

การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม: กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มบ้านบนโพธิ์ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ไยฟ้า ตระกูลสันติ¹, อัจฉรสิริ อนุมณี², ณปภัช จันทรเมือง³, วิทยา วงษ์กลาง⁴

บทคัดย่อ

วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย อย่างไรก็ตามการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนยังขาดประสิทธิภาพในหลายๆ ด้าน เช่น การตลาด การบัญชี และการบริหารจัดการข้อมูลของวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทำให้สามารถระบุกิจกรรมตลอดห่วงโซ่ที่ยังสามารถเพิ่มคุณค่าได้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจ ดังนั้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์และพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของกลุ่มวิสาหกิจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการจดบันทึกภาคสนาม โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจจำนวน 5 ท่านและกลุ่มลูกค้าจำนวน 2 ท่าน ซึ่งคัดเลือกโดยแบบเฉพาะเจาะจง ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่ยังสามารถเพิ่มคุณค่าได้ ได้แก่ การปฏิบัติการโลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย การจัดหา และโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร แนวทางในการเพิ่มคุณค่าประกอบด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและเหมาะสมแก่การขนส่ง เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า การโฆษณาสินค้า และการส่งเสริมการขาย จัดทำรายชื่อสารรองผู้จำหน่ายวัตถุดิบ และการจัดทำระบบบัญชีอย่างถูกต้อง ผลจากการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าทำให้กลุ่มวิสาหกิจมีรายได้เพิ่มขึ้น 7,476.58 บาท หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งจัดหาแหล่งเงินทุนให้กับกลุ่มวิสาหกิจ องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดนโยบายของภาครัฐเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และการบริการอื่นๆ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศ

คำสำคัญ: การยกระดับ; ห่วงโซ่คุณค่า; ผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม; วิสาหกิจชุมชน

ชื่อผู้ติดต่อบทความ: ไยฟ้า ตระกูลสันติ

E-mail: yaifa_tra@nstru.ac.th

(Received: March 16, 2022; Revised: October 17, 2022; Accepted: November 24, 2022)

¹ ดร. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช E-mail: yaifa_tra@nstru.ac.th

² อาจารย์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช E-mail: adcharasiri_anu@nstru.ac.th

³ รองศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช E-mail: napaphach_cha@nstru.ac.th

⁴ อาจารย์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช E-mail: wittaya_won@nstru.ac.th

An Upgrading of Salted Egg Value Chain: A Case Study of Ban Bon Pho Community Enterprise, Lansaka, Nakhon Si Thammarat

Yaifa Trakulsunti¹, Adcharasiri Anumanee², Napaphach Chanmuang³, Wittaya Wongklang⁴

Abstract

Community enterprises play an important role to drive Thailand's economy. However, there are several aspects of community enterprises that needed to be improved such as marketing, accounting, and information management. Value chain analysis can identify non-value added activities that can be improved to create a competitive advantage and increase revenue. Therefore, this study aims to analyze and improve the value chain of salted egg product. The data were collected by using interview, focus group, non-participant observation and field notes. The number of key informants were five who were selected by purposive sampling. The results showed that primary and support activities through the salted-egg value chain that can add more value included operations, outbound logistics, marketing and service, procurement, and technology development. The improvement methods included designing a new package to attract the customers and reduce defects during transportation, increasing distribution channels, advertising and promotions, sourcing suppliers, and organizing accounting documents. As a result of the value chain development, the enterprise group had an additional income of 7,476.58 baht. Relevant government agencies should support and motivate community enterprise groups to use information technology to help in their business operations, including providing sources of funding for the enterprise groups. The contributions of this research can be used as a baseline data for the government agencies to set a policy that can support the value creation of products and services of other community enterprises in Thailand.

Keywords: Upgrading; Value Chain; Salted Egg; Community Enterprise

Corresponding Author: Yaifa Trakulsunti

E-mail: yaifa_tra@nstru.ac.th

¹ Dr. in Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. E-mail: yaifa_tra@nstru.ac.th

² Lecturer in Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University.

E-mail: adcharasiri_anu@nstru.ac.th

³ Associate Professor in Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University.

E-mail: napaphach_cha@nstru.ac.th

⁴ Lecturer in Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University E-mail: wittaya_won@nstru.ac.th

1. บทนำ

วิสาหกิจชุมชนอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ พร้อมทั้งพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการกิจการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป (Prachachat Business, 2021) วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ สร้างเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และกระจายรายได้สู่ชุมชน (Community Organization Development Institute, 2016) นำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปีพ.ศ.2562 ประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งสิ้น 86,655 แห่ง โดยมีหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนหลายหน่วยงาน เช่น กรมการพัฒนาชุมชน กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (The office of SMEs Promotion, 2021) อย่างไรก็ตามศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเองยังคงมีจุดอ่อนในหลายๆ ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการตลาด 2) ด้านความยั่งยืนของกลุ่ม 3) ด้านองค์ความรู้ด้านการเงินและบัญชี และ 4) ด้านการบริหารจัดการข้อมูลของวิสาหกิจ (Trade Policy and Strategy Office, 2021) รวมทั้งการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการตลาด (Office of the National Economic and Social Development council, 2016) ดังนั้น การวิเคราะห์กิจกรรมการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบ จนกระทั่งการจัดจำหน่ายและการบริการผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้ายจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน และรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจได้

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดที่คิดค้นโดย Porter (1985) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่วิเคราะห์กิจกรรมที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าประกอบด้วย 9 กิจกรรม โดยแบ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) 5 กิจกรรม และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) 4 กิจกรรม เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงและเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมเพื่อส่งมอบสินค้าตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นห่วงโซ่คุณค่าจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งไม่เพียงแต่การเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมในการผลิตสินค้าแล้วยังรวมถึงการบริการซึ่งจะทำให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จ (Jamnongchob et al., 2020) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยที่ได้ดำเนินการก่อนหน้ามุ่งเน้นในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าและเสนอแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าแต่ไม่ได้นำเสนอแนวทางไปปฏิบัติ รวมทั้งยังไม่มีงานวิจัยใดที่ศึกษาและวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ซึ่งนำไปสู่คำถามของงานวิจัยนี้คือ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าสามารถยกระดับห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มได้อย่างไร (Lapyai & Kumseeha, 2020; Wisitpanit et al. 2019)

จากการที่คณะผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจข้อมูลในเบื้องต้นพบว่า กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของกลุ่มวิสาหกิจบ้านบนโพธิ์ ตำบลท่าดี อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบ การดำเนินการผลิต การบรรจุภัณฑ์ จนกระทั่งการจัดจำหน่ายสินค้า ยังสามารถเพิ่มคุณค่าได้ (Rabob et al., 2020) นอกจากนี้กลุ่มวิสาหกิจยังไม่ได้คำนึงถึงการเพิ่มคุณค่าในแต่ละกิจกรรมที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งยังขาดองค์ความรู้ในการเพิ่มมูลค่าและสร้างผลกำไร การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าทำให้เห็นการดำเนินการของกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจตั้งแต่การรับวัตถุดิบจนกระทั่งผลิตเป็นสินค้าและจัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภค นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของกิจกรรมตลอดทั้งห่วงโซ่ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่ามีจุดเด่นกว่าวิธีอื่นเนื่องจากสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมได้ ซึ่งแตกต่างจากวิธีอื่น เช่น แผนผังสายธารคุณค่า (Value Stream Mapping, VSM) ที่มุ่งเน้นลดความสูญเปล่าในกระบวนการ โดยแบ่งกิจกรรม

ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า กิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าแต่จำเป็น และกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่า ดังนั้นการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าโดยการประเมินห่วงโซ่คุณค่าทำให้ระบุกิจกรรมที่ยังดำเนินการไม่ได้ประสิทธิภาพทำให้สามารถเพิ่มคุณค่าในแต่ละกิจกรรมได้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ระบุแนวทางในการพัฒนาและนำแนวทางไปปฏิบัติ (Sriphong et al., 2021) จะสามารถช่วยพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของกลุ่มวิสาหกิจบ้านบนโพธิ์ และเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่อย่างยั่งยืน โดยงานวิจัยนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้าที่มุ่งเน้นการเสนอแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า แต่ไม่ได้้นำแนวทางไปดำเนินการปฏิบัติโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจในจังหวัดนครศรีธรรมราช เช่น Khamhaeng et al. (2015) และ Khaoklom et al. (2022)

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม กลุ่มวิสาหกิจบ้านบนโพธิ์ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช
- 2.2 เพื่อพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม กลุ่มวิสาหกิจบ้านบนโพธิ์ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

3.1.1 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ในทุกๆ องค์กรจะประกอบด้วยกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อการออกแบบ การผลิต การตลาด การบริการ โดยกิจกรรมเหล่านี้สามารถนำเสนอได้ในรูปห่วงโซ่คุณค่า (Porter, 1985) จากภาพที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่าถูกพัฒนาโดย Porter (1985) ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก (Support Activities) 5 กิจกรรมที่ทำหน้าที่โดยตรงในการผลิตสินค้าและการบริการ รวมทั้งเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือการบริการตั้งแต่รับวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิตจนกระทั่งได้เป็นสินค้าและการบริการที่จะส่งมอบให้กับลูกค้า ประกอบด้วย 1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรับวัตถุดิบ การจัดเก็บวัตถุดิบ การควบคุมสินค้าคงคลัง 2) การดำเนินการ (Operations) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปปัจจัยนำเข้า เช่น วัตถุดิบ แรงงาน เป็นต้น ให้เป็นสินค้าและการบริการ 3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ เคลื่อนย้าย และกระจายสินค้าไปยังลูกค้า 4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) เช่น กิจกรรมการโฆษณา การโปรโมทสินค้า การตั้งราคาสินค้า และ 5) การบริการ (Service) เช่น การบริการหลังการขาย ส่วนกิจกรรมสนับสนุนประกอบด้วย 4 กิจกรรม ได้แก่ 1) การจัดหา (Procurement) รวมถึงการจัดซื้อวัตถุดิบ และสินทรัพย์อื่นๆ 2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิต 3) การจัดการทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การอบรมและพัฒนาบุคลากร ระบบเงินเดือน และ

4) โครงสร้างพื้นฐานองค์กร (Firm Infrastructure) ได้แก่ การบริหารจัดการทั่วไป ระบบการเงินและบัญชีที่ทำหน้าที่สนับสนุนตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า (Porter, 1985)



ภาพที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่า

ที่มา: Porter (1985)

3.1.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเป็นเครื่องมือที่จะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนของห่วงโซ่คุณค่าได้ (Deng et al., 2016; Jamnongchob et al., 2020) ทำให้เข้าใจกิจกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่คุณค่าและผลตอบแทนทางการเงินของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่ นอกจากนั้น การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าสามารถประเมินกิจกรรมตั้งแต่กระบวนการรับวัตถุดิบ การผลิต การบริการ และการกระจายสินค้าซึ่งจะช่วยให้ระบุได้ว่ากิจกรรมใดในห่วงโซ่คุณค่าที่ดำเนินการไม่ได้ประสิทธิภาพ ซึ่งหากปรับปรุงหรือยกระดับห่วงโซ่คุณค่าได้แล้ว จะสามารถพัฒนาศักยภาพขององค์กรและส่งผลให้กำไรเพิ่มมากขึ้นรวมทั้งองค์กรสามารถตั้งราคาของสินค้าได้อย่างเหมาะสม (Deng et al., 2016; Sharma & Christie, 2010)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่ามุ่งเน้นไปที่ 3 ปัจจัยหลักได้แก่ 1) การไหลของข้อมูลตลอดทั้งห่วงโซ่จากกระบวนการต้นน้ำถึงปลายถึงทั้งไปและย้อนกลับ 2) การสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น พิจารณาว่ามีกิจกรรมใดบ้างที่เพิ่มคุณค่า (Value-Added Activities) กิจกรรมใดที่ไม่เพิ่มคุณค่าแต่จำเป็นต้องอยู่ในกระบวนการ (Non-Valued Added but Necessary) และกิจกรรมใดบ้างที่เป็นกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าหรือความสูญเสียเปล่า (Value-Added Activities) 3) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่า (Soosay et al., 2012; Darko-Koomson et al., 2020) เสนอว่า การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในสินค้าเกษตรกรรมประกอบด้วยประเด็นสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจะระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่กิจกรรมการผลิต การกระจายสินค้า การตลาดและการขายผลิตภัณฑ์ 2) ต้องระบุผลประโยชน์ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าโดยการวิเคราะห์กำไร เช่น ผลตอบแทนจากการลงทุน 3) การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าสามารถนำมาয়ยกระดับห่วงโซ่ได้ 4) การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจะสามารถที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญการบริหารปกครอง (Governance) ซึ่งมีสำคัญในการปรับปรุงความสามารถของห่วงโซ่คุณค่าได้

3.1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ได้ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในสินค้ากลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร เช่น องุ่น (Deng et al., 2016) มันสำปะหลัง (Darko-Koomson et al., 2020) เนื้อสัตว์ (Keivan Zokaei & Simons, 2006) และปลา (Wisitpanit et al., 2019)

Deng et al. (2016) ได้ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในการวิเคราะห์ต้นทุน ผลประโยชน์ (Cost - Benefits) ผลการดำเนินการทางการเงิน และความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทานองุ่น ได้แก่ เกษตรกรผู้ปลูกองุ่น พ่อค้าคนกลาง ผู้ค้าส่งรายหลัก ผู้ค้าส่งรายย่อย และร้านค้าปลีก Deng et al. (2016) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทานองุ่นจาก 5 ภูมิภาคของประเทศจีน เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการห่วงโซ่คุณค่าองุ่น โดยใช้การสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียดังกล่าว ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินการทางการเงินและความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปลูกองุ่นได้รับกำไรสุทธิสูงสุด อย่างไรก็ตามผลการวิจัยยังพบว่าห่วงโซ่อุปทานองุ่นยังเผชิญกับปัญหาในหลายๆ ด้าน เช่น ระบบการผลิตที่ยังขาดประสิทธิภาพ ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งปัญหานี้ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทานและความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการผลิตองุ่น

นอกจากนั้นการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าได้ถูกนำมาใช้ในการประเมินห่วงโซ่คุณค่ามันสำปะหลังในประเทศกานา (Darko-Koomson et al., 2020) โดยวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อประเมินห่วงโซ่คุณค่ามันสำปะหลังในประเทศกานาและเสนอแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่ามันสำปะหลัง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ และใช้แผนผังห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแสดงการไหลของมันเป็นสำปะหลังตั้งแต่กระบวนการปลูกจนกระทั่งส่งมอบให้กับผู้บริโภคคนสุดท้ายและความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนร่วมในห่วงโซ่คุณค่า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่คุณค่าได้รับผลกำไรจากการปลูกมันสำปะหลัง และได้เสนอแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่ามันสำปะหลังทั้งด้านกระบวนการ (Process Upgrading) และด้านการดำเนินงาน (Functional Upgrading) เช่น การใช้เครื่องจักรในการเก็บเกี่ยวผลผลิตเพื่อลดต้นทุนแรงงาน การเพิ่มมูลค่าให้กับบรรจุภัณฑ์ อย่างไรก็ตามจุดด้อยของงานวิจัยนี้คือ ขาดแนวทางการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าที่สามารถนำประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับห่วงโซ่คุณค่าจริงและขาดการประเมินผล

Lapyai and Kumseeha (2020) ได้ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางในการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชร ผลการศึกษาพบว่า กิจกรรมที่ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย โลจิสติกส์ขาเข้า โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย ส่วนกิจกรรมที่ดำเนินการยังไม่ได้ประสิทธิภาพซึ่งเกิดจากใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์และใช้แรงงานคนเป็นหลัก ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกล้วยไข่ เช่น การใช้เทคโนโลยีมาช่วยในกระบวนการผลิต การจัดทาระบบบัญชีให้เป็นมาตรฐาน เพิ่มช่องทางในการชำระเงิน เช่นเดียวกับ Mvumi et al. (2016) ได้ประเมินห่วงโซ่คุณค่าอุตสาหกรรมกล้วยในประเทศซิมบับเวโดยมุ่งเน้นไปที่ความเสียหายหลังการเก็บเกี่ยวตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า ผลการวิจัยพบว่า ความสูญเสียส่วนใหญ่เกิดขึ้นระหว่างการเคลื่อนย้ายและการขนส่ง ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดความเสียหาย ได้แก่ การขนส่งและการสื่อสารที่ขาดประสิทธิภาพ ขาดการควบคุมอุณหภูมิที่เหมาะสม งานวิจัยนี้ได้เสนอแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพหลังการเก็บเกี่ยวเพื่อลดความเสียหาย อย่างไรก็ตามงานวิจัยของ Lapyai and Kumseeha (2020) และ Mvumi et al. (2016) ไม่ได้แนะนำแนวทางที่เสนอไปปฏิบัติ

Rabob et al. (2020) ได้ศึกษาโซ่อุปทานพลาสติกแปรรูปจังหวัดสมุทรปราการและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคพลาสติก เพื่อหาแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าในสายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงและมีความเป็นไปได้ในการพัฒนามากที่สุด โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อยในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้จัดการพื้พลาสติก ผู้เลี้ยงและแปรรูปพลาสติกและผู้ขาย ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานพลาสติกแปรรูปที่มีมูลค่าสูงสำหรับในโซ่อุปทานพลาสติก จังหวัดสมุทรปราการ คณะผู้วิจัยได้เลือกผลิตภัณฑ์พลาสติกแฉดเดี่ยวเพราะมีส่วนผลตอบแทนสูงสุด รองลงมา ได้แก่ พลาสติกห่อและได้เสนอแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าจากผลิตภัณฑ์พลาสติกแปรรูป เช่น การแปรรูปพลาสติกแฉดเดี่ยวและก้างพลาสติกกรอบ ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ เช่นเดียวกับ Wisitpanit et al. (2019) ได้วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลา ผลการศึกษาพบว่าการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ปลาเกิดจากการเชื่อมโยงกิจกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อมตั้งแต่การเพาะเลี้ยงปลา แปรรูปผลิตภัณฑ์ปลา และจัดจำหน่ายไปยังผู้ค้าปลีกและลูกค้า

จากการทบทวนวรรณกรรมจะพบว่า งานวิจัยที่ได้ดำเนินการก่อนหน้านี้นั้นเน้นในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าและเสนอแนวทางในการยกระดับห่วงโซ่คุณค่า Howieson et al. (2016) จึงได้นำเสนอแนวทางในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าแบบใหม่ประกอบด้วย 6 ขั้นตอนดังตารางที่ 1 Howieson et al. (2016) ได้ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในประเทศออสเตรเลีย ผลการวิจัยทำให้เกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งเข้าใจความต้องการของลูกค้ามากขึ้นและเพิ่มโอกาสทางการค้า และการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเป็นส่วนสำคัญในการสร้างคุณค่าตลอดทั้งห่วงโซ่ จากการทบทวนวรรณกรรมคณะผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ขั้นตอนการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าดังตารางที่ 1 และนำไปสู่กรอบแนวคิดของการวิจัยดังภาพที่ 2

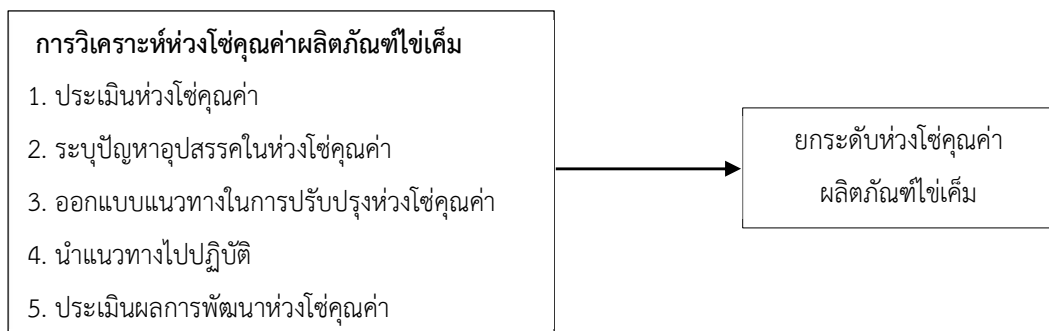
ตารางที่ 1 สรุปแนวคิด/ทฤษฎีการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจากการทบทวนวรรณกรรม

ชื่อผู้แต่ง	แนวคิด/ทฤษฎี	พื้นที่วิจัย
Deng et al. (2016)	วิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่กระบวนการแรกจนกระทั่ง จัดจำหน่ายไปยังผู้บริโภค เพื่อเพิ่มมูลค่าตลอดทั้งห่วงโซ่ของห่วงโซ่และเพื่อประเมินประสิทธิภาพทางการเงินของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า	ประเทศจีน
Darko-Koomson et al. (2020)	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า 1. เขียนห่วงโซ่คุณค่า 2. ระบุอุปสรรคในแต่ละกิจกรรมตลอดห่วงโซ่ -ระบุโอกาสในการปรับปรุงห่วงโซ่คุณค่า	ประเทศกานา
Keivan Zokaei and Simons (2006)	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าอาหาร (Food Value Chain Analysis, FVCA) 1. เขียนแผนภาพกระบวนการปัจจุบัน 2. เขียนแผนภาพกระบวนการปัจจุบัน	สหราชอาณาจักร

ตารางที่ 1 สรุปแนวคิด/ทฤษฎีการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าจากการทบทวนวรรณกรรม (ต่อ)

ชื่อผู้แต่ง	แนวคิด/ทฤษฎี	พื้นที่วิจัย
Lapyai and Kumseeha (2020)	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า 1. วิเคราะห์ความสามารถในการดำเนินการในแต่ละกิจกรรม 2. สร้างแนวทางในการเพิ่มมูลค่า	จังหวัด กำแพงเพชร
Mvumi et al. (2016)	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า 1. ประเมินกระบวนการหลังการเก็บเกี่ยว 2. ประเมินความสูญเสียที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน 3. ระบุปัจจัยที่ทำให้เกิดความสูญเสียหลังการเก็บเกี่ยว	ประเทศ ซิมบับเว
Rabob et al. (2020)	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า 1. วิเคราะห์ภาพรวมห่วงโซ่คุณค่า 2. ระบุปัญหาอุปสรรค 3. ระบุแนวทางในการแก้ไข	จังหวัด สมุทรปราการ
Wisitpanit et al. (2019)	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า 1. วิเคราะห์ภาพรวมห่วงโซ่คุณค่า	จังหวัด นครสวรรค์
Howieson et al. (2016)	การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า 1. ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า 2. ทำความเข้าใจตลาด 3. เขียนแผนภาพกระบวนการไหล 4. ระบุปัญหาและโอกาสในการปรับปรุง 5. นำไปปฏิบัติ 6. ประเมินผล	ประเทศ ออสเตรเลีย

3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 รายละเอียดของประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 7 ท่าน ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็มบ้านบนโพธิ์ จำนวน 5 ท่าน จากสมาชิกทั้งหมด จำนวน 27 ท่าน โดยทั้ง 5 ท่านเป็นคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจ ซึ่งข้อมูลที่ได้เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลและไปถึงจุดอ้อมตัวของข้อมูล และกลุ่มลูกค้าจำนวน 2 ท่าน โดยคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลได้แก่ 1) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรงในกระบวนการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม โดยจะต้องมีประสบการณ์มาแล้วอย่างน้อย 5 ปี 2) เป็นผู้ที่ยินดีในการให้ข้อมูล 3) เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม

4.2 เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้มีการคัดเลือกเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีวิเคราะห์ การแปลผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมภาคสนามในแต่ละขั้นตอนของการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มจำนวน 8 ท่าน มีผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนา และการจดบันทึกภาคสนาม (Field Notes) ดังตารางที่ 2 โดยมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลดังนี้

1. วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน (Data Triangulation) เช่น การสัมภาษณ์และการสังเกต และการตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (investigator Triangulation)
2. การตรวจสอบของผู้เข้าร่วมวิจัย (Participant Validation) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการจดบันทึกภาคสนาม จะถูกทวนสอบความถูกต้องอีกครั้งโดยผู้ให้ข้อมูลหลัก
3. การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) คณะผู้วิจัยได้อธิบายการดำเนินการวิจัยอย่างละเอียดตั้งแต่การออกแบบการวิจัยจนกระทั่งการเสนอผลการวิจัย ดังนั้นงานวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่นในบริบทที่มีความคล้ายคลึงกันได้

ตารางที่ 2 วิธีการเก็บข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

ขั้นตอนการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า	วิธีการเก็บข้อมูล
1. การประเมินห่วงโซ่คุณค่า	การสัมภาษณ์
2. ระบุปัญหาอุปสรรคในห่วงโซ่คุณค่า	การสัมภาษณ์
3. ออกแบบแนวทางในการปรับปรุงห่วงโซ่คุณค่า	การสนทนากลุ่ม

ตารางที่ 2 วิธีการเก็บข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (ต่อ)

ขั้นตอนการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า	วิธีการเก็บข้อมูล
4. นำแนวทางไปปฏิบัติ	การจัดบันทึกภาคสนาม
5. การประเมินผล	การสนทนากลุ่ม

4.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย/การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

4.3.1.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละท่านโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณท่านละ 45-60 นาที ก่อนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลักในการอัดเสียงและการจดบันทึก เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ตามแนวทางการสัมภาษณ์ของ O’Gorman and MacIntosh (2015) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แนวทางการสัมภาษณ์ (Interview Guideline)

กิจกรรม	คำอธิบาย
การเลือกสถานที่ในการสัมภาษณ์	ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มใบเตยบ้านบนโพธิ์
การบันทึกเสียง	ผู้วิจัยขออนุญาตผู้ร่วมวิจัยในการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์และจดบันทึกขณะสัมภาษณ์
แนวทางในการสัมภาษณ์	ผู้วิจัยเตรียมคำถามที่ครอบคลุมทั้งหมดในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ผู้วิจัยสามารถถามเพิ่มเติมได้นอกเหนือจากคำถามที่ได้เตรียมไว้ เช่น ช่วยอธิบายอีกครั้งได้ไหม จงยกตัวอย่างได้ไหม และ คุณหมายถึงอะไร
การสื่อสารโดยใช้ภาษากาย	ผู้วิจัยจดบันทึกภาษากายของผู้ให้ข้อมูลหลักขณะทำการสัมภาษณ์ รวมทั้งสีหน้าและลักษณะท่าทางขณะสัมภาษณ์

ที่มา: O’Gorman and MacIntosh (2015)

4.3.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

4.3.2.1 ความเที่ยงตรง (Validity) แบบสัมภาษณ์ได้มีการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และนำผลข้อเสนอแนะที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์

4.3.2.2 ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มวิสาหกิจที่มีลักษณะดำเนินการที่คล้ายกัน

4.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบแก่นสาระ (Thematic Analysis) ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ระบุปัญหาอุปสรรคในห่วงโซ่คุณค่า และแนวทางในการปรับปรุงห่วงโซ่คุณค่า ผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่เสนอโดย Collis and Hussey (2014) โดยขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

4.3.3.1 การเตรียมข้อมูล (Preparing the Data for Analysis)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มจะถูกบันทึกโดยเครื่องบันทึกเสียงหลังจากนั้นจะทำการถอดเทป (Dickinson et al., 2008) สำหรับข้อมูลได้จากการจดบันทึกจะพิมพ์ข้อมูลไปในเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว หลังจากข้อมูลถูกถอดเทปจะส่งกลับไปให้ผู้ร่วมวิจัยเพื่อทำการตรวจสอบและให้ความเห็นชอบ (Psychogios et al., 2012) และผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ

4.3.3.2 ทำความคุ้นเคยกับข้อมูล (Familiarization with the Data)

การทำความคุ้นเคยกับข้อมูลเป็นขั้นตอนสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยอ่านข้อมูล บทสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มที่ได้จากการถอดเทปแล้วเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยกับข้อมูล

4.3.3.3 การกำหนดรหัสของข้อมูล (Coding)

การกำหนดรหัสข้อมูลเป็นขั้นตอนในการจัดการข้อมูลโดยพิจารณาข้อความที่มีความหมายสอดคล้องกัน ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการด้วยตนเอง (Manual Approach) ในการกำหนดรหัสของข้อมูลที่สอดคล้องกับคำถามจากการทำสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยจะทำการเน้นข้อมูลให้เหมาะสมกับรหัสของข้อมูล ซึ่งรหัสข้อมูลจะถูกกำหนดจากการทบทวนวรรณกรรมและจากผู้ร่วมวิจัย

4.3.3.4 การกำหนดแก่นสาระ (Identifying and Refining Themes)

รหัสข้อมูลจะถูกนำมาจัดกลุ่มและกำหนดแก่นสาระ หลังจากแก่นสาระถูกกำหนดแล้วผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบกับกลุ่มของรหัสข้อมูลเพื่อให้สอดคล้องกัน

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย

5.1.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีการดำเนินธุรกิจตามกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า การดำเนินการโลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขายและการบริการ และกิจกรรมสนับสนุน 4 กิจกรรมตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าดังนี้

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics)

กลุ่มวิสาหกิจวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตไข่เค็มจากผู้จัดจำหน่ายซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในท้องถิ่น ได้แก่ ไข่เค็มจากฟาร์มเปิดในพื้นที่อำเภอลานสกา ดินจอมปลวกที่ผ่านกระบวนการบดละเอียดจากผู้จัดจำหน่ายในอำเภอเมือง นครศรีธรรมราช และใบเตยจากสมาชิกภายในกลุ่ม เนื่องจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบจัดส่งวัตถุดิบให้กับกลุ่มวิสาหกิจเป็นเวลานาน ทำให้กลุ่มวิสาหกิจมีความเชื่อมั่นในกระบวนการขนส่ง ส่วนกระบวนการตรวจสอบวัตถุดิบนั้น กลุ่มวิสาหกิจ

คัดเลือกไข่เปิดโดยพิจารณาจากกระบวนการผลิตของฟาร์ม และทำการจัดเก็บวัตถุดิบบริเวณพื้นที่ที่ได้จัดสรรไว้ ณ สถานประกอบการ เพื่อรอเข้าสู่กระบวนการผลิตหากมีคำสั่งซื้อจากลูกค้า

2) การดำเนินการ (Operations)

ขั้นตอนในการผลิตไข่เค็มมีดังนี้ 1) นำส่วนผสม ได้แก่ ดินจอมปลวก 3 ส่วน เกลือ 1 ส่วน มาคลุกเคล้ากับน้ำใบเตย 2) นำไข่เปิดไปคลุกเคล้ากับส่วนผสมในข้อ 1 และนำไปคลุกกับขี้เถ้าเกลบเพื่อป้องกันการระเหยของน้ำ 3) นำไข่เปิดที่คลุกเคล้าเสร็จแล้วบรรจุใส่ถุงก่อนการแพรระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID 19) กลุ่มวิสาหกิจผลิตไข่เค็มตามช่วงฤดูกาลเพื่อจัดจำหน่ายไปยังร้านค้า แหล่งกระจายสินค้า และร้านขายของฝากในชุมชน เมื่อเกิดการแพรระบาดของ COVID -19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวในอำเภอลานสกาทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวลดลง กลุ่มวิสาหกิจจึงหันมาผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ในส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจใช้ถุงพลาสติกใสพร้อมฉลากสติ๊กเกอร์สำหรับการบรรจุไข่เค็มเพื่อใช้ในการจัดจำหน่าย และใช้ชะลอมไม้ไผ่เป็นกระเช้าของขวัญสำหรับจัดจำหน่ายในช่วงเทศกาล โดยรูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิมไม่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจ และไม่ส่งเสริมการขายขาดความโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics)

ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วจะนำมาเก็บในพื้นที่ที่ได้จัดสรรไว้ สำหรับกระบวนการสั่งซื้อจากลูกค้าในช่วงการแพรระบาดของ COVID-19 ร้านขายฝากผลิตภัณฑ์ในชุมชนจะดำเนินการส่งสินค้ากับกลุ่มวิสาหกิจโดยตรง และกลุ่มวิสาหกิจจะใช้บริการขนส่งเอกชนในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า ซึ่งมีบริษัทเอกชนเพียงรายเดียวที่มารับสินค้า ณ กลุ่มวิสาหกิจ นอกจากนั้นผลการวิจัยพบว่า ปัญหารูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิมไม่สามารถป้องกันความเสียหายจากการขนส่งได้ ทำให้สินค้าเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งและมีการใช้วัสดุสิ้นเปลืองเพิ่มมากขึ้นเพื่อลดความเสียหายระหว่างการขนส่ง เช่น พลาสติกกันกระแทก กล่องพัสดุ เทปขาว เป็นต้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมไม่สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ที่เน้นการซื้อสินค้าทางช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น

4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

กลุ่มลูกค้าหลักของกลุ่มวิสาหกิจ ได้แก่ ประชาชนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน นอกจากการจัดจำหน่ายสินค้าโดยตรงกับลูกค้าที่ดำเนินการสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์และระบบออนไลน์แล้วนั้น อีกหนึ่งช่องทางในการจัดจำหน่าย คือ การจำหน่าย ณ งานแสดงสินค้าที่จัดโดยหน่วยงานของรัฐ สำหรับการตั้งราคาขายไข่เค็ม กลุ่มวิสาหกิจจะกำหนดราคาและนำเสนอต่อที่ประชุมกลุ่มสมาชิกเพื่อให้สมาชิกลงความเห็น อย่างไรก็ตามปัญหาที่สำคัญของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม คือ ช่องทางในการจัดจำหน่ายยังไม่หลากหลาย โดยเน้นการสั่งซื้อโดยตรงจากลูกค้าเพียงช่องทางเดียว และรองลงมา คือ ช่องทางการสื่อสารออนไลน์ รวมทั้งขาดการโฆษณาสินค้าและการส่งเสริมการขาย

5) การบริการ (Services)

การบริการหลังการขายหากลูกค้าได้รับสินค้าและเกิดความเสียหาย เช่น ไข่แตก กลุ่มวิสาหกิจจะส่งสินค้ากลับคืนให้ลูกค้าเพื่อชดเชยสินค้าที่เสียหาย

6) การจัดหา (Procurement)

ประธานกลุ่มวิสาหกิจดำเนินการจัดซื้อวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบที่ทำการซื้อขายเป็นประจำ ทำให้ขาดการวิเคราะห์ผู้จัดจำหน่ายแต่ละราย โดยจัดซื้อวัตถุดิบหลัก เช่น ไข่เค็ม ดินจอมปลวก จากผู้จัดจำหน่ายรายเดียวที่ดำเนินการซื้อขายกันเป็นเวลานานในท้องถิ่น วัตถุดิบอื่นๆ เช่น ใบเตย จะจัดซื้อจากสมาชิกภายในกลุ่ม ปริมาณวัตถุดิบที่จัดซื้อในแต่ละครั้งไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการของลูกค้าในแต่ละครั้งเนื่องจากการเป็นผลิตตามคำสั่งซื้อ ปัญหาที่เกิดขึ้นในกิจกรรมการจัดหาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจไม่มีการประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ

7) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development)

กลุ่มวิสาหกิจไม่ได้นำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต โดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตไข่เค็ม และใช้แรงงานจากสมาชิกภายในกลุ่มเป็นหลักในการผลิต

8) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Management)

ในกิจกรรมการจัดการทรัพยากรมนุษย์นั้น ประธานกลุ่มวิสาหกิจจะเป็นผู้บริหารจัดการการดำเนินการของกลุ่ม และมีการแบ่งภาระหน้าที่รับผิดชอบภายในกลุ่มตามความสามารถของสมาชิก การคัดเลือกสมาชิกเข้ากลุ่มจะคัดเลือกจากบุคคลในพื้นที่ โดยผู้ที่จะมีสมัครสมาชิกจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาและอาศัยอยู่ในหมู่ที่ 5 ตำบลท่าดี
- มีความรู้ความเข้าใจ เห็นชอบด้วยหลักการของกลุ่ม และสนใจงานพัฒนาอาชีพของกลุ่ม
- เป็นผู้ที่มีพร้อมที่จะปฏิบัติตามระเบียบและข้อตกลงของกลุ่ม
- เป็นผู้ที่มีคณะกรรมการบริหารกลุ่มได้มีมติเห็นชอบให้รับเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม
- สมาชิกต้องร่วมกิจกรรมของกลุ่มทุกครั้ง

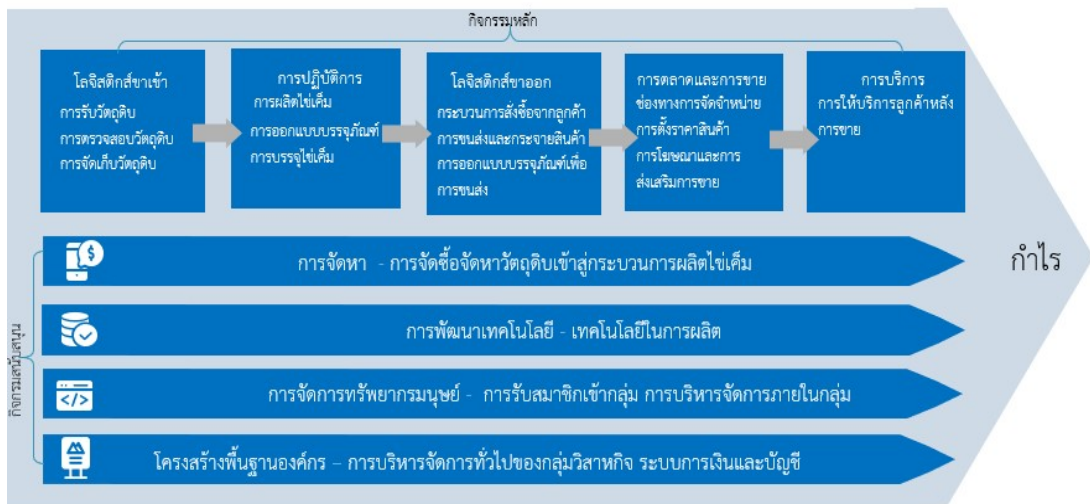
นอกจากนั้นสมาชิกในกลุ่มยังได้รับการอบรมทางด้านการจัดทำบัญชี การพัฒนาอาชีพจากหน่วยงานภาครัฐ ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งเป็นอย่างยิ่ง

9) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure)

ผลการวิจัยพบว่า จุดเด่นที่สำคัญของกลุ่มวิสาหกิจ คือ มีระบบบัญชี การเงิน ระบบการบันทึกรับ-จ่าย ระบบการแบ่งเงินปันผล และมีการจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายที่ชัดเจน แต่สมาชิกในกลุ่มไม่เข้าใจกระบวนการในการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้องตามหลักมาตรฐานการบัญชี เนื่องจากผู้จัดทำบัญชีของกลุ่มวิสาหกิจไม่สามารถแยกประเภทของสินทรัพย์หนี้สิน รายได้ ค่าใช้จ่ายได้ และค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ และจัดทำงบการเงิน เช่น งบแสดงผลการดำเนินงาน และงบแสดงฐานะทางการเงินของกลุ่มได้ อีกทั้งยังขาดความรู้เกี่ยวกับการคำนวณต้นทุนการผลิตที่ถูกต้องส่งผลให้กำหนดราคาขายเคลื่อนเคลื่อนจากต้นทุนการผลิตที่แท้จริง

ในปัจจุบันมีกรมตรวจบัญชีสหกรณ์เข้ามาช่วยเหลือการจัดทำระบบบัญชีให้มีมาตรฐาน โดยเงินทุนของกลุ่มจะระดมทุนจากสมาชิกก่อตั้งคนละ 100 บาท และจะได้รับเงินอุดหนุนจากส่วนราชการ ส่วนการจัดสรรผลกำไรมีดังนี้ สมทบเข้ากลุ่ม 10 % ปันผลตามหุ้น 10% ตอบแทนสมาชิกทำงาน 40% สวัสดิการสมาชิกกลุ่ม 10% สาธารณะประโยชน์ 10% ค่าใช้ในการดำเนินงาน 20% อีกหนึ่งจุดแข็งที่สำคัญของกลุ่มวิสาหกิจ คือ การได้รับสนับสนุนและคำแนะนำในการดำเนินการงานการผลิต การบริหารจัดการเงินและบัญชีจากหน่วยงานราชการ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) และสำนักงานพัฒนาชุมชน

จากการวิเคราะห์กิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของแต่ละกิจกรรมในการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนในการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ห่วงโซ่คุณค่าการผลิตผลิตภัณฑ์ไข่เค็มก่อนการปรับปรุง

ที่มา: Researcher

5.1.2 ระบุปัญหาในห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม

จากการประเมินห่วงโซ่คุณค่า คณะผู้วิจัยได้ระบุกิจกรรมที่ยังขาดประสิทธิภาพในการดำเนินการทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งสามารถเพิ่มคุณค่าในกิจกรรมเหล่านี้ได้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ปัญหาในห่วงโซ่คุณค่าแยกตามกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน

กิจกรรม	ปัญหา
กิจกรรมหลัก	
การปฏิบัติการ	รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมใช้ถุงพลาสติกในการบรรจุสินค้า ทำให้ไม่สามารถป้องกัน ความเสียหายระหว่างการขนส่งได้ รวมทั้งไม่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจเนื่องจาก ไม่ได้นำเรื่องราววิถีชีวิต และกระบวนการผลิตไข่เค็มที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มมาถ่ายทอดบนบรรจุภัณฑ์ นอกจากนั้นบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่ส่งเสริมการขาย และขาดความโดดเด่น ในการดึงดูดความสนใจจากลูกค้า
โลจิสติกส์ขาออก	รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมไม่สามารถป้องกันความเสียหายจากการเคลื่อนย้ายหรือขนส่งได้ และมีต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากวัสดุสิ้นเปลืองดังภาพที่ 4
การตลาดและการขาย	ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าไม่หลากหลายโดยมีช่องทางการสั่งซื้อเพียงช่องทางเดียว ทำให้สูญเสียโอกาสในการขายและการทำกำไร

ตารางที่ 4 ปัญหาในห่วงโซ่คุณค่าแยกตามกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน (ต่อ)

กิจกรรม	ปัญหา
กิจกรรมสนับสนุน	
การจัดหา	กลุ่มวิสาหกิจผูกขาดกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบเพียงเจ้าเดียวและไม่มีการคัดเลือกผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบรวมถึงการประเมินผลการดำเนินงานของผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ
โครงสร้างพื้นฐานองค์กร	สมาชิกในกลุ่มไม่เข้าใจกระบวนการในการจัดทำรายงานทางการเงินอย่างถูกต้อง มีเพียงการบันทึกบัญชีรายรับรายจ่าย
การพัฒนาเทคโนโลยี	กลุ่มวิสาหกิจยังไม่ได้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต เนื่องจากมีขั้นตอนการผลิตที่ไม่ซับซ้อน

5.1.3 ออกแบบแนวทางในการปรับปรุงห่วงโซ่คุณค่า

ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบแนวทางในการเพิ่มคุณค่าในกิจกรรมที่ได้ระบุไว้ในตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 แนวทางในการเพิ่มคุณค่า

กิจกรรม	ปัญหา
กิจกรรมหลัก	
การปฏิบัติการ	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดความสนใจ โดยผู้วิจัยนำเอกลักษณ์ของกระบวนการผลิตไข่เค็มสูตรใบเตยของทางกลุ่มวิสาหกิจที่สะท้อนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และนำสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างหมู่บ้านคีรีวง อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช มาจัดองค์ประกอบภาพให้สวยงามดังภาพที่ 5 สามารถสร้างจุดขายให้กับสินค้า และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ โดยบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่มีความแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจอื่นโดยรูปทรงของกล่องบรรจุภัณฑ์ มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงเตี้ย เจาะช่องติดพลาสติกใส สำหรับแสดงผลิตภัณฑ์ภายในกล่อง และสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้งานได้ 2 รูปแบบ คือ เพื่อการขนส่งสามารถพับเก็บฝากล่องเป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าทรงเตี้ย ทำให้ง่ายต่อการจัดวางและการซ้อนทับ สะดวกต่อการบรรจุผลิตภัณฑ์เพื่อการขนส่งและการจัดเรียงสำหรับจำหน่ายอีกรูปแบบเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึก คือ การดัดฝากล่องขึ้นเป็นมือจับ สะดวกต่อการพกพาและเคลื่อนที่ หิ้วง่าย พร้อมใส่ฉันท้องกระดาดลูกฟูก
โลจิสติกส์ขาออก	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมแก่การขนส่ง เพื่อลดความเสียหายหรือเสียรูประหว่างการขนส่ง เพื่อส่งมอบสินค้าถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ดังภาพที่ 5

ตารางที่ 5 แนวทางในการเพิ่มคุณค่า (ต่อ)

กิจกรรม	ปัญหา
กิจกรรมหลัก (ต่อ)	
การตลาดและการขาย	เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าโดยการถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจในการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก นอกจากนั้นยังมีการถ่ายทอดความรู้ในการโฆษณาสินค้าให้กับกลุ่มวิสาหกิจโดยการสร้างคอนเทนต์ที่มีความหลากหลายและน่าสนใจเพื่อดึงดูดลูกค้าผ่านทางสื่อออนไลน์ และการส่งเสริมการขายโดยการตั้งราคาขายกล่องละ 59 บาท หากซื้อ 3 กล่องจะขายในราคา 175 บาท และหากซื้อ 5 กล่องจะขายในราคา 295 บาท
กิจกรรมสนับสนุน	
การจัดหา	- เพิ่มจำนวนผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ เพื่อลดการหยุดชะงักเนื่องจากการขาดวัตถุดิบในการผลิต โดยการเก็บรวบรวมรายชื่อผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ คัดกรองผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และทำบัญชีรายชื่อผู้จัดจำหน่ายสำรองไว้ - จัดทำใบประเมินผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ
โครงสร้างพื้นฐานองค์กร	มีการจัดทำบัญชีวิสาหกิจชุมชนอย่างถูกต้อง เพื่อสามารถนำข้อมูลทางการเงินมากำหนดราคาขายที่แท้จริงได้ โดยคณะผู้วิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมด้านการจัดการบัญชีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและการคำนวณต้นทุนเบื้องต้นให้แก่ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจดังภาพที่ 6
การพัฒนาเทคโนโลยี	ในอนาคตหากกลุ่มผู้ประกอบการขยายกำลังการผลิตในปริมาณมากและมีต้นทุนที่เพียงพอสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิตไข่เค็มได้



ภาพที่ 4 บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

ที่มา: Researcher



ภาพที่ 5 บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่

ที่มา: Researcher



ภาพที่ 6 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดการบัญชีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและการคำนวณต้นทุน

ที่มา: Researcher

5.1.4 นำแนวทางไปปฏิบัติ

หลังจากคณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนตามตารางที่ 5 แล้ว กลุ่มวิสาหกิจได้ดำเนินการนำแนวทางการเพิ่มคุณค่าไปปฏิบัติ เช่น กลุ่มวิสาหกิจได้นำบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่มาใช้ในการบรรจุสินค้าเพื่อลดความเสียหายระหว่างการเคลื่อนย้ายหรือขนส่งและสะดวกต่อการขนส่ง รวมถึงการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเฟสบุ๊คแฟนเพจ (Facebook Fanpage) และไลน์แอปพลิเคชัน (Line Application) หลังการดำเนินการปรับปรุงกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนสามารถแสดงภาพได้ดังภาพที่ 7 ซึ่งสีเขียวเป็นกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนที่ได้รับการปรับปรุง



ภาพที่ 7 ห่วงโซ่คุณค่าหลังการปรับปรุง

ที่มา: Researcher

5.1.5 ประเมินผลการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า

จากการปรับปรุงห่วงโซ่คุณค่าทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนทำให้กลุ่มวิสาหกิจมีรายได้เพิ่มเป็น 7,467.58 บาท ถึงแม้ว่าต้นทุนผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิม 0.5 บาท/ถุง เป็น 15.67 บาท/กล่อง ทำให้กลุ่มวิสาหกิจได้ตั้งราคาขายจากเดิมถุงละ 40 บาทเป็นกล่องละ 59 บาท โดยข้อมูลเปรียบเทียบต้นทุน รายได้ และรายได้สุทธิก่อนและหลังการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าได้สรุปไว้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตารางเปรียบเทียบรายได้ก่อนและหลังการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มวิสาหกิจ

ก่อน			หลัง			รายได้เพิ่ม
ต้นทุน	รายได้	รายได้สุทธิ	ต้นทุน	รายได้	รายได้สุทธิ	รายได้สุทธิหลัง - รายได้สุทธิก่อน (บาท/เดือน)
(บาท/เดือน)	(บาท/เดือน)	(บาท/เดือน)	(บาท/เดือน)	(บาท/เดือน)	(บาท/เดือน)	
11,256.58	13,280.00	2,023.42	25,000.00	34,500.00	9,500.00	7,476.58

5.2 อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนพบว่า มีทั้งกิจกรรมที่ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า การบริการ ทรัพยากรมนุษย์ และกิจกรรมกรรมที่ยังสามารถเพิ่มคุณค่าได้ ได้แก่ การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย การจัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Lapyai and Kumseeha (2020) ที่ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางใน

การเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชรโดยพบว่าในห่วงโซ่คุณค่ามีกิจกรรมที่ทั้งกิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้กับกล้วยไข่กำแพงเพชรและกิจกรรมที่ยังไม่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับกล้วยไข่ได้

ห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสามารถพัฒนาได้โดยการเพิ่มมูลค่าให้กับกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนที่ยังดำเนินการไม่ได้ประสิทธิภาพ ในกิจกรรมหลักได้มุ่งเน้นการยกระดับผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น และเหมาะสมแก่การขนส่งเพื่อลดความเสียหายระหว่างการขนส่ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ SripHong et al. (2021) และ Darko - Koomson et al. (2020) ที่ได้พัฒนาห่วงโซ่คุณค่า โดยมุ่งเน้นการพัฒนาหลากหลายสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เช่นเดียวกับ Noknoi and Langthaekun (2015) ที่ได้ระบุว่า บรรจุภัณฑ์ของสินค้าควรมีการออกแบบเพื่อให้ปลอดภัยต่อสินค้าและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดลูกค้า นอกจากนี้จากผลการศึกษาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าด้านการตลาดและการขายคือการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณาสินค้า และการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ SripHong et al.(2021) และ Lamyai and Kumseeha (2020) ที่ได้พัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของวิสาหกิจชุมชนทำขนมต้นแบบและห่วงโซ่คุณค่ากล้วยไข่โดยการเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ และได้เสนอแนวทางการชำระสินค้าผ่านธุรกรรมออนไลน์ (Mobile Banking) ในส่วนของกิจกรรมสนับสนุนผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมที่ยังสามารถเพิ่มมูลค่าได้ ได้แก่ การจัดหาและโครงสร้างพื้นฐานองค์กร โดยสามารถเพิ่มมูลค่าโดยการจัดทำบัญชีรายชื่อผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบสำรองและจัดทำใบประเมินผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และการจัดทำบัญชีอย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ SripHong et al. (2021) และ Wisitpanit et al. (2019) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มวิสาหกิจไม่ได้นำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิตเนื่องจากกระบวนการผลิตไข่เค็มไม่มีความซับซ้อนและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ Lapyai and Kumseeha (2020) กล่าวว่ากลุ่มวิสาหกิจในตลาดกล้วยไข่ไม่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการผลิต เนื่องจากกระบวนการผลิตในการแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยไข่ไม่มีความซับซ้อน

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัดเนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากกลุ่มวิสาหกิจเป็นหลักและไม่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายของภาครัฐเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ตำบลท่าดี อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อสร้างความเข้มแข็งและยกระดับเศรษฐกิจของชุมชนได้

6. สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าโดยการประเมินห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ซึ่งประกอบด้วยทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ทำให้สามารถระบุกิจกรรมที่ยังสามารถเพิ่มมูลค่าได้เพื่อตอบสนองต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจ ได้แก่ การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย การจัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร โดยแนวทางสำคัญในการพัฒนากิจกรรมดังกล่าว ได้แก่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น และเหมาะสมแก่การขนส่งเพื่อลดความเสียหายระหว่างการขนส่ง การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า การโฆษณาสินค้า และการส่งเสริมการขาย จัดทำรายชื่อบริษัทผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ และการจัดทำระบบบัญชีอย่างถูกต้องและเป็นระบบ

สำหรับปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็มบ้านบนโพธิ์ คือ ประธานกลุ่มซึ่งมีความเป็นผู้นำสูง รวมทั้งมีความสามารถในการประสานความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกกลุ่มวิสาหกิจ นอกจากนี้ผลการประเมินงานวิจัยโดยใช้หลักเกณฑ์ความเที่ยงตรงภายในและความเที่ยงตรงภายนอกโดยผู้ประเมิน 3 ท่านอยู่ในระดับดี

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

7.1.1 กลุ่มวิสาหกิจควรมีการจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น ขั้นตอนในกระบวนการผลิตไข่เค็มให้เป็นระบบ เพื่อถ่ายทอดให้แก่บุคลากรรุ่นใหม่และโน้มน้าวให้บุคลากรรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ

7.1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์อื่นๆได้

7.1.3 การยกระดับในบางกิจกรรมของห่วงโซ่คุณค่า เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการผลิตจำเป็นต้องใช้เงินในการลงทุนที่สูง กลุ่มวิสาหกิจสามารถเข้าถึงเงินแหล่งทุนได้จากกองทุนหมู่บ้านและชุมชนแห่งชาติ

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 ควรมีการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่าเพิ่มเติม เช่น ผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบ

7.2.2 ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณประกอบ เพื่อให้ครอบคลุมแนวคิดนำจากนอกเข้าสู่ภายใน (Outside-In)

7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

7.3.1 หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาจัดทำองค์ความรู้ และการเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านช่องทางต่างๆ

7.3.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการดำเนินธุรกิจ โดยให้ความรู้และการฝึกอบรมทักษะที่จำเป็นเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจมีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ภายใต้แผนงานหลักชุมชนนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในโครงการวิจัย “การวิจัยการพัฒนานวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนจากเขาหลวงสู่อ่าวนครศรีธรรมราช” ภายใต้โครงการย่อย “โครงการ

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าแปรรูปทางการเกษตรท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์สินค้าท้องถิ่น ตำบลท่าดี อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช”

9. เอกสารอ้างอิง

- Collis, J., & Hussey, R. (2014). *Business research : A practical guide for undergraduate and postgraduate students* (4th ed). Palgrave Macmillan.
- Community Organization Development Institute. (2016). *Handbook for promoting the development of the basic economic system*. Community Organizations Development Institute.
- Darko-Koomson, S., Aidoo, R., & Abdoulaye, T. (2020). Analysis of cassava value chain in Ghana: implications for upgrading smallholder supply systems. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 10(2), 217–235. <https://doi.org/10.1108/JADEE-05-2019-0066>.
- Deng, L., Wang, R., Dong, T., Feng, J., & Weisong, M. (2016). Assessing the table grape supply chain performance in China – a value chain analysis perspective. *British Food Journal*, 118(5), 1129–1145. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2015-0310>.
- Dickinson, A., Welch, C., & Ager, L. (2008). No longer hungry in hospital: improving the hospital mealtime experience for older people through action research. *Journal of Clinical Nursing*, 17(11), 1492-1502.
- Howieson, J., Lawley, M., & Hastings, K. (2016). Value chain analysis: an iterative and relational approach for agri-food chains. *Supply Chain Management*, 21(3), 352–362. <https://doi.org/10.1108/SCM-06-2015-0220>.
- Jamnongchob, A., Pathan, A., & Junead, J. (2020). An analysis of value chain for enhancing corporate meeting and conference industry’s capability in Chiang Rai. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 41(1), 37-66.
- Keivan Zokaei, A., & Simons, D. W. (2006). Value chain analysis in consumer focus improvement: A case study of the UK red meat industry. *The International Journal of Logistics Management*, 17(2), 141–162. <https://doi.org/10.1108/09574090610689934>
- Khamhaeng, S., Kotikul, K., Jinachan, K., Morason, C., & Phonsongkram, P. (2015). The study of the development process for the logistics ability and supply chain of the nutmeg products, Nakhon Si Thammarat. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 4(2), 20-26.
- Khaoklom, U., Sangthong, M., & Phutompukdee, M. (2022). Potential development of value chain of edible fern community enterprise, Ban Sema, Nakhon Si Thammarat. *Journal of MCU Nakhondat*, 9(2), 157-170.

- Lapyai, D., & Kumseeha, P. (2020). Value chain and guidelines for increasing the value of Kamphaeng Phet banana for the entrepreneurs in the Mor Kluai Khai market. *Journal of Payap University*, 30(1), 94-109.
- Mvumi, B., Matsikira, L. T., & Mutambara, J. (2016). The banana postharvest value chain analysis in Zimbabwe. *British Food Journal*, 118(2), 272–285.
- Noknoi, C., & Langthaekun, S. (2015). Value chain analysis of food five-star rating one tumbon one product in Nakhon Si Thammarat Province. *Panyapiwat Journal*, 7(1), 54-66.
- O'Gorman, K. D., & MacIntosh, R. (2015). *Research methods for business and management*. Goodfellow Publishers Limited.
- Porter, M.E. (1985) *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Psychogios, A.G., Atanasovski, J. & Tsironis, L.K. (2012). Lean Six Sigma in a service context: A multi factor application approach in the telecommunications industry. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 29(1), 122-139.
- Prachachat Business (2021, March 10). *The crisis of community enterprise*. Prachachat Business. <https://www.prachachat.net/csr-hr/news-733569>
- Rabob, C., Sureerattanan C., Sanhapuckdee, B., Moryadee, C., Kamphaengphet, M., Rattanaparinyanukool, K., Sombun, A., Phochanikorn, P., Vanakul, P., & Yupat, M. (2020). Value chain elevation of snakeskin gourami (*Trichogaster Pectorolls*) processing supply chain in Sumut Prakarn provice. *Business Review Journal*, 12(2), 147-166.
- Sharma, A., & Christie, I. T. (2010). Performance assessment using value-chain analysis in Mozambique. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(3), 282–299. <https://doi.org/10.1108/09596111011035918>
- Soosay, C., Fearne, A., & Dent, B. (2012). Sustainable value chain analysis - a case study of Oxford Landing from “vine to dine”. *Supply Chain Management*, 17(1), 68–77. <https://doi.org/10.1108/13598541211212212>
- Sriphong, C., Maneenin, P., Kamphaengdee S., & Khongnuanyai, W. (2021). Developing the value chain of a prototype snack (Tongmuan-Tongpup) community enterprise in Yala province. *Journal of Christian University*, 27(1), 24-40.
- The office of SMEs Promotion. (2021). *SME promotion plan 2021-2022*. <https://www.sme.go.th/uploads/file/download-20210820091040.pdf>

Trade Policy and Strategy Office (2021). *A report of the potential development of community and social enterprises to enhance the foundation economy under the project of trade development and service to upgrade the Thai economy*. Amarin Printing and Publishing Public Company Limited.

Wisitpanit, P., Inho, S., Ngammeesri, L., & Jonburee C. (2019). The production value chain and marketing of commercial fish processing products in Nakhon Sawan province. *Journal of Logistics and Supply Chain College*, 5(2), 89-100.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname: Dr.Yaifa Trakulsunti
Highest Education: PhD (Logistics Management)
University or Agency: Heriot-Watt University
Field of Expertise: Logistics, Lean Logistics, Lean Six Sigma, Quality Improvement
Address: Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
1, Tha-ngiew, Muang, Nakhon Si Thammarat, 80280
E-mail: yaifa_tra@nstru.ac.th



Name and Surname: Adcharasiri Anumanee
Highest Education: Industrial Design (M.ID)
University or Agency: King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Field of Expertise: Industrial Design, Graphic Design, Product Design
Address: Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
1, Tha-ngiew, Muang, Nakhon Si Thammarat, 80280
E-mail: adcharasiri_anu@nstru.ac.th



Name and Surname: Associate Professor Napaphach Chanmuang
Highest Education: M. Arch. (Industrial Design)
University or Agency: King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Field of Expertise: Product design, Graphic Design
Address: Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
1, Tha-ngiew, Muang, Nakhon Si Thammarat, 80280
E-mail: napaphach_cha@nstru.ac.th



Name and Surname: Wittaya Wongklang
Highest Education: Mater of Engineering (Mechanical engineering)
University or Agency: King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
Field of Expertise: Mechanical engineering
Address: Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University
1, Tha-ngiew, Muang, Nakhon Si Thammarat, 80280
E-mail: wittaya_won@nstru.ac.th