

**การพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ
ผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซบรั้ง
ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมมะปราง จังหวัดพิษณุโลก**

**The potential development, and increase capabilities
for mango products management in around of Ban
Krong Sub Rang community Sai Yoi sub-district, Noen
Maprang dictrict, Phitsanulok province.**

กิตติกา นาคทอง¹ นันทน์ภัส ชามะรัตน์² บุชญา สำราญจิตร³ รังสิมา พินันต์ศักดิ์⁴
ศิริวรรณ บุญก้อ¹ เสาวลักษณ์ ศรีม่วง⁶ อลิษา เกตุวังแดง⁷ โชติ บดีรัฐ⁸

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซบรั้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง และเพื่อศึกษา การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถใน การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ ใช้ จำนวน 200 คน และเชิงคุณภาพ จำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา โดยใช้ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการตีความเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพปัญหาการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซบรั้ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปาน กลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเพาะปลูก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา

ตามลำดับ คือ ด้านสายพันธุ์ การเพาะปลูกและดูแลรักษา ด้านการลงทุน ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาด

2. แนวทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซบั้ง พบว่า 1) ควรมีการกำหนดพื้นที่ในการเพาะปลูก โดยแยกประเภทในแต่ละสายพันธุ์ให้ชัดเจน 2) สายพันธุ์ของมะม่วงในเพาะปลูก ควรมีความหลากหลายให้เป็นที่นิยมของตลาด และ 3) ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ ควรมีการพัฒนาให้เหมาะสมและเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค

3. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง พบว่า 1) *ขั้นตอนการผลิต* มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นซาลาเปาไส้มะม่วง ส่วนผสม ได้แก่ แป้งสาลี ตัดแบ่งเป็นก้อนละ 45-50 กรัม จัดทำเป็นก้อนกลมๆ ห่อไส้มะม่วง และนำไปนึ่งไฟประมาณ 10 - 15 นาที โดยมีอายุการเก็บรักษาได้ประมาณ 2 สัปดาห์ 2) *ด้านบรรจุภัณฑ์* ได้พัฒนาโดยการเปลี่ยนรูปแบบถุงพลาสติกใสจากเดิม เปลี่ยนมาเป็นกล่องกระดาษแบบมาตรฐาน ขนาดกว้าง 5 ซม. ยาว 18 ซม. สูง 18 ซม. โดยเพิ่มฉลากแนะนำสินค้าและรายละเอียดต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้มีราคาสูงขึ้นและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 3) *ด้านราคา* กำหนดจากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานราคาตามท้องตลาดกล่องละ 35 บาท

คำสำคัญ : การพัฒนาศักยภาพ เพิ่มขีดความสามารถ ผลิตภัณฑ์มะม่วง ชุมชนบ้านคลองซบั้ง

Abstract

The purposes of this research were to study the condition of potential development problem, and capability enhancement for mango product management in Ban Khlong Sub Rang community, Sai Yoi Sub-district, Noen Maprang District, Phitsanulok Province; to study the model of potential development and capability enhancement for mango product management, to study the result for the benefit the potential development problem, and capability enhancement for mango product management. This is quantitative and qualitative research. The samples were 200 people and 10 people for qualitative research. The data were collected by using

questionnaire and interview and analyzed by using percentage, mean, standard deviation (S.D.), and content analysis. The results were as follows:

1. The problem of potential development and capability enhancement for mango product management in Ban Khlong Sub Rang community overall was at a moderate level. When considering by items, it was found that the cultivation was the highest followed by the species of mango plant and treatment, investment, package of products and marketing.

2. The model of potential development and capability enhancement for mango product management in Ban Khlong Sub Rang community found that 1) they should designate the cultivating area and separate each type of mango specie clearly; 2) there should be varieties of mangoes to meet with market demand; and 3) the products or packaging should be appropriate for the customers' needs.

3. The results for the benefit of potential development and capability enhancement for mango product management found that 1) production process is to make buns assorted with mango: the ingredients are wheat flour, and cut it into 45-50 gram lump; mold it and assort with mango, and then steam it about 10-15 minutes. This bun can be kept approximately 2 weeks; 2) packaging has been changed from transparent plastic bags to standard paper box with 5 cm in width, 18 cm in length and 18 cm in height by adding the product label instructions and details to product value with higher price and meets the need of customers; 3) the price is based on the products and packaging which cost 35 Baht each standardized by the market.

Keywords : potential development, increase of capabilities, mango products, Khlong Sub Rang community.

บทนำ

การพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการ นำทรัพยากร ภูมิปัญญา มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมี มูลค่าเพิ่มขึ้นตามที่ต้องการของชุมชน ตลาด เน้นขบวนการสร้างรายได้ ผลิตภัณฑ์ ในแต่ ละหมู่บ้าน หรือตำบล แนวคิดนี้สนับสนุนและส่งเสริมให้ท้องถิ่นสามารถ สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ โดยการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการตลาด การผลิต ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่ จะสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเองใน การพัฒนาและส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรภายใต้แนวทางการผลิตและการบริโภคอย่าง ยั่งยืน ซึ่งเป็นนโยบายของประเทศที่ให้ความสำคัญ จนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยมีการสร้าง กลไก ส่งเสริม และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นจากชุมชนและผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง โดย ให้ความสำคัญกับชุมชนซึ่งเป็นฐานรากของธุรกิจในประเทศของตน การเพิ่มศักยภาพของ ชุมชนและใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญาเพื่อเชื่อมโยงสู่ ภาควิชาการผลิตและบริการเพื่อจะสามารถสร้างเอกลักษณ์ของตนเองและขยายโอกาสทาง การตลาดมากยิ่งขึ้น (ธันยัมย์ เจียรกุล, 2557, น.177)

ปัจจุบันเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วง ชุมชนบ้านคลองซังบัว เทศบาลตำบลไทรน้อย อำเภอนิคมบ่งราย จังหวัดพิษณุโลก มีประชากรรวม ทั้งสิ้น 359 คน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร พืชหลักที่ทำการปลูกส่วนมาก คือ มะพร้าว และมะม่วง โดยมี พื้นที่ปลูกมะม่วงทั้งหมด 3,338 ไร่ และมีหลายสายพันธุ์ได้แก่ เขียวมรกต มหาชนก เขียวสวย อกร่อง เพชรบ้านราช และน้ำดอกไม้ เป็นต้น ผลมะม่วงที่ผลิตได้มีคุณภาพดี สามารถส่งจำหน่ายสำหรับการส่งออกได้ ซึ่งจะต้องมีคุณภาพดี รูปทรง และผิวสวยงาม ส่วนใหญ่จะจำหน่ายในรูปผลสด เนื่องจากผลมะม่วงมีอายุการเก็บรักษาสั้น ทำให้ผล มะม่วงในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวที่มีผลิตผลมาก ทำให้มะม่วงมีราคาตกต่ำ ซึ่งจะเป็นปัญหาของ เกษตรกรทุกปีที่ผ่านมา ตลอดจนการผลิตมะม่วงยังไม่สามารถผลิตให้ได้คุณภาพดีทั้งร้อย เปอร์เซ็นต์ จึงทำให้มีมะม่วงส่วนหนึ่งที่มีคุณภาพในการบริโภค แต่ที่ผิวไม่สวย ผิด รูปทรง ซึ่งต้องคัดทิ้งไป หรือจำหน่ายได้ในราคาที่ถูกลง การนำเอาผลิตผลที่มีมากเกินไป ความต้องการของตลาด และผลที่มีตำหนิเหล่านี้มาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ผลิตผลมะม่วง และ เป็นการสร้างงานให้กับกลุ่มแม่บ้าน หรือสมาชิกของชุมชน เพื่อให้มี ผลิตภัณฑ์จำหน่ายทั้งปี ทำให้เกษตรกรมี รายได้ตลอดทั้งปี ผลิตภัณฑ์การแปรรูปมะม่วง

ในปัจจุบันมีมากมายหลายชนิด ได้แก่ มะม่วงดอง มะม่วงแช่อิ่ม มะม่วงกวน มะม่วงแผ่น มะม่วงอบแห้ง มะม่วงแช่แข็ง น้ำมะม่วง เป็นต้น ผลิตภัณฑ์แปรรูปมะม่วงดังกล่าวยังมีรูปลักษณะ และบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย ไม่ถูกกับรสนิยมของคนรุ่นใหม่ ดังนั้น จึงมีแนวคิดในการพัฒนาผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูปมะม่วงที่เหมาะสมสำหรับคนรุ่นใหม่ สามารถบริโภคกันอย่างแพร่หลายทั่วไป และเก็บรักษาได้นาน เช่น มะม่วงอบแห้ง น้ำมะม่วง มะม่วงแผ่น โดยต้องมีกรอบรบบกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ด้วยการหาสายพันธุ์ที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด และหารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมสำหรับคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ยังต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัย เหมาะแก่การเป็นของฝากของขวัญที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยนั้น ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพและสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น อาจจะมีผู้ประกอบการบางรายที่ยังมองข้ามความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จึงส่งผลต่อคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เท่าที่ควรทำให้กลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวนี้เสียโอกาสทางการตลาดไปไม่น้อย ดังนั้นการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์จึงต้องให้ความสำคัญในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เสียหายและเพิ่มคุณค่าทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ซึ่งจะเป็น สิ่งหนึ่งช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น (สุทธิศักดิ์ กลิ่นแก้วณรงค์, 2558, น.54)

จากสถานการณ์ดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงได้ลงพื้นที่ เพื่อศึกษาหาความต้องการของกลุ่ม โดยประสานกับทาง คุณนงเล็ก แก้วสระแสนผู้ใหญ่บ้านของชุมชนบ้านคลองซบรัง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร่าง จังหวัดพิษณุโลกเพื่อพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการบริหารผลิตภัณฑ์มะม่วงนั้นซึ่งจะต้องมีบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความสนใจของสินค้า จึงมีแนวคิด ที่จะพัฒนาคุณภาพสินค้าสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อขยายตลาดในการจำหน่ายสินค้านี้รวมทั้งพัฒนาระบบบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนขนาดย่อม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และปรับตัวให้ทันต่อ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาพทางการตลาดในปัจจุบัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ร่วมศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วงร่วมกับกลุ่มชาวบ้านคลองซับริ่ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการบริหารผลิตภัณฑ์มะม่วงเพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และเพิ่มรายได้ให้ผู้ผลิตสินค้าดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซับริ่ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซับริ่ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อศึกษาการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซับริ่ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซับริ่ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมะปราง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 359 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน แล้วทำการสุ่มให้กระจายไปตามครัวเรือนต่างๆ ตามสัดส่วนด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และเชิงคุณภาพ จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เชิงปริมาณ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ หรือตรวจสอบรายการ โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ

สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซบั้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยแบ่งออกเป็นรายด้าน 5 ด้าน คือ 1. ด้านพื้นที่การเพาะปลูก 2. ด้านสายพันธุ์การเพาะปลูกและการดูแลรักษา 3. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ 4. ด้านการลงทุน และ 5. ด้านการตลาด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง กรณีศึกษา ชุมชนบ้านคลองซบั้ง อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

เชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์มีลักษณะเป็นแบบกึ่งโครงสร้าง มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1) นำประเด็นเนื้อหาในแต่ละด้านมาสร้างเป็นกรอบประเด็นคำถามเพื่อสัมภาษณ์ 2) สร้างแบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้างให้ครอบคลุมทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่การเพาะปลูก ด้านสายพันธุ์การเพาะปลูกและการดูแลรักษา ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านการลงทุน และด้านการตลาด 3) นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย เพื่อพิจารณาแก้ไข เนื้อหาสำนวนที่ใช้ และ 4) ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัยอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสัมภาษณ์ที่มีความสมบูรณ์ยิ่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล 1) คณะผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากวิทยาลัยการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เพื่อขอหนังสือถึงนายกองค์การบริหารส่วนตำบลและผู้นำชุมชน เพื่อขอความอนุเคราะห์ขอเก็บรวบรวมข้อมูล 2) คณะผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ด้วยตัวเอง 3) คณะผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามมาได้ 200 ฉบับ มีความสมบูรณ์ทั้ง 200 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์ จำนวน 10 คน และ 4) นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และประมวลผลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการตีความเนื้อหา

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองขั้วรัง ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีการสรุปผลจากแบบสอบถามและการสรุปผลจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ หรือตรวจสอบรายการ โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ พบว่า

1.1) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 1.2) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 1.3) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.0 1.4) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 55.5 1.5) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 74.5 1.6) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อีกต่อเดือน 6,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.5 และ 1.7) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่มากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 88.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพปัญหาการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองขั้วรัง ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ทั้งหมด 5 ด้าน พบว่า

ด้านการเพาะปลูก โดยภาพรวมด้านการเพาะปลูกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D.= 0.68) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเหมาะสมและความอุดมสมบูรณ์ของพื้นดินในการเพาะปลูกตามสายพันธุ์ ($\bar{x} = 4.16$, S.D. = 0.803) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พื้นที่ใช้ในการเพาะปลูกมะม่วงอยู่ห่างจากโรงงานอุตสาหกรรมและพื้นที่ทำการเกษตรที่ใช้สารเคมี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = 1.111) **ด้านสายพันธุ์การเพาะปลูกและดูแลรักษา** โดยภาพรวมด้านการเพาะปลูกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$, S.D.= 0.63) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การห่อผลมะม่วงเพื่อให้ผิวเนียนสวย ป้องกันโรคและแมลงบางชนิด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$ S.D.= 0.859) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการจัดการบริหารควบคุมปริมาณน้ำที่จะให้แก่มะม่วงแต่ละสายพันธุ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$, S.D.= 1.045) **ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์** โดยภาพรวมด้านการ

เพาะปลูกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = 0.85) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผลិតภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมและเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.924) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการสร้างรูปแบบใหม่ ๆ หรือการสร้างแบรนด์ให้กับมะม่วงที่แปรรูปแล้ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = 1.044) **ด้านการลงทุน** โดยภาพรวมด้านการเพาะปลูกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.91$, S.D. = 0.64) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีการบริหารจัดการด้านการลงทุน เพราะการปลูกมะม่วงครั้งในแรกจะมีการลงทุนที่สูงมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.879) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือเกษตรกรมีการยอมรับถึงเหตุการณ์ “ขาดทุน” ในการปลูกมะม่วง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.971) **ด้านการตลาด** โดยภาพรวมด้านการเพาะปลูกอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.71$, S.D. = 0.85) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือสายพันธุ์ของมะม่วงที่เพาะปลูก มีความเป็นที่นิยมของตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.86$, S.D. = 0.982) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือผลิตภัณฑ์มีการจัดจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 1.168)

ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา ศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซบั้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งช้าง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า

ด้านพื้นที่การเพาะปลูก ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า พื้นที่ไม่เหมาะสมเท่าที่ควร เพราะขาดแคลนน้ำควรมีการเตรียมแปลงปลูก หรือพื้นที่การเพาะปลูกให้พร้อมและมีแหล่งน้ำที่เพียงพอกับการใช้รดน้ำตอนปลูกมะม่วง **ด้านสายพันธุ์การเพาะปลูกและดูแลรักษา** ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า ควรคัดเลือกกิ่งพันธุ์ที่สมบูรณ์และแข็งแรงก่อนนำไปปลูก จะทำให้ดูแลง่ายและทนต่อการเพาะปลูก **ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์** ส่วนใหญ่ต้องการให้มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในเรื่องของการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์มะม่วง ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ให้ดูสวยงาม และดูน่าซื้อมากยิ่งขึ้น และอยากให้มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัยและช่วยสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของเรา **ด้านการลงทุน** ผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการให้มีกองทุน และมีแหล่งเงินทุนคอยสนับสนุนและช่วยเหลือ และอยากให้มีเป็นสหกรณ์การลงทุนและเป็นแหล่งเงินกู้ของกลุ่มสำหรับเกษตรกร **ด้านการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถาม ต้องการให้มีตลาดพร้อมรับซื้อโดยไม่ผ่านพ่อค้าคน

กลาง มีตลาดที่รองรับตอนที่ผลิตมันฝรั่งและมะม่วงล้นตลาด และมีการสนับสนุนจากแหล่งเงินทุนทางด้านการตลาด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซบั้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า

ด้านพื้นที่ในการเพาะปลูกมะม่วง ซึ่งนงเล็ก แก้วสระแสน (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า พื้นที่ในการเพาะปลูกมีความเหมาะสมในการปลูกมะม่วง น้ำดอกไม้เพราะอยู่ในพื้นที่ที่เป็นที่สูงเหมาะสำหรับทำการเกษตรหรือการปลูกมะม่วง และมีปัญหาในการเพาะปลูกมะม่วงเกี่ยวกับสภาพอากาศซึ่งทำให้มะม่วงไม่ติดลูกติดและดอกได้ยาก ซึ่งสอดคล้องกับของทองสุข กองมน (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ด้านการเพาะปลูก มีเหมาะสมเพราะว่าพื้นที่ที่จะปลูกเอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกมะม่วงและไม่สามารถปลูกพืชสายพันธุ์ชนิดอื่นได้เพราะสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยให้กับการเพาะปลูกพืชสายพันธุ์ชนิดอื่น **ด้านสายพันธุ์เพาะปลูกและดูแลรักษา** ซึ่งวาสนา แก้วสระแสน (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ด้านสายพันธุ์การเพาะปลูกและการดูแลรักษา มีสายพันธุ์การเพาะปลูกและวิธีการดูแลรักษาที่เหมาะสมในด้านสายพันธุ์เพราะเลือกสายพันธุ์ที่มีความต้องการในท้องตลาดและเหมาะกับสภาพพื้นที่และสภาพอากาศมีการดูแลรักษาตามขั้นตอนในการเพาะปลูกในบางครั้งอาจใช้สารเคมีให้ได้ผลผลิตตามที่ต้องการ ตลอดจน สมบูรณ์ แถวบุนดา (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ด้านสายพันธุ์การเพาะปลูกและดูแลรักษาก็มีความเหมาะสมกับพื้นที่ที่สามารถปลูกตามสายพันธุ์ได้ เป็นพื้นที่ที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกมะม่วงเป็นส่วนมาก และสามารถดูแลรักษาได้ง่าย **ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ชาลาเปาไส้มะม่วง** ซึ่งนงเล็ก แก้วสระแสน (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ก็มีความเหมาะสมในการออกแบบผลิตภัณฑ์มะม่วง เพราะช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความดึงดูดและน่าสนใจขึ้นกว่าเดิม แต่ก็ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือโลโก้ผลิตภัณฑ์ยังไม่คงที่เท่าที่สมควร ซึ่งสอดคล้องกับของทองสุข กองมน (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในเขตพื้นที่ว่าคลองซบั้งคิดว่ามีการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่ค่อนข้างเหมาะสม มีรูปแบบที่แปลกใหม่และสวยงาม รูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภค มีลักษณะที่โดดเด่นจำง่าย **ด้านการลงทุนผลิตภัณฑ์** ซึ่งวาสนา แก้วสระแสน (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ด้านการลงทุน คิดว่าเหมาะสมเพราะว่าเงินที่นำมา

ลงทุนมาจากการกู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตร และอโยกามีข้อเสนอแนะให้รัฐบาลเข้ามาช่วยเหลือในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการลงทุน ตลอดจน สมบูรณ์ แถวบุญตา (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ด้านการลงทุนก็มีกองทุนกู้ยืมสำหรับการเกษตร หรือจากธนาคารต่างๆ เพื่อนำมาลงทุนในครั้งแรกก่อน ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์คิดว่าเหมาะสมพอประมาณและอยากให้ออกแบบและสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น **ด้านการตลาด** ซึ่งนงเล็ก แก้วสระแสน (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ด้านการตลาดก็ยังไม่มียุติผลผลิตที่ในการวางขายในท้องตลาด เพราะตอนนี้รับทำเฉพาะที่มีออเดอร์สั่งเข้ามา ซึ่งสอดคล้องกับของทองสุข กองมน (สัมภาษณ์เมื่อ 25 มกราคม 2562) ได้กล่าวว่า ด้านการตลาดในเขตพื้นที่บ้านคลองซบั้งมีการตลาดที่ไม่เหมาะสมเท่าไรนักเพราะผลผลิตที่ได้จะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อของเราไป ในราคาที่ต่ำแต่นำไปขายได้ในราคาที่สูง ซึ่งไม่อยากจะผ่านพ่อค้าคนกลาง

ตอนที่ 4 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ในเขตพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซบั้ง ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยเห็นว่ารสชาติและกรรมวิธีการผลิตของผลิตภัณฑ์มะม่วงเป็นการทำสืบต่อกันมา จึงน่าจะยังคงรักษาเอกลักษณ์นี้ไว้เช่นเดิม โดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเรื่องรสชาติและสูตรของซาลาเปาไส้มะม่วง โดยมีขั้นตอนการทำ **ด้านบรรจุภัณฑ์** มีรายละเอียด ดังนี้ 2.1 ซาลาเปาไส้มะม่วง บรรจุในถุงพลาสติกใสขนาดกว้าง 9 เซนติเมตร ยาว 12 เซนติเมตร สูง 3.5 เซนติเมตร บรรจุได้ประมาณ 100 กรัม บรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างระหว่างขนมทั่วไปที่ขายตามตลาดสด ชาติความน่าสนใจหรือไม่ดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยว ทั้งในแง่ของ 1) สีของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะใส ไม่มีสีสันทและลวดลายที่สวยงาม ทำให้เมื่อเห็นตัวสินค้าแล้วทำให้ไม่น่าซื้อ และ 2) ฉลากแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ไม่ได้ระบุชื่อผลิตภัณฑ์ ตรายผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของสินค้า และขนาดยังขาดความโดดเด่น และยังขาดความน่าสนใจ แต่ทั้งนี้การเพิ่มฉลากบนบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามดึงดูดใจ นั้นผู้ผลิตจำเป็นต้องยอมรับเกี่ยวกับต้นทุนที่สูงขึ้นตามไปด้วย ถึงอย่างไรก็ตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นสามารถชดเชยได้กับราคาสินค้าที่สูงขึ้น จึงนับว่าเป็นการยกระดับราคาผลิตภัณฑ์ของชุมชน การบรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียด ดังนี้ ซาลาเปาไส้มะม่วง บรรจุในกล่องกระดาษขนาดกว้าง 5 เซนติเมตร ยาว 18 เซนติเมตร สูง 18 เซนติเมตร บรรจุได้ประมาณ 120 กรัม **ด้านราคา** การพัฒนา

ด้านราคาเป็นผลมาจากการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดวกในการใช้งานและมีความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์เพื่อพัฒนาให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้โดยขาย ในราคาตลาดการท่องเที่ยวในราคา กล่องละ 35 บาท



ขั้นตอนการทำซาลาเปาไส้มะม่วง มีดังนี้

1. ผสมแป้งสาลี 500 กรัมกับยีสต์และน้ำตาลคนให้เข้ากันแล้วใส่น้ำไบเตยและนมลงไป
2. เส่วนผสมต่างๆ เข้าด้วยกัน แล้วนวดจนเหนียวเป็นเนื้อเดียวกัน ใช้เวลา 30 นาที ในระหว่างที่นวดค่อย ๆ หยอยใส่ส่วนผสมแป้ง และใส่น้ำมันพืชลงไป นวดจนเนียน 30 นาที
3. ใส่ภาชนะฝาปิดให้สนิท พักแป้งทิ้งไว้ประมาณ 1 ชั่วโมง หรือจนส่วนผสมขึ้นฟูเป็นสองเท่า
4. ใช้ไม้คลึงแป้งรีดก้อนแป้งให้เป็นแผ่น เพื่อไล่ฟองอากาศออกให้หมด
5. ตัดแป้งเป็นก้อนละ 45-50 กรัม จะทำเล็กหรือใหญ่กว่านี้ก็ได้ตามชอบ คลึงแป้งเป็นก้อนกลม ๆ สำคัญคืออย่าคลึงนานค่ะ เดี่ยวแป้งจะฉีก แผ่นแป้งเป็นแผ่นกลม ๆ โดยให้ตรงขอบมีขนาดบางกว่าตรงกลาง ที่ทำแบบนี้เพราะเวลาเราใส่ไส้จับจีบเสร็จ แล้วแป้งจะมีขนาดเท่ากันทั้งก้อน วางไส้ลงไปก้อนละประมาณ 35 กรัม หรือกะปริมาณน้อยหรือมากกว่านี้ก็ได้
6. จัดการท่อให้เป็นก้อนกลม ๆ หรือใช้วิธีจับจีบจนครบทุกอันก็ได้ วางลงบนกระดาษรองซาลาเปา คลุมด้วยพลาสติกถนอมอาหารแล้วพักให้ขึ้น 2 เท่า นานประมาณ 30 นาที - 1 ชั่วโมง
7. นำซาลาเปาไปนึ่งไฟแรงประมาณ 10 - 15 นาที (เวลาขึ้นอยู่กับไส้และขนาด)

ด้านบรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียด ดังนี้ 2.1 ซาลาเปาไส้มะม่วง บรรจุในถุงพลาสติกใสขนาดกว้าง 9 เซนติเมตร ยาว 12 เซนติเมตร สูง 3.5 เซนติเมตร บรรจุได้ประมาณ 100 กรัม บรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างระหว่างขนมทั่วไปที่ขายตามตลาดสด ขาดความน่าสนใจหรือไม่ดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยว ทั้งในแง่ของ 1) สีของบรรจุภัณฑ์มีลักษณะใส ไม่มีสีสันทันและลวดลายที่สวยงามทำให้เมื่อเห็นตัวสินค้าแล้วทำให้ไม่น่าซื้อ และ 2) ฉลากแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ไม่ได้กระชับข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ รายละเอียดของสินค้า และขนาดยังขาดความโดดเด่น และยังขาดความน่าสนใจ แต่ทั้งนี้การเพิ่มฉลากบนบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามดึงดูดใจ นั้นผู้ผลิตจำเป็นต้องยอมรับเกี่ยวกับต้นทุนที่สูงขึ้น มไปด้วย ถึงอย่างไรก็ตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นสามารถชดเชยได้กับราคาสินค้าที่สูงขึ้น จึงนับว่าเป็นการยกระดับราคาผลิตภัณฑ์ของชุมชน

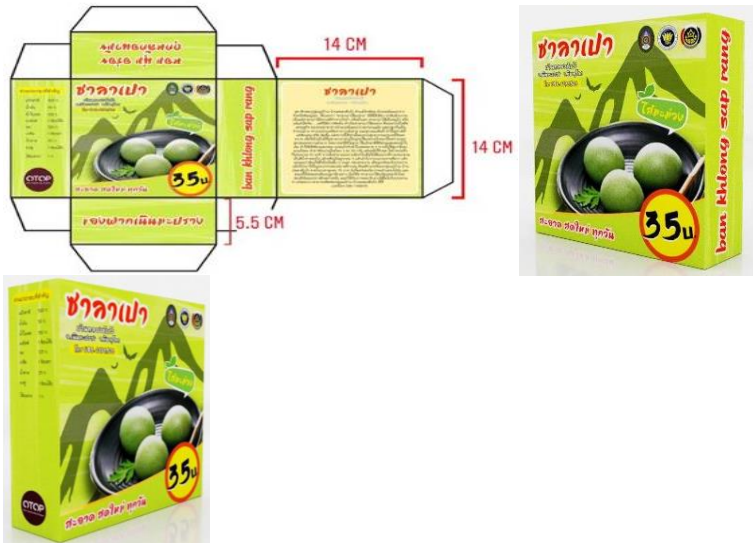


กล่าวโดยสรุปในภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ พบว่า บรรจุภัณฑ์ยังขาดความน่าสนใจในด้านของฉลากแสดงรายการสินค้า ขนาดบรรจุภัณฑ์และสีของบรรจุภัณฑ์ สรุปได้ดังตารางที่ 1 ตารางที่ 1 สรุปประเด็นที่ควรพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์

ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเด็นที่ควรพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์
ซาลาเปาไส้มะม่วง	บรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างระหว่างขนมทั่วไปที่ขายตามตลาดสด
	บรรจุภัณฑ์ยังไม่มีฉลากแสดงรายละเอียดสินค้าและขนาดยังขาดความโดดเด่น
	บรรจุภัณฑ์ยังขาดความโดดเด่นในด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์มะม่วง

การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ซาลาเปาไส้มะม่วงของชุมชนบ้านคลองขั้วบัว ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

จากข้อสรุป ผู้วิจัยจึงนำประเด็นข้อค้นพบเหล่านี้มาวิเคราะห์เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในทางการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง โดยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วง ควรมุ่งเน้นไปที่ตัวบรรจุภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกันอยู่ โดยได้พัฒนา ดังนี้ 1. ซาลาเปาไส้มะม่วง



ด้านบรรจุภัณฑ์ พัฒนาโดยการเปลี่ยนรูปแบบกล่องพลาสติกใสจากเดิมที่ใส่ทั้งก่อนมาเป็นแบบ ถ้วยพลาสติกเพื่อแยกเป็นชิ้นพอดีคำ และเพิ่มบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษเพื่อนำมาห่อหุ้มกล่องพลาสติกอีกชั้นโดยเพิ่มฉลากแนะนำสินค้าและรายละเอียดของสินค้าในส่วนต่างๆ ทำให้ตัวบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น โดยการใช้ของบรรจุภัณฑ์เป็นโทนสีเขียว และสีเขียวก็ยังทำให้บรรจุภัณฑ์ที่มีสีเขียวดูคลาสสิกและดูน่าเชื่อถือ รู้สึกถึงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์มะม่วง สื่อความหมายได้ดีกับขนมชาลาเปาได้มะม่วง ที่มีการแปรรูปจากผลิตภัณฑ์มะม่วงและเป็นขนมที่มาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน และเพิ่มฉลากลายที่บ่งบอกถึงความเป็นพื้นถิ่นด้วยการใส่สัญลักษณ์หรือจุดเด่นของพื้นที่ชุมชนบ้านคลองซับริง ตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งพร จังหวัดพิษณุโลก ลงบนบรรจุภัณฑ์ที่จะเน้นย้ำความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ดียิ่งขึ้น ด้านบรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียด ดังนี้ 2.1 ชาลาเปาใส่มะม่วง บรรจุในกล่องขนาดกว้าง 5 เซนติเมตร ยาว 18 เซนติเมตร สูง 14 เซนติเมตร บรรจุได้ประมาณ 120 กรัม

ด้านราคา การพัฒนาด้านราคาเป็นผลมาจากการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีความสะดวกในการใช้งานและมีความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์เพื่อพัฒนาให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้โดยขาย ในราคาตลาดการท่องเที่ยวในราคา กล่องละ 35 บาท

สรุปและอภิปรายผล

ด้านการเพาะปลูก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า ความเหมาะสมและความอุดมสมบูรณ์ของพื้นดินในการเพาะปลูกตามสายพันธุ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะดินที่เหมาะสมแก่การเพาะปลูก มีปริมาณ อนินทรีย์วัตถุ อินทรีย์วัตถุ น้ำ และอากาศ ในสัดส่วนที่พอเหมาะ ปลูกพืชได้ดีตามธรรมชาติ ดูแลง่าย มีธาตุอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของพืช ไม่มีสารพิษ ไม่มีชั้นดินที่ขัดขวางการเจริญเติบโตและเป็นแนวทางในการทำการเกษตรเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฐิน ศรีมงคล (2549) ได้กล่าวว่า หลักการพัฒนาการเกษตรว่า นอกจากจะใช้แนวความคิดทฤษฎีและปรัชญาในการพัฒนาโดยทั่วไปแล้ว ยังต้องคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติซึ่งเป็นระบบนิเวศใหญ่ และสังคมมนุษย์ คือ หลักการพัฒนาการเกษตรในระดับพื้นที่ โดยพิจารณาทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมมนุษย์ โดยมีหลักการ คือ ความเข้าใจสภาพแวดล้อมในพื้นที่ โดยทำความเข้าใจทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและสังคมศาสตร์หรือสังคมเกษตร

ด้านสายพันธุ์การเพาะปลูกและการดูแลรักษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า มีการห่อมะม่วงเพื่อให้ผิวเนียนสวย ป้องกันโรคและแมลงบางชนิด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผลผลิตของเกษตรกรออกมารูปลักษณะสวยงามและน่ารับประทาน สมควรปฏิบัติดูแลรักษาเพื่อให้ผลดีต่อการส่งออกหรือแปรรูป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชาติรี อัฐวงค์ (2549) ได้กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาการผลิตและการจำหน่ายมะม่วงเพื่อการส่งออกของเกษตรกรนั้น ประเด็น ประกอบด้วย เกษตรกรเจ้าของสวนควรปฏิบัติดูแลรักษาผลผลิตของตนเองตามระบบ GAP อย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะเทคนิคการป้องกันไม่ให้ศัตรูพืชทำลายผิว รวมถึงการควบคุมขนาดผลให้มีน้ำหนักตรงตามความต้องการของตลาดส่งออก

ด้านการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า มีการบริหารจัดการด้านการลงทุนเพราะการปลูกมะม่วงในครั้งแรกจะมีการลงทุนที่สูงมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มักพบปัญหาด้านต้นทุนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธัญยาภัทร์ เลิศไพบูลย์ศิริ (2553) ได้กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาที่พบว่า เกษตรกรควรมีการวางแผนด้านการตลาด การคำนวณต้นทุน และผลตอบแทนที่จะได้รับ การกำหนดเป้าหมายการผลิต และการตลาด

ให้ชัดเจน เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างปริมาณผลผลิตที่จะได้รับในแต่ละปี และปริมาณความต้องการของผู้บริโภค

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมและเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มสิ่งจูงใจในการเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนภวรรณ คมมานุรักษ์ (2556) ได้กล่าวว่า การใช้งานออกแบบบรรจุภัณฑ์ไว้ว่ารูปถ่ายหรือรูปภาพบนบรรจุภัณฑ์สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้า และเกิดการตอบสนองเชิงอารมณ์ที่มีต่อตัวสินค้าได้ดังนั้นรูปถ่ายหรือรูปภาพบนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทรงอำนาจ คือ 1. เป็นตัวบ่งชี้ความแตกต่างของสินค้า 2. สื่อถึงหน้าที่และขั้นตอนการใช้งาน 3. เพื่อดึงดูดความสนใจในด้านอารมณ์ 4. บ่งชี้ประเภทสินค้า หรือรูปลักษณะสินค้าภายใน 5. แทนภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรม

ด้านการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า สายพันธุ์ของมะม่วงที่เพราะปลูกมีความเป็นที่นิยมของตลาด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การผลิตมะม่วงเพื่อการส่งออกจะเป็นการสร้างรายได้ที่ดีแก่เกษตรกรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจักรพงศ์ จำริญสาร (2553) ได้กล่าวว่า การจัดการการตลาด มะม่วงมีแนวทางการพัฒนาพบ 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1) ควรมีการวางแผนการผลิต เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด 2) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อลดการกดราคาของพ่อค้า คนกลาง 3) ควรปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย และดึงดูดความสนใจผู้บริโภค และ 4) ควรมีการแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่า เนื่องจากผลผลิตมะม่วงมีอายุการเก็บรักษาสั้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) หน่วยงานภาครัฐควรมีการมารับซื้อผลผลิตเพราะพื้นที่ใช้ในการเพาะปลูกมะม่วงอยู่ห่างจากโรงงานอุตสาหกรรม และควรมีชี้แจงทำความเข้าใจกับชุมชนในเรื่องการลดใช้สารเคมี 2) หน่วยงานของภาครัฐควรมีการจัดการบริหารควบคุมปริมาณน้ำที่จะให้แก่มะม่วงแต่ละสายพันธุ์ 3) หน่วยงานของภาครัฐควรมีการส่งเสริมการสร้างรูปแบบใหม่ ๆ หรือการสร้างแบรนด์ให้กับมะม่วงที่แปรรูปแล้ว 4) หน่วยงานของภาครัฐควรมีการ

จัดวิทยากรให้ความรู้กับเกษตรกรและเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้เกษตรกรมีการยอมรับถึงเหตุการณ์ “ขาดทุน” ในการปลูกมะม่วง 5) หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมและมีการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ให้มีการจัดจำหน่ายทั่วไปในท้องตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

2. ข้อเสนอแนะเชิงเพื่อการวิจัย

1) ควรมีการเปรียบเทียบถึงการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง ว่ามีเหมาะสมหรือแตกต่างกันหรือไม่ 2) ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการวิจัยอย่างต่อเนื่องถึงการพัฒนาศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาบริหารจัดการผลิตภัณฑ์มะม่วงอย่างมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง 3) ควรศึกษาข้อมูลด้านเศรษฐศาสตร์ เช่น การตลาด ต้นทุนการผลิต ความคุ้มค่า ของการผลิตมะม่วง เพื่อคุณภาพตามมาตรฐานส่งออกของเกษตรกร เพื่อเป็นข้อมูลการวางแผนการผลิตของเกษตรกร

เอกสารอ้างอิง

- กฐิน ศรีมงคล. (2549). “การพัฒนาชุมชนและการพัฒนาการเกษตร.” ภาควิชาส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชาติรี อรุวงศ์. (2549). “ศึกษาถึงแนวทางการผลิตและการจำหน่ายมะม่วงของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงส่งออก อำเภอพร้าวจังหวัดเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉันทชัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัว ของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. วารสารนักบริหาร, 34(1), น. 177-188 .
- ฉันทสิทธิ์ เลิศไพฑูริย์ศิริ. (2553). “การสร้างกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันจากการพัฒนาคุณภาพการผลิตมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ กรณีศึกษาของเกษตรกรตำบลสองคอน อำเภอแก่งคอย จังหวัด สระบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภวรรณ คณานุกรักษ์. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีวีแอลการพิมพ์.

ปิยลักษณ์ เบญจดล. (2549). **บรรจุภัณฑ์กับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.**

ปทุมธานี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วารุณี สุนทรเจริญเงิน. (2556). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อผลิตภัณฑ์ OTOP.**

วารสารกรม วิทยาศาสตร์บริการ, 63(199).

สุทธิศักดิ์ กลิ่นแก้วณรงค์. (2558). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อผลิตภัณฑ์ OTOP.**

วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ, 63(199).

สมพงษ์ เฟื่องอารมย์. (2550). **บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก: Export packaging.**

กรุงเทพฯ: จามจรีโปรดักท์.