

บทคัดย่อ

¹ อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
สงขลา 90000, อีเมล : cheewanan10@gmail.com

¹ Lecturer, Department of Human Resource Management, Faculty of Humanities and Social Sciences
Thaksin University, Songkhla 90000, Thailand, E-mail : cheewanan10@gmail.com

* Corresponding author : E-mail address : cheewanan10@gmail.com

Received October 31,2025 Revised: January 13,2026 Accepted: January 26,2026

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และภาคเอกชน 2) ด้านคุณภาพและมาตรฐาน : ด้านรสชาติใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของขวัญช่วงเทศกาลต่างๆ การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ 3) ด้านการบริหารการตลาด : การวางจำหน่ายที่ตลาด การจำหน่ายผ่านเพจ facebook ผ่าน Line Official ผ่าน Tiktok และ 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิก : สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการผลิต การจำหน่าย เข้าร่วมเมื่อมีกิจกรรม การให้ความรู้จากหน่วยงานภาครัฐ ส่งผลให้มีการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์รวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D = 0.41) โดยแยกเป็น 3 ด้านดังนี้ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.53$, S.D = 0.43) ด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.52$, S.D = 0.47) และด้านตราสินค้า (Logo) ($\bar{X} = 4.34$, S.D = 0.55)

คำสำคัญ : การพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจ, วิสาหกิจชุมชน, มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์, มูลค่าเพิ่มด้านบรรจุภัณฑ์, มูลค่าเพิ่มด้านการสร้างแบรนด์

Abstract

The research titled “The Development of Business Management Potential for Community Enterprise Group Producing Salted Eggs Covered with Fresh Coconut Milk Pandan in Phawong Subdistrict, Songkhla Province, for Value Added Product Enhancement” aimed to: 1) enhance the business management potential of salted egg community enterprises, and 2) add value to the group’s products. This study employed a mixed-methods research approach, utilizing structured interviews to collect qualitative data from members of the community enterprise group and questionnaires to gather quantitative data from customers of the group’s products. In addition, secondary data were reviewed to support the findings. The results revealed that the development of the business management potential of the community enterprise group could be categorized into four main areas: 1) management, including cost management, human resource management, and collaboration with supporting organizations from the public sector, community enterprises, and the private sector. 2) quality

and standards, encompassing product taste development, the use of local raw materials, packaging development suitable for gift-giving during festive occasions, and product brand development. 3) marketing management, which involved product distribution through local markets and online platforms, including Facebook pages, Line Official accounts, and TikTok., and 4) member participation, whereby members actively participated in production and distribution processes and attended knowledge-enhancement activities organized by government agencies. As a result of these capacity development efforts, the overall value-added creation of the products was found to be at the highest level ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.41). When considered by dimension, the product aspect demonstrated the highest mean score ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.43), followed by packaging ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.47) and brand (logo) development ($\bar{X} = 4.34$, S.D. = 0.55)

Keywords : development of business management potential, community enterprises, product value-added, packaging value-added, brand value-added

บทนำ

ประเทศไทยได้เผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ที่ผ่านมา ส่งผลให้รัฐบาลเร่งหาแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในระดับประเทศเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก จึงได้มีการกำหนดกรอบยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยมองภาพของเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมายที่จะรักษาไว้ซึ่งการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพ โดยเน้นไปที่ความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากและการสร้างความเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในประเทศกับเศรษฐกิจโลก จึงหาแนวทางในการสร้างรายได้ให้กับประชาชน และประเทศชาติ ประกอบกับการหาแนวทางการเปลี่ยนมุมมองของคนในชุมชนให้เห็นว่สิ่งที่มีอยู่นั้นคือ ทรัพย์สินที่มีราคาที่สามารถเพิ่มรายได้ หากมี การจัดการทรัพย์สินที่มีอยู่ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

วิสาหกิจชุมชน (community enterprise) คือ กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยสมาชิกในชุมชนที่รวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคล หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ เน้นการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน อาจเกิดจากการรวมตัวกันของเกษตรกรในการประกอบธุรกิจในระดับชุมชน โดยชุมชนต้องเป็นผู้ดำเนินการหลัก ผลผลิตที่ได้จะต้องมาจากการบวนการดำเนินงานภายในชุมชน ชุมชนเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้และสร้างนวัตกรรมโดยชุมชน มีฐาน ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาไทย มีความมั่นคง ได้รับการรับรองตามกฎหมายการส่งเสริมความรู้โดยมีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกับกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ดำเนินการเป็นเครือข่าย วิสาหกิจชุมชน มีการเรียนรู้และสามารถนำไปปฏิบัติและสามารถถ่ายทอดไปยังผู้อื่นได้ และที่สำคัญ วิสาหกิจชุมชนเน้นการพึ่งตนเองอันเป็นเป้าหมายที่สำคัญที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตและอยู่ได้อย่างยั่งยืน จากการสัมภาษณ์ของ เลิศวิโรจน์ โกวัฒนะ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน รวมทั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานราก สมาชิกสามารถพึ่งพาตนเอง สร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับสมาชิกในชุมชนได้อย่างเข้มแข็ง

การพัฒนาศักยภาพชุมชนและวิสาหกิจชุมชน จะเชื่อมโยงกับแนวคิดทุนทางสังคมและ การพัฒนาทรัพยากรในชุมชน การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเป็นกระบวนการสำคัญต่อการเรียนรู้ของสมาชิกและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ทิศทางการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงาน การบริหารการตลาด การจัดการความรู้และข้อมูล การจัดการสินค้าหรือบริการ รวมถึง การบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน และลูกค้า ซึ่งจะใช้เป็นเครื่องมือหลักที่จะทำให้ทราบถึงศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567:10) และการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีแผนการผลิตสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์มีมาตรฐานผ่านการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (ประภาพร ยางประยงค์, 2559:31) ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในด้านการเงินหรือเงินทุนด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านการบริหารจัดการ ด้านผู้นำ และด้านแรงงาน

(จิรพร มหาอินทร์ และคณะ, 2554:51-52) โดยรัฐบาลควรสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน โดยเพิ่มการเรียนรู้ให้กับกลุ่มผู้นำในชุมชน และสร้างภาคีเครือข่ายการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการเจริญเติบโตในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ไข่เค็มเป็นอาหารพื้นบ้านของคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณและเป็นที่นิยมในการบริโภคของคนไทยในทุก ๆ ภาค การทำไข่เค็มเป็นการถนอมอาหารไว้เพื่อบริโภคในระยะยาว การผลิตไข่เค็มนั้นมีขั้นตอนที่ง่าย จึงเหมาะที่จะส่งเสริมเพื่อผลิตออกจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ การทำไข่เค็มจึงเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายเพื่อบริโภคและจำหน่ายเนื่องจากไข่เค็มสามารถนำมาเป็นอาหารได้ทั้งประเภทอาหารคาว และอาหารหวาน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มโบเตยกะทิสด ได้เล็งเห็นถึงความนิยมในการบริโภคไข่เค็มของคนในชุมชน และบริเวณใกล้เคียง ประกอบกับ ในชุมชนมีความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบในการผลิต ไข่เค็ม ดังนั้นจึงสนใจผลิตไข่เค็มเพื่อบริโภค และจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับสมาชิกกลุ่ม โดยสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มบนพื้นฐานของวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนจึงได้ผลิตไข่เค็มโบเตยกะทิสด เกิดจากการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนที่มีความเห็นตรงกัน เพื่อเพิ่มรายได้สมาชิก โดยได้จัดตั้งกลุ่มจากการระดมความคิดกันระหว่างชาวบ้าน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการ ประกอบกับทางกลุ่มได้มีการชักชวนเยาวชนที่ติดยาเสพติดให้มาช่วยงานต่าง ๆ ภายในกลุ่มวิสาหกิจ เพื่อให้เยาวชนกลุ่มดังกล่าวห่างไกลจากยาเสพติด มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีงาน มีรายได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาผู้อื่น และไม่เป็นภาระของครอบครัว และสังคม ส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง อีกทั้งคนในชุมชนที่เข้ามา มีส่วนร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม ก็จะได้เป็นเจ้าของธุรกิจวิสาหกิจร่วมกันในการดำเนินงาน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มโบเตยกะทิสด ตำบลพะวง จังหวัดสงขลา เพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มซึ่งเป็นคนในชุมชน ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าสร้างอาชีพ สร้างรายได้ ได้อย่างยั่งยืน

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ตำบลพะวง จังหวัดสงขลา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพะวง จังหวัดสงขลา ได้เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2561 เกิดจากการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนที่มีความเห็นตรงกัน เพื่อแก้ไขปัญหาเงินรายได้ของคนในชุมชน เนื่องจาก ปี พ.ศ. 2561 ชุมชนได้ประสบปัญหาทางพาราตกต่ำ ราคายางลดลงทำให้คนในชุมชนมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย ด้วยเหตุนี้ ผู้นำชุมชนจึงได้ทำการปรึกษารื้อกับเจ้าหน้าที่เกษตรอำเภอ นักวิชาการชำนาญการ เพื่อที่จะช่วยกันแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยได้จัดตั้งกลุ่มจากการระดมความคิดระหว่างชาวบ้าน และเจ้าหน้าที่ นักวิชาการ ซึ่งกลุ่มที่ได้จัดตั้งในช่วงแรก คือ กลุ่มการทำแหม่ม มันทอด เลี้ยงไก่ เลี้ยงเป็ด เป็นต้น แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ จึงเปลี่ยนแนวคิด โดยคำนึงถึงการผลิตสินค้าจำหน่ายโดยคำนึงถึงสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน ประกอบกับเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีจำหน่ายไข่เค็ม และได้รับความนิยมในการซื้อเป็นของฝาก และพบว่า ไข่ที่นำมาทำไข่เค็มนั้นเป็นไข่เปิดจากจังหวัดสงขลา ทำไข่เค็มโดยการพอกด้วยขี้เถ้า สมาชิกกลุ่มจึงร่วมกันคิดค้นสูตรการทำไข่เค็มที่มีความเป็นเอกลักษณ์ และมีความแตกต่างจากไข่เค็มทั่วไปโดยใช้วัตถุดิบที่มีในชุมชน จึงสรุปร่วมกันทำไข่เค็มใบเตยกะทิสดด้วยเน้นสูตรความหอมจากใบเตย และมะพร้าวที่มีในชุมชน ใช้อัตราส่วน 3:1:1:1 คือ ดินสอพอง 3 ส่วน ใบเตย 1 ส่วน มะพร้าวขูด น้ำ อย่างละ 1 ส่วน การจัดการภายในกลุ่มมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานกลุ่มสามารถดำเนินต่อไปได้โดยสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ ร่วมกันเป็นเจ้าของร้านวิสาหกิจ ในช่วงแรกมีสมาชิกกลุ่มจำนวน 20 คน ส่วนใหญ่เป็นสูงวัย และทุกคนมีหน้าที่รับผิดชอบร่วมกัน โดย สมาชิกทุกคนร่วมกันลงหุ้นหุ้นละ 300 บาท ในการดำเนินงาน และได้รับเงินปันผลคนละเดือนละ 200-300 บาท

แนวคิดการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน

มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลใน รูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของ ครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน กล่าวโดยสรุป คือ การประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง โดย “ทุนของชุมชน” หมายถึง เงินทุน รวมถึง ทรัพยากรผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2567:6-7)

วิสาหกิจชุมชน มีองค์ประกอบอย่างน้อย 7 ประการ (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2562:9) ดังนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการ ในชุมชน โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากร ทุน และแรงงานใน ชุมชน เป็นสำคัญ 3) ริเริ่ม สร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน 4) เป็นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสาน ภูมิปัญญาสากล 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่าง เป็นระบบ 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ และ 7) มีการพึ่งพาตนเองของครอบครัว และชุมชนเป็นเป้าหมาย

แนวคิดทุนชุมชน (Community Capital) มีรากฐานจากทุนทางสังคม (Social Capital) โดย เน้นบทบาทของทุนทางสังคมในระดับชุมชนและการพัฒนา ทุนชุมชน คือ พลังอำนาจของมนุษย์ที่เกิดจากการรวมกลุ่มและการมีปฏิสัมพันธ์กันในรูปแบบ เครือข่าย ผ่านการจัดการทรัพยากร ได้แก่ แนวคิด ความรู้ และความเชื่อ วัตถุ อาคาร และสถานที่ เพื่อนำมาใช้สร้างสวัสดิการและตอบสนองความต้องการของสมาชิกใน ชุมชนและสังคมตามบริบททางอารยธรรม ทั้งนี้ ทุนชุมชนสามารถจำแนกออกเป็น 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ทุนการเงิน ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนกายภาพ ทุนธรรมชาติ และทุนวัฒนธรรม (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน, 2558:124-126)

การประเมินศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำแนวคิดการพัฒนา เศรษฐกิจชุมชนเพื่อเป็นแนวทางวิเคราะห์และประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ในการพัฒนาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ได้แก่ สินค้าทุนที่สามารถจัดหาได้ ตามศักยภาพ ทุนทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นพื้นฐาน และทุนทางสังคม แนวคิดการจัดการวิสาหกิจชุมชนและกระบวนการส่งเสริม การมีส่วนร่วมนำมากำหนดประเด็นการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึง การวิเคราะห์ตามสภาพปัจจุบันและบริบทของชุมชน ได้แก่ ยุทธศาสตร์การพัฒนา

ท้องถิ่น ทักษะและบทบาทของผู้นำชุมชน การดำเนินงานและความต้องการพัฒนา กลุ่มอาชีพ การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการมีส่วนร่วมของชุมชนและหน่วยงานในพื้นที่

การพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น มีกระบวนการพัฒนาที่ชัดเจน และต้องอาศัยศักยภาพที่มีอยู่ในตัวของบุคคล ด้วยการกระตุ้นและส่งเสริมอย่างมีหลักการจนเกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มที่ต้องทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นกิจการของชุมชนที่มีการผลิต มีทุนการดำเนินงาน เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน เน้นกระบวนการเรียนรู้ เน้นการบริหารจัดการโดยคณะบุคคลในชุมชน มีเป้าหมายสร้างรายได้และพึ่งพาตนเอง และผลการดำเนินการส่งผลดีกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะมีปัญหาอย่างต่อเนื่อง โดยแนวความคิดการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นอาจพิจารณาได้ดังนี้ ด้านทิศทางของกลุ่ม เช่น การรวมกลุ่ม รายได้ ความเข้มแข็ง ด้านวิสัยทัศน์และศักยภาพความเป็นผู้นำ การบริหารจัดการ มีภาวะผู้นำ สามารถบริหารสมาชิกในกลุ่ม ด้านสมาชิก การบริหาร และการมีส่วนร่วมของสมาชิก ด้านการบริหารจัดการ การวางแผนดำเนินการของกลุ่ม และมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า ด้านการผลิต และกระบวนการจัดการสินค้าของกลุ่ม สถานที่ตั้งผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐาน และมีเครือข่ายวัตถุดิบ ด้านการตลาด มีช่องทางประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่าย ด้านต้นทุน และการบริหารการเงิน มีการจัดทำบัญชี รายรับรายจ่าย มีหุ้น และมีการปันผลให้กับสมาชิก ด้านการจัดการความรู้ และข้อมูลข่าวสาร และ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ (ณัฐภาณี บัวดี และอดิเรก พินเขียว, 2563:15-24) การพัฒนา ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นต้องใช้หลักการบริหารจัดการที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม โดยกลุ่มที่มีการจัดตั้งใหม่สามารถใช้แนวความคิดการพัฒนาศักยภาพกลุ่มที่สำคัญคือ ด้านบุคลากร ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต และด้านการตลาด

มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์

การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างได้ในหลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต ซึ่งบางครั้งต้องกระทำไปพร้อม ๆ กันเพื่อให้ ผลสำเร็จสุดท้าย คือการได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี

“คุณค่าเพิ่ม” สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างบรรจุภัณฑ์ ประชาสัมพันธ์ และการเพิ่มเรื่องเล่าให้กับสินค้านั้น ๆ เช่น แหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ผู้ผลิต หรือผู้ออกแบบ ความเชื่อ และการอ้างอิงประวัติศาสตร์ (พลชัย เพชรปลอด, 2561:1) จะเห็นว่าการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์เป็นการทำให้ของธรรมดา มีคุณค่าโดยการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ขึ้นมา เป็นแรงจูงใจให้ลูกค้าสนใจในสินค้า มีการตัดสินใจซื้อจากหลายปัจจัย เช่น ชอบ บรรจุภัณฑ์ มีความเชื่อที่ตรงกับสิ่งที่ตนเองศรัทธา เป็นต้น

การสร้างมูลค่าสามารถเน้นแนวทางในการพัฒนา 2 แนวทางคือ

1. การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ : เป็นการสร้างมูลค่าที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์เดิม หรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตัวอย่างเช่น การสร้างเครื่องหมายการค้า การปรับเปลี่ยนรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ การสร้างสตรัคเจอร์บรรจุภัณฑ์ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นนวัตกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม หรือผลงานที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ 5 จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การพัฒนาลายผ้าทอท้องถิ่น

2. การขยายตลาดหรือการหากลุ่มเป้าหมายใหม่ : เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือการบริการโดยมุ่งเน้นไปที่ตลาดหรือกลุ่มบริโภคที่เป็นเป้าหมายเฉพาะ มีการคาดการณ์และบริหารความเสี่ยง ล่วงหน้าก่อนการขยายตลาดซึ่งต้องอาศัยข้อมูลจากการวิจัยตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคพร้อมกับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ตัวอย่างผลิตภัณฑ์และการบริการ เช่น เกมประเภทต่าง ๆ การพัฒนาด้านการบริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงอนุรักษ์ ผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับเด็กหรือผู้ใหญ่

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นผู้วิจัยได้วิเคราะห์สังเคราะห์แผนภาพโมเดลงานวิจัยเพื่อใช้ในการศึกษา ดังนี้



รูปภาพที่ 1 แผนภาพมโนทัศน์งานวิจัย
ที่มา : ชีวันนท์ คุณพิทักษ์ (2566:21)

เครื่องมือวิจัย และวิธีการศึกษา

1. เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) มีการศึกษาภาคสนาม โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด โดยสร้างความสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อชี้แจงรายละเอียดของงานวิจัยและร่วมกันดำเนินงานวิจัยกับผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่วิเทศชุมชนพะวง การพัฒนาศักยภาพกลุ่มเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Act) การสังเกต (Observe) และการสะท้อนผล (Reflection) หรือ PAOR ตามแนวคิดของเคมมิส และแมกทากาด (Kemmis; & Mc Taggart. 1990 : 11) ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 แบบสัมภาษณ์ : แบบสัมภาษณ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้คำถามแบบปลายเปิด มี 2 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปให้ผู้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย คำถาม ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด และข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด

ประกอบกับการใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด

โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยกะทิสด ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 แบบสอบถาม : แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการซื้อไข่เค็มใบเตยกะทิสด 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยคำถามระดับความคิดเห็นสร้างมูลค่าเพิ่มไข่เค็มใบเตยกะทิสด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้าน การสร้างแบรนด์ และ 3) ข้อเสนอแนะอื่นๆ ของผู้บริโภค

1.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย : มีขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้น โดยการศึกษารายละเอียดจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำแนะนำจากอาจารย์ที่เลี้ยงงานวิจัย

2) กำหนดขอบเขต และโครงสร้างเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ตลอดจนตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย และข้อมูลที่ต้องการศึกษา

3) จัดทำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถาม โดยมีการกำหนดระดับคะแนนสำหรับข้อคำถามแต่ละข้อ ซึ่งมีทั้งหมด 5 ระดับ ดังนี้ 5 = มากที่สุด, 4 = มาก, 3 = ปานกลาง, 2 = น้อย, และ 1 = น้อยที่สุด

4) ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความถูกต้องและเหมาะสมของข้อคำถาม จำนวน 3 ท่าน ผลจากการหาค่า IOC แบบสอบถามทั้ง 2 ส่วน ประกอบด้วยคำถามระดับความคิดเห็นสร้างมูลค่าเพิ่มไข่เค็มใบเตยกะทิสด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านการสร้างแบรนด์ พบว่า ค่า IOC ≥ 0.50 ซึ่งสามารถใช้ข้อคำถามในการเก็บข้อมูลงานวิจัย ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แต่ก็มีบางข้อคำถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำให้เปลี่ยนคำ หรือเปลี่ยนประโยค แต่ความหมายยังคงเดิม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น และในส่วนนี้ผู้วิจัยก็ได้ปรับเปลี่ยนตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ก่อนนำแบบสอบถามไปยื่นขอเอกสารรับรองโครงการต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยทักษิณ และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

นอกจากนี้ ก่อนนำแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการยื่นเอกสารการวิจัยเพื่อขอเอกสารรับรองโครงการต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยทักษิณ และได้รับเอกสารรับรองวันที่รับรอง วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2567 ลงนามโดยประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยทักษิณ

2. วิธีการศึกษา

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของงานวิจัย เลือกบุคคลสำคัญในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลและมีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเป็นอย่างดี ประกอบด้วย ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกกลุ่ม จำนวน 13 คน สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาวัตถุประสงค์ที่ 2 ของงานวิจัย ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ในการคำนวณ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 59 คน

2.2 การวิเคราะห์ผลการวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.2.1) การวิเคราะห์ผลการวิจัย จากวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 1 เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำเสนอผลที่ได้รับจากการพัฒนาศักยภาพกลุ่มเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนพะวง บนฐานภูมิปัญญาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเน้นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) ซึ่งมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) สภาพทั่วไป การดำเนินงาน และปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากศึกษาทั้งข้อมูลทุติยภูมิที่ศึกษาจากเอกสารและข้อมูลปฐมภูมิที่ศึกษาจากภาคสนาม ซึ่งประกอบด้วยประเด็นสภาพทั่วไป การดำเนินงาน และปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อให้สามารถอธิบายถึงการพัฒนาศักยภาพกลุ่มเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

2) พัฒนาศักยภาพกลุ่มเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต.พะวง จ. สงขลา ผู้วิจัยได้นำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการศึกษาจากภาคสนามในประเด็นของปัญหาความต้องการ เงื่อนไขและสาเหตุปัญหา มาวิเคราะห์ และสังเคราะห์เพื่อหาเงื่อนไข และสาเหตุที่แท้จริงของแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์

2.2.2) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ จากวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 2 เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยกะทิสด ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการซื้อไข่เค็มใบเตยกะทิสด โดยใช้ในการแจกแจงความถี่ ร้อยละ

2) วิเคราะห์ข้อมูลการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยคำถามระดับความคิดเห็นสร้างมูลค่าเพิ่มไข่เค็มสมุนไพรใบเตยกะทิสด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านการสร้างแบรนด์ โดยใช้ในการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามเกณฑ์ของลิเคิร์ต (Likert)

เกณฑ์การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นการสร้างมูลค่าเพิ่มไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ มากที่สุด (4.21 – 5.00) มาก (3.41 – 4.20) ปานกลาง (2.61 – 3.40) น้อย (1.81 - 2.60) และน้อยที่สุด (1.00 – 1.80)

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

1. ผลการศึกษา

สามารถนำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษาได้ดังนี้

1.1 พัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง

จ. สงขลา

1.1.1 สภาพทั่วไปและการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต.พะวง จ.สงขลา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ตั้งอยู่ที่ศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร (วิสาหกิจชุมชนพะวง) บ้านบ่อระกำ ตำบลพะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ดำเนินงานในรูปแบบของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วยสมาชิกในกลุ่ม 20 คน ในช่วงแรก หลังจากนั้นสมาชิกเริ่มมีจำนวนลดลงเนื่องจากเป็นกลุ่มสูงวัยเมื่ออายุมากขึ้นมีปัญหาทางด้านสุขภาพ จึงไม่สามารถเข้ามาร่วมดำเนินงานภายในกลุ่มได้ ในปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มจำนวน 13 คน (ข้อมูล ณ ปี พ.ศ. 2566) นำโดยนายไพฑูรย์ พูลศรี ตำแหน่งประธานกรรมการกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่มีเอกลักษณ์โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น ใบเตยและกะทิสดเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตไข่เค็ม ทำให้ไข่เค็มที่ผลิตมีรสชาติและกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสดนั้น ก่อตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือคนในชุมชนให้มีอาชีพเสริม จากเดิมมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป ชาวสวน ชาวประมง และค้าขายผลผลิตจากสวน ซึ่งรายได้ไม่แน่นอนทำให้บางช่วงรายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย เมื่อมีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสดขึ้นทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ชุมชนเข้มแข็ง เนื่องจากสมาชิกในกลุ่ม คือ คนในชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วม ในการเป็นเจ้าของธุรกิจวิสาหกิจร่วมกัน ตั้งแต่ร่วมกันคิด วางแผน ร่วมลงมือจัดตั้งกลุ่ม ลงมือปฏิบัติ ตลอดจนการรับผลประโยชน์ร่วมกัน นอกจากนี้ ทางกลุ่มยังมีการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ขึ้น โดย นำรูปแบบของการบริหารการทำงานของสหกรณ์มาปรับใช้กับการทำงานของกลุ่มเพื่อช่วยเหลือสมาชิกในกลุ่มทั้งกลุ่มที่ต้องการฝากเงินเพื่อเก็บเกี่ยวดอกผลจากเงินปันผล และกลุ่มที่ต้องการกู้เงินเพื่อฉุกเฉินครอบครัวเมื่อเดือดร้อน รายได้ไม่เพียงพอ

ค่าใช้จ่าย โดยที่สมาชิกในกลุ่มทุกคนจะมีหุ้นในกลุ่ม ออมทรัพย์ ทั้งนี้ การก่อตั้งของกลุ่มออมทรัพย์นั้นเริ่มตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2563 โดยมีเงินหมุนเวียนประมาณ 100,000 บาท เนื่องจากกลุ่มออมทรัพย์จัดตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือสมาชิกกลุ่มในเรื่องภาระครอบครัว รายได้ และฐานะที่แตกต่างกัน กลุ่มออมทรัพย์จึงเป็นที่พึ่งที่สำคัญที่ช่วยเหลือสมาชิกในกลุ่มด้านเศรษฐกิจ เช่น ค่าเล่าเรียนของบุตร ค่าใช้จ่ายในการผ่อนบ้าน ผ่อนรถ เป็นต้น กลุ่มออมทรัพย์ที่ก่อตั้งขึ้น มีความเข้มแข็ง มีการรวมตัวของสมาชิกได้อย่างมั่นคง

การผลิตไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา

การผลิตไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา โดยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา เพื่อจำหน่าย โดยมีวัตถุดิบที่สำคัญดังนี้ 1) ไข่เป็ดสดใหม่ จำนวน 100 ฟอง 2) ดินสอพอง จำนวน 3 กก. 3) ใบเตยหอม จำนวน 1 กก. 4) กะทิ จำนวน 1 กก. 5) น้ำ จำนวน 1 ลิตร 6) เกลือ จำนวน 1 กก. 7) พลาสติกห่ออาหาร 8) ถัง / ภาชนะ สำหรับบรรจุ อย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า และ 9) สติกเกอร์โลโก้

โดยมีขั้นตอนการผลิตไข่เค็มใบเตยกะทิสด ดังนี้

1) หั่นใบเตยเป็นชิ้นเล็กๆ เอาไปปั่นกับน้ำ 1 ลิตร 2) นำดินสอพองผสมกับเกลือให้เข้ากัน 3) นำใบเตยที่ปั่นกับน้ำมาคั้นกับกะทิ 4) นำน้ำกะทิที่คั้นกับใบเตยมาผสมกับดินสอพองที่ผสมเกลือแล้วมาคลุกเคล้าให้เข้ากัน (ไม่ให้เปียกหรือแห้งจนเกินไป) 5) นำดินสอพองที่ผสมเสร็จแล้วมาพอกไข่พอมีดไข ไม่หนาจนเกินไป 6) นำไข่ที่พอกแล้วมาคลุกเคล้ากับใบเตยที่ปั่นแห้งแล้ว 7) นำมาขึ้นด้วยพลาสติกแรป และ 8) บรรจุลงกล่อง



รูปภาพที่ 2 การผลิตไข่เค็มใบเตยกะทิสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด

ต. พะวง จ. สงขลา

ที่มา : ชีวันนท์ คุณพิทักษ์(ถ่ายเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2567)

ช่องทางการจัดจำหน่ายไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา

1. ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. อ.เมือง จ.สงขลา : ตลาดประชารัฐเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่เดือดร้อน ไม่มีพื้นที่ค้าขาย ด้วยการแปลงนโยบายจากนายกรัฐมนตรีไปสู่การลงมือปฏิบัติโดยให้ดำเนิน “โครงการตลาดประชารัฐ” เพื่อบูรณาการความร่วมมือระหว่างกระทรวงมหาดไทย และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในรูปแบบประชารัฐ ส่งเสริมให้เกิดพื้นที่ตลาดใหม่ และขยายพื้นที่ตลาดเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อให้เกษตรกร กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ผู้มีรายได้น้อย และผู้ประกอบการที่ได้รับความเดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย ให้มีพื้นที่ค้าขาย ซึ่งจะไปสู่การกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานราก



รูปภาพที่ 3 ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. อ. เมือง จ. สงขลา
ที่มา : ชีวนันท์ คุณท์ทักซ์(ถ่ายเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2567)

2. องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จังหวัดสงขลา (อ.ต.ก. สงขลา) : อ.ต.ก. สงขลา ได้จัดกิจกรรม “เฉลิมพระเกียรติ 72 พรรษา อ.ต.ก. สืบสานปณิธาน โดยโครงการปลูกได้ขายดี By อ.ต.ก.” ระหว่างวันที่ 3 – 5 กันยายน 2567 เวลา 09.00 – 18.00 น. ณ องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จังหวัดสงขลา จัดขึ้นเพื่อสนับสนุน ส่งเสริมการตลาด การบริหารห่วงโซ่อุปทาน และสนับสนุนส่งเสริมช่องทางการตลาดให้แก่เกษตรกร สร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร จากการจำหน่ายสินค้าเกษตรทั้งสด และแปรรูป รวมถึงการเจรจาการค้า เพื่อนำสินค้าของเกษตรกรเข้ามาร่วมกับ อ.ต.ก. ในการพัฒนาให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาด เพื่อรวบรวม และกระจายไปจำหน่ายยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศต่อไป มีเกษตรกร เข้าร่วมกิจกรรมจากจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ จังหวัดตรัง จังหวัด นครศรีธรรมราช จังหวัดพัทลุง จังหวัดชุมพร จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และ

จังหวัดนราธิวาส รวม 28 ร้านค้า ซึ่งประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ก็ได้นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในงานดังกล่าว นอกจากนี้ ยังได้ร่วมกิจกรรมโครงการสาธิตการทำไข่เค็มใบเตยกะทิสด เพื่อให้ผู้สนใจได้ร่วมกันทำ และสามารถนำความรู้ที่ได้จากการชมการสาธิตไปประกอบอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ต่อไป



รูปภาพ 4 องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จังหวัดสงขลา (อ.ต.ก. สงขลา)
ที่มา : ชวินนัท คุณพิทักษ์(ถ่ายเมื่อวันที่ 4 กันยายน 2567)

ทางเพจ facebook ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด มีช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมกลุ่ม และเป็นช่องทางออนไลน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรใบเตยกะทิสด โดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบในการโพสต์ข้อความกิจกรรมต่างๆ รวมถึงตอบข้อความในกล่องสนทนา (Inbox) ในการซื้อขายไข่เค็ม



รูปภาพที่ 5 เพจ facebook ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา
ที่มา : ชวินนัท คุณพิทักษ์(ถ่ายเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2567)

1.1.2 ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตย
กะทิสด ต.พะวง จ.สงขลา

จากการศึกษาปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด
วิสาหกิจชุมชนพะวง จังหวัดสงขลา พบว่า

1) ปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการตลาด เช่น
การขายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Line เป็นต้น เนื่องจาก
ในกลุ่มส่วนใหญ่มีสมาชิกวัยผู้สูงอายุ ทำให้บุคคลเหล่านี้ไม่ถนัดในการใช้เทคโนโลยี
การสื่อสาร ขาดความรู้ ขาดทักษะการเข้าถึงข้อมูลบนแพลตฟอร์ม ทำให้กลุ่ม
ไม่สามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตนเองได้ เพราะทางกลุ่มก็ไม่ได้มีผู้เชี่ยวชาญ หรือ
ผู้คอยสอนในเรื่องการใช้สื่อเทคโนโลยี บางครั้งปัญหาการใช้เทคโนโลยีทำให้
กลุ่มขาดรายได้จากลูกค้าไปบ้าง อย่างเช่น กรณีลูกค้าสั่งซื้อทางออนไลน์ ทักทาง
Inbox แต่ทางกลุ่มไม่สามารถตอบกลับได้ เนื่องจากไม่มีความรู้ในการสื่อสาร
การใช้ในแอปพลิเคชันของ Facebook หรือ Messenger ถือได้ว่าเป็นปัญหาที่สำคัญ
อย่างยิ่งที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างทันที เพื่อให้กลุ่มสามารถทำงานได้อย่างราบรื่น
ไม่ติดขัด และคอยกังวลในเรื่องเทคโนโลยีการสื่อสารการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าได้ง่าย
และลูกค้าเองก็สามารถเข้าถึงได้ง่ายเช่นกัน

2) รัฐบาลไม่ได้สนับสนุนงบประมาณเพื่อเป็นทุนหมุนเวียน
ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสดอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในขั้นตอนของ
การผลิตไข่เค็มต้องใช้เวลา อาทิเช่น การนึ่งใบเตยให้เป็นชิ้นเล็ก ๆ ก่อนนำไปปั่น
เพื่อให้ละเอียด แล้วนำมาพอกไข่ ซึ่งในปัจจุบันสมาชิกกลุ่มยังคงใช้มีดหั่น ทำให้
ผลิตไข่เค็มได้ในจำนวนที่จำกัดต่อวัน ทั้งนี้หากมีงบประมาณสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง
ทางกลุ่มจะนำงบประมาณดังกล่าวไปซื้อเครื่องหั่นใบเตย ซึ่งจะทำให้ระยะเวลา
ในการผลิตไข่เค็มสั้นลง ผลิตได้จำนวนมากขึ้น และจำหน่ายได้ในปริมาณที่มากขึ้น

3) การผลิตไข่เค็มค่อนข้างจะใช้เวลา เนื่องจากเยาวชนคน
รุ่นใหม่ และคนวัยทำงานในชุมชนไม่เห็นความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วม
เป็นสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด เพราะต้องการทำงานใน
องค์กรเพื่อไปหาประสบการณ์ในเมืองหลวง และในเมือง มากกว่าทำงานในชุมชน

ที่อยู่อาศัย ทำให้สมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย ทำให้การผลิตไข่เค็มใช้เวลามากกว่าการผลิตไข่เค็มโดยกลุ่มคนในวัยทำงาน สมาชิก 1 คน ต้องทำงานหลายหน้าที่ นอกจากนี้การจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย รวมถึงการจัดเก็บเอกสารทางการเงินและบัญชี ยังไม่เป็นระบบ และยากต่อการค้นหาเมื่อจำเป็นต้องใช้งาน

1.1.3 การพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มไบเตยกะทิสด

ด. พะวง จ. สงขลา

จากผลการศึกษาด้านการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มไบเตยกะทิสด ด. พะวง จ. สงขลา พบว่า

1) ด้านการจัดการ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มไบเตยกะทิสด มีการพัฒนาด้านการจัดการภายในกลุ่ม และจากหน่วยงานในภาครัฐอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การจัดการด้านต้นทุน จากทีมอาจารย์ และนิสิต คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ซึ่งได้ออกแบบการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง และพัฒนาระบบการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มไบเตยกะทิสด เนื่องจากการวิเคราะห์ต้นทุนการดำเนินงานกำหนดราคาขายโดยการกะประมาณ ไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการดำเนินงาน โดยแนะนำให้มีการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย ที่ระบุรายละเอียดของค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนวัตถุดิบ อุปกรณ์ ในการดำเนินงาน และค่าแรงงานสมาชิกใน การดำเนินงานแต่ละเดือน

2) ด้านคุณภาพและมาตรฐาน : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มไบเตยกะทิสด มีการพัฒนาด้านคุณภาพและมาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า อาทิเช่น การพัฒนารสชาติไข่เค็มให้มีความกลมกล่อม ไม่เค็มจนเกินไป ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการซื้อเป็นของฝาก และของขวัญ ในช่วงเทศกาลต่างๆ นอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มไบเตยกะทิสด ได้พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ (Logo) เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากจังหวัดสงขลา และจดจำได้ง่าย โดยได้รับการช่วยเหลือ สนับสนุน จากทีมอาจารย์ และนิสิตจาก คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ ดังภาพ



รูปภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์สำหรับของฝาก ของขวัญในช่วงเทศกาล และตราผลิตภัณฑ์ (Logo) ที่
 เป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ใน จ. สงขลา
 ที่มา : ชีวันนที คุณพิทักษ์(ถ่ายเมื่อวันที่ 6 มีนาคม 2567)

3) ด้านการบริหารการตลาด : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไช้เด๋มไบเตย กะทิสด วิสาหกิจชุมชนพะวง ผลิตไช้เด๋มเพื่อจำหน่าย โดยในช่วงแรกได้จำหน่ายโดยการวางขายที่ตลาด ประชาธิปไตยของดีวิถีชุมชน อ.ก.ส. อ. เมือง จ. สงขลา และตามสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดสงขลาที่มีการจัดงานเพื่อจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ และสินค้าจากชุมชน ต่อมาได้มีการพัฒนาสร้างเพจ facebook ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไช้เด๋มไบเตย กะทิสด เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมกลุ่ม และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้น ด้วยศักยภาพของสมาชิกในกลุ่มสามารถผลิตไช้เด๋มได้เพิ่มขึ้นตามความต้องการของลูกค้า ทางกลุ่มจึงได้รับการสนับสนุนจากทีมอาจารย์และนิสิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ เข้ามาช่วยแนะนำเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทาง line Official และ Tiktok ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เพิ่มขึ้น

4) การมีส่วนร่วมของสมาชิก : สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในกลุ่มทุกกิจกรรม ดำเนินงานร่วมกันเสมือนสมาชิกในครอบครัวเดียวกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามกำลังความสามารถของแต่ละคน อาทิเช่น การผลิตไช้เด๋ม การจำหน่ายไช้เด๋ม การเข้าร่วมเมื่อมีกิจกรรมจากทางหน่วยงานภาครัฐเข้ามาพัฒนา ให้ความรู้ เพื่อเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

1.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตย กะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา

จากการศึกษาข้อมูลในส่วนของการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มลูกค้าตลาดประชารัฐของวิสาหกิจชุมชน อ.ก.ส. จังหวัดสงขลา และตลาดผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยกะทิสด สามารถนำเสนอผลการศึกษาจาก การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นลูกค้าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยกะทิสด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 72.9 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 22.0 และเป็นเพศทางเลือก ร้อยละ 5.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 30.5 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 55-64 ปี ร้อยละ 18.6 และช่วงอายุ 35-44 ปี และช่วงอายุ 45-54 ปี ร้อยละ 16.9 และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด คือ ร้อยละ 13.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 50.8 รองลงมา สถานภาพสมรส ร้อยละ 47.5 และอื่นๆ (เพศทางเลือก) ร้อยละ 1.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.1 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 25.4 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 8.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นนิสิต/นักศึกษา ร้อยละ 28.8 รองลงมาอาชีพ คือเจ้าของกิจการ ร้อยละ 27.1 อื่นๆ ร้อยละ 22.0 รองลงมา คือ ข้าราชการ/บุคลากรหน่วยงานรัฐ ร้อยละ 13.6 แม่บ้าน ร้อยละ 6.8 และพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 33.9 รองลงมา 30,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 20.3 และ 15,001-20,000 บาท และ 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 13.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อไข่เค็มสมุนไพรใบเตยกะทิสด เพื่อรับประทานในครอบครัว ร้อยละ 69.5 รองลงมา เพื่อเป็นของฝาก ร้อยละ 28.8 และอื่นๆ ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นการสร้างมูลค่าเพิ่มไข่เค็มใบเตยกะทิสด

ด. พะวง จ. สงขลา

ความคิดเห็นการสร้างมูลค่าเพิ่มไข่เค็มใบเตยกะทิสด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.53	0.43	มากที่สุด
2. ด้านบรรจุภัณฑ์	4.52	0.47	มากที่สุด
3. ด้านการสร้างแบรนด์	4.34	0.55	มากที่สุด
รวมทุกด้าน	4.46	0.41	มากที่สุด

ที่มา : ชีวพันธ์ คุณพิทักษ์ (2566: 49)

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าเฉลี่ยทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.46$, S.D =0.41) เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยด้านที่มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.53$, S.D =0.43) รองลงมา คือ ด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{x}=4.52$, S.D =0.47) และด้านการสร้างแบรนด์ ($\bar{x}=4.34$, S.D =0.55) ตามลำดับ

2. สรุปและอภิปรายผล

2.1 การพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด

ด. พะวง จ. สงขลา

1. ด้านการจัดการ : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด มีการพัฒนาด้านการจัดการภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง จากหน่วยงานในภาครัฐอย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น การจัดการด้านต้นทุน จากทีมอาจารย์ และนิสิต คณะเศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ซึ่งได้ออกแบบการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง และพัฒนาระบบการคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด เนื่องจากการวิเคราะห์ต้นทุนกำหนดราคาขายใช้วิธีการกะประมาณ ไม่มี การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนในการดำเนินงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวินีย์ ธนาอนวัช (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน พบว่า การวิเคราะห์ต้นทุนการกำหนดราคาขายใช้วิธีการกะประมาณ ไม่มีการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน ศักยภาพการทำระบบบัญชีต้นทุนของกลุ่มทำได้แต่ไม่ถูกต้องตามหลักบัญชีและไม่ครบถ้วน

2. ด้านคุณภาพและมาตรฐาน : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด มีการพัฒนาด้านคุณภาพและมาตรฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า อาทิเช่น การพัฒนารสชาติไข่เค็มให้มีความกลมกล่อม ไม่เค็มจนเกินไป ใช้วัตถุดิบ ในท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดา ภักดิ์ยิ่ง (2563) เรื่องการพัฒนาศักยภาพ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น โดยได้เสนอแนวทางการพัฒนา ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น ด้านคุณภาพและมาตรฐาน ไว้ให้ ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มลูกค้า ที่ต้องการซื้อเป็นของฝาก และของขวัญ ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ นอกจากการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา ได้พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ (Logo) เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากจังหวัดสงขลา และจดจำได้ง่าย โดยได้รับการช่วยเหลือ สนับสนุน จากทีมอาจารย์ และนิสิตจาก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

3. ด้านการบริหารการตลาด : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ผลิตไข่เค็มเพื่อจำหน่าย โดยในช่วงแรกได้จำหน่ายโดยการวางขายที่ตลาดประชารัฐ ของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. อ. เมือง จ. สงขลา และตามสถานที่ต่าง ๆ ในจังหวัดสงขลา ที่มีการจัดงานเพื่อจำหน่ายสินค้าเพื่อสุขภาพ สินค้าจากชุมชน ต่อมาได้มีการพัฒนา สร้างเพจ facebook ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด เพื่อประชาสัมพันธ์ กิจกรรมกลุ่ม และเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ส่งผลให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้น ทว่าด้วยศักยภาพของสมาชิกในกลุ่มยังคงสามารถผลิตไข่เค็มได้เพิ่มขึ้น หากมี ลูกค้าเพิ่มขึ้น ทางกลุ่มจึงได้รับการสนับสนุนจากทีมอาจารย์ และนิสิต จากคณะ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ เข้ามาช่วยแนะนำเพิ่มช่องทาง ในการจัดจำหน่ายผ่านทาง line Official และ Tiktok ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึง กลุ่มลูกค้าได้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชดา ภักดิ์ยิ่ง (2563) เรื่อง การพัฒนา ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น โดยได้เสนอแนวทางการพัฒนา ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น ด้านการบริหารการตลาด ไว้ว่า ด้านช่องทางการจำหน่ายมีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายหลากหลายช่องทาง อาทิ งานแสดงสินค้าหรือเทศกาลต่าง ๆ รวมทั้งมีการขายสินค้าผ่านช่องทาง ออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางที่เหมาะสมกับ กลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน

4. การมีส่วนร่วมของสมาชิก : สมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในกลุ่มทุกกิจกรรม ดำเนินงานร่วมกันเสมือนสมาชิกในครอบครัวเดียวกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามความสามารถของแต่ละคนสามารถทำได้ อาทิเช่น การผลิตไข่เค็ม การจำหน่ายไข่เค็ม การเข้าร่วมเมื่อมีกิจกรรมจากทางหน่วยงานภาครัฐเข้ามาพัฒนาให้ความรู้ เพื่อเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ พัฒนাবรรจุภัณฑ์ พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ (2565) เรื่อง การกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอดผ้าพื้นบ้าน “กลุ่มฝ้ายตุ่ย” บ้านหนองบัว ตำบลภูหอ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มทอดผ้าด้านการบริหารจัดการ เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก การแสวงหาเครือข่ายการตลาด การหาเครือข่ายและผู้ส่งเสริมภาครัฐและเอกชน และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพล บัวเปลี่ยนสี และคณะ (2560) เรื่องการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งไม่ได้กล่าวถึง การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนใน จ. ฉะเชิงเทรา

2.2 สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ต. พะวง จ. สงขลา

จากค่าเฉลี่ยความคิดเห็นการสร้างมูลค่าเพิ่มไข่เค็มใบเตยกะทิสด พบว่า ค่าเฉลี่ย ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.46$, $S.D =0.41$) เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยด้านที่มากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.53$, $S.D =0.43$) รองลงมา คือ ด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{x}=4.52$, $S.D =0.47$) และด้านการสร้างแบรนด์ ($\bar{x}=4.34$, $S.D =0.55$) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาชิรญาณณ์ เผ่าตะใจ (2563) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์กระเทียมปลอดภัยของผู้ประกอบการจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกำหนดให้ปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า และมีปัจจัยอื่นๆ เพิ่ม ดังนี้ การออกแบบ และบริการ เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะให้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่ใบเตยกะทิสด เพิ่มจำนวนการผลิตไข่เค็มในช่วงเทศกาลปีใหม่ให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้าเนื่องจากที่ผ่านมาไข่เค็มไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งในประเด็นนี้ทางสมาชิกกลุ่มอาจจะต้องจัดการทรัพยากรมนุษย์ในกลุ่มเพื่อเพิ่มกำลังการผลิตในช่วงเทศกาลสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาเยาวชนในชุมชน ต. พะวง จ. สงขลา ให้ตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วม และเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน เพื่อสร้างงานสร้างอาชีพ เพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดี
2. การเพิ่มสูตรไข่เค็มที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยสามารถดำเนินการเสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดีได้นั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณ คณะผู้บริหารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขต สงขลา เป็นอย่างสูงที่สนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัยในครั้งนี้

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2567). **คู่มือการดำเนินการวิสาหกิจชุมชน (ฉบับปรับปรุงใหม่)**. สืบค้นเมื่อ วันที่ 5 มิถุนายน 2568, จาก <https://sceb.doae.go.th/>.

กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2562). **คู่มือนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2567, จาก <https://sceb.doae.go.th/wp-content/uploads/2025/05/คู่มือนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน>.

จิรพร มหาอินทร์ และคณะ. (2554). **การดำเนินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์และเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี**(รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพมหานคร : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

- ชีวันนัท คุณพิทักษ์. (2566). **การพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยกะทิสด ตำบลพะวง จังหวัดสงขลา เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์**(รายงานผลการวิจัย). สงขลา : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ณัฐพล บัวเปลี่ยนสี ปรีดาพร อารักษ์สมบุรณ์ และนิชาญา นารัฐปนันท์ (2560). **การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.** 1(1), 43-49
- ณัฐภาณี บัวดี และอดิเรก ฟันเขียว. (2563). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วย ในอำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก, วารสารศรีวันาลัยวิจัย.** 9(1), 15-24.
- ไทยโรจน์ พวงมณี และคณะ. (2565). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านก้างปลา ตำบลชัยพฤกษ์ อำเภอเมือง จังหวัดเลย, วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัย ราชภัฏเลย.** 17(61), 89-98.
- ประภาพร ยางประยงค์. (2559). **วิเคราะห์การจัดการวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาทำสะพานไฮโดรโปนิคส์, วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร.** 11(2), 25-32.
- พลชัย เพชรปลอด. (2561). **5 วิธีเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเรื่องเล่า ช่วยกระตุ้นต่อมอยากซื้อของลูกค้า.**สืบค้นวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2566, จาก https://www.sentangsedtee.com/careerchannel /article_96344.
- ภาวินัย ธนาอนวัช (2563). **การบริหารต้นทุนการผลิตและการวางแผนกำไรผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลบางนางร้า อำเภอบางปะหัน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี** 9(1), 47-56.
- รัชดา ภักดียิ่ง. (2563). **การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดขอนแก่น. Journal of Buddhist Education and Research: JBER.** 6(1), 175-189.

- เลิศวิโรจน์ โกวัฒนะ. (2561). **วิสาหกิจชุมชนแฟร์ 2018 เสริมฐานรากเข้มแข็ง สร้างเศรษฐกิจชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.ryt9.com/s/prg/2787712>.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. (2558). **คู่มือสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2567, จาก <https://web.codi.or.th/printing-media>.
- อาชิรญาณ์ เผ่าตะใจ. (2563). **การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์กระเทียมปลอดภัยของผู้ประกอบการจังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต)**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Kemmis, S., and McTaggart, R. (1990). **The action research planner**. Geelong: Deakin University Press.