

แนวทางการพัฒนาศักยภาพห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูด
บ้านเสมา จังหวัดนครศรีธรรมราช*

POTENTIAL DEVELOPMENT OF VALUE CHAIN OF EDIBLE FERN
COMMUNITY ENTERPRISE, BAN SEMA, NAKHON SI THAMMARAT

เอื้องฟ้า เขากลม

Uangfa Khaoklom

มนตรีรา สังข์ทอง

Monthira Sangthong

เมธาวัตร ภูธรภักดี

Methawat Phutornpukdee

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand

E-mail: uangfacharee@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 2) นำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรในการศึกษาคือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมาจำนวน 22 คน เลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่มจากสมาชิก จำนวน 8 คน โดยกำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนและกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า มีการจัดบันทึกข้อความ การบันทึกเสียงระหว่างการสนทนา และสังเกตพฤติกรรมผู้เข้าร่วมการสนทนา ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกจัดหาปัจจัยการผลิตด้วยตัวเอง ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นแม่ค้าคนกลางและมารับผักกูดเองด้วยรถยนต์ส่วนตัว กลุ่มไม่มีบรรจุภัณฑ์เป็นของตนเอง ไม่มีช่องทางการขายออนไลน์ ไม่มีการรับประกันสินค้า กลุ่มเป็นผู้กำหนดราคาขายผักกูดเอง มีการแบ่งงานกันทำและแบ่งค่าตอบแทนภายในครอบครัว ใช้การโทรแบบปกติและผ่านแอปพลิเคชันไลน์เพื่อติดต่อกับลูกค้า แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าควรพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ผักกูดของกลุ่ม ควรนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้เพื่อขยายฐานลูกค้า ควรวางแผนการผลิตน้ำปุ๋ยหมักชีวภาพสำหรับบำรุงผักกูดอย่างน้อยสองเดือนต่อครั้ง ควรใช้ตะกร้าแทน

* Received November 12, 2021; Revised December 25, 2021; Accepted February 1, 2022

ถูกพลาสติกขนาดใหญ่เพื่อลดต้นทุน ควรพัฒนาระบบการส่งผักกูดให้กับแม่ค้าคนกลาง ลูกค้ารายย่อยหรือลูกค้าใหม่ในพื้นที่ต่างจังหวัด ควรมีการรวมทุนในการบริหารจัดการด้านการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ ควรมีการจัดรูปแบบการทำงานภายในกลุ่มกันใหม่และจัดทำคู่มือการจัดการผักกูดเพื่อจำหน่าย

คำสำคัญ: ห่วงโซ่คุณค่า, วิสาหกิจชุมชน, ผักกูด, จังหวัดนครศรีธรรมราช

Abstract

The objectives of this research were to: 1) investigate potential development of value chain of edible fern community enterprise, Ban Sema, Nakhon Si Thammarat and 2) suggest potential development of value chain of edible fern community enterprise, Ban Sema, Nakhon Si Thammarat using a qualitative research approach. The population in the study was 22 members of community enterprise, Ban Sema, Nakhon Si Thammarat. They were selected purposively and the data collected through group discussion from the samples were 8 members. All questions for group discussion were related to general information of edible fern community enterprise, Ban Sema and activities relevant to value chain. The data collected via taking note, video recording and observing the members' participation. The data obtained were analyze by using content analysis. The results revealed that the members support themselves. Most of the customers were middlemen who loaded the products using their own cars. The members did not have their own packaging. They neither had online platform nor product warranty. The members set the price themselves. They had their own responsibilities and the money was paid to all members equally. They used mobile phones and some applications to contact both customers and members. The guideline to develop potential value chain is to use online platforms and design their own packaging for Edible Fern. Also, communication technology should be adapted to increase a number of customers. Also, Bio-Fermented water should be sprayed to edible ferns twice a month. In order to reduce cost, the members should use baskets instead of using big plastic bags. Moreover, the members should have good system to spread edible fern to middlemen. They also should manage queues for retail customers and new customers in other provinces systematically. In addition, they should



spare some budget for designing packaging for their product. Furthermore, their team working should be totally reorganized. Lastly, they should design and print a guidebook for all team members to follow and run the business that is edible fern in the same pattern.

Keywords: value chain, Community Enterprise, Edible Fern, Nakhon Si Thammarat

บทนำ

วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรืออื่น ๆ ของคณะบุคคลที่มี ความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และดำเนินกิจการร่วมกัน เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) ถือเป็นเครื่องมือในการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ เกิดความอยู่ดีกินดี สังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นการต่อยอดวิถีชีวิตของเกษตรกร บวกกับภูมิปัญญาของท้องถิ่น และขนบธรรมเนียมประเพณี สอดแทรกลงไปในการผลิตภัณฑหรือบริการของชุมชน ผสมผสาน การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อมุ่งสร้างเม็ดเงิน เกิดรายได้เสริมเพิ่มเติมจากรายได้หลัก ทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐขับเคลื่อนให้วิสาหกิจชุมชนมีความเจริญเติบโต เพิ่มมากยิ่งขึ้น แต่ในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนหลายกลุ่มได้พบเจอปัญหาหลายด้าน ทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถดำเนินต่อไปได้จนต้องปิดกลุ่มลง (ณัฐนิชา ประสาทเขตรวิทย์ และคณะ, 2562) อาจเนื่องมาจากปัญหาด้านการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น การให้ความรู้และการช่วยเหลือกับสมาชิกจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการ แก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน แนวคิดการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า เป็นแนวคิดการจัดการสมัยใหม่ (ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์, 2559) ปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างความ ได้เปรียบในการแข่งขันของสินค้า ทั้งในด้านราคาขายและการสร้างความแตกต่าง โดยการทำความ เข้าใจและสร้างความโดดเด่นของสินค้า ทั้งระบบของกิจกรรมทางธุรกิจนั้น ให้ความสำคัญกับกิจกรรมแต่ละกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างสรรค์ คุณค่าของตัวสินค้า ซึ่งการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าจะทำให้สินค้าของวิสาหกิจชุมชนได้รับการ สร้างสรรค์คุณค่าให้เพิ่มมากขึ้น เกิดความแตกต่าง และยังเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดได้ยิ่งขึ้นด้วย ด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป หลายกิจกรรมต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามวิถีชีวิตใหม่ รูปแบบการซื้อ สินค้าของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก ซึ่งรัฐบาลได้เห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น จึงมีนโยบายสนับสนุนให้หน่วยงานรัฐเข้า

ช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาให้กับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่รับผิดชอบเป็นการเร่งด่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานทางการศึกษาซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญสามารถเข้าไปให้ความรู้และช่วยเหลือปัญหาแก่วิสาหกิจชุมชนได้เป็นอย่างดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาเป็นหน่วยงานทางการศึกษาของรัฐในจังหวัดนครราชสีมา มีนโยบายในการดำเนินงานพัฒนาพื้นที่ตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย เพื่อตอบสนองพระบรมราโชบายในการยกระดับคุณภาพการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่น ได้กำหนดพื้นที่และชุมชนเป้าหมายในจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดตรัง วิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมาเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เป้าหมายสำหรับการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย สมาชิกของกลุ่มประกอบอาชีพเกษตรกรรม (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน, 2562) จัดตั้งกลุ่มขึ้นมาเพื่อสร้างรายได้เสริมจากการทำสวนผลไม้ ในการดำเนินกิจกรรมปลูกผักกูดเพื่อจำหน่ายของกลุ่มนั้นยังขาดการวิเคราะห์และพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเป็นการพิจารณาถึงความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในการแข่งขัน (จันจิรา ศักดิ์ศรี และสปีญธ์หยก วีรบุญฤกษ์, 2564) ทำให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมองเห็นภาพรวมของการดำเนินงานอย่างครอบคลุม ทราบจุดอ่อนจุดแข็ง และข้อควรพัฒนาของการดำเนินงานอีกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาและเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงกิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการ ตลอดจนพัฒนากิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณค่าและความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษารั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การศึกษารั้งนี้ได้เลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 8 คน จากจำนวนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา ทั้งหมด 22 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับประเด็นวิจัย หรือจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

- 1.1 เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครราชสีมา



1.2 ได้ร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างต่อเนื่อง

1.3 เป็นผู้ที่สามารถให้ข้อมูลได้ตลอดการสนทนากลุ่ม

1.4 เป็นผู้ที่สื่อสารภาษาไทยได้ดี

1.5 มีความสมัครใจเข้าร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่ม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สนทนากลุ่ม (Focus group) โดยกำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมาและกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่า

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยนี้ ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม ประกอบด้วย ผู้วิจัยจำนวน 3 คน และผู้ช่วยวิจัยจำนวน 1 คน มีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

3.1 การเปิดการสนทนากลุ่ม โดยผู้ดำเนินการสนทนาแนะนำผู้เข้าร่วมและสร้างปฏิสัมพันธ์เพื่อสร้างความคุ้นเคยและเป็นประโยชน์ในการสนทนา จากนั้นเริ่มประเด็นการสนทนาไปตามลำดับคำถามที่กำหนดไว้ ระหว่างดำเนินการสนทนากลุ่ม ผู้ช่วยวิจัยทำหน้าที่ในการจดบันทึกข้อความ มีการบันทึกเสียงระหว่างการสนทนา และสังเกตพฤติกรรมผู้เข้าร่วมการสนทนา ซึ่งใช้ระยะเวลาในการสนทนากลุ่ม 3 ชั่วโมง

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากดำเนินการสนทนากลุ่มแล้ว ดำเนินการถอดเทป และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์โดยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลซ้ำจากผู้ร่วมวิจัยและผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้อง

ผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพภาพห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ 6 (บ้านเสมา) ตำบลท่าดี อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2553 มีสมาชิกตามทะเบียนจดวิสาหกิจชุมชนจำนวน 8 คน เดิมทีสมาชิกไม่มีแปลงผักกูดเป็นของตนเอง ปลูกผักกูดในแปลงสาธิตและเรียนรู้ร่วมกันก่อนจะแยกไปปลูกผักกูดในแปลงของตนเอง แต่อยู่ภายใต้แนวคิดผักกูดปลอดภัยไม่ใช้สารเคมี ใช้วิธีการกำจัดวัชพืชด้วยการถอนหญ้า และร่วมกันกำหนดราคาขายด้วยกัน มีการแบ่งปันยอดการสั่งซื้อผักกูดระหว่างสมาชิกด้วยกัน

2. ผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ตามกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่าได้รายละเอียดดังนี้

2.1 กิจกรรมหลัก ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดคุณค่าและผลตอบแทนในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

2.1.1 การวางแผนจัดหาปัจจัยการผลิต (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาปัจจัยการผลิตผักกูด โดยกลุ่มผลิตผักกูดปลอดสารเคมี เน้นใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ปุ๋ยหมัก หรือทำน้ำหมักชีวภาพมาใช้เป็นปุ๋ยบำรุงต้นผักกูด โดยจะรวบรวมเศษพืชผัก เศษผลไม้ต่าง ๆ ที่ได้มาจากสวนของสมาชิกมาทำน้ำหมักชีวภาพ โดยจัดทำน้ำหมักประมาณ 3 เดือนต่อครั้ง เมื่อหมักจนได้ที่แล้วจะนำมาฉีดพ่นบำรุงต้นผักกูดเดือนละ 1 ครั้ง สมาชิกจะเก็บยอดผักกูดทุกวัน ผักกูดที่เก็บได้จะถูกบรรจุใส่ในเชิงหรือตะกร้าลำเลียงออกจากแปลงปลูก โดยรถจักรยานยนต์หรือรถยนต์ส่วนบุคคล ระยะเวลาในการขนส่งประมาณ 2 - 5 กิโลเมตร

“ทางกลุ่มผม หาใช้ปุ๋ยยาฆ่าแมลง ปุ๋ยเคมีก็ไม่ใช้ ใช้แต่ปุ๋ยชีวภาพถึงเนียะ..ในถึงอันนี้ละ เราทำน้ำหมักชีวภาพไว้ทำปุ๋ยรดผักกูดในแปลง” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2564)

2.1.2 การดำเนินงาน (Operations) เริ่มจากการเก็บยอดผักกูดช่วงเช้าตรู่ของทุกวัน โดยใช้มือเด็ดยอดผักกูดที่มีสีเขียวสด ลำต้นอ่อนนอบอิมน้ำ ลักษณะใบยังไม่บาน ปลายยอดบนม้วนเป็นวง อุปกรณ์ที่ใช้ คือ ถุงมือผ้าและตะกร้าสำหรับใส่ผักกูด ผักกูดจะถูกล้างน้ำเปล่า และจัดบรรจุผักกูดเตรียมส่งขายมี 2 แบบ คือ แบบซังกิโกลกรัมและแบบมัดกำย่อย จัดเรียงตามออเดอร์ของลูกค้า และรอลูกค้ามารับต่อไป

“เวลาเด็ดก็ใส่ถุงมือผ้า ไม่ใส่ไม่ได้ เจ็บหัวเล็บหมด” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, 2564)

2.1.3 การกระจายสินค้า (Outbound Logistics) การจัดส่งผักกูดให้กับลูกค้า ซึ่งลูกค้าของกลุ่มมี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นแม่ค้าคนกลางจากตลาดค้าส่งพืชผักในอำเภอทุ่งสงและอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นลูกค้าหลัก ลูกค้าจะนำรถยนต์ส่วนตัวหรือรถห้องเย็นเข้ามารับผักกูดที่จัดเตรียมไว้เอง ในเวลาประมาณ 17.00 น. ของทุกวัน และกลุ่มที่สองเป็นลูกค้ารายย่อยที่นำผักกูดไปใช้บริโภคในงานต่าง ๆ เช่น งานแต่งงาน งานศพ เป็นต้น การกระจายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มนี้จะใช้รถยนต์ส่วนตัวไปส่งผักกูดให้กับลูกค้าเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณชุมชนใกล้เคียงกัน



“แม่ค้าในหัวอิฐเข้ามารับผักกูดเอง เย็น ๆ เขาก็เข้ามาเอาที่บ้านยายเลย ไม่พักต้องไปส่ง แต่ถ้าลูกค้าจากงาน ที่เขาสั่งไปกินในงาน พวกงานแต่ง งานศพ หรือว่างานบวชลูก ลุงเขาก็จะไปส่งให้นะ ก็คนรู้จักกันนี้ระที่ว่าสั่งแบบนี้” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, 2564)

2.1.4 การขายและการตลาด (Marketing and Sales) สมาชิกภูมิใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าภายใต้แนวคิดผักกูดปลอดภัยและสดทุกวัน ปัจจุบันผักกูดขนาดถุง 5 กิโลกรัม บรรจุในถุงพลาสติกใส ไม่มีชื่อกลุ่ม ที่อยู่ หรือเบอร์ติดต่อ ส่วนผักกูดแบบมัดก่ายย่อยห่อด้วยใบตองสด ไม่มีสติ๊กเกอร์หรือสัญลักษณ์บ่งบอกว่าเป็นผักกูดจากกลุ่มแต่อย่างใด ไม่มีการจำหน่ายทางออนไลน์ กลุ่มเป็นผู้กำหนดราคาขายเอง ปัจจุบันราคาขายผักกูดขนาดถุง 5 กิโลกรัม ราคา 125 บาทต่อถุง และผักกูดมัดก่ายย่อยราคากำละ 5 บาท ชำระด้วยเงินสด



ภาพที่ 2 ผักกูดแบบถุง 5 กิโลกรัม และแบบมัดก่ายย่อย

2.1.5 การบริการ (Service) แม่ค้าคนกลางจะนำรถยนต์หรือรถห้องเย็นมารับผักกูดเอง แต่กลุ่มมีการจัดส่งผักกูดให้เมื่อเป็นลูกค้ารายย่อยซื้อผักกูดไปใช้ในงานเทศกาลต่าง ๆ โดยจะนัดวัน เวลา และสถานที่ในการจัดส่งผักกูด มีการสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้าทุกครั้ง

“ก็ยังมี พอลูกค้าได้ของ ลุงก็โทรไปถามแล้วว่า ของที่รับไปพรีนปรีอ มั้ง มันซำมันเสียมั้งม่าย เพื่อว่าหน้าเขาสั่งหล่าวจะได้ปรับปรุง” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8, 2564)

2.2 กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ดังนี้

2.2.1 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) การบริหารงานภายในกลุ่มเน้นการบริหารแบบแบ่งปันซึ่งกันและกัน สมาชิกลงทุนแรกเริ่มจำนวน 200 บาท โครงสร้างของกลุ่มแบ่งออกเป็นฝ่ายการตลาด ประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการผลิต เทรนด์ธุรกิจ และเลขานุการ เดิมปลูกผักกูดในพื้นที่สวนของหัวหน้ากลุ่มประมาณ 5 ไร่ แบ่งกำไรจากการขายผักกูดเดือนละครั้ง ภายหลังจากสมาชิกต่างปลูกผักกูดในพื้นที่ของตนเอง มีการประชุมใหญ่ปีละ 2 ครั้ง หากมีวาระเร่งด่วนจะมีการนัดประชุมกันเป็นครั้งคราว

2.2.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) กลุ่มสมาชิกในทะเบียนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา มีจำนวน 8 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตัวแทนของแต่ละครอบครัว มีการแบ่งงานกันทำภายในครอบครัว ค่าตอบแทนแต่ละคนจะได้มาจากค่าขายผักกูดแล้วนำมาแบ่งกันในครอบครัว อาจมีการจ้าง

แรงงานเพิ่มเติมเป็นกรณีฉุกเฉินในงานเก็บผักกูด โดยให้ค่าตอบแทนคิดเป็นชั่วโมง ชั่วโมงละ 50 บาท ในส่วนงานของวิสาหกิจชุมชนจะเป็นการทำน้ำหมักโดยหัวหน้าและสมาชิกในกลุ่มร่วมกันทำ โดยไม่มีค่าตอบแทนใด ๆ

“ตอนก่อตั้งกลุ่มเลย ยังสมาชิกกัน 8 คน ตามทะเบียน ตอนนี้ก็ยังคงอยู่กันครบ แต่ว่าส่วนใหญ่เป็นหัวหน้าครอบครัว ตอนนี้มีแปลงผักกูดเป็นของตัวเองกันแล้ว แต่ว่าก็ยังใช้เป็นแปลงผักกูดปลอดสารพิษเหมือนกัน” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6, 2564)

2.2.3 เทคโนโลยีและการพัฒนา (Technology and Development) สมาชิกในกลุ่มไม่ได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีในการปลูกผักกูด แต่จะใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจากโทรศัพท์มือถือของสมาชิกเอง โดยใช้โทรศัพท์ในการติดต่อกับลูกค้า ทั้งในรูปแบบการโทรแบบปกติ และการติดต่อทางแอปพลิเคชัน

“สมาชิกแต่ละแปลงก็ใช้แต่โทรศัพท์นี้ ไลน์ส่งผักกูดกัน บางทีก็โทรทางไลน์มั้งไม่พักเสียตังค์” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, 2564)

2.2.4 การจัดซื้อจัดหา (Procurement) การจัดหาบรรจุภัณฑ์ทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา มอบถุงพลาสติกสำหรับใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ของผักกูดขนาด 5 กิโลกรัม การจัดหาใบตองสำหรับห่อผักกูดจะจัดหาใบตองจากสวนของตนเองก่อน หรือสั่งซื้อจากในชุมชนราคา กิโลกรัมละ 5 บาท ด้านพันธุ์ผักกูดที่ใช้ปลูก สมาชิกใช้วิธีการขยายพันธุ์จากผักกูดกอเดิมที่มีอยู่ก่อนแล้ว ไม่มีค่าใช้จ่ายในการขยายพันธุ์ผักกูด ด้านอาคารหรือโรงเรือนนั้น สมาชิกใช้บริเวณลานบ้านเป็นพื้นที่เตรียมจัดผักกูด ด้านจัดหาวัสดุสำหรับการทำน้ำหมัก สมาชิกในกลุ่มได้ร่วมกันจัดหาเศษอาหาร หรือผลไม้ที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือน โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อ

“เหมือนพวกใบกล้วยที่เอามาทำมัด ของยายตัดมาแต่บนเขา ให้นำไปตัดให้ ตัดจากในสวนมั้ง” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3, 2564)

3. ผลการเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครราชสีมา จากการสนทนากลุ่มกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน สรุปได้ดังนี้

3.1 กิจกรรมหลัก

3.1.1 การวางแผนจัดหาปัจจัยการผลิต กลุ่มประสบปัญหาน้ำหมักชีวภาพไม่เพียงพอต่อการใช้งานในแต่ละรอบ ควรวางแผนด้านการผลิตน้ำหมักชีวภาพอย่างน้อยสองเดือนต่อครั้ง เพื่อจะได้มีน้ำหมักฉีดพ่นบำรุงต้นผักกูดในแปลงปลูกของสมาชิกได้อย่างเพียงพอ

“อืมมมม พอว่าบางทีน้ำหมักมันหมด บางทีมันขาดช่วง ก็ไม่ได้ใส่ไม่ได้ฉีด ถึงถ้าไปหล่าว จนกว่าน้ำหมักจะได้ที่ถือเอาไปฉีดผักกูด” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, 2564)



3.1.2 การดำเนินงาน สมาชิกมีแนวทางการลดใช้ถุงพลาสติกขนาดใหญ่ สมาชิกควรใช้ตะกร้าเป็นภาชนะใส่ผักกูดให้กับลูกค้าแต่ละคน เพราะลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำที่รับผักทุกวัน หากนำผักกูดใส่ตะกร้าแทนการใส่ถุงพลาสติกขนาดใหญ่จะช่วยลดต้นทุนในการดำเนินการด้วย

“ถ้าแบบนี้อะ เราลองใช้กร้า หรือว่าเซ่งให้แม่ค้าที่มาเอาผักกูดประจำ แลกไปแลกมา ไม่พักใส่ถุงให้ ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7, 2564)

3.1.3 การกระจายสินค้า ควรพัฒนาระบบการส่งผักกูดให้กับลูกค้ารายใหม่ในพื้นที่ต่างจังหวัด โดยขนส่งผ่านระบบรถห้องเย็นซึ่งลูกค้าจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการขนส่งเอง หรือการใช้ระบบการขนส่งโดยเครื่องบิน กลุ่มจะจัดผักกูดห่อด้วยใบตองใส่ในลังโฟม ใส่ขวดน้ำพลาสติกซึ่งภายในบรรจุน้ำแช่เย็นจนเป็นน้ำแข็งใส่ลงไปลังโฟมเพื่อเป็นตัวควบคุมอุณหภูมิเพื่อป้องกันไม่ให้ผักกูดเสียหาย

“ลองส่งไปต่างจังหวัดแล ไปกรุงเทพ ไปนนทบุรี ถึงลุงว่า จะส่งทางรถห้องเย็น เห็นว่าทางเครื่องบิน แต่ว่าเขาก็ต้องออกค่าส่งเอง ลุงก็จะลองส่งให้แล ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2564)

3.1.4 การขายและการตลาด การพัฒนากิจกรรมนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเพิ่มยอดขายและเพิ่มจำนวนกลุ่มลูกค้าให้มีหลากหลายมากขึ้นจึงมีแนวทางการพัฒนาดังนี้ 1) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางระบบออนไลน์ โดยทำเพจเพื่อเป็นช่องทางการขายสินค้า และประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น 2) จัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ผักกูดทั้งแบบเป็นกิโลกรัมและแบบก่าย่อย เพื่อบอกเล่าเรื่องราว เพิ่มมูลค่า เพิ่มความสวยงาม มีเอกลักษณ์ และบ่งบอกได้ว่าเป็นผักกูดจากวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา

“ถุงใส่เราไม่เป็นเอกลักษณ์ ไม่เป็นของเฉพาะที่กลุ่มเราออกแบบเอง อันนี้ก็ใช้กันมานานแล้ว จังหวัดเขาให้ น่ว่าต้องทำใหม่” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6, 2564)

3.1.5 การบริการ จากปัญหาของสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 แม่ค้าคนกลางไม่สามารถเข้ามารับผักกูดในชุมชนได้ ทำให้การขายหยุดชะงัก จึงมีแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาดังนี้ 1) มีบริการจัดส่งผักกูดให้กับแม่ค้าคนกลาง โดยรวบรวมผักกูดจากสมาชิกหลายคนๆ นำไปส่งพร้อมกัน โดยรถยนต์ส่วนตัวของสมาชิกหมุนเวียนกันไป และ 2) จัดให้มีบริการส่งผักกูดผ่านระบบขนส่งเอกชนให้กับลูกค้ารายย่อยที่สนใจซื้อผักกูดไปบริโภคเป็นการเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้าที่ขอการบริโภคผักกูดด้วย

“เพราะลูกค้าของกลุ่มลุง เขาจะมารับผักกูดกันเอง เราไม่ต้องส่ง พอโควิดมา ไม่มีใครกล้าเข้ามารับผักกูดที่กลุ่ม หยุดขายทันทีเลย ผักกูดไม่ได้เก็บขายเลย แม่ค้าไม่ทราบมาเอาน่าว่าต้องจัดการเรื่องขนส่งให้มีเสริม น่ว่าต้องไปส่งเอง หรือว่าจ้างขนส่งทั่วไป” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7, 2564)

3.2 กิจกรรมสนับสนุน

3.2.1 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร เนื่องจากสมาชิกมีแปลงผักกูดเป็นของตนเอง กิจกรรมการดำเนินของกลุ่มไม่ค่อยได้รับความสนใจ สมาชิกควรมีการจัดรูปแบบการทำงานภายในกลุ่มใหม่ เพราะการดำเนินงานของกลุ่มเปลี่ยนแปลงไป อาจกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกให้ชัดเจนมากขึ้น

“ลองแล คือว่า ตั้งแต่ตั้งกลุ่มตอนนั้นมีแปลงกลาง ผักกูดก็ทำกันในแปลงของประธาน พอแต่ละคนมีแปลงผักเป็นของตัวเอง ก็ไม่ได้มีการมอบหมายหน้าที่กันใหม่หลัก ๆ ก็มีแต่ประธานที่ว่าทำงานหลัก ๆ กันอยู่ พอว่ามันคุยกันพริบนี้ก็น่าจะต้องปรับกันใหม่สักทีนะ” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6, 2564)

3.2.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ กิจกรรมนี้มุ่งเน้นการพัฒนาเพื่อการสร้างองค์ความรู้ในการปลูกผักกูดให้เป็นรูปธรรม โดยมีแนวทางในการพัฒนาองค์ความรู้ในการปลูกผักกูดเพื่อจำหน่าย คือ การถอดองค์ความรู้การปลูกผักกูดเพื่อจำหน่ายทุกขั้นตอนออกมาเป็นคู่มือ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับลูกหลานหรือผู้สนใจทำแปลงปลูกผักกูดเพื่อจำหน่าย สามารถนำไปต่อยอดและพัฒนาสืบต่อไปในอนาคต

“ถ้าทำเป็นหนังสือ เป็นคู่มือได้น่าจะดีนะ พอได้อ่าน พอให้ลูกหลานมันมาแล้วเขาทำกันแบบไหนมั่ง” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, 2564)

3.2.3 เทคโนโลยีและการพัฒนา กิจกรรมนี้ได้เสนอแนวทางการพัฒนาเพื่อมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิก โดยการพัฒนาการตลาดออนไลน์ เน้นช่องทางการขายผ่านเพจวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา หรือผ่านการแอปพลิเคชันอื่น ๆ

“เห็นว่าถ้าหว่างนี้ โควิดนี้ ก็ต้องขายออนไลน์ ถ้าทำได้ก็ดี เผื่อว่าจะขายได้มากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5, 2564)

3.2.4 การจัดซื้อจัดหา แนวทางการพัฒนาในด้านการจัดซื้อจัดหาบรรจุภัณฑ์เป็นการเตรียมวางแผนหากเมื่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุนนั้นหมดลง ทางกลุ่มควรมีการรวมทุนในการบริหารจัดการด้านการจัดซื้อบรรจุภัณฑ์ โดยใช้งบประมาณจากการบริหารจัดการภายในกลุ่มเอง

“ลุงว่าถ้าจะทำถุงใส่ผักกูดแบบใหม่ ก็ต้องลงหุ้นกันร่วมทำเป็นชื่อของกลุ่มเองเลย เวลาลูกค้าซื้อไปได้รู้ว่านี่ผักของเรา มาจากเสมา” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2564)

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถอภิปรายผลได้ตามกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าดังนี้



1. กิจกรรมหลัก

1.1 การวางแผนจัดหาปัจจัยการผลิต พบว่า กลุ่มผลิตน้ำหมักเศษผักและผลไม้เหลือจากการบริโภคไว้ใช้เอง ทำให้ลดต้นทุนในการจัดหาปุ๋ยเคมี และเน้นการใช้ใบตองจากสวนของสมาชิกก่อนจะมีการสั่งซื้อเพิ่มเติม ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพและปริมาณของน้ำหมักและใบตองให้มีความเหมาะสมกับการใช้งานได้ ทำให้ประหยัดต้นทุนในการขนส่ง ปัจจัยการผลิตนี้ จากกิจกรรมนี้กลุ่มสามารถดึงคุณค่าการผลิตผักกูดโดยปราศจากสารเคมี ห่อหุ้มด้วยวัสดุจากธรรมชาติ นำมาเป็นจุดแข็งและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับสินค้า ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สะท้อนในผู้บริโภคเห็นถึงความปลอดภัยในการผักกูดไปบริโภค สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์กิจกรรมหลักในห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว: กรณีศึกษาผู้ประกอบการสินค้าประเภทผ้าในจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลาของ (เจษฎา นกน้อย และสัณชัย ลี้แก่กุล, 2558) พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพและตรวจสอบความถูกต้องของวัตถุดิบในการผลิต

1.2 การดำเนินงาน กิจกรรมนี้หากวิเคราะห์ตามห่วงโซ่คุณค่าพบว่า กลุ่มเก็บยอดผักกูดสด ใหม่ทุกวัน ลูกค้าจะได้รับผักกูดที่มีความสด สร้างความเชื่อมั่นในสินค้าว่าที่ได้รับไปนั้นมีความปลอดภัย เพราะกลุ่มยึดถือคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งการคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความเข้มแข็งของกลุ่มด้วย (กชนิภา วานิชกิตติกุล และคณะ, 2561) นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการสร้างความเหนียวแน่นในการซื้อขายระหว่างลูกค้ากับกลุ่ม สนับสนุนให้กลุ่มมีความเข้มแข็งเนื่องจากการควบคุมคุณภาพสดใหม่ของสินค้าก่อนถึงมือลูกค้านั่นเอง กลุ่มผักกูดขายในรูปแบบผักกูดสดเพียงชนิดเดียว ไม่มีการแปรรูป ทำให้ไม่ต้องรับภาระของต้นทุนการแปรรูปผักกูดและการจัดเก็บสินค้าคงเหลือ ในขณะที่ผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชรสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่ของดวงนภา ลาภใหญ่ และพัตรา คำสีหา พบว่าผู้ประกอบการมีสินค้าแปรรูปสินค้าหลายประเภท ต้องประสบปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่ไม่คงที่ และสินค้าบางประเภทมีระยะเวลาการผลิตยาวนาน เนื่องมาจากอุปกรณ์ที่ใช้แปรรูปสินค้าต้องพึ่งพิงแรงงานคนเพื่อตรวจสอบคุณภาพการผลิตในทุกขั้นตอน (ดวงนภา ลาภใหญ่ และพัตรา คำสีหา, 2563)

1.3 การกระจายสินค้า ส่วนใหญ่ลูกค้ามารับผักกูดเอง มีเพียงส่วนน้อยที่จะจัดส่งให้กับลูกค้า ทำให้ต้นทุนในการขนส่งผักกูดมีน้อยมาก หรือบางเดือนอาจไม่มีต้นทุนการกระจายสินค้าเลย หากวิเคราะห์ตามกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่าอาจถือเป็นการดีที่ทำให้กลุ่มมีต้นทุนในการจัดกระจายสินค้าน้อยมาก ทำให้กำไรในการขายผักกูดมีมากขึ้น แต่หากมองในมุมกลับกันภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 การไม่มีการจัดกระจายสินค้าถือเป็นจุดอ่อนของกลุ่มเป็นอย่างมาก เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องการเดินทางเข้ามารับผักกูดด้วยตนเอง ลดการเดินทางและการพบปะให้น้อยที่สุด ทำให้กลุ่มขาดรายได้จากลูกค้าไปเป็นจำนวน

มาก จึงทำให้กลุ่มจะต้องปรับปรุงในเรื่องการกระจายสินค้าให้รูปแบบตรงต่อความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ในขณะที่ผลการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าวิสาหกิจชุมชนทำขนมต้นแบบ (ทองม้วน - ทองพับ) จังหวัดยะลา (ชมพูนุท และคณะ, 2564) ผู้ประกอบการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับคนกลางทางการตลาดและลูกค้าที่ติดต่อสั่งซื้อโดยตรงกับกลุ่ม โดยสมาชิกหมุนเวียนกันทำหน้าที่ขนส่ง ทำให้เกิดต้นทุนโดยเฉพาะค่าน้ำมันเชื้อเพลิงและภาระงานที่เพิ่มขึ้นด้วย

1.4 การขายและการตลาด ลูกค้าของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ เน้นการขายส่ง ติดต่อซื้อขายโดยตรงกับสมาชิก สินค้ามีเพียงยอดผักกูดสดเพียงอย่างเดียว บรรจุกฎภัณฑ์ยังไม่สื่อเอกลักษณ์กลุ่ม ไม่แหล่งผลิต และช่องทางติดต่อสั่งซื้อ ไม่มีการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ขาดโอกาสทางการแข่งขัน ซึ่งกลยุทธ์ด้านการตลาดและการขายเพื่อชักจูงผู้บริโภค คือ ความหลากหลายของสินค้า และบรรจุกฎภัณฑ์ได้มาตรฐาน บรรจุกฎภัณฑ์มีดีไซน์ และรูปลักษณ์สวยงาม (ดวงนภา ลาภใหญ่ และพัตรา คำสีหา, 2563) แตกต่างจากผลการศึกษาด้านการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าวิสาหกิจชุมชนทำขนมต้นแบบ (ทองม้วน - ทองพับ) จังหวัดยะลาของ การพัฒนากิจกรรมการตลาดและการขายของกลุ่มผู้ประกอบการใช้การเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ออกแบบและจัดทำฉลากสินค้าใหม่ ออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์ใหม่ จัดทำเรื่องราวผลิตภัณฑ์ และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊กที่เป็นทางการของกลุ่มผู้

1.5 การบริการ ลูกค้าส่วนใหญ่จะมารับผักกูดเอง ทำให้ลดต้นทุนในการจัดส่งสินค้า ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ เจษฎา นกน้อย และสัณชัย ลั้งแท้กุล พบว่าผู้ประกอบการมีบริการจัดส่งสินค้า ทำให้เกิดปัญหาการส่งสินค้าล่าช้ากว่ากำหนดเมื่อการสั่งซื้อมีปริมาณมาก กลุ่มไม่มีการประกันสินค้า (เจษฎา นกน้อย และสัณชัย ลั้งแท้กุล, 2558) ซึ่งในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์อาจมีการรับประกันสินค้าพร้อมการตรวจสอบก่อนส่งมอบสินค้าเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า (พิชา วิสิทธิ์พานิช และคณะ, 2562)

2. กิจกรรมสนับสนุน

2.1 โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ในปัจจุบันสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป สมาชิกดำเนินงานตามหน้าที่ที่ได้แบ่งไว้ตามโครงสร้างของกลุ่มน้อยลง จึงทำให้การทำงานของกลุ่มขาดการดูแลอย่างทั่วถึง เช่นเดียวกับการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชรสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่ของ ดวงนภา ลาภใหญ่ และพัตรา คำสีหา พบว่า การบริหารจัดการองค์กรไม่เป็นระบบ และการมอบหมายภาระงานที่คลุมเครือไม่ชัดเจน ซึ่งลักษณะแบบนี้ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มขาดประสิทธิภาพได้ (ดวงนภา ลาภใหญ่ และพัตรา คำสีหา, 2563)

2.2 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าผักกูดบ้านเสมา ได้แก่ คนในครอบครัว มีการแบ่งงานกันทำและกระจายผลตอบแทนภายในครอบครัว นำเครือญาติเข้ามาร่วมดำเนินงาน ขาดการฝึกอบรมและพัฒนาส่งเสริมศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์



เช่นเดียวกับการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชรสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่ของ ดวงนภา ลากใหญ่ และพัตรา คำสีหา พบว่า ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของการแปรรูปกล้วยไข่ส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่เป็นเครือข่ายและแรงงานภายในท้องถิ่น มีการประเมินผลงานแบบไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจน ไม่มีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะแรงงาน ไม่มีระบบการจัดการค่าแรงกรณีแรงงานเป็นบุคคลภายในครอบครัว ส่วนแรงงานที่เป็นเครือข่ายและแรงงานท้องถิ่นมีอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานแรงงานขั้นต่ำ (ดวงนภา ลากใหญ่ และพัตรา คำสีหา, 2563)

2.3 เทคโนโลยีและการพัฒนา กลุ่มไม่ได้พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิต และนำเทคโนโลยีมาใช้ในกิจกรรมสนับสนุนค่อนข้างน้อย ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและเทคโนโลยีในกิจกรรมสนับสนุนจะเป็นกระบวนการทางธุรกิจที่สนับสนุนห่วงโซ่คุณค่าหรือมีอิทธิพลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการสินค้าได้ (นที เทพโกษณ์ และวิชิต อุ๋อัน, 2564)

2.4 การจัดซื้อจัดหา การดำเนินงานของกลุ่มในการจัดซื้อจัดหาบรรจุภัณฑ์ไม่มีต้นทุนเนื่องจากได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ ด้านการหาพันธมิตรผู้กูดมีการขยายผู้กูดจากสวนของตนเอง ด้านโรงเรือนกลุ่มมีการเก็บยอดผู้กูดตามการสั่งซื้อของลูกค้า เก็บยอดผู้กูดทุกวัน ไม่จำเป็นต้องมีอาคารโรงเรือนสำหรับเก็บรักษาผู้กูด จึงมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ เช่นเดียวกับการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชรสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่ของ ดวงนภา ลากใหญ่ และพัตรา คำสีหา ผู้ประกอบการทุกรายไม่มีโกดังเก็บสินค้าเนื่องจากสินค้าสด เก็บไว้ได้ไม่นาน จึงตัดกล้วยไข่ให้พอดีกับความต้องการของลูกค้า ทำให้ไม่จำเป็นต้องสร้างโกดังเก็บสินค้า ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าที่สดใหม่อยู่เสมอ (ดวงนภา ลากใหญ่ และพัตรา คำสีหา, 2563)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้กูดบ้านเสมา สามารถนำแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าจากงานวิจัยไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของผู้กูดได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะทำให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น หากมีการศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเชิงปริมาณในการนำแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าไปใช้ปรับปรุงกิจกรรมการดำเนินงาน เปรียบเทียบด้านการลดต้นทุนและการเพิ่มมูลค่าสินค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กชนิภา วานิชกิตติกุล และคณะ. (2561). ห่วงโซ่คุณค่าเพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิตข้าวกล้องในจังหวัดมหาสารคาม. รมยสาร, 16(ฉบับพิเศษ), 184-199.
- จันจิรา ศักดิ์ศรี และสปัญธ์หยก วีรบุญฤกษ์. (2564). ห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการพัฒนาทุเรียนหลงลับแลอุดรดิตต์ ที่ได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 3(2), 40-60.
- เจษฎา นกน้อย และสัญชัย ลั้งแท้กุล. (2558). การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 7(1), 54-66.
- ชมพูนุท และคณะ. (2564). การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าวิสาหกิจชุมชนทำขนมต้นแบบ (ทองม้วนทองพับ) จังหวัดยะลา. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน, 27(1), 24-40.
- ณัฐนิชา ประสาทเขตวิทย์ และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อความต่อเนื่องของวิสาหกิจชุมชนในตำบลห้วยสัก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วารสารแก่นเกษตร, 47(ฉบับพิเศษ 1), 442-446.
- ดวงนภา ลามใหญ่ และพัตรา คำสีหา. (2563). ห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชร สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่. วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 30(1), 94-109.
- นที เทพโกชน์ และวิจิต อู่อ้น. (2564). รูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(9), 294-309.
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1. (22 สิงหาคม 2564). การวางแผนจัดหาปัจจัยการผลิต. (เอื้องฟ้า เขากลม, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2. (22 สิงหาคม 2564). กิจกรรมสนับสนุนห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา. (มนทิรา สังข์ทอง, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3. (22 สิงหาคม 2564). กิจกรรมสนับสนุนห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา. (มนทิรา สังข์ทอง, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4. (22 สิงหาคม 2564). การกระจายสินค้า. (เมธาวีตร ภูธรภักดี, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5. (22 สิงหาคม 2564). การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา. (มนทิรา สังข์ทอง, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6. (22 สิงหาคม 2564). กิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา. (มนทิรา สังข์ทอง, ผู้สัมภาษณ์)



- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7. (22 สิงหาคม 2564). แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา. (เมธาวีตร ภูธรภักดี, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8. (22 สิงหาคม 2564). การให้บริการของวิสาหกิจชุมชนผักกูดบ้านเสมา. (เอื้องฟ้า เขากลม, ผู้สัมภาษณ์)
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 122 ตอนที่ 6 ก.
- พัทตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิชา วิสิทธิ์พานิช และคณะ. (2562). การศึกษาห่วงโซ่คุณค่าการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาเชิงพาณิชย์ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์. วารสารโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, 5(2), 89-100.
- ศรีสุนันท์ ประเสริฐสังข์. (2559). การจัดการห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจหอยพักในเขตเทศบาลตำบลเกาะแก้วและตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารวิชาการแพรวอากาศสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 3(3), 41-54.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. (2562). ตำบลท่าดี บูรณาการงานผ่านฐานทุนธรรมชาติ. เรียกใช้เมื่อ 31 ตุลาคม 2564 จาก <https://web.codi.or.th/20190810-7086/>