



การประเมินห่วงโซ่คุณค่าและการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต สู่ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช

Evaluation of the Value Chain and Income Distribution of Carf Chocolate Products Towards a Unique Identity Product of Nakhon Si Thammarat Province

จิตติมา บูรณวงศ์^{1*} ศณัฏฐาธีระสุนท์¹ สอานเนตร ทินนาม¹

Thitima Booranawong^{1*} Sanatcha Theerachun¹ Sa-angneit Tinnam¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

¹Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

E-mail: thitima.boora@gmail.com

Received: 19 เมษายน 2568

Revised: 13 ตุลาคม 2568

Accepted: 29 ตุลาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต และ (2) วิเคราะห์การกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวภายหลังการเข้าร่วมงานวิจัย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 15 ราย ประกอบด้วย เกษตรกร ผู้รวบรวม ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตในจังหวัดนครศรีธรรมราช เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามแนวทางของ Krippendorff (2004) ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มและการกระจายรายได้

ผลการศึกษาพบว่า ห่วงโซ่อุปทานสามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 6 กลุ่ม ตั้งแต่เกษตรกรไปจนถึงผู้บริโภค โดยวิสาหกิจชุมชนมีผลผลิตโกโก้เฉลี่ย 3,015 กิโลกรัมต่อเดือน ราคาขายผลสดเฉลี่ย 8 บาทต่อกิโลกรัม รายได้เฉลี่ยของเกษตรกรและผู้รวบรวมอยู่ที่ 37,993 บาทต่อเดือน รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูป 10,000 บาทต่อเดือน ทั้งนี้ รายได้จากผลิตภัณฑ์โกโก้สดกระจายภายในจังหวัด 100% คิดเป็นรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 28,495 บาท สำหรับผู้ประกอบการ 1 ราย พบว่ามีต้นทุนในรอบ 3 เดือน รวม 160,210 บาท รายได้รวม 240,450 บาท มีกำไรสุทธิ 80,240 บาท หรือเฉลี่ยเดือนละ 26,746.67 บาท ซึ่งรายได้ทั้งหมดหมุนเวียนภายในจังหวัดเช่นกัน ทั้งนี้ ผลการวิจัยชี้ว่ารายได้กระจุกตัวในกลุ่มผู้รวบรวมและผู้แปรรูป ขณะที่เกษตรกรยังได้รับผลตอบแทนต่ำและขาดมูลค่าเพิ่มในกระบวนการต้นน้ำ จึงเสนอให้สนับสนุนการแปรรูปในระดับเกษตรกร พัฒนาช่องทางตลาดในพื้นที่ และผลักดันนโยบายด้านองค์ความรู้ เทคโนโลยี และการตลาด เพื่อกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน เนื่องจาก

* Corresponding Author



ผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตคือการแปรรูปเมล็ดโกโก้ท้องถิ่นที่มีศักยภาพสู่ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์สะท้อนวิถีชุมชนนครศรีธรรมราช

คำสำคัญ: ห่วงโซ่คุณค่า, การกระจายรายได้, เศรษฐกิจท้องถิ่น, ผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต, ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์

Abstract

This research aims to (1) evaluate the value chain of craft chocolate products and (2) analyze income distribution following participation in the research program. A mixed-methods approach was employed, combining both qualitative and quantitative methodologies. A purposive sampling method was applied to select 15 participants, including cocoa farmers, collectors, processors, and craft chocolate entrepreneurs in Nakhon Si Thammarat Province. Structured interviews were conducted based on Krippendorff's (2004) framework. Data were analyzed using content analysis and quantitative techniques, such as value-added analysis and income distribution assessment.

The findings reveal that the supply chain consists of six stakeholder groups, ranging from farmers to consumers. Community enterprises produced an average of 3,015 kilograms of cocoa per month, with fresh cocoa sold at an average price of 8 THB per kilogram. Farmers and collectors earned an average monthly income of 37,993 THB, while income from processed products was approximately 10,000 THB per month. All revenue from fresh cocoa (100%) circulated within the province, with an average income of 28,495 THB per month. For one selected processor, the total cost over a three-month period was 160,210 THB, generating total revenue of 240,450 THB and a net profit of 80,240 THB, or approximately 26,746.67 THB per month, all of which remained within the local economy. The study highlights that income tends to be concentrated among collectors and processors, while farmers receive relatively low returns and have limited value addition in the upstream process. It is therefore recommended that policies promote on-farm processing, expand local market channels, and support knowledge transfer, technology adoption, and marketing initiatives to ensure more equitable and sustainable income distribution. Craft chocolate, as a value-added product made from local cocoa, has strong potential to become a geographical identity product that reflects the cultural heritage of Nakhon Si Thammarat.

Keywords: Value Chain, Income Distribution, Local Economy, Craft Chocolate, Place-Based Product



บทนำ

จากข้อมูลของศูนย์ส่งเสริมการนำเข้าจากประเทศกำลังพัฒนาของสหภาพยุโรป สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (2567) ได้กล่าวถึง ตลาดโกโก้และช็อกโกแลตทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2566 มูลค่าตลาดเมล็ดโกโก้อยู่ที่ประมาณ 16,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 22,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2571 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี ขณะที่ตลาดช็อกโกแลตทั่วโลกคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.40 ต่อปี ระหว่างปี 2565-2573 สำหรับประเทศไทย ข้อมูลจากองค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ระบุว่า ในปี 2565 ไทยมีปริมาณการผลิตโกโก้ 1,256 ตัน คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.02 ของการผลิตโกโก้โลก อย่างไรก็ตาม ในปี 2566 ผลผลิตโกโก้ของไทยเพิ่มขึ้นเป็น 3,360 ตัน หรือขยายตัวถึงร้อยละ 167.6 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งเป็นผลจากการขยายพื้นที่เก็บเกี่ยว โดยพื้นที่เพาะปลูกหลักอยู่ในภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดนครศรีธรรมราช พัทลุง และระนอง ด้านการส่งออก ในปี 2566 ไทยส่งออกโกโก้และผลิตภัณฑ์ที่มีโกโก้เป็นส่วนประกอบ มูลค่า 87 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (3,004 ล้านบาท) และในปี 2567 มีมูลค่าส่งออก 74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (2,630.7 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.40 จากปีที่ผ่านมา ตลาดส่งออกหลัก 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน เมียนมา มาเลเซีย และอินเดีย

แม้แนวโน้มตลาดโกโก้และช็อกโกแลตจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องในระดับโลกและระดับประเทศ แต่ในระดับจุลภาคโดยเฉพาะพื้นที่ต้นน้ำอย่างจังหวัดนครศรีธรรมราช ยังประสบปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ชัดเจน โดยเกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบซึ่งอยู่ต้นน้ำได้รับผลตอบแทนต่ำ ขาดแรงจูงใจในการปลูกโกโก้ ขาดอำนาจต่อรองในการตั้งราคา และยังไม่สามารถเข้าถึงกระบวนการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าได้ ขณะที่รายได้ส่วนใหญ่มักกระจุกตัวในกลุ่มผู้แปรรูปและผู้จำหน่ายปลายทาง ส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนไม่สามารถหมุนเวียนได้อย่างยั่งยืน "ผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต" ซึ่งเกิดจากการแปรรูปเมล็ดโกโก้ท้องถิ่น จึงเป็นกลไกสำคัญที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม เชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีศักยภาพเชิงพาณิชย์ หากสามารถบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เสริมบทบาทเกษตรกรให้เข้าสู่กระบวนการแปรรูป และเข้าถึงตลาดปลายทางโดยตรง ก็อาจนำไปสู่การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่มีอยู่ส่วนใหญ่ยังเน้นด้านการตลาดหรือการส่งเสริมการผลิต แต่ยังขาดการศึกษาที่วิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับโครงสร้างห่วงโซ่มูลค่าและการกระจายรายได้ในระดับจุลภาค โดยเฉพาะหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าพัฒนา Value Chain จะนำไปสู่ความเป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์ในพื้นที่ได้จริงหรือไม่ ทั้งนี้ งานวิจัยเดิมมักให้ความสำคัญกับภาพรวมด้านการส่งเสริมเกษตรหรือการพัฒนาแบรนด์ระดับจังหวัด แต่ยังไม่ตอบคำถามว่า "โครงสร้างการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่มูลค่าเป็นอย่างไร" และมีความเหลื่อมล้ำเกิดขึ้นที่จุดใดบ้าง

ดังนั้นในการวิจัยเรื่อง "การประเมินห่วงโซ่มูลค่าและการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช" จึงมีเป้าหมายในการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยมุ่งประเมินกิจกรรมห่วงโซ่มูลค่าใหม่และการวัดการกระจายรายได้ในพื้นที่เป้าหมาย โดยเน้นการวิเคราะห์กระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายทาง การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และกลไกที่จะทำให้รายได้หมุนเวียนสู่ชุมชนได้อย่างแท้จริง การวิจัยยังสอดคล้องกับเป้าหมายของมหาวิทยาลัย ภายใต้กรอบทุนสนับสนุนงานวิจัยพื้นฐาน (Fundamental Fund) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างองค์ความรู้ด้านวิจัยที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดและใช้



ประโยชน์ในเชิงพื้นที่ โดยคำถามวิจัย (Research Questions) ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ 1) ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีลักษณะอย่างไร และมีจุดกระจุกของมูลค่าอยู่ที่ส่วนใดของห่วงโซ่ 2) หลังการพัฒนาในระดับกระบวนการผลิตและตลาด โครงสร้างรายได้ของผู้มีส่วนร่วมใน Value Chain เปลี่ยนแปลงอย่างไร

การศึกษานี้ให้ความสำคัญกับการประเมินห่วงโซ่คุณค่าในรูปแบบใหม่ และการวัดการกระจายรายได้ในพื้นที่เป้าหมาย โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการจ้างงาน และการหมุนเวียนของเศรษฐกิจภายในชุมชนอย่างยั่งยืน ผ่านเครื่องมือที่สามารถวัดผลลัพธ์ได้จริง ทั้งในแง่ของมูลค่าเพิ่มจากผลิตภัณฑ์และระดับรายได้ที่เกิดขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการส่งเสริมในงานวิจัยนี้สามารถสร้างประโยชน์ที่จับต้องได้แก่ชุมชนในระยะยาว

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่าเป็นการมองกระบวนการในภาพรวม ซึ่งรวมทุกอย่างตั้งแต่การเริ่มต้นการผลิตและแปรรูป การจัดซื้อจัดหา การขาย การบริการ และการขนส่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละองค์กรว่าจะมีกระบวนการใดบ้าง โดยสามารถแบ่งเป็นกระบวนการหลักและกระบวนการรองหรือกิจกรรมย่อย โดยในหนึ่งกิจกรรมหลักหรือกระบวนการหลักประกอบด้วยกิจกรรมย่อยมากมาย ซึ่งจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของห่วงโซ่คุณค่าและกระบวนการหลักที่ถูกวิเคราะห์โดยอนุกรมของกิจกรรมต่างๆ ที่เพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ขององค์กร โดยแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าของ Porter (2001) กล่าวว่า ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ของธุรกิจไม่ได้มาจากการมองภาพรวมขององค์กรเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจาก กิจกรรมย่อยต่างๆ (Discrete Activities) ที่องค์กรดำเนินการ เช่น การออกแบบ การผลิต การตลาด การส่งมอบ และการสนับสนุนสินค้า โดยกิจกรรมเหล่านี้ส่งผลต่อด้านทุนและการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ Porter แนะนำเครื่องมือ Value Chain เพื่อวิเคราะห์แหล่งที่มาของความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน การระบุกิจกรรมสร้างคุณค่าคือ การแยกกิจกรรมที่มีเทคโนโลยีและกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกจากกัน โดยกิจกรรมสร้างคุณค่าจำแนกออกเป็น 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) สามารถแสดงแผนภาพห่วงโซ่คุณค่าดังภาพที่ 1 โดยกิจกรรมหลักมี 5 กิจกรรม ได้แก่

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับ การจัดเก็บ และการกระจายวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต เช่น การจัดการวัสดุ การจัดเก็บสินค้า การควบคุมสินค้าคงคลัง การวางแผนรถขนส่ง และการคืนสินค้าให้ซัพพลายเออร์

2) การดำเนินงานหรือการผลิต (Operations) เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า เป็นขั้นตอนการผลิตกิจกรรมที่เปลี่ยนปัจจัยการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สุดท้าย เป็นการนำผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นและมีคุณภาพดียิ่งขึ้น

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวม จัดเก็บ และกระจายสินค้าสำเร็จรูปไปยังลูกค้า เช่น การจัดเก็บสินค้า การจัดการวัสดุ การดำเนินงานรถขนส่ง การประมวลค่าสั่งซื้อ และการวางแผนจัดส่ง



4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) กิจกรรมที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น การโฆษณา การโปรโมท การบริหารงานขาย การเสนอราคา การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างความสัมพันธ์กับช่องทางต่างๆ

5) บริการหลังการขาย (Service) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเพื่อรักษาหรือเพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น การติดตั้ง การซ่อม การฝึกอบรม การจัดหาชิ้นส่วน และการปรับแต่งผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับ กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้ารวมถึงการบริการหลังการขาย

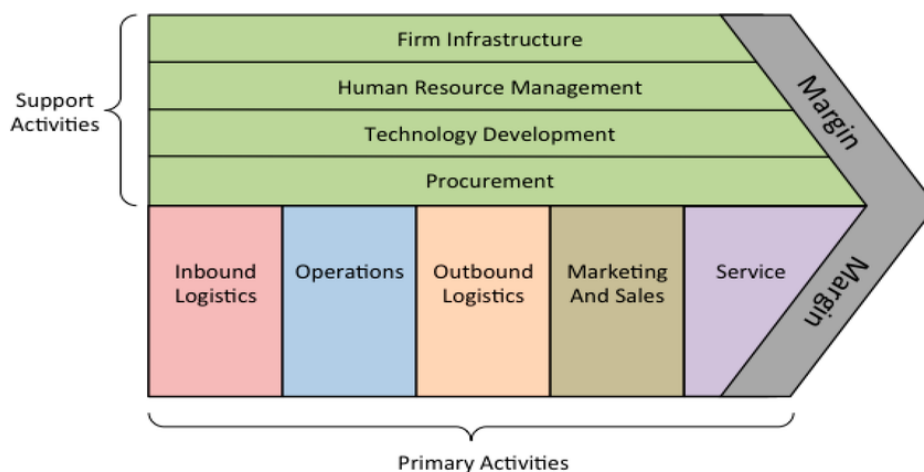
กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

1) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) การออกแบบชิ้นส่วน การออกแบบคุณลักษณะ การทดสอบภาคสนาม วิศวกรรมกระบวนการ และการคัดเลือกเทคโนโลยี

2) การจัดหา (Procurement) รวมถึงการประเมินคุณภาพซัพพลายเออร์ การจัดหาวัตถุดิบที่แตกต่างกัน และการติดตามประสิทธิภาพของซัพพลายเออร์อย่างต่อเนื่อง

3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ครอบคลุมการสรรหา พัฒนา และดูแลพนักงานทุกระดับ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความพึงพอใจในงาน พร้อมลดต้นทุนและรักษาพนักงานในระยะยาว

4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร เช่น การเงิน บัญชี กฎหมาย และระบบสารสนเทศ เป็นกิจกรรมสนับสนุนสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนและสร้างคุณค่าในทุกระดับองค์กร โดยค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ถือเป็นค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด



ภาพที่ 1 แผนภาพโครงสร้างห่วงโซ่คุณค่า

ที่มา: ดัดแปลงจาก Porter (1985)

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) หมายถึง กิจกรรมขององค์กรที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตั้งแต่การออกแบบการผลิต การจัดหา การจัดส่ง และการสนับสนุนผลิตภัณฑ์จนถึงลูกค้า ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของระบบคุณค่า (Value System) โดยที่ระบบคุณค่าหมายถึงกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค ทั้งนี้ ใน



การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าต้องพิจารณาความเชื่อมโยงระหว่างแต่ละกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นซัพพลายเออร์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และลูกค้าขององค์กร เนื่องจากแต่ละกิจกรรมภายในโซ่คุณค่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ในทุกขั้นตอน (สิริพร ทัททวี, 2560)

ภาณุพงศ์ กุดสุตา และ กฤษฎา เรืองพุด (2562) อธิบายเพิ่มเติมว่า การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดที่ช่วยให้เข้าใจบทบาทของแต่ละหน่วยงานภายในองค์กรว่าจะมีส่วนช่วยสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้อย่างไร โดยคุณค่าที่องค์กรสร้างขึ้นสามารถวัดได้จากระดับความเต็มใจในการจ่ายเงินของผู้บริโภคเพื่อแลกกับสินค้าและบริการของบริษัท ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวแบ่งกิจกรรมภายในองค์กรออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ซึ่งทุกกิจกรรมมีบทบาทในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการขององค์กร ในทำนองเดียวกัน ฌักทรี สิริพัฒน์ดิลก (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกตั้งวงษ์ โดยระบุว่า การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถระบุและวางแผนกิจกรรมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายและเพิ่มความคุ้มค่าให้สูงสุด อีกทั้งยังช่วยพัฒนากระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการให้เกิดความแตกต่างและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเช่นเดียวกับ ศุภกาญจน์ ศรีพลกรัง (2563) ซึ่งศึกษาการจัดการโซ่อุปทานโกโก้ไทย กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกโกโก้ในจังหวัดน่าน โดยระบุว่า การพัฒนาศักยภาพโซ่อุปทานจำเป็นต้องให้ทุกกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนทำงานอย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างคุณค่าสูงสุดในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการ

การที่กิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย (เพชรายุทธ แซ่หลี และ เจษฎา โพธิ์จันทร์, 2564; ภาณุพงศ์ กุดสุตา และ กฤษฎา เรืองพุด, 2562) อาจกล่าวได้ว่า Porter (1985) ได้เสนอแบบจำลองห่วงโซ่คุณค่าไว้ โดยมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมในโซ่คุณค่าของแต่ละหน่วยธุรกิจ ตั้งแต่การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การแปรรูป ตลอดจนถึงกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า โดยมุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ด้วยการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนหรือกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันเพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อส่งต่อไปให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจึงเป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถของกิจการในการแข่งขัน โดยการศึกษาถึงกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่าสามารถช่วยให้ได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจกรรมได้เป็นอย่างดี ตามแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า คือ กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน โดยทุกกิจกรรมมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการขององค์กร ผลกำไร (Margin) ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานขององค์กรขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการกับกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่คุณค่าให้มีการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรรวมถึงการเชื่อมโยงไปยังภายนอก โดยที่องค์กรจะต้องสามารถส่งมอบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (วนิชย์ ไชยแสง, 2564) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ (Mota, Makhouloufi, & Scala, 2019) ศึกษาเรื่อง On the Logistics of Cocoa Supply Chain in Côte d'Ivoire: Simulation-Based Analysis การวิเคราะห์ด้านโลจิสติกส์ของห่วงโซ่อุปทานโกโก้ในประเทศโกตดิวัวร์ การวิเคราะห์เชิงจำลองสถานการณ์ พบว่า การลดจุดตรวจและพัฒนาเส้นทางขนส่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการ



เคลื่อนย้ายสินค้า ลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าในแต่ละขั้นตอน เช่น การส่งเสริมการแปรรูปเมล็ดโกโก้ภายในประเทศจะเพิ่มรายได้มากกว่าการส่งออกวัตถุดิบเพียงอย่างเดียว ซึ่งแนวทางเหล่านี้สะท้อนถึงหลักการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าที่เน้นการเพิ่มมูลค่าในทุกกิจกรรม

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการกระจายรายได้

งานวิจัยนี้ดัดแปลงแนวคิดการกระจายรายได้จากโครงการวิจัยของสินัด ตีรวรรณไชย สุกำพล จงวิไล เกษม และ ปิพิชญา แซ่ลิ้ม (2564) เรื่อง โครงการวิจัยการวัดผลกระทบต่อการกระจายของรายได้ของชุดโครงการวิจัยมหาวิทยาลัยกับการพัฒนาโลกเพื่อดูดัชนีเศรษฐกิจภายในพื้นที่ โดยมีแนวทางดังนี้

1) การคำนวณรายได้ของวิสาหกิจชุมชน ไม่จำเป็นต้องคำนวณรายได้จากทุกชนิดสินค้าที่วิสาหกิจชุมชนผลิตและจำหน่าย ให้เลือกเฉพาะสินค้าที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากงานวิจัยเท่านั้น เนื่องจากสินค้าที่ไม่ได้รับผลกระทบจากงานวิจัยจะมีราคาและปริมาณสินค้าที่ขายได้ก่อนและหลังงานวิจัยเท่ากันและที่สำคัญวัตถุประสงค์ของการประเมินนี้คือการวัดผลกระทบของรายได้ของวิสาหกิจชุมชนจากงานวิจัยเท่านั้น เพื่อความมีประสิทธิภาพของการเก็บข้อมูลของโครงการวิจัยย่อย การศึกษาจึงนับเฉพาะสินค้าที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากงานวิจัยเท่านั้น

2) การคำนวณต้นทุน ได้แบ่งต้นทุนออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทแรก ค่าแรงงานทางตรง และค่าวัตถุดิบทางตรง โดยค่าแรงงานทางตรง คือ ค่าจ้างของแรงงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการผลิตสินค้าหรือบริการ ในขณะที่วัตถุดิบทางตรง คือ ค่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการโดยตรง และประเภทที่ 2 ค่าใช้จ่ายการผลิตและการขาย คือ ต้นทุนการผลิตอื่นๆ ที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากค่าแรงงานทางตรงและค่าวัตถุดิบทางตรง ค่าใช้จ่ายอื่นๆ รวมถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นในการนำสินค้าออกจำหน่ายด้วย ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ เช่น ค่าเสื่อมราคาของอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ค่าเช่าที่ดิน ค่าสาธารณูปโภค ค่าขนส่ง ค่าแรงงานในการขายสินค้า

3) การวัดการกระจายของผลกระทบด้านรายได้ของโครงการวิจัย สามารถวัดการกระจายของรายได้ของวิสาหกิจชุมชนว่ากระจายไปสู่กลุ่มคนใด ในปริมาณเท่าใด ผ่านการพิจารณาการกระจายของกำไรและการกระจายของต้นทุน การวัดการกระจายของกำไรเป็นการวัดที่ไม่ซับซ้อนนัก เนื่องจากกำไรที่เกิดขึ้นจากวิสาหกิจชุมชนย่อมตกเป็นของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในท้ายที่สุด ในขณะที่การวัดการกระจายของต้นทุนเป็นเรื่องที่ซับซ้อนกว่าเนื่องจากต้นทุนที่เกิดขึ้นในการผลิตสินค้าหรือบริการของวิสาหกิจชุมชน ในอีกด้านหนึ่งจะเป็นรายได้ของเจ้าของปัจจัยการผลิตและวัตถุดิบต่างๆที่วิสาหกิจชุมชนใช้ในการผลิต เช่น ต้นทุนแรงงานที่ใช้ในการผลิตของวิสาหกิจชุมชนจำนวน 10,000 บาทต่อเดือน ก็จะเป็นรายได้ให้กับแรงงานที่มาทำการผลิตสินค้าในวิสาหกิจชุมชนนั้นๆ ในขณะที่การวัดการกระจายของรายได้ของวิสาหกิจชุมชนว่ากระจายอยู่ในพื้นที่ (จังหวัด) ที่เกิดการทำ Intervention หรือกระจายออกไปนอกพื้นที่ในสัดส่วนเท่าใดบ้าง การศึกษานี้จะพิจารณาจากสถานที่อยู่ของเจ้าของปัจจัยการผลิตหรือเจ้าของวัตถุดิบนั้น ว่าอยู่ในหรือนอกจังหวัดที่มีการทำ Intervention และทำการเปรียบเทียบร้อยละของรายได้ที่เกิดขึ้นว่ากระจายอยู่ในหรือนอกจังหวัดนั่นเอง โดยสูตรการคำนวณคือ รายได้รวมลบต้นทุนรวม โดยแยกแหล่งรายได้และต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งภายนอกและภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช

มาริช หัสชู (2563) ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าและห่วงโซ่คุณค่า สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป กล่าวว่า เมื่อทำการศึกษาวិธีวิเคราะห์ขั้นตอนเบื้องต้นของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ ก็จะเข้าใจถึงกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในระดับภาพรวมของธุรกิจ สามารถใช้เทคนิค Multi-Criteria Performance Measurement/



Analysis Technique (MCPMT) ร่วมกับ Cluster Analysis เพื่อวิเคราะห์สัดส่วนรายได้ของภาคที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่เกษตรกร ผู้รวบรวม ผู้แปรรูป ผู้จัดจำหน่าย ไปจนถึงผู้บริโภค และคำนวณหามูลค่าเพิ่มของวัตถุดิบจากราคาซื้อ ราคาขาย ของแต่ละภาคเมื่อเทียบกับราคาขายในขั้นตอนแรกของกระบวนการผลิต การสร้างห่วงโซ่คุณค่าใหม่ (New Network Value Chain) มิได้เปลี่ยนแปลงจำนวนภาคที่เกี่ยวข้อง แต่เป็นการปรับบทบาทของแต่ละภาคให้ทำกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าได้มากขึ้น เช่น การส่งเสริมให้เกษตรกรสามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์และจำหน่ายเองโดยตรง จะทำให้รายได้กระจุกตัวในภาคเกษตรกรรมมากขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องผ่านขั้นตอนของผู้แปรรูปหรือผู้ขายรายอื่น การเปลี่ยนบทบาทภาคในห่วงโซ่คุณค่าช่วยปรับสัดส่วนรายได้ แม้โครงสร้างธุรกิจเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย แต่การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่ายังจำเป็นต่อการกำหนดกลยุทธ์พัฒนาศักยภาพการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนและโอท็อป

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ที่ประกอบด้วยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและลึกซึ้ง เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าและการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้รับผลกระทบจากบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในขั้นต้นใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้ประกอบการในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นการทำความเข้าใจบริบท กระบวนการผลิต การจำหน่าย และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล เช่น ปริมาณผลผลิต รายได้ ต้นทุน และกำไร มาวิเคราะห์เพิ่มเติมในเชิงตัวเลข เพื่อให้ผลการวิจัยมีความเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น และสามารถนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงนโยบายหรือพัฒนาเชิงพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การดำเนินการวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถสะท้อนภาพรวมของห่วงโซ่คุณค่าและการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตในพื้นที่เป้าหมายได้อย่างชัดเจนและครอบคลุม

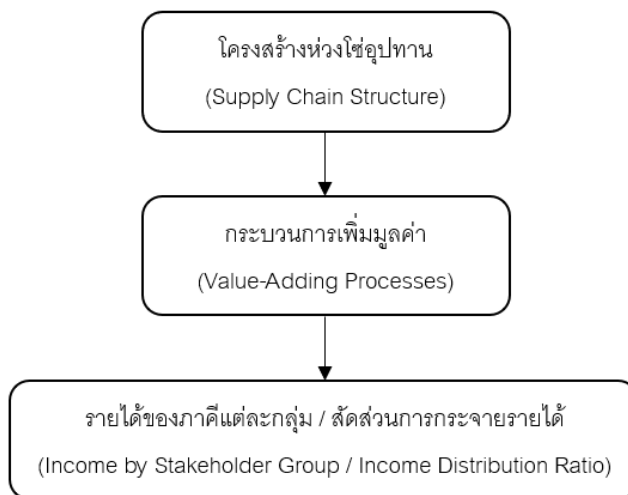
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าพื้นที่ตำบลสระแก้ว อำเภอท่าศาลา เป็นแหล่งปลูกโกโก้ที่สำคัญและมีปริมาณการผลิตมากที่สุดในจังหวัด ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาและแปรรูปโกโก้สู่ผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต ประชากรในการศึกษานี้ ประกอบด้วย เกษตรกร 15 ราย ผู้รวบรวม 5 ราย ผู้แปรรูป 1 ราย และผู้ประกอบการคราฟต์ช็อกโกแลต 1 ราย โดยบางรายมีบทบาทมากกว่าหนึ่งหน้าที่ เช่น เป็นทั้งเกษตรกร ผู้รวบรวม และผู้ประกอบการในคนเดียวกันที่มีบทบาทในกระบวนการผลิตและจำหน่ายโกโก้ และมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนโกโก้ลุงเล็ก ตำบลสระแก้ว อำเภอท่าศาลา โดยเฉพาะเกษตรกรที่จำหน่ายผลผลิตให้กับกลุ่มวิสาหกิจผู้รวบรวมและผู้แปรรูปที่ดำเนินกิจกรรมร่วมกับกลุ่มดังกล่าว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ให้ความยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนสวนโกโก้ลุงเล็ก โดยมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้ที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการ ได้แก่ เกษตรกร ผู้รวบรวม ผู้แปรรูป และเจ้าของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต รวมทั้งสิ้น 15 ราย



กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากแนวโน้มการเติบโตของตลาดโกโก้ทั้งในระดับประเทศและระดับสากล การยกระดับผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตให้เป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านห่วงโซ่คุณค่าและการกระจายรายได้ภายในพื้นที่ กรอบแนวคิดการวิจัยจึงถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสะท้อนความสัมพันธ์ขององค์ประกอบเหล่านี้ อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต้น คือ โครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Structure) เป็นรูปแบบของการจัดการเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนของการผลิตคราฟต์ช็อกโกแลต ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตัวแปรกลาง คือ กระบวนการเพิ่มมูลค่า (Value-Adding Processes) เป็นกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การหมัก การคั่ว การแปรรูป การบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และตัวแปรตาม คือ รายได้ของภาคีแต่ละกลุ่ม/สัดส่วนการกระจายรายได้ (Income by Stakeholder Group/ Income Distribution Ratio) แสดงผลลัพธ์ในแง่ของการแบ่งปันผลประโยชน์ในระบบห่วงโซ่คุณค่า และสะท้อนถึงความเป็นธรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

เครื่องมือในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือหลักที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Krippendorff, 2004) ซึ่งผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณในรอบรายงานทุน Fundamental Fund (FF) นอกจากนี้ยังผ่านการพิจารณาเครื่องมือจากคณะกรรมการเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน หมายเลขโครงการวิจัย REC No.043/66 โดยจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ผู้ประกอบการผลิตช็อกโกแลต เกษตรกรผู้ปลูกโกโก้ ผู้รวบรวมและผู้แปรรูป ผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมเนื้อหาสำคัญ ได้แก่ ขั้นตอนของกระบวนการผลิต ระยะเวลาในการเก็บ



เกี่ยวผลผลิต รายได้ที่ได้รับ ราคาจำหน่าย และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่า และประเมินการกระจายรายได้ในระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนแรก ศึกษาข้อมูลฐานทรัพยากรเบื้องต้นของ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลตที่เข้าร่วมวิจัย ได้แก่ กระบวนการผลิต ราคาขาย ผลผลิต ค่าแรงงาน และต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต เพื่อนำมาวิเคราะห์ภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลตในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ส่วนที่สอง จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนแรก นำมาออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูลเพื่อนำไปวัดการกระจายรายได้ และมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต หลังจากเข้าร่วมการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากการสัมภาษณ์เกษตรกร ผู้ปลูกโกโก้ ผู้รวบรวมโกโก้ ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลตในจังหวัดนครศรีธรรมราช การเก็บข้อมูลจะดำเนินการเก็บข้อมูล คือช่วงเริ่มต้นของงานวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูล Baseline สำหรับการวิเคราะห์กระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ต่อมาช่วงกลางโครงการ เก็บข้อมูลต้นทุนต่างๆ ราคาสินค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์การกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการพัฒนาในงานวิจัย จากนั้นจะมีการเก็บข้อมูลซ้ำอีกครั้ง ได้แก่ การเก็บข้อมูลห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ต้นทุนต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ และรายได้ที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจากงานวิจัย เพื่อนำมาวิเคราะห์การวัดการกระจายรายได้หลังเข้าร่วมงานวิจัย ซึ่งสามารถสรุปการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ลงพื้นที่สัมภาษณ์เจ้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวมถึงเกษตรกรและผู้รวบรวมเมล็ดโกโก้ ถึงข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ กระบวนการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ของผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต
2. สัมภาษณ์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลกระบวนการผลิต ราคาขาย ผลผลิต ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต เพื่อนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน คลี่ภาพห่วงโซ่คุณค่าเดิม และคิดมูลค่าเพิ่มรายได้ที่เกิดขึ้นของผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต
3. จากนั้นภายใต้แผนการวิจัย จึงมีคณะนักวิจัยวิจัยที่ได้เข้าไปเสริมหนุน ได้แก่ การยกระดับผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต การให้องค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากนั้นผู้วิจัยจึงลงพื้นที่ซ้ำอีกครั้งเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์คลี่ภาพห่วงโซ่คุณค่าเดิมและใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต
4. นำข้อมูลมาวิเคราะห์การวัดการกระจายรายได้ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาของผลิตภัณฑ์กราฟต์ซ็อกโกแลต หลังจากเข้าร่วมงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนี้

ข้อมูลเชิงพรรณนาที่ได้รับจากเจ้าของกิจการจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวมถึงการวิเคราะห์จากกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ที่แสดงภาพรวมทั้งหมดของห่วงโซ่คุณค่า จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (วัชรินทร์ อินทพรหม, 2562) โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากเกษตรกร ผู้รวบรวม เจ้าของผู้ประกอบการที่เข้า



ร่วมงานวิจัย เพื่อนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต ที่เข้าร่วมงานวิจัย โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจะประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ได้แก่

1. การตั้งประเด็นสาระหลัก (Theme Identification) ทำการอ่านข้อมูลอย่างละเอียดหลายรอบเพื่อระบุหัวข้อหลักที่เกี่ยวข้อง เช่น ขั้นตอนการผลิต การแปรรูป รายได้ ต้นทุน และปัญหาในการดำเนินงาน
2. การจัดหมวดหมู่ (Categorization) แยก Theme ออกเป็นหมวดหมู่ที่สัมพันธ์กับห่วงโซ่คุณค่า เช่น หมวดเกษตรกรต้นน้ำ ผู้รวบรวมกลางน้ำ และผู้แปรรูปปลายน้ำ
3. การรหัสข้อมูล (Coding) ใช้รหัสเพื่อแทนหมวดหมู่ของข้อมูล เช่น G1-ต้นทุนวัตถุดิบ, M2-รายได้จากแปรรูป เป็นต้น เพื่อสะดวกต่อการสังเคราะห์
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Intercoder Reliability) ผลการรหัสข้อมูลจะได้รับการตรวจสอบความสอดคล้องจากนักวิจัยร่วม เพื่อประกันความถูกต้องและลดอคติในการตีความ
5. การสังเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่วิเคราะห์จะถูกนำไปจัดทำเป็นแผนภาพแสดงห่วงโซ่คุณค่า และวิเคราะห์การกระจายรายได้ระหว่างภาคีในแต่ละขั้นตอน เพื่อสะท้อนความเป็นธรรมและศักยภาพในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

ข้อมูลเชิงปริมาณจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ และการวิเคราะห์การกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต หลังจากเข้าร่วมงานวิจัย จากเครื่องมือการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักการคำนวณหามูลค่าเพิ่มของสินค้าจากราคาซื้อ ราคาขาย ของแต่ละภาคีเมื่อเทียบกับราคาขายในขั้นตอนแรกของกระบวนการผลิต

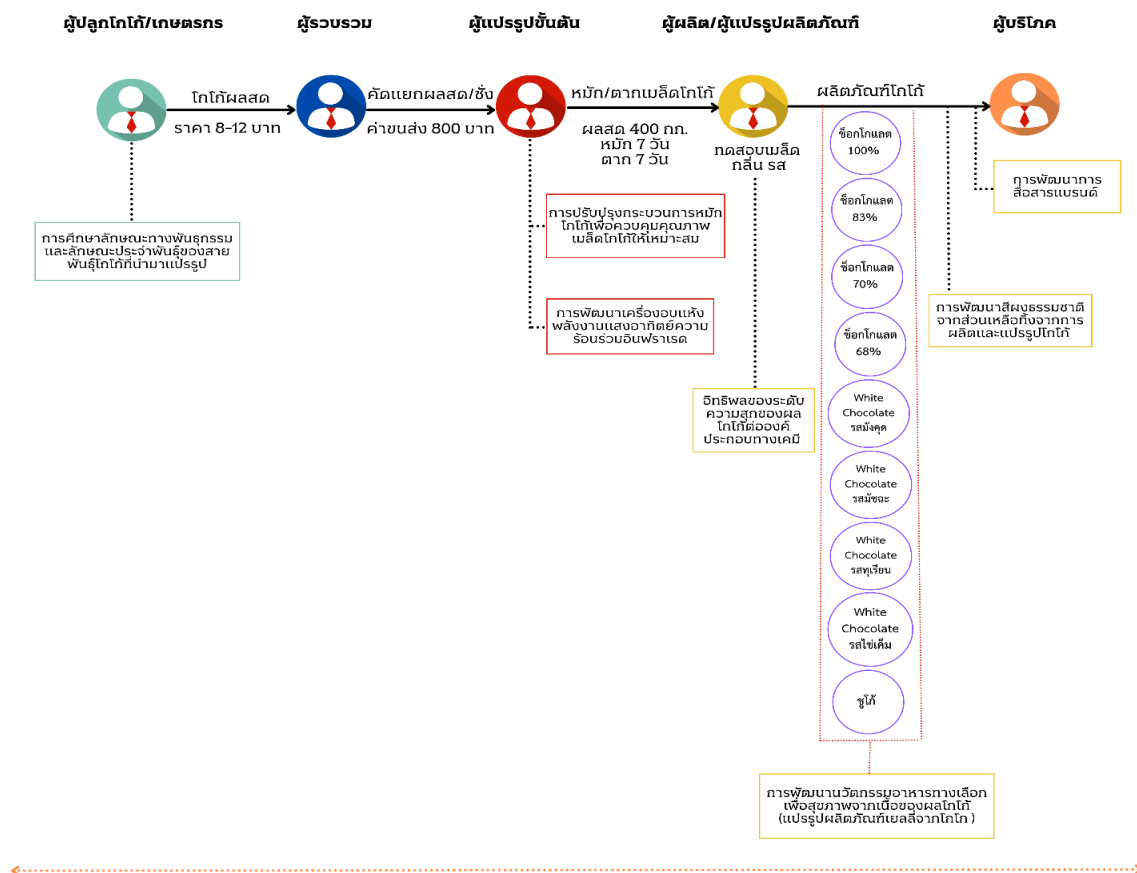
ผลการศึกษา

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า จากกระบวนการผลิตเมล็ดโกโก้ตั้งแต่ขั้นตอนแรกสู่กระบวนการได้เมล็ดโกโก้ที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตในรูปแบบต่างๆ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจสวนลุงเล็กเป็นทั้งเกษตรกร และผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ทำการขายจำหน่ายผลิตภัณฑ์เองทั้งในรูปแบบ B2B และ B2C ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ จนทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและวางจำหน่ายมากกว่า 10 ผลิตภัณฑ์ รวมถึงเครื่องดื่มร้อนและเย็นจากโกโก้ จากข้อมูลฐานทรัพยากรเบื้องต้น สามารถนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานใหม่ผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่เข้าร่วมงานวิจัยในจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน โดยแบ่งลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 6 ภาคี ได้แก่ 1) เกษตรกรหรือผู้ขายเมล็ดโกโก้ 2) ผู้รวบรวม 3) ผู้แปรรูปขั้นต้น 4) ผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ 5) ผู้ประกอบการ และ 6) ผู้บริโภค สามารถแสดงห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ห่วงโซ่อุปทานใหม่ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามลักษณะกระบวนการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ

จากการคลี่ห่วงโซ่อุปทานใหม่จึงสามารถวิเคราะห์แนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากโกโก้ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีนักวิจัยจากงานวิจัยย่อยเข้าไปช่วยยกระดับพัฒนาตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจ ผู้ประกอบ ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช ทั้งนี้เป็นแบบจำลองแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโกโก้ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ดังภาพที่ 4

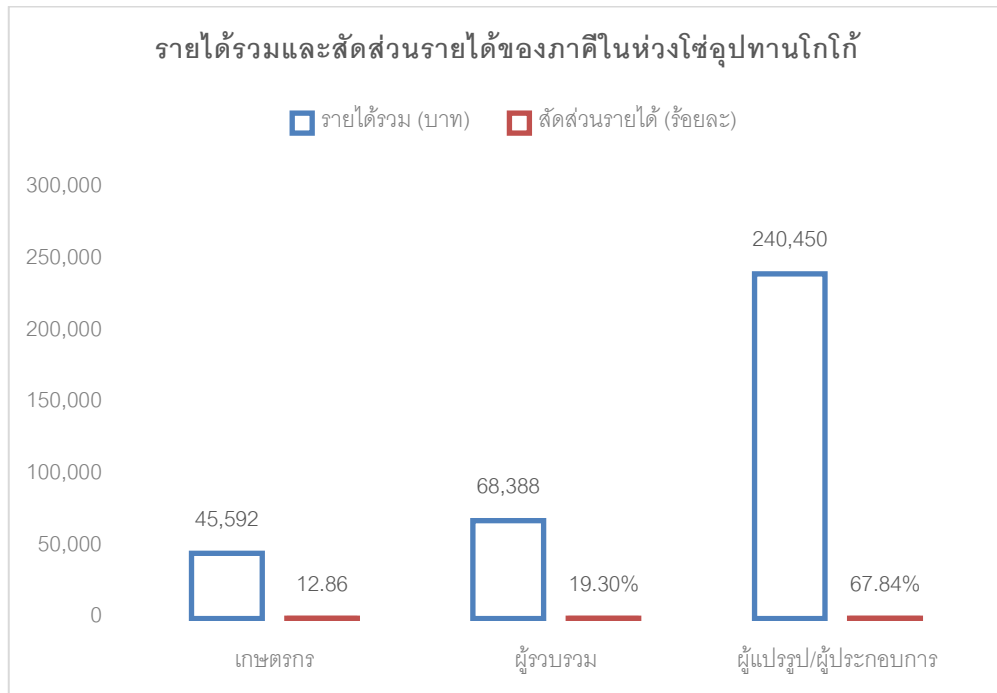


ภาพที่ 4 แบบจำลองแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโกโก้สู่ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช



นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์ข้อมูลจากผู้ประกอบการผลิตโกโก้ จึงสามารถวิเคราะห์หามูลค่าเพิ่มของแต่ละข้อต่อในห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งเป็นเพียงแบบจำลองสถานการณ์ และเมื่องานวิจัยย่อยต่างๆ เข้าไปช่วยพัฒนาระดับงานวิจัยตามจากแบบจำลองเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากโกโก้สู่ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช จึงสามารถคำนวณหามูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์กราฟต์ช็อกโกแลต จากการคลี่ภาพห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์กราฟต์ช็อกโกแลต ที่เข้าร่วมงานวิจัย ซึ่งมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เชื่อมโยงกันแบ่งออกเป็น 6 ภาค ได้แก่ 1) เกษตรกรหรือผู้ขายเมล็ดโกโก้ 2) ผู้รวบรวม 3) ผู้แปรรูปขั้นต้น 4) ผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ 5) ผู้ประกอบการ และ 6) ผู้บริโภค สามารถนำมาคำนวณมูลค่าเพิ่มจากราคาซื้อและราคาขาย เมื่อดำเนินการปริมาณโกโก้ผลสดที่ต้องใช้ในการแปรรูป ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ในการนำไปแปรรูปเพื่อได้ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ยังพบปัญหาในการผลิตเมล็ดโกโก้ที่มีคุณภาพ ในเรื่องการหมักและการตากเมล็ดโกโก้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์โกโก้ มีปริมาณการเก็บเกี่ยวผลผลิตเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,015 กิโลกรัม และสามารถเก็บเกี่ยวได้สูงสุดถึง 4,280 กิโลกรัมต่อเดือนต่อวิสาหกิจ โดยมีราคาจำหน่ายผลโกโก้สดเฉลี่ยอยู่ที่ 8 บาทต่อกิโลกรัม ส่งผลให้เกษตรกรหรือผู้รวบรวมมีรายได้เฉลี่ยประมาณ 37,993 บาทต่อเดือน จากจำนวนผู้รับซื้อผลผลิตทั้งหมด 27 ราย ในส่วนของผลิตภัณฑ์แปรรูปที่วางจำหน่ายหน้าร้าน พบว่ามีมูลค่าการจำหน่ายเฉลี่ยประมาณ 10,000 บาทต่อเดือน หลังจากคณะนักวิจัยได้ดำเนินการสนับสนุนและถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กราฟต์ช็อกโกแลตสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าการกระจายรายได้ต่อหนึ่งวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกร มีมูลค่ารวม 45,592 บาท และผู้รวบรวม 68,388 บาท รวมทั้งสิ้น 113,980 บาท หรือเฉลี่ยต่อเดือน 28,495 บาท โดยรายได้ทั้งหมดกระจายภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช 100% สำหรับช่วงที่มีผลผลิตโกโก้ (ก่อนเดือนพฤษภาคม) ขณะที่ผู้ประกอบการในระดับวิสาหกิจชุมชน 1 ราย มีต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวมในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวคิดเป็นมูลค่า 160,210 บาท และมีรายได้รวม 240,450 บาท ส่งผลให้มีกำไรสุทธิจากโกโก้แห่งเป็นเงิน 80,240 บาท หรือเฉลี่ย 26,746.67 บาทต่อเดือน โดยรายได้ส่วนนี้มีการกระจายอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชทั้งหมดเช่นกัน สามารถแสดงรายละเอียดสัดส่วนรายได้ของภาคีในห่วงโซ่อุปทานโกโก้ ดังภาพแผนภูมิแท่งที่ 5



ภาพที่ 5 แผนภูมิแท่งแสดงรายได้รวมและสัดส่วนรายได้ของภาคีในห่วงโซ่อุปทานโกโก้ จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากภาพที่ 5 พบว่า รายได้ส่วนใหญ่ในห่วงโซ่อุปทานโกโก้กระจุกตัวอยู่ที่ผู้แปรรูปและผู้ประกอบการในสัดส่วนสูงถึง 67.84% ขณะที่เกษตรกรและผู้รวบรวมได้รับสัดส่วนรายได้รวมกันเพียง 32.16% ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ในห่วงโซ่อุปทาน หรืออาจกล่าวได้ว่าเกษตรกรและผู้รวบรวมมีสัดส่วนรายได้ในห่วงโซ่อุปทานโกโก้เพียง 1 ใน 3 เท่านั้น ในขณะที่ ผู้แปรรูปและผู้ประกอบการ มีสัดส่วนรายได้มากกว่าเป็นเท่าตัวหรือมีสัดส่วนรายได้ถึง 2 ใน 3 ซึ่งรายได้ทั้งหมดยังคงมีการหมุนเวียนอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการศึกษาได้สะท้อนถึงช่องว่างเชิงโครงสร้างภายในห่วงโซ่คุณค่าที่ควรได้รับการพิจารณาเชิงนโยบาย โดยเฉพาะบทบาทของเกษตรกรผู้ผลิตวัตถุดิบต้นน้ำซึ่งยังคงมีอำนาจต่อรองต่ำ ขาดกลไกการกำหนดราคาที่เป็นธรรม และยังไม่สามารถเข้าถึงโอกาสในการแปรรูปได้โดยตรง ขณะที่ตลาดปลายน้ำแม้จะมีแนวโน้มเติบโต แต่จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ในด้านช่องทางจัดจำหน่าย การขยายตลาด และการสื่อสารแบรนด์ เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระยะยาว ข้อมูลที่ได้รับจึงสะท้อนโอกาสในการพัฒนาเชิงกลยุทธ์หลายด้าน ได้แก่ การสนับสนุนให้เกษตรกรรวมกลุ่มในรูปแบบวิสาหกิจหรือสหกรณ์ เพื่อเสริมศักยภาพในการจัดการผลผลิตต้นน้ำ การส่งเสริมทักษะการแปรรูปและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถสร้างมูลค่าได้ตั้งแต่ระดับครัวเรือน ตลอดจนการออกแบบนโยบายในระดับพื้นที่ เพื่อผลักดันให้ครัวฟาร์มช็อกโกแลตเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ที่สามารถแข่งขันในระดับประเทศและสากลได้ในอนาคต



อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์การประเมินห่วงโซ่คุณค่าและการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตสู่ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ประจำจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปและอภิปรายผลการดำเนินงานออกเป็น 3 ส่วน เพื่อตอบผลผลิตและตัวชี้วัดของงานวิจัยที่เกิดขึ้น ได้แก่ 1) ข้อมูลฐานทรัพยากรเบื้องต้นของ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตที่เข้าร่วมงานวิจัย 2) ข้อมูล Supply Chain และ Value Chain ใหม่ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตที่เข้าร่วมงานวิจัย และ 3) ข้อมูลการวัดการกระจายรายได้ผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต หลังจากเข้าร่วมงานวิจัย สรุปผลการดำเนินงานได้ดังนี้

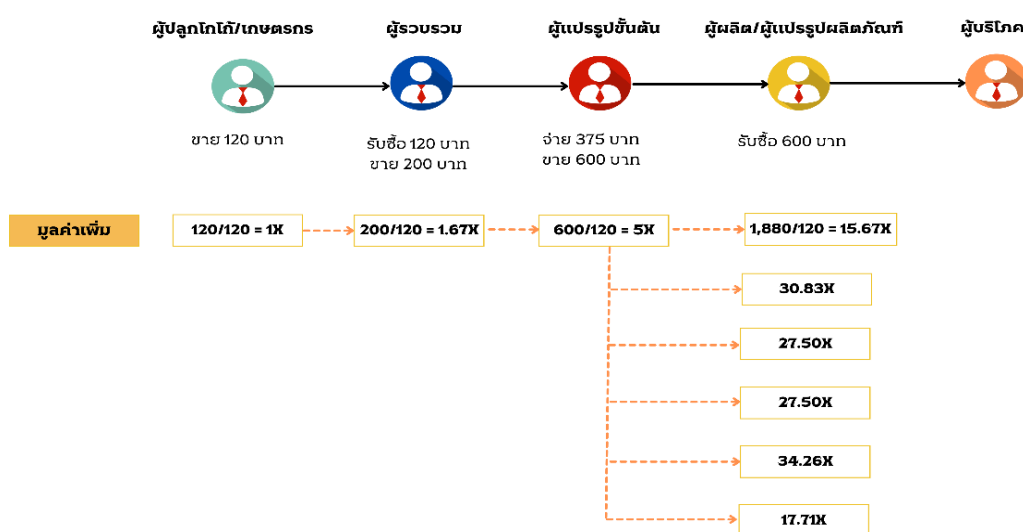
1) ข้อมูลฐานทรัพยากรเบื้องต้นของเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลตที่เข้าร่วมงานวิจัย สถานที่ตั้งเลขที่ 123 ตำบลสระแก้ว อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทรัพยากรเบื้องต้นถึงขั้นตอนกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแก่เจ้าของผู้ประกอบการ โดยให้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างถึงกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ราคาซื้อ ราคาขาย ผลผลิต และต้นทุนการผลิตด้านต่างๆ ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต โดยเมื่อทำการแปรรูปขั้นสุดท้าย ผู้ประกอบการก่อนเข้าร่วมงานวิจัยจะมีผลิตภัณฑ์จำหน่ายจำนวนทั้งสิ้น 9 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีขั้นตอนในการแปรรูปที่แตกต่างกัน ทั้งนี้กระบวนการผลิตและรายละเอียดต่างๆ ของข้อมูลทรัพยากรเบื้องต้นของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต จากการเก็บรวบรวมข้อมูลฐานทรัพยากรเบื้องต้นของเกษตรกร ผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตที่เข้าร่วมงานวิจัย ทราบขั้นตอนการผลิต ราคาซื้อ ราคาขาย ต้นทุนการผลิต ปริมาณการผลิต รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆ จึงสามารถนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต ตามหัวข้อต่อไปนี้

2) ข้อมูล Supply Chain และ Value Chain ใหม่ ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตที่เข้าร่วมงานวิจัย จากข้อมูลพื้นฐานดังกล่าวสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อคลี่ภาพห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ช็อกโกแลต โดยแบ่งลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 6 ภาคี ได้แก่ 1) เกษตรกรหรือผู้ขายเมล็ดโกโก้ 2) ผู้รวบรวม 3) ผู้แปรรูปขั้นต้น 4) ผู้ผลิตหรือผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ 5) ผู้ประกอบการ และ 6) ผู้บริโภค เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มาริช หัสฐู (2563) พบว่าภายในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อป ประกอบไปด้วยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 4 ภาคี คือ นักปลูกหรือเกษตรกร นักรวบรวม นักแปรรูป และนักขาย สามารถแสดงกระบวนการห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตในจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 กระบวนการห่วงโซ่อุปทานใหม่ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากภาพที่ 6 แสดงกระบวนการห่วงโซ่อุปทานใหม่ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตในจังหวัดนครศรีธรรมราชที่เข้าร่วมงานวิจัย จึงสามารถนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่พร้อมทั้งคำนวณหามูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตที่เข้าร่วมงานวิจัย คำนวณมูลค่าเพิ่ม จะคิดจากราคาซื้อ-ขาย ย้อนกลับไปที่เปรียบเทียบเมล็ดโกโก้แห้งต่อ 1 กิโลกรัม จึงแสดงห่วงโซ่คุณค่าเดิมและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 7 ห่วงโซ่คุณค่าใหม่และมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต

จากภาพที่ 7 ห่วงโซ่คุณค่าใหม่และมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต เมื่อนำมาเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มของแต่ละผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต พบว่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้สูงสุดถึง 34.26 เท่า เมื่อเทียบกับราคาเมล็ดโกโก้ ลำดับที่ 2 สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้สูงสุดถึง 30.83 เท่า เมื่อเทียบกับราคาเมล็ดโกโก้ ลำดับที่ 3 สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้สูงสุดถึง 27.50 เท่า เมื่อเทียบกับราคาเมล็ดโกโก้ ลำดับที่ 4 สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้สูงสุดถึง 17.71 เท่า และมูลค่าเพิ่มน้อยสุด สามารถเพิ่มมูลค่าของ



วัตถุดิบได้สูงสุดถึง 15.67 เท่า เมื่อเทียบกับราคาเมล็ดโกโก้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าสำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป (มาริช หัสชู, 2563) พบว่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทุเรียนพรีดราย สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบทุเรียนได้สูงสุด 9.47 เท่า เมื่อเทียบกับราคาผลสด รองลงมา การแปรรูปผลิตภัณฑ์ลำใยพรีดราย สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบลำใยได้ 7.81 เท่า เพราะพรีดรายมีมูลค่าเพิ่ม 7.56 ลำไยกวนมีมูลค่าเพิ่ม 7.03 เงาะกวนมีมูลค่าเพิ่ม 6.58 มังคุดพรีดรายมีมูลค่าเพิ่ม 6.51 ทุเรียนเชื่อมมีมูลค่าเพิ่ม 5.44 ทุเรียนทอดมีมูลค่าเพิ่ม 5.33 มังคุดกวนมีมูลค่าเพิ่ม 4.69 มังคุดอบแห้งมีมูลค่าเพิ่ม 4.29 ทุเรียนกวนมีมูลค่าเพิ่ม 4.00 เงาะอบแห้งมีมูลค่าเพิ่ม 3.74 เงาะลอยแก้วมีมูลค่าเพิ่ม 3.54 และลำไยอบแห้งที่มีมูลค่าเพิ่ม 3.32 เท่าเมื่อเทียบกับราคาผลสด เมื่อคณะนักวิจัยภายใต้โครงการวิจัยย่อยๆ เข้าไปช่วยพัฒนายกระดับการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต แก้ปัญหาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อไปเก็บข้อมูลซ้ำอีกครั้งนำข้อมูลมาวิเคราะห์การวัดการกระจายรายได้ ทั้งในจังหวัดนครศรีธรรมราชและนอกจังหวัดนครศรีธรรมราชหลังเข้าร่วมงานวิจัย เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจฐานรากและเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นจังหวัดนครศรีธรรมราชเพิ่มขึ้น พบว่าเมื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์โกโก้ (เก็บข้อมูลตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2567-30 เมษายน 2567) หลังจากเดือนพฤษภาคม ไม่มีผลโกโก้ให้เก็บเกี่ยว พบว่ามี การกระจายรายได้ของเกษตรกรต่อ 1 วิสาหกิจ เป็นจำนวนเงิน 113,980 บาท เฉลี่ยต่อเดือนเป็นจำนวนเงิน 28,495 บาท ซึ่งรายได้ทั้งหมดกระจายภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช 100% สำหรับผลิตภัณฑ์โกโก้ผลสด และสำหรับผู้ประกอบการ 1 วิสาหกิจชุมชน พบว่ามีต้นทุนในและค่าใช้จ่ายในรอบการเก็บเกี่ยวผลผลิตในระยะ 3 เดือน ทั้งหมด 160,210 บาท และมีรายได้ทั้งหมด 240,450 บาท มีผลกำไรจากโกโก้แห้งเป็นเงิน 80,240 บาท โดยเฉลี่ยต่อเดือนได้ผลกำไรเป็นเงิน 26,746.67 บาท และมีการกระจายรายได้ภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช 100% เช่นเดียวกับงานวิจัยของ จิตติมา บุรณวงศ์, ศณิตชา ธีระขุนท์ และ ธัชชา สามพิมพ์ (2565) พบว่า การวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช 100%

ความสำเร็จในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลต มีปัจจัยสำคัญจากความร่วมมือของภาคีในห่วงโซ่อุปทาน โดยมีวิสาหกิจชุมชนเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงเกษตรกร ผู้รวบรวม และผู้แปรรูปเข้าด้วยกันอย่างครบวงจร ประกอบกับการถ่ายทอดองค์ความรู้และการรวมบทบาทของภาคีหลายฝ่ายไว้ในผู้ประกอบการรายเดียว ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และกระจายรายได้ภายในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ยังพบความท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ ข้อจำกัดของผลผลิตที่มีลักษณะตามฤดูกาล ซึ่งส่งผลต่อความต่อเนื่องของรายได้ และการเข้าถึงตลาดปลายน้ำที่ยังจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนเพิ่มเติม เพื่อสร้างความมั่นคงในด้านการตลาดและการกระจายรายได้ที่ยั่งยืนในระยะยาว

สรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อมูลฐานทรัพยากรของผู้ประกอบการที่เก็บจากผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้ประกอบการในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ามีผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตจำหน่ายจำนวน 9 รายการ โดยมีข้อมูลชัดเจนเกี่ยวกับกระบวนการผลิต ราคาซื้อขาย ปริมาณผลผลิต และต้นทุน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างครบถ้วน โดยผลการผลการดำเนินงานสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่



1) จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า Supply Chain ของผลิตภัณฑ์สามารถจำแนกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 6 ภาคลหลัก และผลิตภัณฑ์แปรรูปบางรายการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากเมล็ดโกโก้ได้สูงที่สุดถึง 34.26 เท่า เมื่อเทียบกับราคาวัตถุดิบ สะท้อนถึงศักยภาพในการแปรรูปเพื่อเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น

2) การจัดการกระจายรายได้หลังเข้าร่วมงานวิจัย ในช่วงวันที่ 1 มกราคม-30 เมษายน 2567 พบว่าเกษตรกรใน 1 วิสาหกิจชุมชนมีรายได้รวมจากโกโก้สด 113,980 บาท หรือเฉลี่ย 28,495 บาท/เดือน โดยรายได้ทั้งหมดกระจายอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช 100% ด้านผู้ประกอบการมีต้นทุนรวม 160,210 บาท รายได้รวม 240,450 บาท และมีกำไรสุทธิ 80,240 บาท หรือเฉลี่ย 26,746.67 บาท/เดือน รายได้จากการจำหน่ายโกโก้แห้งยังคงหมุนเวียนภายในจังหวัดเช่นกัน ทั้งนี้ ข้อจำกัดของการศึกษา คือ ข้อมูลที่เก็บอยู่ภายในช่วงเวลาจำกัด (มกราคม-เมษายน 2567) เนื่องจากข้อกำหนดของกองทุน Fundamental Fund (FF) ที่มีกรอบเวลา 1 ปี อีกทั้งต้องผ่านการรับรองจริยธรรมก่อนเก็บข้อมูล และผลผลิตโกโก้มีเฉพาะบางฤดูกาล ทำให้การประเมินอาจไม่ครอบคลุมตลอดทั้งปี

ผลการศึกษาในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาและวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในระดับพื้นที่มีบทบาทสำคัญต่อการยกระดับสินค้าท้องถิ่นให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช การวิเคราะห์ที่ครอบคลุมทั้งมูลค่าเพิ่มและการกระจายรายได้ไม่เพียงสนับสนุนให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ หากแต่ยังวางรากฐานให้กับกลไกการตลาดที่เชื่อมโยงผู้ผลิตระดับฐานรากกับผู้บริโภคในลักษณะที่มีคุณค่าและมีเรื่องราว (Value-Based and Story-Driven) อย่างเป็นระบบ

ข้อเสนอแนะ

1. ในการคำนวณหาราคาซื้อและราคาขายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มของแต่ละข้อต่อในห่วงโซ่มูลค่า จำเป็นที่จะต้องสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอย่างละเอียดในแต่ละขั้นตอนการผลิต เพราะจะต้องคำนวณน้ำหนักของโกโก้ผลแห้งต่อ 1 กิโลกรัม ใช้โกโก้ผลสดจำนวนกี่กิโลกรัม นอกจากนี้จะต้องเปรียบเทียบต้นทุนค่าแรงและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างการแปรรูปขั้นต้น เนื่องจากกระบวนการผลิตค่อนข้างซับซ้อน ขณะสัมภาษณ์จึงต้องวาดแผนผังกระบวนการผลิตเพื่อทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการ

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการปฏิบัติในเชิงรูปธรรม ได้แก่ พัฒนาศักยภาพเกษตรกรสู่การแปรรูปและเพิ่มมูลค่า ควรจัดทำโครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ให้เกษตรกรเรียนรู้การแปรรูปโกโก้เบื้องต้น เช่น การหมัก การอบ การคั่ว และการผลิตผงโกโก้ พัฒนาเครือข่ายตลาดภายในจังหวัดและช่องทางออนไลน์ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเกษตรกรและผู้ประกอบการด้านบรรจุภัณฑ์ การออกแบบแบรนด์ และ e-commerce สนับสนุนการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในระดับภูมิภาค และสร้างช่องทางจำหน่ายออนไลน์ เช่น Shopee Facebook Page หรือผ่านแพลตฟอร์มจังหวัด ผลักดันนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐในระยะยาว นอกจากนี้จัดทำชุดข้อมูลห่วงโซ่มูลค่าและการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์คราฟต์ช็อกโกแลตในรูปแบบกรณีศึกษา (Case Study) เพื่อเผยแพร่แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและใช้เป็นต้นแบบในการสนับสนุนชุมชนอื่น

3. ในอนาคตควรศึกษาผลกระทบระยะยาวของการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่าต่อเศรษฐกิจชุมชน รายได้ครัวเรือน และความยั่งยืนของตลาด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการขยายผลและกำหนดนโยบายสนับสนุนในระดับพื้นที่

รายการอ้างอิง



- ฐิติมา บุรณวงศ์, ศณัฏฐา ธีระสุนท์ และ ธัชชา สามพิมพ์. (2565). การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่และการวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์นมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต*, 18(2), 139-155.
- ณภัทร สิริพัฒน์ดิกล. (2561). กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจร้านค้าปลีกตั้งวงษ์ (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล, วิทยาลัยการจัดการ.
- เพชรายุทธ แซ่หลี่ และ เจษฎา โพธิ์จันทร์. (2564). การจัดการโซ่อุปทานเมล็ด: กรณีศึกษา สวนเมล็ดไฮโดรกรีน ฟาร์ม. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและวิศวกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 3(2), 182-197.
- ภาณุพงศ์ กุดสุดา และ กฤษฎา เรืองพุฒ. (2562). การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ: กรณีศึกษา หมีโบราณพัสดุ (โครงการวิศวกรรม). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มาริช หัสชู. (2563). การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, บัณฑิต วิทยาลัย.
- วนิชย์ ไชยแสง. (2564). การจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2566, จาก <https://ms.udru.ac.th/ebook/detail/31>
- วัชรินทร์ อินทพรหม. (2562). การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 10(2), 314-333.
- ศุภกาญจน์ ศรีพลกรัง. (2563). การจัดการโซ่อุปทานโกโก้ไทย: กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ปลูกโกโก้ จังหวัด น่าน. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น, บัณฑิตวิทยาลัย.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567). โกโก้ โอกาสและความท้าทายของพืชปัจจุบัน. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2567, จาก <https://www.tpsa.go.th/news/2411-0000000004>
- สินัด ตีรวัฒนไชย, สุกัญญา จงวิไลเกษม และ ปิยธิดา แซ่หลี่. (2564). โครงการการวัดผลกระทบต่อการกระจายของ รายได้ของชุดโครงการ มหาวิทยาลัยกับการพัฒนาไกลเพื่อลดข้อเสียดูแลธุรกิจในพื้นที่ (รายงานวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สิริพร ทัดทวี. (2560). ตัวแบบความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างสมดุลและยั่งยืนสำหรับธุรกิจค้าปลีกศูนย์รวมสินค้า บ้านและที่อยู่อาศัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพ พลายเชน.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Mota, M. M., Makhloufi, A. E., & Scala, P. (2019). On the logistics of cocoa supply chain in Côte d'Ivoire: Simulation-based analysis. *Computers & Industrial Engineering*, 137, DOI: 10.1016/j.cie.2019.106034
- Porter, M. E. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.



Porter, M. E. (2001). The value chain and competitive advantage. In *Understanding Business: Processes* (pp. 50-54). London, UK: Routledge.