

สร้างมูลค่าเพิ่มเนื้อแพะแปรรูปของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน
ตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา
**The Creation of Increasing Value for Goat Meat of Entrepreneurs for
Community Enterprise in Thung Pho Subdistrict of Saba Yoi
District in Songkhla Province**

ฟาริดา ซาชา, สุวัจน์ เพชรรัตน์,
สมชัย ปราบรัตน์, ธนพงษ์ วุ่นแสง และ พิฑูรย์ ทองฉิม
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
**Farida Sasha, Suwatchanee Petcharat,
Somchai Prabrat, Thanapong Wunsang and Pitoon Thongchim**
Hatyai University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: farida@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเนื้อแพะที่มีการแปรรูป 2) สร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะ 3) สร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะ กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะ ตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ดำเนินการโดยลงพื้นที่และให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึก เพื่อค้นหาวิธีการสร้างอายุการบริโภคเนื้อแพะให้มีระยะเวลาการบริโภคที่ยาวนานมากขึ้น และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเนื้อแพะ นอกจากนี้ มีการสำรวจประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการเลี้ยงแพะที่ส่งผลกระทบต่อสภาพทางเศรษฐกิจและรายได้ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

ผลการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชน 1 ผลิตภัณฑ์ 1 ตำบล ของตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา คือ “เนื้อแพะ” เพราะเป็นวัตถุดิบในท้องถิ่น และเนื้อแพะมีคุณค่าทางโภชนาการสูง สามารถแปรรูปเพื่อยืดอายุในการบริโภคได้ยาวนานมากขึ้น มีการพัฒนารสชาติเนื้อแพะเด็ดเดี่ยว และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามได้มาตรฐาน สามารถพกพาและเก็บรักษาเพื่อขยายระยะเวลาในการบริโภค เป็นการถนอมอาหารและสามารถแปรรูปการบริโภคเนื้อแพะได้หลากหลายเช่นกัน สำหรับการสร้างตราสินค้า (Brand) และโลโก้ (Logo) มีการออกแบบสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ผสมผสานกับความเป็นวิถีชุมชนตำบลทุ่งพอ ซึ่งเป็นชุมชนที่มีการเลี้ยงแพะเป็นอาชีพสำคัญของประชากร เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และ

* วันที่รับบทความ : 18 ธันวาคม 2566; วันที่แก้ไขบทความ 4 กุมภาพันธ์ 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 6 กุมภาพันธ์ 2567

Received: December 18 2023; Revised: February 4 2024; Accepted: February 6 2024

สร้างงาน สร้างรายได้หมุนเวียนให้กับชุมชน ทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจของตำบลทุ่งพอที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้นต่อไป

คำสำคัญ: สร้างมูลค่าเพิ่ม; เนื้อแพะแปรรูป; ผู้ประกอบการ; วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The purposes of this study were 1) to add value about the processed of goat meat, 2) to create knowledge for goat farming community enterprise entrepreneurs in Thung Por subdistrict, Saba Yoi district, Songkhla province, and 3) to create jobs, careers and generating income for goat farming community enterprise entrepreneurs, Thung Pho sub-district, Saba Yoi district, Songkhla province. The data collection by the field visit to the area and providing in-depth consultation and advice in order to find ways that extend the shelf life of goat meat consumption and adding value to goat meat. In addition, also explored the problems and obstacles of goat farming that affect the economic situation and income of community enterprise entrepreneurs in Thung Por subdistrict, Saba Yoi district, Songkhla province.

The results of the study revealed that 1 product 1 sub-district of Thung Por subdistrict, Saba Yoi district, Songkhla province is "goat meat" because it is a product that uses local raw materials and goat meat has high nutritional value. When processed, it can extend the shelf life for longer consumption. The development of sun-dried goat and packaging was developed to be beautiful and standard. The advantage was that it could be carried and stored for extended consumption period. Moreover, as food preservation and can be processed to consume more goat meat. For brand and logo, which have a design that reflects the spatial identity combined with the way of life of the community of Thung Por subdistrict where goat farming is an important occupation of the population. In addition, it can create valued for the product increase people's income and affecting the economy of Thung Por subdistrict to be better in the future.

Keywords: Add value, Processing, Community enterprise entrepreneurs

บทนำ

รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนายุทธศาสตร์ 20 ปี ของประเทศไทย ในด้านการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคม มีการส่งเสริมให้ทุกชุมชน หมู่บ้าน นำภูมิปัญญาท้องถิ่นและกระตุ้นให้ชุมชนและครัวเรือนมาจัดทำเป็นสินค้าเพื่อจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะภารกิจที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง คือ การผลักดันให้ระดับชุมชนพึ่งพาตนเองได้ เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ดังตัวอย่างเช่น การเลี้ยงแพะ สำหรับในประเทศไทยแพะเป็นสัตว์เศรษฐกิจหนึ่งที่ได้รับการกระตุ้นจากรัฐบาล จากกรมปศุสัตว์และสำนักงานปศุสัตว์จังหวัด เพื่อให้ช่วยในการกระตุ้นให้มีการผลิตแพะมากขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน การเลี้ยงแพะสามารถเข้าสู่โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ (OTOP) เนื่องจากแพะเป็นสัตว์ที่ได้รับความนิยมต่อกลุ่มผู้บริโภคด้วย ร้อยละ 63.33 บริโภคแพะแบบมีชีวิต เพศผู้ อายุต่ำกว่า

1 ปี เชื่อดโดยกลุ่มมุสลิมเพื่อใช้ประกอบพิธีทางศาสนา มีความถี่ในการบริโภค 2 – 3 ครั้งต่อปี แนวโน้มในการบริโภคเนื้อแพะมีเพิ่มมากขึ้น (ปริญญญาและคณะ, 2015) นอกจากศาสนาอิสลามแล้วยังมีศาสนาฮินดู ที่นิยมบริโภคเนื้อแพะเช่นกัน และยังมีตลาดผู้บริโภครายใหม่ที่ไม่เกี่ยวกับศาสนา เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว จีน อินเดีย ยุโรป และกลุ่มตลาดอาเซียนในไทย

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ทำให้เกิดปัญหาการว่างงาน ประชาชนและบัณฑิตที่จบการศึกษาใหม่ไม่สามารถหางานทำได้ ตามนโยบายการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยที่มุ่งเน้นการฟื้นฟูเศรษฐกิจในระดับชุมชน ทั้งการสร้างงานและการพัฒนาอาชีพ เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง รัฐบาลจึงออกพระราชกำหนดให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เพิ่มเติม พ.ศ.2564 ภายใต้แผนงานหรือโครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือ เยียวยาหรือชดเชยให้แก่ประชาชนในทุกสาขาอาชีพ ฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของ COVID-19 โดยหน่วยงานภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องในแต่ละพื้นที่และชุมชน ได้จัดกิจกรรมและโครงการต่างๆ เพื่อให้ความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง อาทิเช่น โครงการด้านการเกษตรสมัยใหม่ ด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP การท่องเที่ยวชุมชน การส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ในพื้นที่ เป็นต้น ซึ่งโครงการต่างๆเหล่านี้ หากไม่มีการบูรณาการอย่างเป็นระบบ ทำให้โครงการมีความซ้ำซ้อน ส่งผลต่อการใช้จ่ายงบประมาณไม่มีประสิทธิภาพ และทำให้ไม่สามารถสร้างผลกระทบ (Impact) ได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น รัฐบาลจึงเห็นควรให้มีหน่วยงานในพื้นที่ทำหน้าที่ในการบูรณาการกระบวนการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่อย่างเป็นระบบ (Area Based System Integrator) จึงมอบหมายให้มหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆของประเทศ ทำหน้าที่เป็น System Integrator ในระดับตำบลได้ โดยสามารถใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีอยู่ ทำงานประสานและร่วมงานกับจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานอื่นๆ เพื่อให้การทำงานบูรณาการนี้ยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลที่สามารถนำไปสู่การลดความยากจนอย่างมีเป้าหมายชัดเจน (Targeted Poverty Alleviation) และดำเนินการในพื้นที่รายตำบล ทำหน้าที่ดูแลดังนี้ (1) ดำเนินโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลตามปัญหาและความต้องการของชุมชนตามรูปแบบกิจกรรมที่จะเข้าไปดำเนินการในพื้นที่ที่รับผิดชอบ (2) ประสานงานและทำงานร่วมกับจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการดำเนินการโครงการภายในพื้นที่ (3) บูรณาการและสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ ที่ไปดำเนินการโครงการภายในตำบล ในด้านองค์ความรู้ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่เป็นมหาวิทยาลัยภาคเอกชนระดับภูมิภาคของภาคใต้ตอนล่าง ดูแลพื้นที่จังหวัดสตูลและสงขลา จำนวน 4 อำเภอ 5 ตำบล ประกอบด้วยพื้นที่จังหวัดสตูลจำนวน 3 อำเภอ 4 ตำบล คือ 1. อำเภอทุ่ง

หว่า จำนวน 2 ตำบล คือ ตำบลขอนแก่น ตำบลป่าแกบ่อหิน 2. อำเภอมะนัง จำนวน 1 ตำบล คือ ตำบลนิคมพัฒนา 3. อำเภอกำแพง จำนวน 1 ตำบล คือตำบลสาคร และจังหวัดสงขลา จำนวน 1 อำเภอ 1 ตำบล คือ อำเภอบางขัน ตำบลทุ่งพอ

จากโครงการดังกล่าว คณะบริหารธุรกิจ ได้รับมอบหมายจากมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ดูแลพื้นที่ตำบลทุ่งพอ อำเภอบางขัน จังหวัดสงขลา ให้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้ (1) ลงพื้นที่ประชุมชี้แจงโครงการร่วมกับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง (2) มีการประสานงานเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและชุมชนอย่างบูรณาการในการส่งเสริมงานผลิตภัณฑ์ชุมชน (3) สืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่มีในชุมชนที่สามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชน (4) คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชน ทุ่งพอ (5) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (6) ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีแก่ชุมชนตำบลทุ่งพอ อำเภอบางขัน จังหวัดสงขลา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นสินค้าที่สร้างมูลค่าและสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ในอนาคต ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนในการสร้างรายได้และการพึ่งตนเองส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนเจริญเติบโต

แพะเป็นสัตว์เคี้ยวเอื้องขนาดเล็ก แพะที่เลี้ยงในภาคใต้คิดเป็น 47.6 % โดยรวมแล้วประเทศไทยมีการเพิ่มขึ้นของงานวิจัยเกี่ยวกับแพะ ข้อดีของแพะพื้นเมืองคือ มีสัดส่วนเนื้อแดงอยู่มากและมีความทนทานต่อพยาธิ การเลี้ยงแพะทั้งแพะเนื้อและแพะนมในจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลผลิตออกมาเพื่อการจำหน่าย ต้นทุนผันแปรในการเลี้ยงแพะค่อนข้างสูง การเลี้ยงแพะที่ทำให้เกิดจุดคุ้มทุน คือ การเลี้ยงแพะให้มีน้ำหนักเฉลี่ย 17.1 กิโลกรัมต่อ 1 ตัว และมีราคาขายเฉลี่ยต่อตัวอยู่ที่ 7,000 บาท การพัฒนาโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มในแพะเนื้อ การจัดจำหน่ายมีหลายรูปแบบทั้งอาหารหมัก อาหารแปรรูป อาหารกระป๋อง เนื้อแพะแปรรูป สำหรับด้านการผลิตแพะนม มีรูปแบบการผลิตเป็นนมพาสเจอร์ไรส์พร้อมดื่ม เครื่องสำอาง โยเกิร์ต รวมทั้งไอศกรีมจากนมแพะและมีกลยุทธ์การตลาดที่ต่างจากแพะเนื้อ แพะนมมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อและคุณประโยชน์จากนมแพะ ด้านแพะเนื้อใช้กลยุทธ์เพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายและการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคที่เป็นชาวไทยมุสลิมให้ความนิยมบริโภคแพะจำนวนมาก ปัญหาหลัก คือ เกษตรกรยังขาดความรู้การตลาด และการวางแผน

เนื้อแพะแดดเดียวทรงเครื่องและเนื้อแพะฝอย (แบรนด์ พอ แอะ แพะ) เป็นการแปรรูปเนื้อแพะจากเดิมที่จำหน่ายเนื้อแพะสดให้เป็นสินค้าใหม่ให้กับกลุ่มผู้เลี้ยงแพะในชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ยกระดับให้เป็นสินค้าประจำตำบลและสร้างรายได้ให้ประชาชนในชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มผู้เลี้ยงแพะในชุมชน ตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจัดทำบรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้า และช่องทางการตลาดให้กับเนื้อแพะที่มีการแปรรูป
3. เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มผู้เลี้ยงแพะในชุมชน ตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเริ่มต้นจากการประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ อบต.ทุ่งพอ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต.ทุ่งพอ เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชน เมื่อได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนแล้ว ลงพื้นที่เพื่อพัฒนาทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต.ทุ่งพอ อ.สะบ้าย้อย จ.สงขลา

และมีการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมูลค่าสูงโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องความเป็นมาของชุมชนตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา เกี่ยวกับข้อมูลด้านภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ ชุมชน คน และบริบทที่เกี่ยวข้องในพื้นที่
2. ลงพื้นที่ประชุมชี้แจงการดำเนินโครงการร่วมกับ อบต./กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/พัฒนาการชุมชน และสำรวจชุมชน เยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ชุมชน ความพร้อมของผู้ประกอบการและรับฟังปัญหาความต้องการของผู้ประกอบการตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา
3. คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกันระหว่างคณะทำงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชนทุ่งพอ
4. พัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ พัฒนาตราสินค้า/โลโก้และฉลากสินค้า ที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์/เอกลักษณ์เชิงพื้นที่และมีความทันสมัย
5. ทดลองตลาด โดยการจัดจำหน่าย ทั้งออฟไลน์และออนไลน์

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชน ตำบลหนองพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา มีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการ เพื่อสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 4 ครั้ง ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน

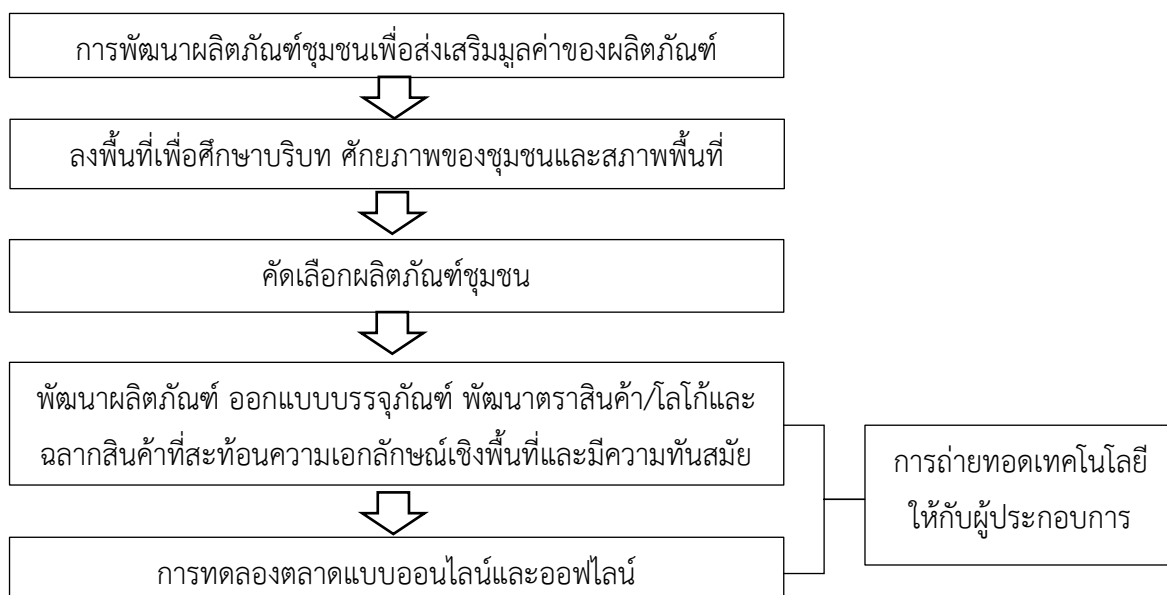
กิจกรรมที่ 2 อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสร้างอัตลักษณ์หรือ Brand สินค้า การพัฒนาออกแบบสินค้าบรรจุภัณฑ์

กิจกรรมที่ 3 อบรมให้ความรู้และลงมือปฏิบัติเกี่ยวกับการตลาด Online สื่อโฆษณา Digital เพื่อการสร้าง Brand ใช้ประกอบในการโฆษณาสินค้า

กิจกรรมที่ 4 การออกร้านขายสินค้า เป็นการทดสอบตลาดและรับฟังข้อเสนอแนะจากลูกค้าเพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

มีการดำเนินการ เริ่มต้นตั้งแต่ให้ชุมชนทราบถึงบริบท ศักยภาพและความต้องการของตนเอง รู้จักการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน สามารถวิเคราะห์จุดแข็ง/จุดอ่อนและนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และแปรรูปให้มีมูลค่าสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน โดยกำหนดกรอบแนวคิดของกระบวนการศึกษา ดังรูป



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการเพิ่มมูลค่าเนื้อแพะผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ภายใต้โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T for BCG and Regional Development) เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ หมุนเวียนให้กับชุมชน โดยลงพื้นที่สำรวจ รวบรวมข้อมูลและสัมภาษณ์เกี่ยวกับบริบทชุมชน การประกอบอาชีพ และนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านกิจกรรมและ กระบวนการดำเนินงานร่วมกันระหว่างคณะทำงานและชุมชน



รูปที่ 2 ลงพื้นที่สำรวจ



รูปที่ 3 แพะแพะแพะแพะแพะแพะ



รูปที่ 4 ออกแบบตราฉลาก

ผลการวิจัยแบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการสร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มเลี้ยงแพะในชุมชน ตำบลทุ่งพอ อำเภอสบไช้อย จัหวัดสงขลา เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชน คณะทำงานได้ลงพื้นที่จัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ 3 ครั้ง ผลการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ได้ ดังนี้

(1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยและได้มาตรฐานความรู้ที่ได้รับ คือ กระบวนการผลิตเนื้อแพะสดที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ

(2) อบรมให้ความรู้การสร้างอัตลักษณ์หรือ Brand สินค้า การพัฒนาออกแบบสินค้า บรรจุภัณฑ์ ความรู้ที่ได้รับ คือ แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แนวคิดออกแบบโลโก้และการใช้โทนสีพื้นและสีของตัวอักษรและแนวคิดการออกแบบฉลากสินค้า

(3) อบรมเกี่ยวกับการตลาด Online สื่อโฆษณา Digital เพื่อการสร้าง Brand ความรู้ที่ได้รับ คือ การขายผ่านออนไลน์และออฟไลน์ในรูปแบบต่างๆ และการลงมือปฏิบัติจริงของกลุ่มฯ คือ การขายผลิตภัณฑ์เนื้อแพะแดดเดียวและแพะฝอยผ่านออนไลน์ Online Marketing ผ่านเพจ Facebook : พอ แะ แพะ และ ขายออฟไลน์ คือ การติดต่อผ่านทางโทรศัพท์และออกบูธขายเนื้อแพะแดดเดียวและแพะฝอย และออกบูธแสดงสินค้าในงาน U2T FOR BCG FAIR ณ เซ็นทรัลลาดใหญ่

2. ผลการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจัดทำบรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้า และช่องทางการตลาดให้กับเนื้อแพะที่มีการแปรรูปเป็นแพะแดดเดียวและแพะฝอยคณะทำงานร่วมกับผู้นำชุมชนได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชน 1 ผลิตภัณฑ์ 1 ตำบล ของตำบลทุ่งพอ คือ “ผลิตภัณฑ์เนื้อแพะแดดเดียว” ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงแพะ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นที่มีจำนวนมากและราคาถูกมาสร้างมูลค่าเพิ่ม คือ เนื้อแพะสดมาแปรรูปเป็นเนื้อแพะแดดเดียวและเนื้อแพะฝอย คณะทำงานกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงแพะมีความเห็นร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แพะแดดเดียวและแพะฝอยให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน โดยการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ มีการออกแบบแบรนด์สินค้า ตราสินค้า (BRAND)/โลโก้ (Logo) และฉลากสินค้า พบว่า

(1) ด้านการพัฒนารสชาติของผลิตภัณฑ์แพะแดดเดียวและแพะฝอย ผ่านกระบวนการสาธิตทำให้ลูกค้าทดลองชิมและนำข้อเสนอแนะไปพัฒนาสูตรจนได้รสชาติที่พึงพอใจ

(2) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและยืดอายุเนื้อแพะให้เก็บไว้ได้นานมากขึ้น ผลการดำเนินการ 1) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่เนื่องจากเดิมไม่มีการแปรรูปเนื้อแพะสด ซึ่งมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและได้มาตรฐาน สามารถถนอมและยืดอายุเนื้อแพะสดให้เก็บไว้ได้นานมากขึ้น ปลอดภัย และสะอาด 2) แบบตราสินค้า(Brand) และโลโก้ (Logo) ใหม่ ออกแบบที่สะท้อนความเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ผสมผสานกับความเป็นวิถีชุมชนตำบลทุ่งพอมากที่สุด คือ รูปแพะ สะท้อนความเป็นวิถีชุมชนผู้เลี้ยงแพะ 3) ฉลากสินค้า ออกแบบฉลากของสินค้าที่ควบคุมตรงตามผลิตภัณฑ์ครบถ้วน เน้นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์เนื้อแพะสดที่นำมาแปรรูป เป็นเนื้อแพะแดดเดียว และแพะฝอยรวมทั้งบอกเรื่องราวของเนื้อแพะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น 4) การทดลองตลาด ขายในงานแสดงสินค้าที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ และมีการขายผ่านเพจให้กับลูกค้าที่บริโภคเนื้อแพะ นอกจากนี้มีการขายให้กับลูกค้าที่อยู่ในชุมชนบ้านทุ่งพอและใกล้เคียง เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนให้กลุ่มลูกค้าในชุมชนหรือใกล้เคียงได้ชิมและซื้อสินค้า

3. ผลการสร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มเลี้ยงแพะ ในชุมชน ตำบลทุ่งพอ อำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา พบว่า ผลของการทดลองตลาดผลิตภัณฑ์เนื้อแพะแดดเดียวและแพะฝอย ได้รับการตอบรับจากลูกค้า ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น 20% เป็นการสร้างรายได้และการพึ่งตนเองได้ของสมาชิกชุมชนผู้เลี้ยงแพะตำบลทุ่งพอ ทั้งนี้สามารถนำไปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการ

ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยือนตำบลทุ่งพอซื้อสินค้าเป็นของกิน ของฝากและกลับมาซื้อซ้ำ สร้างรายได้หมุนเวียนให้คนในชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืนส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนเจริญเติบโต

สรุปผล

1. สร้างความรู้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มเลี้ยงแพะในชุมชน ทุ่งพอ อำเภอบ้านย้อย จังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการฯ ได้นำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมไปใช้ในการพัฒนา เพื่อดำเนินการผลิตเนื้อแพะแดดเดียว และแพะฝอย ซึ่งทำให้สามารถยืดระยะเวลาในการบริโภคเนื้อแพะได้ระยะเวลานานมากขึ้น นอกจากนี้ มีการนำความรู้ที่ได้มาจัดทำบรรจุภัณฑ์ใหม่ ออกแบบโลโก้ปรับปรุงตราสินค้า และสามารถจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดียได้

2. สร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจัดทำบรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้า และช่องทางการตลาดให้กับเนื้อแพะที่มีการแปรรูปเป็นแพะแดดเดียวและแพะฝอย เมื่อได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ และออกแบบตราสินค้า ทำให้สามารถตั้งราคาขายที่เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีผลประกอบการที่ดีขึ้นมีการเพิ่มช่องทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขายแบบหน้าร้าน มาเป็นการขายผ่านออนไลน์ ผ่านทางสื่อโซเชียลมีเดียเพจ และเฟสบุ๊ก ซึ่งทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายได้มากขึ้น

3. สร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มเลี้ยงแพะในชุมชน ตำบลทุ่งพอ อำเภอบ้านย้อย จังหวัดสงขลา พบว่า จากการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การจัดทำบรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้า และช่องทางการตลาด ส่งผลต่อการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ เมื่อมีการนำเนื้อแพะมาแปรรูป และสามารถขายเนื้อแพะได้ตลอดทุกเทศกาลมากขึ้นกว่าการขายเนื้อแพะสดอย่างเดียว เนื้อแพะ

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพพื้นที่ของตำบลทุ่งพอ อำเภอบ้านย้อย จังหวัดสงขลา สภาพพื้นที่เดิมที่ราบลุ่ม มีพันธุ์ไม้ป่าขึ้นปกคลุมโดยทั่วไปไม้ป่าส่วนใหญ่จะเป็นไม้สน "หลุมพอ" ไม้เนื้อแข็ง ที่นิยมใช้ปลูกสร้างอาคารบ้านเรือน เรียกตามสภาพพื้นที่ ว่าตำบลทุ่งพอ สภาพทั่วไปของตำบลเป็นพื้นที่ราบ ที่ทุ่งนา ท้องทุ่ง ป่าไม้ดินอุดมสมบูรณ์ บ้าง เช่น ภูเขา ป่าไม้ มีทรัพยากรที่สำคัญของชาติ สำหรับอาณาเขตตำบล ทิศเหนือติดกับ ต.สะบ้าย้อย คูหา ทิศใต้ติดกับ ต.บาโหย ทิศตะวันออก ติดกับ ต.จะแหวน และทิศตะวันตกติดกับ ต.เขาแดง ตำบลทุ่งพอ มีจำนวนประชากรในเขต อบต. คือ 8,357 คน มี 1,502 หลังคาเรือน อาชีพหลัก คือ การทำสวนยาง มีอาชีพเสริม ทำขนม หัตถกรรม เครื่องใช้ในครัวเรือน จากสภาพพื้นที่ดังกล่าว ประชาชนส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการเลี้ยงแพะ มีจุดประสงค์เพื่อจำหน่ายเป็นรายได้ของครอบครัว แต่เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะ ไม่สามารถสร้างรายได้อย่างยั่งยืนได้ ทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการฯ คือขาดความรู้และเงินทุนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนั้น จึงมีแนว

ทางการแก้ปัญหาด้วยการแสวงหาความรู้ และสร้างองค์ความรู้ใหม่ร่วมกับมหาวิทยาลัย ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใช้เงินทุนจากการสนับสนุนของรัฐ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างมีระบบและมีเป้าหมายที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการวิเคราะห์สถานการณ์ หรือการทำ SWOT Analysis ซึ่งทำให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ชุมชน โอกาสในการดำเนินธุรกิจ อุปสรรค การปรับปรุงคุณภาพของธุรกิจ ซึ่งนำไปสู่การสร้างรายได้ และระบบเศรษฐกิจที่ดีขึ้น

2. กระบวนการเพิ่มมูลค่าของสินค้าจากวัตถุดิบหลักให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น การแปรรูปสินค้าช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ การนำเนื้อแพะสดมาแปรรูปเป็นเนื้อแดดเดียวและเนื้อแพะฝอย ทำให้มีมูลค่าสูงขึ้น เนื้อแพะมีคุณค่าทางโภชนาการต่อร่างกายช่วยลดความเสี่ยงวิตามินเอและอีและมีแคลเซียมสูงช่วยเพิ่มการทำงานของเมล็ดเลือดขาวมีโปรตีนสูงช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกัน

การเลี้ยงแพะมีวัตถุประสงค์เพื่อนำผลผลิตมาจำหน่าย ต้นทุนผันแปรในการเลี้ยงแพะค่อนข้างสูง การเลี้ยงแพะที่ทำให้เกิดจุดคุ้มทุนคือ การเลี้ยงแพะให้มีน้ำหนักเฉลี่ย 17.1 กิโลกรัมต่อ 1 ตัว และมีราคาขายเฉลี่ยต่อตัวอยู่ที่ 7,000 บาท การพัฒนาโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแพะด้วยการแปรรูปเป็นเนื้อแพะแดดเดียวและเนื้อแพะฝอย ทำให้สามารถยืดอายุการบริโภคเนื้อแพะได้นานมากขึ้น สามารถบริโภคได้ง่าย สะดวก ทั้งนี้ ต้องมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อและคุณประโยชน์จากแพะแดดเดียวและแพะฝอย เช่น การเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย และการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคที่เป็นชาวไทยมุสลิม ให้นิยามบริโภคแพะจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักคือ เกษตรกรยังขาดความรู้ การตลาด การวางแผน

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อแพะ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทุ่งพอ มีช่องทางการจัดจำหน่ายแก่ผู้บริโภคคือ การจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการ ต่างๆ การจำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการจัดจำหน่ายที่ตลาดสด โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะนิยมซื้อสินค้าจากงานจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ รองลงมาเป็นการซื้อสินค้าจากอินเทอร์เน็ต และซื้อจากการจัดจำหน่ายที่ตลาดสด อิทธิพลของการใช้เทคโนโลยีการขายส่งผลกระทบต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้น ทำให้ลูกค้าไปบอกต่อและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ (กิตติศักดิ์ ทัศนีย์, 2559 : 54-65)

สร้างการรับรู้คุณค่าทางโภชนาการของเนื้อแพะ การสร้างผลิตภัณฑ์จากแพะเนื้อที่หลากหลาย เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Berto et, al. (2019 : 204-213) ที่เสนอทางเลือกใน การเพิ่มโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากแพะโดยการใช้ส่วนต่างๆของแพะมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น หนังแพะ เนื้อแพะ และ มูลแพะ เป็นต้น และผลักดันในส่วนของการผลิตให้มีมาตรฐานสำหรับการบริโภคมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผู้เลี้ยงแพะยังมีจำนวนน้อย เนื่องจากสถานะทางเศรษฐกิจ และยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อแพะด้วยการแปรรูปสินค้า ทำให้จำนวนผู้เข้าร่วมยังน้อยกว่าเป้าหมาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษารุ่นนี้มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าและช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเนื้อแพะเท่านั้น การศึกษารุ่นต่อไปอาจศึกษาด้านการศึกษาการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาด กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อแพะเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเนื้อแพะและเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและเกษตรกรเนื้อแพะในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กิตติทัศน์ ทศกัญญ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อชุดชั้นในวาโก้ของผู้หญิงที่มาใช้บริการในห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*. 6 (2), 54-65
- ปริญญญา ปริญญญา, กนกพร ภาควิชา, อุไรวรรณ อินทสร และ ปราโมทย์ เพชรศรี. (2015). แนวโน้มการบริโภคเนื้อแพะและแกะในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ Trends in Goat Meat and Mutton Consumption in the Southernmost Provinces. *Journal of Social Sciences and Humanities Research in Asia*. 21 (1).
- Berto, M. W., Dewie, S. A. and Ywang, N. P. (2019). Value chain analysis on goat processed products in Surabaya. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. 5 (2), 204-213.
- SME in Focus. (2019). 4Cs model. Product development concept. *Online*. Retrieved from <https://bangkokbanksme.com/en/model-product-4cs>