานที่มีต่อประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์กล้วยตาก 3) เพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์กล้วยตากให้มีศักยภาพก้าวสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) และเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดและภูมิภาค และ 4) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์กล้วยตากให้กับผู้ผลิตและผู้ประกอบการชุมชน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ผลิตมีความต้องการที่จะมีการปรับปรุงด้านกระบวนการผลิต ซึ่งเดิมมีขั้นตอนการผลิตทั้งหมด 9 ขั้นตอน เพื่อให้มีการพัฒนาคุณภาพที่ดีขึ้นจึงใช้หลักเกณฑ์การควบคุมคุณภาพโดยรวมสามารถลดเวลาในขั้นตอนการผลิตกล้วยตากได้ จึงส่งผลให้เวลาในกระบวนการผลิตลดลงและสามารถผลิตกล้วยตากได้เพิ่มมากขึ้น และด้านห่วงโซ่อุปทานผู้ผลิตมีการปรับปรุงโลโก้ใหม่มีขนาดใหญ่ขึ้นทำให้เห็นข้อมูลการติดต่อที่ชัดเจนพร้อมทั้งมีสีและรูปแบบที่สวยงามเพิ่มขึ้นทำให้สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้มาสนใจตัวผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มมากขึ้น และช่องทางการจัดจำหน่ายหลังจากที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการได้ปรับมาใช้ในการตลาดดิจิทัล ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น เป็น 400 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ จากเดิมที่มีการขายส่งตามโรงเรียนและถ้าหากสามารถผลิตได้เพิ่มมากขึ้นจะผลิตส่งตามโรงเรียนและโรงงาน ซึ่งมีกำลังการผลิตที่ 200 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ ตามแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้สำหรับชุมชนบ้านหนองปลาไหล โดยพิจารณาจากความคุ้มค่า ความสมดุลและคุณภาพ ความมั่นคง และความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์กล้วยตาก

คำสำคัญ: คุณภาพ, ห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์กล้วยตาก, ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

Abstract

This research is focuses on participatory action research (PAR) between research group and dried banana community product at ban-nongplalai, chai badan district, lopburi province, with the objectives following : 1) to study the quality standard of the production process of dried banana products 2) to study the supply chain towards dried banana products 3) the development quality standards for the production process and supply chain of dried banana products to have the potential to become the standard of community products and 4) to increase distribution channels and digital marketing of dried banana products for producers and community entrepreneurs. The research results revealed the following: producer group, there is a need for improvements production process which originally had a total of 9 production steps. In order to improve the quality, the overall quality control criteria are used to reduce the time in the dried banana production process and the result, production time is reduced and the production of dried bananas can be increased and supply chain the manufacturer has revamped the logo with a larger size, clearer contact information, and more colorful and beautiful designs, thus attracting more consumers to the product and distribution channels after manufacturers or entrepreneurs have adapted to digital marketing, as a result sales increased to 400 kg per week originally, they were wholesaled by schools and if they could produce more they would be delivered to schools and factories, which has a production capacity of 200 kg per week. According to the concept philosophy of sufficiency economy for ban-nongplalai community considering the value balance and quality, stability and sustainability of dried banana products.

Keywords: Quality, Dried banana product supply chain, Philosophy of sufficiency economy

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

รัฐบาลมีโมเดล “ประเทศไทย 4.0” หรือ “Thailand 4.0” เพื่อเน้นการพัฒนาสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” ด้วยการสร้างความเข้มแข็งของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ไปสู่ “Value-based Economy” หรือ มีกรอบแนวคิดในการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงสถานประกอบการชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้ดำเนินธุรกิจโดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน พ.ศ. 2562^[7] ปัญหาของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนก็คือเรื่องของคุณภาพมาตรฐาน กระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนที่ยังไม่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานจากหน่วยงานใดๆ ถึงแม้ว่า

สินค้าจะเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนที่ดีหรือมีคุณค่ามากอย่างไรก็ตาม แต่ถ้าไม่มีใบรับรองคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ก็จะจำหน่ายสินค้าในวงจำกัดเท่านั้น ซึ่งการรับรองคุณภาพในระดับ ต่างๆ มีระเบียบข้อบังคับ หรือมีตัวชี้วัดที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับจะเป็นมาตรฐานระดับใด ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและเป็นสินค้า OTOP 1-5 ดาว ตามลำดับ ซึ่งจะสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือผู้ประกอบการในชุมชนที่มีสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพมาตรฐานที่สังคมยอมรับ และสามารถแข่งขันได้ และสามารถยกระดับให้ธุรกิจมีความมั่นคงและยั่งยืน

จากเหตุผลข้างต้นทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะทำการพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์กล้วยตากและห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน

กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี ต้องพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และศึกษาเรียนรู้การจัดการห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การแปรรูปกล้วยตากจากผลผลิตทางการเกษตรให้ได้กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐานตามเกณฑ์ของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถประสบความสำเร็จและพึ่งพาตนเองได้ รวมทั้งพัฒนาการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจที่เข้มแข็งตลอดจนพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ให้มีศักยภาพอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี

2.2 เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานที่มีต่อประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล

2.3 เพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ให้มีศักยภาพก้าวสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) และเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดและภูมิภาค

2.4 เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์กล้วยตากให้กับผู้ผลิตและผู้ประกอบการชุมชนเป็นวงกว้างอย่างยั่งยืน

3. ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ผลิตและชาวบ้านชุมชนหนองปลาไหล จำนวน 10 ครัวเรือน ผู้บริโภค/ลูกค้าทั่วไปที่บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนประมาณ 200 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (ผู้บริโภคทั้งค้าปลีกและค้าส่งภายในชุมชนหนองปลาไหลและพื้นที่ใกล้เคียง) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ

ชาวบ้านชุมชนหนองปลาไหล และผู้บริโภค ครอบคลุมจำนวน 10 กลุ่ม

4. การทบทวนวรรณกรรม

4.1 แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีลักษณะสำคัญ คือ 1) ประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา ทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต (timely / timeless) กล่าวคือ ได้มีพระราชดำรัสมาตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 และสามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาเพื่อก้าวพ้นจากวิกฤต และการพัฒนาในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน 2) มีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamic) กล่าวคือ มองว่า สถานการณ์ในโลกนั้นมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา (Uncertainties) เนื่องจากความเชื่อมโยง (Connectivity) ของปัจจัยต่างๆ ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ 3) มุ่งผลทั้งระยะสั้นและระยะยาวเพื่อความมั่นคง (Security) และยั่งยืน (Sustainability) ของการพัฒนาในมิติต่างๆ เช่น ทางธรรมชาติ ทางสังคมและทางเศรษฐกิจ ชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ มีการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวไปประยุกต์ใช้จำนวนมาก ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ได้แก่ งานวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2542)[2] ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” และนิยามความหมายของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงความหมายหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ของชุมชนบ้านหนองปลาไหล

คำหลัก	ความหมายในบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ	ตัวชี้วัดความสำเร็จ
ความพอเพียง	การใช้ทรัพยากร/วัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรมชาติอย่างคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล	ความคุ้มค่าของการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ในกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน
ความพอประมาณ	การใช้ทรัพยากร/วัตถุดิบตามฤดูกาลและนอกฤดูกาล ในการผลิตสินค้าและบริการของชุมชนบ้านหนองปลาไหล	ความสมดุลและคุณภาพมาตรฐานของกระบวนการผลิตกล้วยตากชุมชน
ความมีเหตุผล	การตัดสินใจในการผลิตสินค้าด้วยความเป็นไปได้ อย่างมีเหตุผลมีคุณภาพมาตรฐานในกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทานในช่องทางการจำหน่ายและการตลาดจากผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนของบ้านหนองปลาไหล	ความมั่นคงของคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน ช่องทางการจัดจำหน่าย และการตลาดของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน
การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร	ความพร้อมในการยอมรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตกล้วยตากและช่องทางการตลาดที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัลของบ้านหนองปลาไหลทั้งภายในและภายนอก	ความยั่งยืนต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตกล้วยตากและช่องทางการตลาดทั้งในปัจจุบันและอนาคต อาทิเช่น การได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ยอดขาย รายได้ ลูกค้า รายใหม่ที่เพิ่มขึ้น ตามลำดับ

4.2 แนวคิดและทฤษฎีการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน

พอล ซิปคิน (Paul Zipkin. 1991)[3] สภาการจัดการโลจิสติกส์แห่งสหรัฐอเมริกา (Council of Supply Chain Management Professionals) ได้ให้คำนิยาม “การจัดการห่วงโซ่อุปทาน” หมายถึง การบริหารจัดการกิจกรรม และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องกันตั้งแต่ต้นน้ำ (วัตถุดิบ) จนถึงปลายน้ำ (สินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ) ซึ่งมี

ลักษณะยาวต่อเนื่องกันเหมือนโซ่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพตลอดกระบวนการผลิตจนถึงมือผู้บริโภค โดยการให้ความสำคัญต่อการสื่อสาร การวิเคราะห์ข้อมูล และนำไปใช้ร่วมกัน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในการดำเนินงานและเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

การจัดการโลจิสติกส์ ถือเป็นกิจกรรมหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งครอบคลุมถึงกระบวนการต่าง ๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นกิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมซึ่งเกี่ยวกับคุณภาพและเทคโนโลยี การเคลื่อนย้าย และการขนส่ง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ของบุคคลหรือนิติบุคคลในห่วงโซ่อุปทาน (SRM : Supplier Relationship Management) ตลอดจนถึงเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์และความร่วมมือ (Business Collaborate and Synergy) ซึ่งจะมีผลกระทบต่อกระบวนการทางธุรกรรมในอันที่จะสร้างเสริมให้มีมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ ดังนั้น ทุกกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานจะต้องมีการปฏิสัมพันธ์ในแบบบูรณาการ (Integration) โดยเน้นผลลัพธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ในการลดต้นทุนรวม การส่งมอบที่ทันเวลา (Real Time Delivery) และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customers Satisfaction) ซึ่งทั้งหมดก็จะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Competitiveness) ซึ่งจะมีผลกระทบต่อกระบวนการทางธุรกรรมในอันที่จะสร้างเสริมให้มีมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ ดังนั้น ทุกกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานจะต้องมีการปฏิสัมพันธ์ในแบบบูรณาการ (Integration) โดยเน้นผลลัพธ์ในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการลดต้นทุนรวม การส่งมอบที่ทันเวลา (Real Time Delivery) และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customers Satisfaction) ซึ่งทั้งหมดก็จะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (Sustainable Competitiveness) [4]

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร[5] ได้กล่าวถึง การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน โดยมีแนวทางการพัฒนาการเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรเกี่ยวกับการส่งเสริมให้เกษตรกร/สถาบันเกษตรกรปรับปรุงประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ตั้งแต่ระดับฟาร์มจนส่งมอบสินค้าเกษตรถึงมือผู้บริโภค ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ มิติต้นทุน (Cost) มิติเวลา (Lead Time) และมิติความน่าเชื่อถือ

(Reliability) โดยให้ความสำคัญกับกิจกรรมโลจิสติกส์ที่สำคัญ ได้แก่ (1) การคาดการณ์ ความต้องการสินค้าเกษตรก่อนการผลิต (2) การบริการลูกค้า ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังรับคำสั่งซื้อ (3) การจัดซื้อปัจจัยการผลิต (4) การสื่อสารด้านโลจิสติกส์ เพื่อให้ส่งมอบสินค้าเกษตรได้ตรงตามที่ถูกคำสั่งซื้อ (5) การขนส่งสินค้าเกษตร (6) การบริหาร จัดการภายในสถานที่เก็บสินค้าเกษตร(7) การบริหารจัดการสินค้าเกษตรในสต็อก (8) การเก็บเกี่ยว คัดเกรด และบรรจุหีบห่อ และ (9) การตรวจสอบย้อนกลับ และการตีกลับสินค้าเกษตร

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กรมการพัฒนาชุมชน (2562)[6] มีแนวทางการดำเนินงานในการส่งเสริมโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เกี่ยวกับแนวทางและหลักเกณฑ์กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ไว้ดังนี้ 1) สามารถส่งออกได้โดยมีความแข็งแกร่งของตราผลิตภัณฑ์ 2) ผลดีอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม 3) ความมีมาตรฐาน โดยมีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และ 4) มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ สำหรับด้านผลิตภัณฑ์ มีการแบ่งผลิตภัณฑ์ที่คัดสรร ออกเป็น 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม ผ้า/ เครื่องแต่งกาย ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยมีการจัดระดับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณา 3 ด้านคือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาด และความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

ศักรินทร์ นนทพจน์ และ มัลลิกา สมพลกรัง[7] ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานปลาน้ำจืดธรรมชาติสู่การเพิ่มมูลค่าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบห่วงโซ่อุปทาน พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการเลือก ซื้อปลาสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาน้ำจืดธรรมชาติรวมทั้งรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของ ชาวประมงในการจัดจำหน่ายปลาสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาน้ำจืดจากแหล่งธรรมชาติ ในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่า 1) รูปแบบของห่วงโซ่อุปทานมี ลักษณะการขายผ่านพ่อค้าคนกลางและผู้บริโภคจะเดินทางมาซื้อเองที่ตลาด 2) พฤติกรรมของ ผู้บริโภคพบว่า ปัจจัยด้านความสด และความสะอาดของปลาสดและ

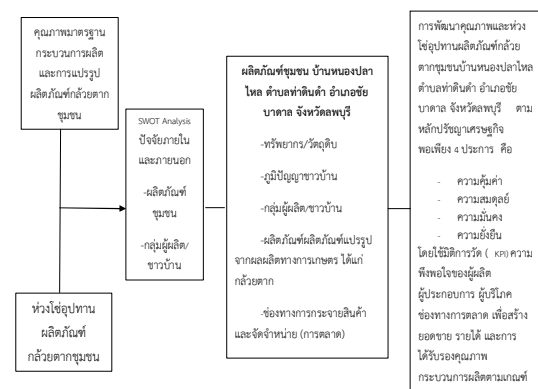
ผลิตภัณฑ์ปลาแปรรูปมีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อในระดับที่สูง และ 3) การรักษาคูณภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการจัด กิจกรรมการตลาด คือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญ จากผลการศึกษา ภาครัฐควรมีการประกาศราคาพื้นฐานของปลาธรรมชาติแต่ละชนิด และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโลจิสติกส์ให้กับชาวประมง นอกจากนี้ควรส่งเสริมการบริโภคปลาธรรมชาติ

4.4 แนวคิดและหลักการการบริหารจัดการคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management : TQM)

วิฑูรย์ สิมะโชติ[8] กล่าวว่า TQM เป็นการบริหารโดยยึดคุณภาพเป็นจุดศูนย์กลางในการบริหารจัดการ นั่นคือคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้หรือเป็นไปตามที่ลูกค้าต้องการและพยายามลดต้นทุนหลังจากคุณภาพ ในการปรับปรุงงานจะเกิดขึ้นได้เมื่อกำจัดที่สาเหตุของปัญหาหรือมีมาตรการแก้ไขที่กระบวนการมีใช้แก่ที่ผลลัพธ์การป้องกันการเกิดซ้ำจะทำให้เมื่อมีการกำจัดสาเหตุของความเสียหายทบทวนมาตรฐานของงานและดำเนินการเพื่อกำจัดสาเหตุต่างๆ เหล่านั้นและฝึกอบรมพนักงานโดยวิธีใหม่แนวทางของการให้ความสำคัญต่อกระบวนการและป้องกันการเกิดซ้ำ หมายถึง การปรับปรุงและควบคุมกระบวนการเพื่อให้ได้คุณภาพและป้องกันมิให้ปัญหาเกิดขึ้นอีก

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

สร้างคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน โดยมีสมมติฐานผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนที่ประสบผลสำเร็จมีความสัมพันธ์กับธุรกิจชุมชนที่ยั่งยืนดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. วิธีการดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยกระบวนการวิจัยเน้นการวิจัยที่เป็นแบบผสมผสาน (Mixed Method Research: MMR) ซึ่งประกอบด้วย การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) และการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีขั้นตอน 7 ขั้นตอนดังนี้

6.1 ศึกษากระบวนการและขั้นตอนการผลิตของผลิตภัณฑ์กล้วย

ตากชุมชนเพื่อหาข้อมูลของกระบวนการและขั้นตอนการผลิตของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนในปัจจุบันสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ในอนาคตของชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี

6.2 ศึกษาห่วงโซ่อุปทาน ช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาด

ของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี

6.3 วิเคราะห์ปัจจัยภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) และปัจจัยภายนอก (โอกาสและภัยคุกคาม) ของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน และคัดเลือกผู้ผลิต ผู้ประกอบการและชาวบ้านหนองปลาไหล จำนวน 10 ครัวเรือนจากกลุ่มสตรีแม่บ้านที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนที่ต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลามากกว่าหนึ่งปีขึ้นไป

6.4 จัดอบรมเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการชาวบ้าน เรื่อง การรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) กระบวนการและขั้นตอนการผลิต การจัดการและควบคุมคุณภาพ (QC) ระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน หลักการตลาด Offline/Online และการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ของชุมชนบ้านหนองปลาไหล

6.5 จัดประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ชาวบ้านและผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ

6.6 การมีส่วนร่วมระหว่างคณะผู้วิจัยและผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และชาวบ้านของชุมชนบ้านหนองปลาไหล ร่วมกันพัฒนาคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน ช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาด Offline/Online ของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนที่เหมาะสมอย่างยั่งยืน

6.7 เผยแพร่รูปแบบกระบวนการและขั้นตอนการผลิตที่มีคุณภาพมาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และการสนับสนุนห่วงโซ่อุปทาน ช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชน และธุรกิจชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการ SME ที่เหมาะสม โดยการจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการชุมชนที่ได้จากการวิจัย

7. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพและห่วงโซ่อุปทาน ผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี ตามแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีวัตถุประสงค์(1) เพื่อศึกษาคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ (2) ศึกษาห่วงโซ่อุปทานที่มีต่อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก (3) พัฒนาคุณภาพมาตรฐานกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี ให้มีศักยภาพก้าวสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) และเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับจังหวัดและภูมิภาคและ (4) เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการตลาดดิจิทัลของผลิตภัณฑ์กล้วยตากให้กับผู้ผลิตและผู้ประกอบการชุมชนเป็นวงกว้างอย่างยั่งยืนโดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละขั้นตอนการศึกษาวีจยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

7.1 ส่วนที่ 1 ผลสรุปแนวคิดการสัมภาษณ์กับผู้ผลิต รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์กล้วยตากในด้านกระบวนการผลิตกรณีศึกษาชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี

7.1.1 การสัมภาษณ์ผู้ผลิต และผู้ที่เกี่ยวข้อง

จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์พบว่า กลุ่มผู้ผลิตในชุมชนมีกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ชุมชนบ้านหนอง

ปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี ดังนี้

“คุณภาพมาตรฐานของกล้วยสามารถเลือกพิจารณา ลักษณะของกล้วยที่สามารถนำมาเป็นผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ได้อย่างไร”

“คุณภาพมาตรฐานของกล้วยนั้นจะสามารถใช้เกณฑ์คัด ได้ด้วยตาเปล่าเนื่องจากผู้ผลิตนั้นคุ้นเคยกับการทำงาน ชำนาญและมีความรู้ความคุ้นชินกับการใช้เกณฑ์คัด คุณภาพมาตรฐานของกล้วยมาเป็นเวลานาน แต่บางครั้งก็มี เกณฑ์คัดตามขนาดที่คนซื้อต้องการ เช่น โรงงานที่มารับของ ครั้งนี้ต้องการกล้วยขนาดเท่าไร ผู้ผลิตก็จะมีเครื่องมือมา คัดเลือก เพื่อที่จะได้กล้วยที่มีคุณภาพตามความต้องการของ ผู้ซื้อ”

“วัตถุดิบที่ผู้ผลิตนำมาผลิตกล้วยตาก ส่วนใหญ่ผู้ผลิต นำเข้ามาจากที่ใด”

“ผู้ผลิตได้ไปรับมาจากสวนรอบๆ บริเวณบ้านของผู้ผลิต โดยชาวบ้านที่อยู่ใกล้หมู่บ้านจะนำมาขายให้ถึงที่และได้มีการ ติดต่อซื้อขายกล้วยจากพ่อค้าคนกลางแต่ผู้ผลิตจะต้องไปรับ กล้วยเอง ณ ปัจจุบันได้มีการติดต่อบริษัทกล้วยเพิ่มอีกแห่งที่ สวนพิจิตรทางพิจิตรจะนำมาส่งถึงบ้านของผู้ผลิตเลยจะทำให้ ลดต้นทุนลงไปได้บ้าง” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 21 กันยายน 2563)

“ขั้นตอนการตากกล้วย ทางผู้ผลิตใช้ระยะในการตาก กล้วยทั้งสี่วัน และมีวิธีการเก็บรักษาเป็นอย่างไร”

“การตากกล้วยของเรา ใช้เวลาตากกล้วย โดยประมาณ 3-5 วัน ต้องตากให้ครบ 3 แดด เพื่อได้กล้วยที่มีสีพอดี ไม่ ไหม้หรือ นิ่มเกินไป เราจะมีพัดลมคอยเป่าภายในโดมไม่ให้ ร้อนมากจนเกินไป ส่วนการเก็บรักษา เราจะตากกล้วยไว้ใน โดม ส่วนโดมเป็นโดมใช้พลังงานแสงอาทิตย์ อุณหภูมิในโดม จะร้อนมาก ติดลบประมาณ 50 องศา ชาวบ้านจึงต้องมี ความอดทนในการเข้าไปตากกล้วย หรือเก็บกล้วยที่ตากไว้ โดมกล้วยของเราจะปิดมิดชิดไม่ให้มี นก หรือสัตว์อื่นเข้ามา ได้มีการเปลี่ยนตระแกรงทุกๆ เดือน เพื่อไม่ให้เกิดสิ่งสกปรก ติดกล้วยได้”

“ผู้ผลิตเคยมีประสบการณ์ทางด้านการจัดจำหน่ายใน ลักษณะการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือไม่”

“เคยมีร้านค้ามาถามหรือมาให้คำแนะนำเกี่ยวกับการนำ ผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายแต่ว่าเงื่อนไขในการจำหน่ายนั้นจะต้อง มีสินค้ามาให้กับทางร้านค้าอยู่เป็นประจำ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของ ทางผู้ผลิตนั้นยังไม่มีกำลังมากพอสำหรับการผลิตเป็นประจำ เช่น วัตถุดิบไม่ได้มีอยู่ตลอดเวลา บางครั้งก็มีราคาสูงเกินไป จนไม่สามารถรับมาทำได้ทีละจำนวนมากๆ หรือ ด้านการ ผลิต ผู้ผลิตไม่ได้เป็นผู้ผลิตแบบประจำ ส่วนมากจะเป็น ชาวบ้านละแวกใกล้เคียงมาช่วยเป็นบางเวลา จึงไม่สามารถ ผลิตสินค้าได้เป็นประจำ”

“ผู้ผลิตใช้บริการการขนส่งสินค้าทางช่องทางใด”

“การจัดส่งของชาวบ้าน โดยปกติจะนิยมใช้รถส่วนบุคคลในการจัดส่งผลิตภัณฑ์กล้วยตาก เพราะจะลดต้นทุน ในการขนส่งที่จะใช้บริษัทรถขนส่งสินค้า ซึ่งในหนึ่งอาทิตย์ ชาวบ้านเดิมนำมาเพียงจำนวน 300-600 บาท ต่อการขนส่ง ไปกลับ 1 เที่ยว ส่วนการจัดส่งแบบออนไลน์ชาวบ้านจะใช้ บริการรถจัดส่งของ เคอรี่ (Kerry) ค่าจัดส่งมีค่าบริการ โดยประมาณ 70-100 บาท ซึ่งส่วนมาก ชาวบ้านนิยมใช้รถ ส่วนบุคคลในการจัดส่งผลิตภัณฑ์มากกว่าการใช้บริการจาก บริษัทรถขนส่งสินค้า เหตุเพราะ บริษัทรถขนส่งสินค้า มี จำนวนจำกัด โดยส่วนมากจะเป็นคนในพื้นที่ใกล้เคียงที่ทำการจัดส่งสินค้า” (ผู้ให้สัมภาษณ์ 21 กันยายน 2563)

7.1.2 ด้านกระบวนการผลิต

โดยมีการสอนและให้กลุ่มผู้ผลิตได้มีการฝึกทำเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ ด้วยการใช้ถุงสุญญากาศ แทนถุงร้อน เพื่อการถนอมอาหาร ทำให้สามารถยืดอายุในการเก็บหรือบริโภคผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนดังรูปที่ 2-9



รูปที่ 2 คัดเลือกกล้วยน้ำว้า

ขั้นตอนที่ 1 คัดเลือกกล้วยน้ำว้าพันธุ์มะลิอ่อน หรือ น้ำว้า ทั่วไป โดยมีระยะเวลาประมาณ 30 นาที ขึ้นอยู่กับปริมาณ



รูปที่ 3 ปอกเปลือก และล้างทำความสะอาด

ขั้นตอนที่ 2 นำกล้วยมาปอกเปลือก และล้างทำความสะอาด โดยมีระยะเวลาประมาณ 30 นาที ขึ้นอยู่กับปริมาณ



รูปที่ 4 การตากกล้วย 3 แดด

ขั้นตอนที่ 3 นำกล้วยไปตาก 3 แดด (เช้า-เย็น นับเป็น 1 แดด) โดยมีระยะเวลา 3 วัน



รูปที่ 5 การแบนกล้วย

ขั้นตอนที่ 4 นำกล้วยที่ตากจนครบ 3 แดดแล้ว มาแบนเป็นครั้งที่ 1 โดยมีระยะเวลาประมาณ 30 นาที ขึ้นอยู่กับปริมาณ



รูปที่ 6 การตากกล้วยอีก 2 แดด

ขั้นตอนที่ 5 หลังจากแบนกล้วยเสร็จ จะนำกล้วย ไปตากอีก 2 แดด ให้ครบ 5 แดด โดยมีระยะเวลา 2 วัน



รูปที่ 7 การแบนกล้วยอีกครั้ง

ขั้นตอนที่ 6 เมื่อครบ 5 แดด จะนำกล้วยกลับมาแบบอีกครั้ง เพื่อให้ความหนาของกล้วยนั้นมีขนาดเฉลี่ยแล้วค่อนข้างเท่ากัน (ไม่เกิน 1 เซนติเมตร) โดยมีระยะเวลาประมาณ 30 นาที ขึ้นอยู่กับปริมาณ



รูปที่ 8 การคัดแยกกล้วยตาก

ขั้นตอนที่ 7 คัดแยกกล้วยตากแต่ละขนาด เพื่อแยกกล้วยตากที่มีขนาดต่างกัน โดยมีระยะเวลาประมาณ 30 นาที ขึ้นอยู่กับปริมาณ

ขั้นตอนที่ 8 หลังจากแบนกล้วยเสร็จ จะนำกล้วยไปตากอีก 2 แดด ให้ครบ 5 แดด โดยมีระยะเวลา 2 วัน



รูปที่ 9 จัดเก็บในคลังสินค้า

ขั้นตอนที่ 9 นำผลิตภัณฑ์กล้วยตากสำเร็จรูป จัดเก็บในคลังสินค้า เพื่อรอจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าต่อไป

สรุปได้ว่าการสำรวจกระบวนการผลิตกล้วยตาก ชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบาดาล จังหวัดลพบุรี มีกระบวนการผลิต 1 ครั้งต่อสัปดาห์ และมีกระบวนการทั้งหมด 9 ขั้นตอน เวลาในการผลิตทั้งหมดคิดเป็น 5 วัน 3 ชั่วโมง 30 นาที ผลิตได้ทั้งสิ้นจำนวน 200 กิโลกรัม เมื่อทำการวิเคราะห์โดยใช้ (Total Quality Management : TQM) เทียบกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้า OTOP ชุมชนตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน 2) ด้านการตลาด และความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านคุณภาพ

7.2 ส่วนที่ 2 การปรับปรุงโลโก้ และเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์ (Online) ของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล

7.2.1 การสร้างโลโก้ ดังรูปที่ 10



รูปที่ 10 การเปรียบเทียบโลโก้เก่าและใหม่

7.2.2 การสร้างช่องทางตลาดดิจิทัล ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์แอด (Line @) ดังรูปที่ 11-14



รูปที่ 11 ดาวน์โหลด เฟซบุ๊ก (Facebook) จาก App store



รูปที่ 12 การสร้างเพจ



รูปที่ 13 การสร้างไลน์แอด (Line @)



รูปที่ 14 ไลน์แอด (Line @) ที่สร้างเสร็จแล้ว

7.3 ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและความพึงพอใจผู้ผลิตและผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ด้านกระบวนการผลิต

ประเด็นการประเมินความพึงพอใจ	N	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านกระบวนการผลิต				
1. ขั้นตอนกระบวนการผลิตสะดวก รวดเร็วและกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนและไม่ล่าช้า	200	3.89	0.702	มาก
2. ขั้นตอนในกระบวนการผลิตได้รับคุณภาพมาตรฐานตามที่ตลาดสินค้ากำหนด	200	3.96	0.798	มาก
3. ขั้นตอนกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพเหมาะสมแก่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	200	4.02	0.717	มาก
4. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตสะอาดและปลอดภัยตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	200	3.99	0.764	มาก
5. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	200	3.96	0.760	มาก
6. วัตถุดิบของเสียสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น ทำปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก	200	3.99	0.851	มาก
7. ผู้ผลิตมีความรู้และความชำนาญด้านการผลิตหรือประสบการณ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน	200	4.03	0.821	มาก
8. ผู้ผลิตมีความสามารถในการควบคุมต้นทุนต่อกระบวนการผลิต	200	3.91	0.759	มาก
9. ความเหมาะสมของสถานที่ในการผลิตและการจัดเก็บ	200	3.93	0.761	มาก
10. ผู้ผลิตและผู้ประกอบการได้รับการอบรมพัฒนาศักยภาพเพื่อสร้างองค์ความรู้มาตรฐานกระบวนการผลิตตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	200	3.95	0.766	มาก
รวมเฉลี่ย	200	3.96	0.769	มาก

ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์กล้วยตาก ด้านการจัดการโซ่อุปทาน (ช่องทางการจัดจำหน่าย/ โลโก้/ บรรจุภัณฑ์)

ประเด็นการประเมินความพึงพอใจ	N	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการจัดการโซ่อุปทาน (ช่องทางการจัดจำหน่าย/ โลโก้/ บรรจุภัณฑ์)				
1. ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนาโลโก้ให้มีความดึงดูดต่อการตัดสินใจซื้อ	200	3.75	0.746	มาก
2. ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาตามคุณภาพที่ตลาดสินค้ากำหนด	200	4.01	0.727	มาก
3. การปรับปรุงบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยยืดอายุต่อตัวสินค้าในระดับใด	200	4.12	0.671	มาก
4. รูปแบบของตัวผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายต่อการตัดสินใจซื้อ	200	3.70	0.751	มาก
5. ความสามารถในการส่งสินค้าออนไลน์ช่องทาง Facebook (เฟซบุ๊ก) Line@ (ไลน์แอท)	200	4.07	0.758	มาก
6. ช่องทางออนไลน์มีการนำเสนอสินค้าอย่างต่อเนื่องสามารถดึงดูดและจูงใจผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ	200	4.09	0.704	มาก
7. การจัดส่งผลิตภัณฑ์มีระยะเวลากำหนด	200	4.04	0.743	มาก
8. ผลิตภัณฑ์ได้คุณภาพและความเหมาะสมของสินค้าต่อราคาในการจัดจำหน่าย	200	3.99	0.707	มาก
9. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความเอื้ออำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภค	200	4.19	0.727	มาก
รวมเฉลี่ย	200	3.59	0.726	มาก

8. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิตและห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กล้วยตากชุมชนบ้านหนองปลาไหล ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดา จ. พัทลุง พบว่ากลุ่มผู้ผลิตชุมชนบ้านหนองปลาไหล มีความต้องการที่จะมี

การปรับปรุงด้านกระบวนการผลิต ซึ่งเดิมมีขั้นตอนการผลิตทั้งหมด 9 ขั้นตอน เพื่อให้มีการพัฒนาคุณภาพที่ดีขึ้นจึงใช้หลักเกณฑ์ (Total Quality Management : TQM) โดย 1) เปลี่ยนจากจัดหาเองเป็นการจัดหาพ่อค้าคนกลางที่สามารถนำกล้วยมาจำหน่ายให้กับทางผู้ผลิตในราคาที่ไม่สูงมากและส่งได้อย่างตรงเวลาและสม่ำเสมอหรือแบบประจำ 2) เพิ่มอุณหภูมิในการตากกล้วยเดิมใช้แสงแดดจากธรรมชาติในการตากถ้าหน้าเครื่องทำความร้อนเข้ามาใช้ก็จะสามารถลดระยะเวลาในการตากให้น้อยลงส่งผลให้เวลาในกระบวนการผลิตลดลง และ 3) เปลี่ยนจากให้แรงงานคนมาใช้เครื่องจักรในการแบกกล้วยเพราะเครื่องจักรนั้นมีความสม่ำเสมอในการแบกกล้วยส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานมากขึ้น จึงส่งผลให้เวลาในกระบวนการผลิตลดลงและสามารถผลิตกล้วยตากได้เพิ่มมากขึ้น โดยคุณภาพด้านรสชาติเหมือนเดิม และ ด้านห้วงโซ่อุปทาน ผู้ผลิตมีการปรับปรุงโลโก้ใหม่มีขนาดใหญ่ขึ้นทำให้เห็นข้อมูลการติดต่อที่ชัดเจนพร้อมทั้งมีสีส้มและรูปแบบที่สวยงามเพิ่มขึ้นทำให้สามารถดึงดูดผู้บริโภคให้มาสนใจตัวผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มมากขึ้น และช่องทางการจัดจำหน่ายหลังจากที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการได้ปรับมาใช้ในการตลาดดิจิทัลซึ่งประกอบไปด้วย เฟสบุ๊ก (Facebook) และไลน์แอท (Line @) ซึ่งเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ ของตัวผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์กล้วยตาก เพิ่มมากขึ้น และเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายทำให้ผู้บริโภคง่ายต่อการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์กล้วยตากมากขึ้น จากการปรับเปลี่ยนช่องทางการจำหน่ายส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น เป็น 400 กิโลกรัมต่อสัปดาห์ จากเดิมที่มีการขายส่งตามโรงเรียนและถ้าหากสามารถผลิตได้เพิ่มมากขึ้นจะผลิตส่งตามโรงเรียนและโรงงาน ซึ่งมีกำลังการผลิตที่ 200 กิโลกรัมต่อสัปดาห์

9. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

9.1 ควรได้รับการสนับสนุนเพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นสินค้า OTOP ชุมชนตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน 2) ด้านการตลาด และความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

9.2 ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่องและมีรูปแบบที่เป็นที่นิยมของตลาด

9.3 ควรมีการพัฒนาและให้ความรู้เกี่ยวกับสื่อออนไลน์เพื่อการค้า

10. เอกสารอ้างอิง

- [1] Y. Kaiwan et al. *A complete Report on Product Management Model Development*. Bangkok: Phranakhon Rajabhat university, 2019 (in Thai).
- [2] Office of the National Economic and Social Development Council. *Small and Medium Enterprise Development of Thailand According to the Sufficiency Economy Philosophy*. Document for the 1999 TDRI Academic Seminar (in Thai).
- [3] Z. Paul. *Inventory Control in Flutuating Demand Environment*. NewYork: Columbia versity, 1991.
- [4] T. Sorat. *Application of logistics Supply Chain Management*. Bangkok: V-Serve Logistics, 2007 (in Thai).
- [5] Office of Agricultural Economics. *The 20-year Agricultural and Cooperative Strategy (2017-2036) and the Agricultural Development Plan during the National Economic and Social Development Plan No. 12 (2017-2021)*. Ministry of Agriculture and Cooperative, 2017 (in Thai).
- [6] Department of Community Development. *Guidelines and Criteria for the Selection Framework of the Best One Tambon One Thai Product*. 2019. [online]. Available: <http://singburi.cdd.go.th/> (in Thai).
- [7] S. Nonthaphot, and M. Sompolkhang. *Natural Fresh Fish Supply Chain Management towards adding Value in the Upper Northeastern Region*. Nong Khai: Khon Kaen University, 2018 (in Thai).
- [8] W. Simachokedee. *Industrial Organizational Psychology: Human Resource Management and Productivity*. (2nd edition). Bangkok: Technology Promotion Association (Thai-Japan), 2016, p. 32 (in Thai).