

การยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเม่าสู่ตลาดสมัยใหม่

Enhancing the Capacity of Khao Mao Processing Entrepreneurs for the Modern Market.

ชญ์ธิดา ยูทธารเสนีย์^{1*} จตุพัฒน์ สมบัติโต² อรุณรศมี แสงศิลา³ เทพพร โลมารักษ์³Thanyarat Yutthasarnsenee^{1*} Jatupat Samappito² Arunrussamee Sangsila³ Tepporn Lomarak³

Received: June 12, 2025

Revised: June 25, 2025

Accepted: June 27, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการและความต้องการของตลาดธุรกิจข้าวเม่าแปรรูป 2) ยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเม่าให้ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับตลาดสมัยใหม่ และ 3) บริหารจัดการธุรกิจแปรรูปข้าวเม่าสู่ธุรกิจตลาดสมัยใหม่แบบบูรณาการ เป็นวิจัยแบบมีส่วนร่วม ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการมีศักยภาพแปรรูปข้าวเม่าได้หลายชนิด มีรายได้ก่อนเกิดโควิด19 เฉลี่ย 193,440 บาทต่อปี แต่หลังเกิดโควิด19 มีรายได้ 16,284 บาทต่อปี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการข้าวเม่าแปรรูปมีส่วนผสมธัญพืชร้อยละ50 สีธรรมชาติผสมอาหารร้อยละ65.6 และน้ำตาลน้อยร้อยละ50 ส่วนผู้ประกอบการมีความต้องการพัฒนาทักษะผลิตซ้ำให้มาตรฐาน มีอายุจัดเก็บนานขึ้น ลดกลิ่นเหม็นหืนจากน้ำมันทอด รสชาติอร่อยคงเดิม ด้านตลาด ไม่มีตลาดหลัก ขายช่องทางไลน์เป็นบางครั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ ผลทดลองตัวอย่างหาซื้อที่ส่งผลต่ออายุจัดเก็บ พบว่า มีจุลินทรีย์ ยีสต์ และรา เกินมาตรฐาน ข้าวเม่าซีเรียล ข้าวเม่ากระยาสารท มีอายุจัดเก็บ 20-30 วัน ข้าวเม่าตูเพียง 5-6 ชั่วโมง ผลการยกระดับขีดความสามารถ พบว่า สามารถผลิตได้มาตรฐานขึ้น ผลิตซ้ำรสชาติเดิม ผลการปรับกระบวนการแปรรูป เปลี่ยนจากใช้น้ำมันทอดเป็นคั่วข้าวเม่า และอบแห้งด้วยลมร้อน ผลทดลอง พบว่า ค่า Water activity, pH, Crude fat และค่าสารที่เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันของลิพิดลดลง อายุการจัดเก็บที่อุณหภูมิ 30°C ข้าวเม่าซีเรียล 104 วัน ข้าวเม่ากระยาสารท 71 วัน และข้าวเม่าตูอบ 51 วัน ผลการบริหารจัดการธุรกิจสู่ตลาดสมัยใหม่ พบว่า ผู้ประกอบการมีทักษะการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ บริหารจัดการผลิตภัณฑ์เพียงพอต่อการจำหน่าย บริหารบุคคลในการผลิตและการจัดส่งสินค้าได้ทันตามคำสั่งซื้อ หลังการยกระดับผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 15

คำสำคัญ : ขีดความสามารถ ข้าวเม่าแปรรูป ยกระดับผลิตภัณฑ์

^{1*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชานวัตกรรมอาหารและแปรรูป คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์³ อาจารย์ ดร. วิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิทยาศาสตร์ทั่วไป คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



Abstract

This participatory research aimed to: 1) study entrepreneurial potential and market demands for processed Khao Mao (pounded unripe rice) businesses; 2) improve entrepreneurs' capabilities to meet modern market standards; and 3) establish integrated management for these businesses in modern markets. The study revealed that while entrepreneurs possessed the potential to process various Khao Mao products, their average annual income plummeted from 193,440 baht before the COVID-19 pandemic to just 16,284 baht after it. Consumers largely preferred processed Khao Mao with a 50% grain mixture, 65.6% natural food coloring, and 50% less sugar. Entrepreneurs, conversely, sought to develop skills for standardized, reproducible production, extended shelf life, reduced rancidity from frying oil, and consistent flavor. Regarding market access, a lack of a primary market was evident, with sales occasionally occurring via LINE. Product analysis for shelf life, specifically microbial testing, showed that Khao Mao cereal and Khao Mao Kraya Sart (Thai sweet snack) samples exceeded microbial, yeast, and mold standards, resulting in a mere 20-30 day shelf life. Khao Mao Tu (freshly pounded rice) had an even shorter shelf life of 5-6 hours. Capability enhancement efforts proved successful, leading to more standardized production and reproducible taste. Process adjustments involved transitioning from deep-frying to roasting Khao Mao and utilizing hot-air drying. Subsequent testing indicated a reduction in water activity, pH, crude fat, and lipid oxidation products. This extended the shelf life at 30°C to 104 days for Khao Mao cereal, 71 days for Khao Mao Kraya Sart, and 51 days for roasted Khao Mao Tu. In terms of business management for modern markets, entrepreneurs demonstrated sufficient skills in utilizing online platforms for product management. They also effectively managed personnel for production and ensured timely delivery to fulfill orders. Critically, following these enhancements, entrepreneurs experienced an income increase exceeding 15%.

Keywords: capability, processed Khao Mao, upgrading products

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ เกิดการว่างงาน ขาดรายได้ ขาดสภาพคล่องในการใช้จ่าย กระแสเงินสดหมุนเวียนในตลาดลดลง ทำให้เศรษฐกิจโลก อาเซียนลดลง และการเติบโตของเศรษฐกิจไทยลดลงไม่น้อยกว่าร้อยละ 5.40 ถึงแม้ภาครัฐจะมีโครงการต่าง ๆ เพื่อเสริมสภาพคล่อง แต่เศรษฐกิจโดยรวมยังไม่สามารถฟื้นตัวได้ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง วิสาหกิจชุมชนได้รับผลกระทบตามไปด้วย จากปัจจัยการชะลอตัวในภาคการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายภาคเอกชน จึงเป็นปัจจัยให้รัฐบาลออกมาตรการช่วยเหลือเพื่อบรรเทาผลกระทบให้แก่ประชาชนและผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดย่อม มีการจัดทำแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม สร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจฐานราก เพราะเป็นกำลังเศรษฐกิจขนาดใหญ่และสำคัญของประเทศ ซึ่งแต่ละพื้นที่มีทรัพยากรที่หลากหลาย สามารถนำมาเป็นทุนสร้างอาชีพและรายได้ ช่วยให้เศรษฐกิจในท้องถิ่นทรงตัวอยู่ได้ในสภาวะการณ์ที่เศรษฐกิจตกต่ำ

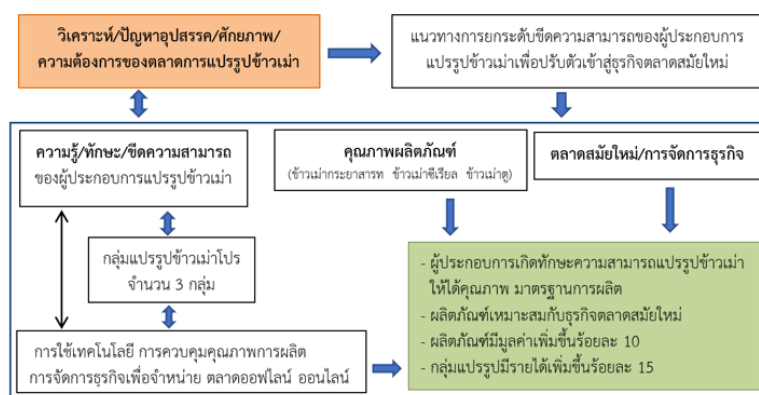
ชุมชนผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเม่าโปร อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นชุมชนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบไวรัสโควิด 19 อย่างหนัก จากผลประกอบการก่อนการเกิดโควิด มีการดำเนินกิจการ 2 รูปแบบ คือ ผู้ประกอบการรายเดี่ยวแปรรูปขายเองมีกระจายตัวอยู่ทั้ง 3 หมู่บ้าน และรวมกลุ่มเป็นกลุ่มวิสาหกิจแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเม่า โดยแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น ข้าวเม่าข้าวเม่าหมี ข้าวเม่ากระยาสารท ข้าวเม่าซีเรียล ข้าวเม่าคลุกโบราณ ข้าวเม่าคลุกเบญจรงค์ ข้าวเม่าตู ข้าวเม่าคั่ว ข้าวเม่าทอดคลุกสมุนไพร ข้าวเม่าลูกชิ้น และข้าวเม่ารำนึ่งน้ำกะทิ สร้างรายได้ 100,000 - 200,000 บาทต่อปีต่อผู้ประกอบการ มีมูลค่าการใช้วัตถุดิบข้าวเม่าโปรกว่า 5.95 ตันต่อปี สร้างรายได้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตข้าวเม่าโปรในชุมชนไม่น้อยกว่า 309,400 บาทต่อปี แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการได้รับผลกระทบหนัก กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเม่ามีรายได้ลดลงถึงร้อยละ 90.83 เพราะไม่สามารถออกขายในงานแสดงสินค้าต่างๆ ได้ ขายแต่ในชุมชน และร้านค้าใกล้เคียง ยอดขายจึงลดลงอย่างเห็นได้ชัด ไม่มีการขายผ่านตลาดออนไลน์ เพราะกลุ่มแปรรูปยังมีปัญหาด้านคุณภาพการผลิต และอายุจัดเก็บของสินค้า ตลาดออนไลน์จึงไม่ใช่ตลาดที่สร้างรายได้ให้กับกลุ่มในช่วงวิกฤต แต่การทำธุรกิจกับตลาดสมัยใหม่ในปัจจุบัน การขายผ่านตลาดออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญ เป็นช่องทางการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการเป็นอย่างดี แต่กลุ่มแปรรูปมีข้อจำกัดทั้งด้านศักยภาพบุคคลและตัวผลิตภัณฑ์ จึงเป็นจุดอ่อนของกลุ่มผู้ผลิตที่จะผลิตสินค้าให้สามารถขายได้หลากหลายช่องทาง

การยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเม่าเพื่อปรับตัวเข้าสู่ธุรกิจตลาดสมัยใหม่ จึงเป็นเป้าหมายเพื่อแก้ปัญหากระบวนการผลิตข้าวเม่าแปรรูปของผู้ประกอบการที่ยังไม่สามารถผลิตข้าวเม่าแปรรูปได้คุณภาพ หรือเอื้อต่อการขายในระยะเวลาที่นานขึ้น และการขายตลาดสมัยใหม่แบบออนไลน์ จึงเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ บนฐานทรัพยากรพื้นฐาน เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่ พร้อมกันแก้ปัญหาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานในการผลิต ได้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการขายหลายช่องทาง เกิดมูลค่าการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่เพิ่มขีดความสามารถของชุมชนในการเรียนรู้ nângองค์ความรู้ไปใช้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และจัดการปัญหาในชุมชนให้พึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืนสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการและความต้องการของตลาดธุรกิจข้าวเม่าแปรรูป
2. เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเม่าให้ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับตลาดสมัยใหม่
3. บริหารจัดการธุรกิจแปรรูปข้าวเม่าสู่ธุรกิจตลาดสมัยใหม่แบบบูรณาการ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินวิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบ PAR (Participatory Action Research) โดยกำหนดขอบเขตดำเนินงานดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย ใช้วิธีการหากลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปข้าวเม่านบ้านโคกวาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านบุคราม ตำบลหนองโสน และกลุ่มส้มมาชีพวิสาหกิจชุมชนบ้านบุตาเวสน์ ตำบลหนองกง อำเภอนางรอง จังหวัดบุรีรัมย์ รวม 3 กลุ่ม ซึ่งเป็นกลุ่มที่แปรรูปข้าวเม่านมาต่อเนื่อง และพร้อมพัฒนา เพื่อจะนำไปใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อชุมชน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยแบ่งชนิดเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Technique) ใช้กระบวนการมีส่วนร่วม พุดคุยในการเก็บข้อมูลกลุ่มผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม เกี่ยวกับความเป็นมาของกลุ่ม ศักยภาพเดิม ปัญหา ผลกระทบที่เกิดขึ้น และความต้องการของผู้ประกอบการในการเพิ่มทักษะขีดความสามารถในการแปรรูปข้าวเม่าน การดำเนินธุรกิจให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และสมาชิกกลุ่มที่สามารถตอบคำถามได้

2.2 แบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้เก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ก่อนการพัฒนา และหลังพัฒนา ทั้ง 3 ชนิด ได้แก่ ข้าวเม่านซีเรียล ข้าวเม่านกระยาสารท และข้าวเม่านทุเรียน ถึงความคิดเห็นด้านวัตถุดิบส่วนผสม รสชาติ เนื้อสัมผัส และบรรจุภัณฑ์ เก็บจากผู้บริโภคที่สมัครใจชิมผลิตภัณฑ์พร้อมกับประเมินผลแบบสอบถาม

2.3 เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ เพื่อหาลองหาค่าเชื้อต่าง ๆ ที่มีในข้าวเม่านแปรรูปทั้ง 3 ชนิด เช่น เชื้อจุลินทรีย์ เชื้อรา ความชื้น และอื่นๆ ตามการแสดงผล ผ่านการทดสอบในห้องแล็บที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO ผลการทดลองใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงกระบวนการแปรรูป ยกระดับให้ผู้ประกอบการมีความรู้ถึงการใช้วัตถุดิบ กระบวนการแปรรูปที่จะลดนมอาหารสามารถยืดอายุผลิตภัณฑ์ได้นานขึ้น ซึ่งสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ด้านอายุการจัดเก็บได้อย่างมาก

2.4 การสังเกต (Observation) ใช้เก็บข้อมูลโดยสังเกตการณ์ เหตุการณ์ ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าน ทักษะ และความรู้ด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล สถานที่ประกอบการ ของผู้ประกอบการ ทั้งการสังเกตการณ์ทางตรง (Direct Observation) ใช้ขณะปฏิบัติการแปรรูป และจัดประชุมกิจกรรม และการสังเกตการณ์ทางอ้อม (Indirect Observation) ใช้การจดบันทึกสถานการณ์ต่างๆ ขณะดำเนินกิจกรรม

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการและความต้องการของตลาดธุรกิจข้าวเม่านแปรรูป พบว่า

1.1 ศักยภาพผู้ประกอบการก่อนการเกิดการแพร่ระบาดโควิด (ปี 2562) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ บ้านโคกวาน ตำบลหนองโสน มีจำนวนสมาชิก 30 คน มีผลิตภัณฑ์แปรรูป คือ ข้าวเม่านมีสมุนไพรร ข้าวเม่านกระยาสารท ข้าวเม่านซีเรียล ข้าวเม่านคั่ว ข้าวเม่านคลุกเบญจรงค์ 5 สี ข้าวเม่านทุเรียน ข้าวเม่านทอด และข้าวเม่านราชน้ำกะทิ มีรายได้เฉลี่ย 150,000 – 200,000 บาทต่อปี กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปบ้านบุคราม ตำบลหนองโสน มีจำนวนสมาชิก 25 คน มีผลิตภัณฑ์แปรรูป คือ ข้าวเม่านคลุกโบราณ ข้าวเม่านกระยาสารท ข้าวเม่านหมี ข้าวเม่านทุเรียน และข้าวเม่านราชน้ำกะทิ มีรายได้เฉลี่ย 100,000 – 180,000 บาทต่อปี กลุ่มส้มมาชีพบ้านบุตาเวสน์ ตำบลหนองกง มีจำนวนสมาชิก 20 คน มีผลิตภัณฑ์แปรรูป คือ ข้าวเม่านคลุกโบราณ ข้าวเม่านกระยาสารท ข้าวเม่านหมี และข้าวเม่านทุเรียน มีรายได้เฉลี่ย 100,000 – 150,000 บาทต่อปี และกลุ่มแปรรูป

ผลิตภัณฑ์บ้านบุตาเวสน์ จำนวนสมาชิก 10 คน มีผลิตภัณฑ์แปรรูป คือ ข้าวเม่าคลุกโบราณ ข้าวเม่ากระยาสารท และ ข้าวเม่าตุ๋น มีรายได้เฉลี่ย 90,000 – 120,000 บาทต่อปี ทั้ง 4 กลุ่ม มีปริมาณการใช้ข้าวเม่าโปรสำหรับแปรรูปผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ทั้งผลิตรายเดี่ยวและรายกลุ่ม จำนวน 5.95 ตัน/ปี คิดเป็นมูลค่าต้นทุนวัตถุดิบ 309,400 บาท/ปี ต่อมาในปีพ.ศ. 2563 ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการมีปริมาณการผลิตลดลง มีสมาชิกลดน้อยลง เปลี่ยนเป็นผลิตแบบรายเดี่ยวมากขึ้น และเลิกกิจการไป จำนวน 1 กลุ่ม คือ คงเหลือ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านโคกवान มีสมาชิกเหลือจำนวน 22 คน กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปบ้านบุคราม มีสมาชิกเหลือ จำนวน 15 คน และกลุ่มสมาชิกบ้านบุตาเวสน์ มีสมาชิกเหลือ จำนวน 10 คน ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการมีผลผลิตลดลง เฉลี่ยร้อยละ 94.07 และมีรายได้ลดลงเฉลี่ยร้อยละ 90.83 ต่อปี และเมื่อเปรียบเทียบกับปริมาณการใช้วัตถุดิบข้าวเม่าโปรของกลุ่มแปรรูป พบว่า ใช้ข้าวเม่าโปรแปรรูป 3.72 ตันต่อปี สร้างมูลค่ารายได้ 193,440 บาทต่อปี แต่ในปัจจุบันใช้ข้าวเม่าโปรแปรรูปเพียง 276 กิโลกรัมต่อปี มีรายได้เพียง 16,284 บาทต่อปี

ผลวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเม่า พบว่า ด้านบุคคล ยังขาดทักษะการผลิตทำให้คุณภาพมาตรฐาน ขาดการวางแผนการจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ ขาดบริหารบุคคลในกลุ่มให้สามารถใช้เทคโนโลยีรองรับตลาดสมัยใหม่ และกลุ่มผู้ประกอบการบางกลุ่มยังขาดความสามัคคี รับออเดอร์เองโดยไม่ผ่านกลุ่ม ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เป้าหมายยังไม่ได้มาตรฐาน มีอายุการจัดเก็บสั้น ผลิตภัณฑ์ยังอมน้ำมัน มีกลิ่นเหม็นหืน จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขกระบวนการแปรรูป ซึ่งเชื่อมโยงกับทักษะขีดความสามารถด้านบุคคล ด้านการตลาด ตลาดหลักของผู้ประกอบการไม่มี เป็นตลาดจร เช่น ขายตามชุมชนในท้องถิ่น บุคคลผ่านไปมาแวะซื้อที่ทำการกลุ่มแต่มีจำนวนน้อย เนื่องจากกลุ่มไม่ได้อยู่เส้นทางถนนหลัก เป็นเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างหมู่บ้านเท่านั้น ไม่มีขายออนไลน์ เพราะขาดทักษะการใช้ มีเพียงส่งขายไปกับรถตู้ตามที่เครือข่ายเดิมค้าส่งซื้อ ซึ่งด้านการตลาดเป็นปัญหาหลักของกลุ่มผู้ประกอบการ

ผลวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มแปรรูปที่แท้จริง ต้องการเสริมทักษะการแปรรูปที่มาตรฐาน รองรับการขอมาตรฐานได้ เก็บรักษาได้นาน สูตรรสชาติอร่อย เป็นเอกลักษณ์ นำรับประทาน ส่งเสริมสุขภาพ มีบรรจุภัณฑ์ยืดอายุได้นานขึ้น และน่าสนใจ มีเครือข่ายตลาดรองรับและกระจายสินค้า มีจุดจำหน่ายที่เอื้อต่อการเดินทางของลูกค้า สามารถขายผ่านตลาดออนไลน์ และมีสื่อประชาสัมพันธ์

1.2 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าแปรรูป ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน

32 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกส่วนผสมที่เหมาะสมต่อสุขภาพ และเหมาะสมกับอาหารฮาลาล เลือกธัญพืชเป็นส่วนผสม ร้อยละ 50 พังพอนใจรสชาติน้ำมัน ร้อยละ 50 เลือกสีธรรมชาติในการผสม ร้อยละ 65.60 พังพอนใจเนื้อสัมผัสแบบกรอบ ร้อยละ 62.50 เลือกรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์เป็นแบบแท่ง ร้อยละ 50 เลือกน้ำตาลน้อย ร้อยละ 50 เลือกให้ผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารขบเคี้ยว ร้อยละ 65.60 เลือกความเหมาะสมต่อกลุ่มลูกค้าทุกวัย ร้อยละ 81.30 และส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าแปรรูป ถึงร้อยละ 75

1.3 ผลทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวเม่าทางห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อประเมินขีดความสามารถทางการแปรรูปของผู้ประกอบการ พบว่า จุลินทรีย์ในตัวอย่างผลิตภัณฑ์ข้าวเม่า แปรรูปของผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ข้าวเม่าซีเรียล (กลุ่มโคกवान) ข้าวเม่ากระยาสารท (กลุ่มบุคราม) และ ข้าวเม่าตุ๋นบาร์ (กลุ่มบุตาเวสน์) มีจุลินทรีย์ทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ (total viable count) ยีสต์ และรา (yeast and mold) สูงเกินค่ามาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร และมีแนวโน้มสูงขึ้นในตัวอย่างที่มีอายุการเก็บ 1 เดือน มีปริมาณน้ำอิสระ (Aw; %) ค่าความชื้น (%RH) และค่า Thio Barbituric Acid Reactive Substances (TBARS) การเปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งปริมาณน้ำอิสระเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการเจริญของจุลินทรีย์ ยีสต์ และรา ทำให้คุณภาพอาหารเสื่อมเสีย และไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคได้ และค่าความชื้นมี



ผลต่อเนื้อสัมผัส เช่น ความนุ่ม ความเหนียว ความกรอบ เป็นต้น ขณะที่ค่า TBARS เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันที่เกิดกับไขมัน และโปรตีนในอาหาร ส่งผลทำให้กลิ่น รส ของผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไป เช่น เกิดกลิ่นหืน และมีผลต่ออายุของผลิตภัณฑ์ (shelf life) ซึ่งหมายถึง ระยะเวลาจะเป็นตัวบอกคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารที่จะลดลงตามระยะเวลาหนึ่งจนถึงจุดที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับ

ผลการวิเคราะห์อายุการเก็บผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าแปรรูปก่อนยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการ พบว่า ข้าวเม่าซีเรียล บรรจุถุงซิปล็อกสำเร็จ มีพลาสติกใส 1 ด้าน ทำให้ความชื้น และแสงลอดผ่านได้ มีอายุการจัดเก็บ 20 - 30 วัน ข้าวเม่ากระยาสารท ใช้ถุงร้อนในการบรรจุ แสงและความชื้นซึมผ่านได้ มีอายุการจัดเก็บ 20 - 30 วัน ส่วนข้าวเม่าตู สูตรเดิมเป็นอาหารปรุงสดมีมะพร้าวสดเป็นส่วนผสม ใช้ถุงร้อนบรรจุ อายุของผลิตภัณฑ์เพียง 5 - 7 ชั่วโมง

2. ผลการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเม่าให้ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับตลาดสมัยใหม่ จากการประเมินขีดความสามารถต่อการแปรรูปของผู้ประกอบการ จำนวน 43 ราย พบว่า ด้านขีดความสามารถของผู้ประกอบการการแปรรูปจากข้าวเม่า มีขีดความสามารถในการอ่านค่า ชั่ง ตวง วัด อย่างแม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 3.33 มีความรู้เกี่ยวกับการเก็บรักษาวัตถุดิบในการแปรรูปข้าวเม่าเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.28 และมีทักษะในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ การแปรรูปอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.33 ด้านความสามารถทั่วไป มีความสามารถวางแผนที่จะปรับปรุงสถานบริการให้ดีขึ้นอยู่เสมอ และแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการของตนเองอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.02 และมีความรู้ด้านการจัดการการเงิน และรายรับรายจ่ายเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.02 ด้านสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีความรู้การแปรรูปผลิตภัณฑ์ข้าวเม่า มีค่าเฉลี่ย 3.36 มีทักษะความสามารถแก้ปัญหา และการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ย 3.07 มีคุณลักษณะด้านการมีความซื่อสัตย์ และคุณธรรม มีค่าเฉลี่ย 3.51

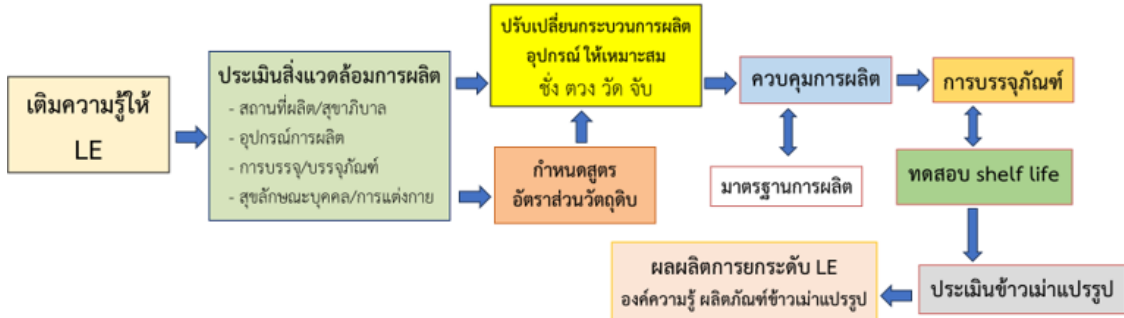
ผลวิเคราะห์การเพิ่มความรู้ศักยภาพด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การผลิตให้ได้คุณภาพ การบรรจุ การเก็บรักษา การยืดอายุผลิตภัณฑ์ ของสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการที่อาสาสมัครทดสอบความสามารถ จำนวน 30 คน พบว่า มีความเข้าใจการผลิตที่ได้มาตรฐานมากขึ้น สามารถอ่านค่าของตาชั่งระบบดิจิทัล การตวง โดยใช้อุปกรณ์ตวงส่วนผสมได้อย่างถูกต้อง และใช้อุปกรณ์ช่วยในการชั่ง ตวง ทุกครั้งที่มีการผลิต มีอุปกรณ์วัดค่าอุณหภูมิ นาฬิกาจับเวลา เพิ่มมาตรฐานการผลิต ทำให้รสชาติคงเดิมทุกครั้งที่มีการผลิต

ผลการประเมินคุณภาพทางเคมีของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเม่าหลังการพัฒนา พบว่า ค่าปริมาณน้ำอิสระ (Water activity) ค่าความเป็นกรด-ด่าง (ph) ค่าปริมาณไขมัน (Crude fat) และค่าของสารที่เกิดจากปฏิกิริยาออกซิเดชันของลิพิด TBARS มีแนวโน้มลดลง ซึ่งส่งผลต่อการช่วยยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ โดยการลดลงของค่าต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นผลมาจากการปรับกระบวนการผลิต คือ 1) กระบวนการผลิตข้าวเม่าซีเรียลได้มีการปรับวิธีการทำข้าวเม่าให้พองตัวจากการทอดข้าวเม่าด้วยน้ำมันพืช เป็นการใช้วิธีการคั่วแทน 2) กระบวนการผลิตข้าวเม่ากระยาสารท ทำการลดปริมาณเนยในสูตรส่วนผสมการทำน้ำปรุง ควบคุมระยะเวลา และอุณหภูมิขณะเคี่ยวน้ำปรุง 3) กระบวนการผลิตข้าวเม่าตู จากการปรุงขายแบบสด ปรับเปลี่ยนใช้กระบวนการอบแห้งเพื่อยืดอายุการขายนานขึ้น

ผลการทดสอบอายุการเก็บ (shelf life) ของผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าแปรรูปในบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป หลังการยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการ ในสภาพจริงที่อุณหภูมิทั่วไปของประเทศไทยระหว่างอุณหภูมิ 25 และ 30 องศาเซลเซียส พบว่า 1) ข้าวเม่าซีเรียล เก็บที่อุณหภูมิ 25 และ 30 องศาเซลเซียส จะมีอายุการเก็บ 127.7 และ 104.8 วัน 2) ข้าวเม่ากระยาสารท เก็บที่อุณหภูมิ 25 และ 30 องศาเซลเซียส จะมีอายุการเก็บ 78.4 และ 72.1 วัน และ 3) ข้าวเม่าตูอบ เก็บที่อุณหภูมิ 25 และ 30 องศาเซลเซียส จะมีอายุการเก็บ 53.0 และ 51.7 วัน

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ข้าวแม่แปรรูป จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน พบว่า ผลิตภัณฑ์ข้าวแม่ซีเรียล มีระดับความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.72 รองลงมาคือความพึงพอใจโดยรวมต่อข้าวแม่กระยาสารทและข้าวแม่ตูบ มีค่าเฉลี่ย 4.66 อยู่ในระดับมาก

สรุปกระบวนการที่ใช้ยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการต่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวแม่



ภาพที่ 2 กระบวนการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวแม่

3. ผลการบริหารจัดการธุรกิจแปรรูปข้าวแม่สู่ธุรกิจตลาดสมัยใหม่แบบบูรณาการ ระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ กับ ผู้รวบรวมสินค้า พบว่า ได้บริหารจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวแม่ จำหน่าย 3 ช่องทาง คือ ขายเองโดยตรง ขายผ่านร้านค้า /ศูนย์จำหน่ายสินค้า และขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (ตลาดสมัยใหม่) ซึ่งกระบวนการจัดการ กลุ่มผู้ประกอบการได้จัดการ ผลิตภัณฑ์ โดยการสำรองสินค้าให้เพียงพอต่อการขาย โดยเฉพาะข้าวแม่ซีเรียล และข้าวแม่กระยาสารท ที่มีความพร้อม มากกว่าข้าวแม่ตูบ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถสำรองสินค้าได้วันละประมาณ 100 ห่อต่อวัน รวมถึงจัดการด้านบุคคลสำหรับการดูแลแพลตฟอร์มในเบื้องต้น การจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า และการจัดทำบัญชีเบื้องต้น ซึ่งแต่ละกลุ่มสามารถบริหารจัดการ ได้ทั้งด้านบุคคล ผลิตภัณฑ์ และบัญชี กลุ่มผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการตลาดออนไลน์ได้เอง คือ แอปพลิเคชันไลน์ และเพจบนเฟซบุ๊ก

ผลของกระบวนการบริหารธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวแม่ พบว่า กลไกที่ทำให้ห่วงโซ่ ธุรกิจของกลุ่มสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ การเพิ่มตลาดทั้งออฟไลน์ (เครือข่าย) และออนไลน์ (แพลตฟอร์ม) ด้านการนำวัตถุดิบเข้า และการจำหน่ายออกไป ดังภาพ New value chain ด้านล่างนี้



ภาพที่ 3 ห่วงโซ่คุณค่าใหม่การบริหารธุรกิจกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวแม่



สรุปผลการวิจัย

การดำเนินวิจัยเป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เพื่อยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเม่าสู่ตลาดสมัยใหม่ พบว่า ก่อนการระบาดของโควิด19 กลุ่มผู้ประกอบการมีทุนทางสังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการแปรรูปข้าวเม่าหลากหลายผลิตภัณฑ์ มีศักยภาพในระดับหนึ่ง ทั้งด้านการผลิต รายได้ และการใช้วัตถุดิบ แต่เมื่อเกิดการโควิดในปี 2563 จำนวนกลุ่มผู้ผลิต สมาชิก ผลผลิต และรายได้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญ เฉลี่ยมีรายได้ลดลงร้อยละ 90.83 ส่งผลให้กลุ่มหยุดกิจการจำนวน 1 กลุ่ม ปัญหาหลักของกลุ่มแปรรูป พบว่า ขาดองค์ความรู้ด้านการผลิตที่ได้มาตรฐาน การจัดการธุรกิจที่ยังไม่เป็นระบบ รวมถึงช่องทางการตลาดไม่หลากหลาย และขาดทักษะจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มหรือตลาดออนไลน์ ส่วนผลการทดลองคุณภาพผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าซีเรียล ข้าวเม่ากระยาสารท และข้าวเม่าตู ก่อนการพัฒนา พบว่า มีจุลินทรีย์ ยีสต์ และรา สูงเกินค่ามาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร และมีแนวโน้มสูงขึ้นในตัวอย่างที่มีอายุการเก็บ 1 เดือน เพราะมีปริมาณน้ำอิสระเป็นปัจจัยต่อการเจริญเติบโตของจุลินทรีย์ และค่า TBARS เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันที่เกิดกับไขมัน และโปรตีนในอาหาร ส่งผลทำให้กลิ่น รส ของผลิตภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไป และมีผลต่ออายุของผลิตภัณฑ์ (shelf life) ซึ่งผลการวิเคราะห์อายุการเก็บผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าแปรรูปก่อนการพัฒนา พบว่า ข้าวเม่าซีเรียล และข้าวเม่ากระยาสารท จัดเก็บได้ 20 - 30 วัน ข้าวเม่าตู สูตรเดิมที่มีมะพร้าวสดเป็นส่วนผสม อายุของผลิตภัณฑ์ 5 - 7 ชั่วโมง

ผลการยกระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเม่า พบว่า ผู้ประกอบการมีองค์ความรู้ทักษะในการใช้เครื่องมือ ชั่ง ตวง วัด จับ ในการผลิต ผสมวัตถุดิบตามสูตรที่ได้กำหนดอย่างแม่นยำ และผลิตซ้ำได้ตามรสชาติเดิม และได้ปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวเม่า คือ ข้าวเม่าซีเรียลได้มีการปรับวิธีการทำข้าวเม่าให้พอตัวจากการทอดด้วยน้ำมันพืช เป็นการใช้อุณหภูมิการคั่วแทน ข้าวเม่ากระยาสารท ลดปริมาณเนยในสูตรส่วนผสมการทำน้ำปรุงควบคุมระยะเวลา และอุณหภูมิขณะเคี่ยวน้ำปรุง และข้าวเม่าตู จากการปรุงขายแบบสด(มะพร้าวสด) เปลี่ยนเป็นใช้กระบวนการอบแห้งทำเป็นแผ่นพอกำ ส่งผลให้ทดลองคุณภาพทางเคมีของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเม่า พบว่า ค่าปริมาณน้ำอิสระ (Water activity) ค่าความเป็นกรด-ด่าง (ph) ค่าปริมาณไขมัน (Crude fat) และค่าของสารที่เกิดจากปฏิกิริยาออกซิเดชันของลิพิด TBARS มีแนวโน้มลดลง มีอายุการจัดเก็บนานขึ้นที่อุณหภูมิ 25 และ 30 องศาเซลเซียส พบว่า ข้าวเม่าซีเรียล มีอายุการเก็บ 127.7 และ 104.8 วัน ข้าวเม่ากระยาสารท มีอายุการเก็บ 78.4 และ 72.1 วัน และข้าวเม่าตูอบอายุการเก็บ 53.0 และ 51.7 วัน ทำให้ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ข้าวเม่าซีเรียล มีค่าเฉลี่ย 4.72 ข้าวเม่ากระยาสารทและข้าวเม่าตูอบ มีค่าเฉลี่ย 4.66 อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการบริหารจัดการธุรกิจแปรรูปข้าวเม่าสู่ตลาดสมัยใหม่ พบว่า ใช้กระบวนการแบบบูรณาการ ระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการกับผู้รวบรวมสินค้า ได้บริหารจัดการผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวเม่า จำหน่าย 3 ช่องทาง คือ ขายเองโดยตรง ขายผ่านร้านค้า/ศูนย์จำหน่ายสินค้า และขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ กลุ่มผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ โดยการสำรองสินค้าให้เพียงพอต่อการขาย ข้าวเม่าซีเรียล และข้าวเม่ากระยาสารท จำนวน 100 ห่อต่อวัน บริหารจัดการบุคคลในการดูแลแพลตฟอร์มในเบื้องต้น การจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า และการจัดทำบัญชีเบื้องต้น และกลุ่มผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการตลาดออนไลน์ได้เอง คือ แอปพลิเคชัน โลกออนไลน์ และเพจบนเฟซบุ๊ก

ผลการเปรียบเทียบการดำเนินโครงการตาม OKR ด้านรายได้จากข้าวเม่าแปรรูปทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ พบว่า อัตราการเติบโตของธุรกิจแปรรูปข้าวเม่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะข้าวเม่าซีเรียล และข้าวเม่ากระยาสารท เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 150 ด้วยปัจจัยมีกำลังการผลิต และมีช่องทางการจำหน่าย ส่วนข้าวเม่าตูอบ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 19.33 ปัจจัยที่มีต่อยอดขาย คือ กำลังการผลิตและตลาดยังมีน้อย และเป็นผลิตภัณฑ์สูตรใหม่ อยู่ในขั้นการทดลองตลาด

อภิปรายผล

ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างและศักยภาพของกลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปข้าวเม่า หลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างชัดเจน โดยก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 กลุ่มผู้ประกอบการมีจำนวนสมาชิกมาก มีรูปแบบการดำเนินงานแบบกลุ่ม และมีรายได้เฉลี่ยที่สามารถหล่อเลี้ยงการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อเกิดวิกฤตการณ์กับพบว่า สมาชิกกลุ่มลดลง การผลิตลดลงถึงร้อยละ 94.07 และรายได้เฉลี่ยลดลงถึงร้อยละ 90.83 ต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจฐานรากที่ระบุว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมักเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอก กุลธิดา ทิพย์ทอง, (2562) โดยเฉพาะปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เช่น ภัยพิบัติ หรือโรคระบาด การที่กลุ่มผู้ประกอบการมีแนวโน้มเปลี่ยนเป็นการผลิตแบบรายเดี่ยว และมีการเลิกกิจการบางกลุ่ม สะท้อนถึงการขาดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญส่ง น้อยโสภณ, (2563) ที่ชี้ว่าการอยู่รอดของวิสาหกิจชุมชนขึ้นอยู่กับทุนทางสังคม โดยเฉพาะความสามัคคี และการทำงานแบบมีส่วนร่วม และยังพบว่า ผู้ประกอบการยังขาดทักษะในการผลิตให้ได้มาตรฐาน ความรู้ด้านการตลาด และการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ Baron & Shane (2008) ที่ระบุว่าความสามารถในการจัดการ การวางแผน และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เป็นหัวใจของการเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่ โดยเฉพาะในบริบทของเศรษฐกิจชุมชนที่ต้องอาศัยทั้งความสามัคคีและนวัตกรรมเพื่อสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ ผลการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการแสดงให้เห็นว่า หลังจากได้รับการอบรมและพัฒนาอย่างเป็นระบบ ผู้ประกอบการมีความสามารถในการอ่านค่าซัง ตวง วัด และควบคุมกระบวนการผลิตได้ดีขึ้น ทำให้สามารถลดค่าความชื้น ค่าน้ำอิสระ และค่า TBARS ได้อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งนำไปสู่การยืดอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์ได้ถึง 2-4 เดือน ตามผลการทดสอบอายุการเก็บรักษา สอดคล้องกับแนวทางการผลิตตามระบบ GMP และแนวคิดการยืดอายุผลิตภัณฑ์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2564) ด้านการตลาด พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการยังขาดช่องทางการจัดจำหน่ายที่ชัดเจน มีการขายในลักษณะตลาดจร และไม่มีการจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดสำคัญในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมสู่ตลาดออนไลน์มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรพรรณ ลิ้มเจริญ, (2564) ที่พบว่าการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ OTOP จำเป็นต้องควบคู่ไปกับการส่งเสริมทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

1. ควรพัฒนาทักษะการใช้อุปกรณ์บันทึกภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว การนำเสนอสินค้าให้น่าสนใจ และสร้างทายาทธุรกิจของผู้ประกอบการเพื่อความยั่งยืน
2. การพัฒนาในพื้นที่ครั้งต่อไปควรสนับสนุนให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยวเข้าในพื้นที่ เพราะทั้ง 3 หมู่บ้านอยู่ห่างจากถนนหลักถึง 8 กิโลเมตร

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ ได้รับสนับสนุนทุนวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) และ กองทุนส่งเสริม ววน. ปีงบประมาณ 2564 คณะวิจัยจึงขอขอบคุณ มา ณ โอกาสนี้

การทำวิจัยสำเร็จล่วงด้วยดี ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ บุคคลที่เกี่ยวข้อง ให้การหนุนเสริม ให้ความรู้ ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ที่ส่งเสริม กำกับติดตามให้งานวิจัยสำเร็จตามแผน จึงขอขอบคุณ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบคุณ กลุ่มผู้ประกอบการแปรรูปจากข้าวเม่าบ้านโคกว่าน บ้านบุคราม และบ้านบุตาเวสน์ ที่ให้ความ



ร่วมมือปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จนเป็นผลสำเร็จ และขอขอบคุณเครือข่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้

ท้ายนี้คณะวิจัยขอขอบคุณผู้นำชุมชน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองโสน ที่ช่วยประชาสัมพันธ์
อำนวยความสะดวกการจัดกิจกรรม จนสำเร็จเรียบร้อย คณะวิจัยจึงขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2564). *คู่มือการยืดอายุอาหารและบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กุลธิดา ทิพย์ทอง. (2562). การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยใช้กลไกวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 14(45), 129–144.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญส่ง น้อยโสภณ. (2563). ทิศทางสังคมกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 39(4), 85–102.
- มะลิ นาชัยสินธุ์ และคณะ. (2559). การปรับปรุงคุณภาพข้าวเม่ากิ่งสำเร็จรูป. *วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน*. 3(2) : 88-95.
- วรพรรณ ลิ้มเจริญ. (2564). การพัฒนาทักษะดิจิทัลของผู้ประกอบการ OTOP เพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์. *วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา*, 9(2), 112–128.
- วรนนท์ สุวรรณปิฎกกุล และชุติมา ไชยทรัพย์. (2554). แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของประกอบการด้านอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 16(3), 76-88
- Baron, R., & Shane S. (2008). *Entrepreneurship: A process Perspective*. 2nd ed. Canada: Thomson South-Western.