



การจัดการห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ปลาใส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน*

VALUE CHAIN MANAGEMENT PLA SAI UAN PRODUCTS OF COMMUNITY ENTERPRISES IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE TO INCREASE COMPETITIVENESS

จิตติมา บูรณวงศ์

Thitima Booranawong

ศณัทธา ธีระสุนท์

Sanatcha Theerachun

เกียรติศักดิ์ ยกแสง

Kieattisak Yokseng

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ และสถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช

Faculty of Management Sciences and Research and Development Institute

Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat, Thailand

E-mail: thitima_boo@nstru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินห่วงโซ่คุณค่า มูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ปลาใส่วน 2) วิเคราะห์แนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปลาใส่วน และ 3) ประเมินห่วงโซ่คุณค่าเดิมและห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อวัดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่วน เป็นการวิจัยรูปแบบผสานวิธี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่วนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 12 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้วิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง เก็บรวบรวมข้อมูล โดยกระบวนการผลิต ปริมาณผลผลิต ราคาและต้นทุนการผลิต คำนวณมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ประเมินห่วงโซ่คุณค่า มูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ปลาใส่วน มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด 5 ภาคี ได้แก่ (1) ผู้ขายปลาหรือเกษตรกร (2) ผู้ตัดแต่งปลา (3) ผู้ผลิตหรือผู้แปรรูป (4) ผู้ขาย และ (5) ผู้บริโภค 2) วิเคราะห์แนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ยกระดับ

* Received 9 February 2023; Revised 26 February 2023; Accepted 28 February 2023



ความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปลาไหลวนเป็น 6 รูปแบบ ได้แก่ การลดข้อต่อ การเพิ่มข้อต่อ การขยายข้อต่อ การพัฒนาข้อต่อเดิม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และ การสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ 3) ผลการประเมินห่วงโซ่คุณค่าเดิมและห่วงโซ่คุณค่าใหม่ มีผลิตภัณฑ์ปลาไหลวนสด ปลาไหลวนทอดกรอบ ปลาไหลวนทรงเครื่อง น้ำพริกปลาไหลวน ผงโรยข้าวปลาไหลวน ปลาไหลวนข้าวเกรียบดิบและทอด เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุดของวัตถุดิบ 2.86, 5.79, 2.84, 7.08, 7.23, 1.43 และ 2.92 เท่า ตามลำดับ และผู้ผลิตปลาไหลวน มีสัดส่วนรายได้สูงสุด ส่วนผู้ตัดแต่งปลา มีสัดส่วนรายได้น้อยสุด

คำสำคัญ: การจัดการห่วงโซ่คุณค่า, ผลิตภัณฑ์ปลาไหลวน, กลุ่มวิสาหกิจชุมชน, จังหวัดนครศรีธรรมราช

Abstract

The objectives of this research paper were 1) to assess the value chain, value added, and the proportion of income of Pla Sai Uan (fermented fish) products, 2) to analyze the value chain management guidelines in order to enhance the competitiveness of Pla Sai Uan products, and 3) to assess the current and new value chains for measuring value added and the proportion of income of each Pla Sai Uan product. This was mixed methods research. The populations were community enterprises producing Pla Sai Uan in Nakhon Si Thammarat province. 12 sample groups were selected by using the purposive sampling method. Research Instrument was a structured interview. Data collection included the production process, production quantity, prices, and production costs for calculating value added and the proportion of income of each Pla Sai Uan product. The results showed that 1) After assessing the value chain, value added, and the proportion of income of Pla Sai Uan products, there were 5 stakeholders; namely, (1) fish sellers or farmers, (2) fish cutters, (3) Pla Sai Uan producers or processors, (4) sellers, and (5) consumers, 2) After analyzing the value chain management guidelines to enhance the competitiveness of Pla Sai Uan products, they could be categorized into 6 types which were reducing the joint, increasing the joint, expanding the joint, improving the current joint, developing new products, and creating the value awareness of the products, 3) the results of assessing the current and new value chains showed raw fermented fish, crispy fried fish, fish with extra ingredients, Pla Sai Uan paste, fish furikake, raw and fried fish crackers caused the highest added value of ingredients



up to 2.86, 5.79, 2.84, 7.08, 7.23, 1.43, and 2.92 times respectively. It was also found that the highest ratio of revenue in the value chain was Pla Sai Uan producers while the lowest ratio of revenue in the value chain was fish fillet processors.

Keywords: Value Chain Manager, Pla Sai Uan Product (fermented fish), Community Enterprises, Nakhon Si Thammarat Province

บทนำ

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายการพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานราก ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญกับชุมชนที่นำองค์ความรู้และทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตสินค้า เพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยการส่งเสริมสินค้าในชุมชนและยกระดับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พัฒนาศักยภาพเพื่อส่งเสริมด้านเทคโนโลยี การตลาด การผลิต การเงิน และการบริการ เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด (สำนักยุทธศาสตร์นโยบายและแผน, 2563) เพราะความต้องการของผู้บริโภคที่หลากหลาย จึงต้องอาศัยประสิทธิภาพของภาคการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ โดยการสนับสนุน ส่งเสริม ให้ประชาชนเกิดการกินดี อยู่ดี มีอาชีพ มีรายได้เพิ่มขึ้นสามารถเลี้ยงครอบครัวได้ แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงประสบปัญหาด้านประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมทั้งยังมีอุปสรรคในการยกระดับประสิทธิภาพของตลาดสินค้าและตลาดแรงงาน ดังนั้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ซึ่งขัดแย้งเป้าหมายหลักที่ประเทศไทยต้องดำเนินการให้เกิดผลเร่งด่วนดำเนินการปรับเปลี่ยนเพื่อสามารถปรับปรุงจุดอ่อนลดข้อจำกัดที่มีอยู่เดิม และพัฒนาศักยภาพให้สอดคล้องกับพลวัตและเงื่อนไขใหม่ของโลก เพื่อให้ประเทศไทยสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลง ความไม่แน่นอนและความซับซ้อนที่มากขึ้นของโลกยุคใหม่ รวมทั้งมุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเด็นเรื่องเศรษฐกิจฐานราก โดยมีแนวทางการพัฒนาเสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อยกระดับสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยสร้างโอกาสและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ในด้านต่าง ๆ จำเป็นต่อการยกระดับเป็นผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตจัดการคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของตนให้สามารถมีคุณภาพสามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงและผสมผสานบูรณาการองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับองค์ความรู้ที่สร้างขึ้นใหม่ตลอดกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ, 2565)

ทั้งนี้กลุ่มชุมชน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ สามารถยกระดับความสามารถของชุมชน เพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองและมีรายได้ที่ยั่งยืน จำเป็นต้องทราบความต้องการของตลาดที่แท้จริง เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและผลิตสินค้าให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจถึงกระบวนการผลิต การแปรรูป การจัดจำหน่าย การขนส่ง สินค้าสู่ความต้องการของผู้บริโภค (Porter, M. E, 1985) ซึ่งเรียกว่าห่วงโซ่อุปทานของหน่วยธุรกิจ ผู้ที่มีผลกระทบในแต่ละกิจกรรมตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ทั้งนี้เพื่อขจัดปัญหา พัฒนาปรับปรุงให้ธุรกิจดีขึ้น โดยเพิ่มขีดความสามารถของหน่วยธุรกิจ เช่น การเพิ่มสมรรถนะ การเพิ่มศักยภาพ และการยกขีดการแข่งขัน เพื่อก่อให้เกิดสัดส่วนรายได้อย่างเป็นธรรม จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจุบันมีนักวิชาการและนักวิจัยได้ทำการศึกษาประเด็น การประเมินห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และการวัดสัดส่วนรายได้ อย่างเป็นธรรมของธุรกิจ ดังงานวิจัยของ ศิริเชษฐ์ สังขมาน ศึกษาเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มของ ผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว กรณีศึกษาจังหวัดยโสธร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบเชิงอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยกระบวนการต้นน้ำมุ่งเน้นดำเนินการ พัฒนาและปรับปรุงการผลิตข้าวคุณภาพ ปลอดภัย มีโภชนาการสูงเพื่อสุขภาพ จัดทำระบบ ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการกลางน้ำ ส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม กระบวนการปลายน้ำ มุ่งเน้นดำเนินการ สนับสนุนการเพิ่มช่องทางการตลาด (ศิริเชษฐ์ สังขมาน, 2559) ซึ่งมีงานวิจัยของ อุทิศ ทาหอม และคณะ ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น “ตำเปียงทองเครื่อง” เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนบ้านเสม็ด ตำบลหนองเต็ง อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สันทนากลุ่มและจัดเวทีระดมสมอง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ ส่งเสริมการขาย (อุทิศ ทาหอม และคณะ, 2561) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ มาริช หัสชู ที่ได้ ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจ ชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า ผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรแปรรูปของกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป และปัจจัยที่ส่งผล ต่อการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรแปรรูป เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สินค้าโอท็อปที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาชุมชน นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาสัดส่วนรายได้และมูลค่าเพิ่มด้วยวิธี MCPMT ผลวิจัยพบว่า สัดส่วนรายได้ภายในห่วงโซ่อุปทานตกอยู่กับ นักแปรรูปละนักขาย ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 30-40 ในขณะที่สัดส่วนรายได้จากห่วงโซ่อุปทานที่ได้น้อยสุดได้แก่กลุ่มนักปลูกและเกษตรกรเพียงร้อยละ 7-15 (มาริช หัสชู, 2563) สอดคล้องกับ ผลงานวิจัย วิถีมา บุรณวงศ์ และคณะ ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่และการวัด การกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบ



สัมภาษณ์เชิงลึกแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ผลวิจัยพบว่า ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ขนมลาสามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้แปรรูปขั้นต้น ผู้แปรรูปขั้นสุดท้าย ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก และผู้บริโภค สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้สูงสุดถึง 76.46 เท่า และสัดส่วนรายได้ต่ำสุดคือ ผู้ผลิต ส่วนผู้แปรรูปและผู้ขายส่งมีสัดส่วนรายได้สูงสุด ซึ่งส่วนใหญ่ผลการวัดการกระจายรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่ม มีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช (ฐิติมา บุณยวงศ์ และคณะ, 2565)

การส่งเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการจากฐานทรัพยากรท้องถิ่น โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร เพราะเป็นสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีต้นทุนในการผลิตที่ไม่สูงมาก และวัตถุดิบเกือบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ในท้องถิ่นนั่นเอง (ณฐมน ทรัพย์บุญโต และคณะ, 2559) เมื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น (จิตพนธ์ ชุมเกตุ, 2560) ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ดำเนินการผลิตปลาใส่วนส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ของตนเอง แต่ไม่สามารถดำเนินการได้มากนัก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักและไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ขาดแคลนแรงงานในการผลิต ปัญหาการเลี้ยงปลาที่ไม่ได้มาตรฐาน วัตถุดิบในการผลิตไม่เพียงพอ สูตรและกระบวนการหมักปลาไม่สม่ำเสมอ เป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็ก ขาดความรู้ ทักษะ แหล่งเงินทุนในเชิงพาณิชย์ เป็นต้น ดังนั้นการที่จะเข้าไปเพิ่มขีดความสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนนั้น จะต้องนำความต้องการทางการตลาดมาวิเคราะห์หาโจทย์ปัญหาที่แท้จริง เพื่อยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของวิสาหกิจชุมชน ที่ผ่านการจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่ (New Value Chain) ก่อให้เกิดโครงสร้างการวัดสัดส่วนรายได้ที่เป็นธรรมสู่กลุ่มเกษตรกรและผู้ผลิต (บัณฑิต อินฉนวน, 2564)

ดังนั้น จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ปลาใส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สร้างมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้เพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการและยกระดับรายได้ของชุมชนได้จริง จึงควรวิเคราะห์เพื่อประเมินห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ปลาใส่วน แนวทางในการจัดการห่วงโซ่คุณค่ารวมถึง การวัดสัดส่วนรายได้ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้เกิดสัดส่วนรายได้ที่เป็นธรรมสู่เศรษฐกิจฐานรากของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่วนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินห่วงโซ่คุณค่า มูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ปลาใส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปลาใส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

3. เพื่อประเมินห่วงโซ่คุณค่าเดิมและห่วงโซ่คุณค่าใหม่ เพื่อวัดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย เป็นรูปแบบผสมวิธี โดยขั้นตอนแรกเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชน ศึกษาถึงข้อมูลฐานทรัพยากร กระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำของกลุ่มชุมชนผู้ประกอบการปลาใส่วน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ประเมินห่วงโซ่คุณค่า หาแนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ปลาใส่วน จากนั้นเพื่อนำมาวิเคราะห์หาห่วงโซ่คุณค่าใหม่ โดยการวิเคราะห์หาปัญหาที่ข้อต่อผ่านห่วงโซ่คุณค่าเดิม ซึ่งการยกระดับมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก ทำด้วยวิธีการผ่านการจัดการด้วยกัน 2 ระบบ คือ Eco-system และ Ego-system (บัณฑิต อินดวงค์, 2564) โดย Eco-system จะเป็นการเพิ่มลด ขยาย บทบาท ข้อต่อในห่วงโซ่คุณค่าเพื่อขจัดปัญหาหรือพัฒนาให้ธุรกิจดีขึ้น ส่วน Ego-system เป็นระบบที่เพิ่มขีดความสามารถ เช่น การเพิ่มสมรรถนะ การเพิ่มศักยภาพ และการยกขีดการแข่งขัน การประเมินห่วงโซ่คุณค่าเป็นการยกระดับมูลค่าเศรษฐกิจฐานราก สุดท้ายนำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ผลจากการคำนวณมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ปลาใส่วนโดยมีขั้นตอนใน การดำเนินการวิจัยดังนี้

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิต ปลาใส่วนในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจำนวน 12 กลุ่ม ที่ยินยอมเข้าร่วมโครงการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้ 1) กลุ่มปลาตุ๋กใส่วนคุณวัลภา สุตกรนไต้ 2) กลุ่มวิสาหกิจปลาใส่วนแม่แก้วสูตรโบราณ 3) ศูนย์การเรียนรู้ปลาตุ๋กใส่วนบ้านวังฆ้อง อำเภอกุพราภรณ์ 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลานิลแปรรูป (ปลานิลถิ่นธัญญา) 5) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์เรียนรู้วิถีพอเพียงตำบลควนกรดท้องเที่ยวเชิงเกษตร (แปรรูปปลา) 6) กลุ่มวิสาหกิจปลาตุ๋กใส่วน ม.1 ตำบลชะมาย 7) กลุ่มปลาใส่วนยายถนอม 8) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนปลาตุ๋กอบบางชั้น 9) กลุ่มวิสาหกิจผลิตภัณฑ์บ้านลอยเลิศ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทุ่งนาใหม่ 10) กลุ่มส้มมาชีพแปรรูปปลาตุ๋ก 11) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน (ความสุขของชาวเล) และ 12) กลุ่มปลาใส่วนโมเดิร์น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Krippendorff, K, 2004) โดยจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เลขาธิการวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่วนทั้ง 12 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยจะกำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์อย่าง



เป็นขั้นตอน ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนจะตอบคำถามเดียวกัน และถามคำถามก่อนหลังเรียงตามลำดับเหมือนกัน (นฤมล จิตรเอื้อ และประสพชัย พสุนนท์, 2561) เพื่อนำมาวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่า มูลค่าเพิ่ม และสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามข้อมูลบริบทของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กระบวนการผลิต ราคาผลิตภัณฑ์ปลา ปริมาณปลาที่ผลิตภัณฑ์แต่ละขั้นตอน เพื่อนำมาวิเคราะห์ภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนของแต่ละกลุ่ม

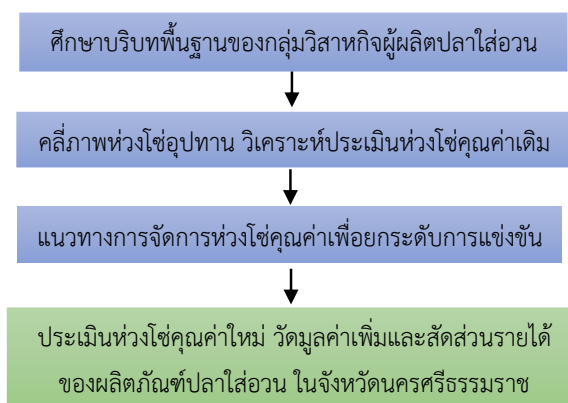
ส่วนที่ 2 จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนแรกนำมาสังเคราะห์ปริมาณการผลิต ปริมาณผลผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ ราคาขายและต้นทุนการผลิต จากนั้นนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่า การวัดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยินยอมและสมัครใจในการให้ข้อมูล ทั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ 1) ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กระบวนการผลิตปลาใส่ฉนวน ตั้งแต่ต้นน้ำกลางน้ำและปลายน้ำ เพื่อนำมาวิเคราะห์เครือข่ายห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน 2) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ต่อประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เลขาธิการกลุ่มของแต่ละวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน ได้แก่ กระบวนการผลิต ราคาผลิตภัณฑ์ปลา ปริมาณปลาที่ผลิตภัณฑ์แต่ละขั้นตอน ต้นทุนการผลิตและผลผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน เพื่อนำมาประเมินห้วงโซ่คุณค่าเดิม คำนวณมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน 3) จากนั้นเมื่อนักวิจัยเข้าไปพัฒนาในกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ การให้ความรู้ทักษะด้านการสื่อสารและด้านการตลาด ผู้วิจัยจึงลงพื้นที่ซ้ำอีกครั้งเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลหาแนวทางในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน 4) นำข้อมูลมาวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่าใหม่ คำนวณมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวนทุกผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ข้อมูลเชิงพรรณนาที่ได้รับจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน จะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (วัชรินทร์ อินทพรหม, 2562) โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จากประธาน รองประธานและเลขาธิการกลุ่ม เพื่อนำมาวิเคราะห์ ห่วงโซ่อุปทาน ประเมินห้วงโซ่คุณค่าปลาใส่ฉนวนในจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ข้อมูลเชิงปริมาณจากการวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่าใหม่ คำนวณมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวนที่เข้าร่วมโครงการจากเครื่องมือการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ (New Value Chain, NVC) ของผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวนโดยอาจารย์บัณฑิต อินดวงค์ จากการคำนวณ (NVC) คือในการแปรรูปปลาใส่ฉนวน 1 กิโลกรัม ต้องใช้ปลาตัดแต่งโดยคิดจากร้อยละผลผลิตจากปลาตัดแต่งไปเป็นปลาใส่ฉนวน และหากต้องการใช้ปลาสดก็จะคิดร้อยละผลผลิตจากปลาสดไปเป็นปลาตัดแต่ง ซึ่งเป็นการคิด

ย้อนกลับไปที่ต้นน้ำ โดยการคิดต้นทุนของการผลิตปลาใส่สวนที่ผ่านกระบวนการหมักปลาด้วยข้าวคั่ว เพื่อหาราคาซื้อและราคาขายที่แท้จริงในแต่ละข้อต่อ

6. กรอบแนวคิดในการวิจัย การประเมินห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ปลาใส่สวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยรูปแบบผสมผสานวิธี ช่วงแรกเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (ปิยะวดี บุญ-หลง และคณะ, 2559) เป็นกระบวนการวิจัยที่สร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนและนักวิจัย จากนั้นนำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ผล มีขั้นตอนการวิจัยตามกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1 โดยผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลบริบทพื้นฐานจากการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่สวน จากแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ห่วงโซ่คุณค่าเดิม เมื่อนักวิจัยเข้าไปพัฒนากลุ่มผู้ผลิตปลาใส่สวน จึงหาแนวทางในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงกับความต้องการของตลาด ยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พัฒนาด้านคนของ ตลาด เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน จากนั้นวัดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ใหม่ของผู้ผลิตปลาใส่สวน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

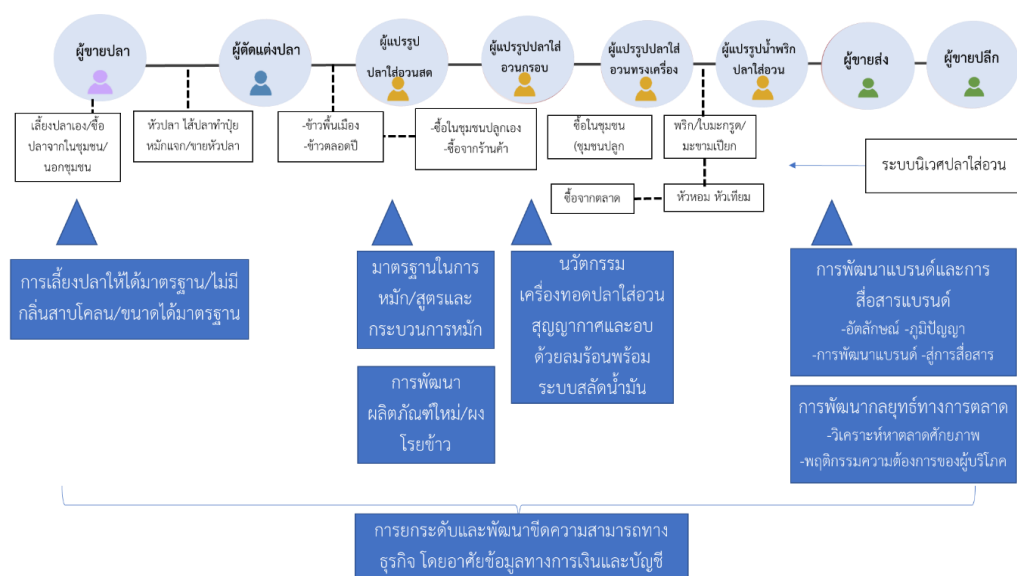
ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลฐานทรัพยากรเบื้องต้นของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่สวนทั้งหมด 12 กลุ่ม เพื่อนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน สามารถแบ่งลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 5 ภาคได้แก่ 1) ผู้ขายปลาหรือเกษตรกร 2) ผู้ตัดแต่งปลา 3) ผู้ผลิตหรือผู้แปรรูป ได้แก่ ผู้แปรรูปปลาใส่สวนสด ผู้แปรรูปปลาใส่สวนทอดกรอบ ผู้แปรรูปปลาใส่สวนทรงเครื่อง และผู้แปรรูปน้ำพริกปลาใส่สวน 4) ผู้ขาย ได้แก่ ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก และ 5) ผู้บริโภค



2. ผลการวิเคราะห์แนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช นักวิจัยเข้าไปช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มทักษะความรู้แก่ผู้ประกอบการและพัฒนาทางด้านการตลาด (คนของ ตลาด) ให้แก่ผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน จากนั้นเมื่อเข้าไปวิเคราะห์หาโจทย์ปัญหาที่แท้จริง เพื่อให้รู้สถานการณ์จริงของแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการผลิตปลาใส่ฉนวน จึงสามารถสรุปรูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าเมื่อนักวิจัยเข้าไปพัฒนากลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าเมื่อนักวิจัยเข้าไปพัฒนากลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน

จากภาพที่ 2 นักวิจัยกับชุมชนได้ร่วมกันพิจารณาวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนทั้ง 12 กลุ่มพบว่า ขนาดปลาที่นำมาผลิตไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีระบบและมาตรฐานในการเลี้ยงปลา การซื้อปลาจากเครือข่ายผูกขาดเจ้าเดียวจึงทำให้ปลาไม่มีเพียงพอ ขาดแคลนแรงงานในการตัดแต่งปลา สูตรและกระบวนการหมักปลาไม่สม่ำเสมอ โรงเรือนในการผลิตไม่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า สินค้าไม่เป็นที่รู้จัก และผู้ประกอบการไม่ถนัดในการทำตลาด เมื่อนักวิจัยเข้าไปพัฒนากลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนโดยการแก้ปัญหาการวิเคราะห์ถึงความต้องการของตลาดเป็นหลัก ซึ่งก่อให้เกิดองค์ความรู้จากผลการวิจัยนำไปสู่แนวทางในการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ปลาใส่ฉนวนในจังหวัดนครศรีธรรมราชทั้งหมด 6 รูปแบบ ได้แก่ การยกระดับโดยการขยายซื้อต่อหาซื้อต่อที่ช่วยทำการตลาด การเพิ่มซื้อต่อโดยมีผู้รวบรวมวัตถุดิบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในส่วนของผู้แปรรูป การพัฒนาซื้อต่อเดิมโดยการเพิ่มช่องทางการ

สื่อสารทางการตลาดใหม่ การลดข้อต่อโดยผู้ขายปลาเป็นผู้ตัดแต่งปลา และการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะเห็นได้ว่าเป็นการจัดการห่วงโซ่ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่อวน

3. ผลการประเมินของห่วงโซ่คุณค่าเดิมและห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อวัดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่อวน พบว่า จากผลการวิจัยการคลี่ภาพห่วงโซ่อุปทานในข้อที่ 1 โดยการสัมภาษณ์ข้อมูล ได้แก่ กระบวนการผลิต ราคาผลิตภัณฑ์ปลา ปริมาณปลาที่ผลิตกันแต่ละขั้นตอน ต้นทุนการผลิตและผลผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่อวน และจากแนวทางทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่าปลาใส่อวนในจังหวัดนครศรีธรรมราชจึงสามารถนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ คำนวณมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่อวน (New Value Chain, NVC) ซึ่งในการผลิตปลาใส่อวนของห่วงโซ่คุณค่าเดิมสามารถ แบ่งออกเป็น 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปลาใส่อวนสด ปลาใส่อวนทอดกรอบ ปลาใส่อวนทรงเครื่อง และน้ำพริกปลาใส่อวน ในส่วนของห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพิ่มผลิตภัณฑ์มา 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผงโรยข้าวปลาใส่อวน ข้าวเกรียบดิบปลาใส่อวน และข้าวเกรียบทอดปลาใส่อวน ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเพื่อคำนวณหามูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ก่อนและหลังเข้าร่วมการวิจัยของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่อวน แสดงผลดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินมูลค่าเพิ่มรายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่อวนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

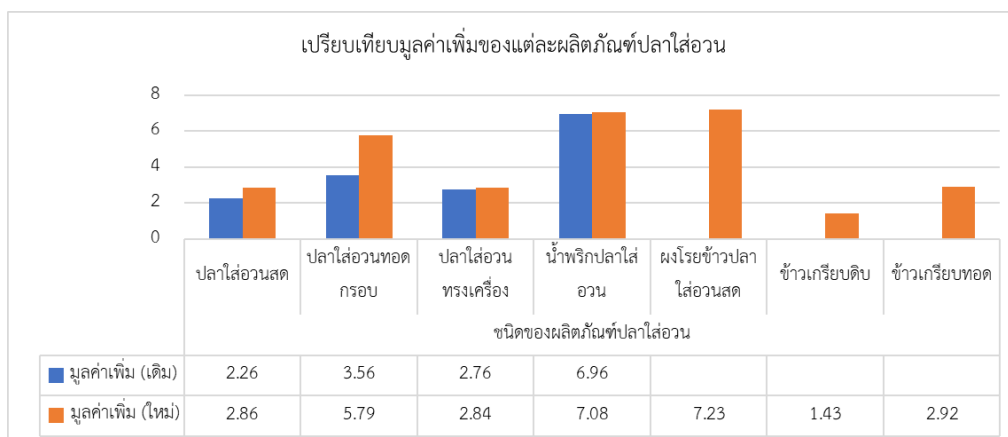
ลำดับ	กลุ่มผู้ผลิตปลาใส่อวน	ผลิตภัณฑ์	มูลค่าเพิ่มเดิม	มูลค่าเพิ่มใหม่	คิดเป็นร้อยละ
1	ปลาตุกอวนบางขัน	ปลาใส่อวนสด	1.38	2.86	51.75
2	ความสุขชาวเล	ปลาใส่อวนสด	1.32	2.02	34.65
3	แม่แกวดสุตรโบราณ	ปลาใส่อวนสด	1.29	2.06	37.38
		ปลาใส่อวนทอดกรอบ	3.69	5.79	36.27
4	ปลาใส่อวนโมเดิร์น	ปลาใส่อวนสด	1.78	2.1	15.24
5	กลุ่มผลิตภัณฑ์บ้านลอยเลิศ	ปลาใส่อวนสด	2.26	2.53	10.67
		ปลาใส่อวนทอดกรอบ	2.9	3.91	25.83
6	ปลาตุกใส่อวนชะมาย	ปลาใส่อวนสด	1.82	2.03	10.34
		ปลาใส่อวนทอดกรอบ	2.06	2.45	15.92



ตารางที่ 1 ผลการประเมินมูลค่าเพิ่มรายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนในจังหวัดนครศรีธรรมราช (ต่อ)

ลำดับ	กลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน	ผลิตภัณฑ์	มูลค่าเพิ่มเติม	มูลค่าเพิ่มใหม่	คิดเป็นร้อยละ
7	บ้านวังซ้อง	ปลาใส่ฉนวนสด	1.34	1.94	30.93
		ปลาใส่ฉนวนทอดกรอบ	1.34	1.92	30.21
8	ปลานิลถิ่นชัยญา	ปลาใส่ฉนวนสด	1.54	1.57	1.91
		ปลาใส่ฉนวนทอดกรอบ	1.75	1.86	5.91
		ปลาใส่ฉนวนทรงเครื่อง	2.76	2.84	2.82
		ปลาใส่ฉนวนน้ำพริก	6.96	7.08	1.69
		เฉลี่ยมูลค่าเพิ่มขึ้น			20.77

จากตารางที่ 1 พบว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนหลังเข้าร่วมพัฒนางานวิจัยสามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มถึงร้อยละ 20.77 หากรวมมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นใหม่หลังเข้าร่วมโครงการ ได้แก่ ปลาใส่ฉนวนผงบอโรข้าว ปลาใส่ฉนวนข้าวเกรียบดิบและปลาใส่ฉนวนข้าวเกรียบทอด ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มถึงร้อยละ 37.45 ส่วนผู้ประกอบการอีก 4 แห่งไม่ได้ทำการพัฒนาการแปรรูปหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แต่เป็นการสร้างคุณค่าการรับรู้เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์เดิมให้มากขึ้น



ภาพที่ 3 การเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน

จากภาพที่ 3 สามารถเปรียบเทียบมูลค่าเพิ่มสูงสุดของแต่ละผลิตภัณฑ์พบว่า ปลาใส่ อวนสดให้มูลค่าเพิ่มสูงสุด 2.86 เท่า ปลาใส่อวนทอดกรอบให้มูลค่าเพิ่มสูงสุด 5.79 เท่า ปลาใส่ อวนทรงเครื่องให้มูลค่าเพิ่มสูงสุด 2.84 เท่า น้ำพริกปลาใส่อวนให้มูลค่าเพิ่มสูงสุด 7.08 เท่า ส่วนผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่คือ ผงโรยข้าวปลาใส่อวน ข้าวเกรียบดิบและข้าวเกรียบทอด ให้มูลค่าเพิ่ม 7.23, 1.43 และ 2.92 เท่า ตามลำดับ นอกจากนี้พบการวิเคราะห์สัดส่วนรายได้ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 5 ภาค พบว่าสัดส่วนแบ่งรายได้สูงสุด ได้แก่ ผู้ผลิตปลาใส่อวน ส่วน สัดส่วนแบ่งรายได้น้อยสุด ได้แก่ ผู้ตัดแต่งปลา แต่อย่างไรก็ตามจากการเข้าไปพัฒนาแก้ปัญหา ให้ผู้ผลิตปลาใส่อวนทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้นและสัดส่วนรายได้มีการกระจายอย่างเป็น ธรรมมากขึ้น

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การประเมินห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ปลาใส่อวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัด นครศรีธรรมราช เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของ ผลิตภัณฑ์ปลาใส่อวน จากแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง ผลสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่อวน จำนวน 12 กลุ่ม มีลักษณะห่วงโซ่อุปทานปลาใส่อวนที่มีการเชื่อมโยงการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ กันตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ สามารถแบ่งลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 5 ภาค ได้แก่ 1) ผู้ขายปลาหรือเกษตรกร 2) ผู้ตัดแต่งปลา 3) ผู้ผลิตหรือผู้แปรรูป 4) ผู้ขาย และ 5) ผู้บริโภค ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริช หัสชู ที่ได้แบ่งลักษณะห่วงโซ่อุปทานของสินค้าเกษตรแปรรูป กลุ่มสินค้าโอท็อป มีผู้ที่เกี่ยวข้องภายในองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึง ปลายน้ำมีทั้งหมด 4 ภาค ได้แก่ 1) นักปลูกหรือเกษตรกร 2) นักรวบรวม 3) ผู้ผลิตหรือนักแปรรูป และ 4) นักขาย (มาริช หัสชู, 2563) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ วิฑิตมา บุรณวงศ์และศณัฏฐา อีระขุนท์ ที่ได้แบ่งลักษณะห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดนครศรีธรรมราช มีผู้ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่ ผู้จัดการ วัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้แปรรูป ผู้ขาย และสุดท้ายสู่ผู้บริโภค (วิฑิตมา บุรณวงศ์ และศณัฏฐา อีระขุนท์, 2565)

2. ผลการวิเคราะห์แนวทางการจัดการห่วงโซ่มูลค่า ยกระดับความสามารถใน การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปลาใส่อวน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช จากการ สัมภาษณ์ข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่อวน ได้แก่ กระบวนการผลิต ราคาผลิตภัณฑ์ปลา ปริมาณปลาที่ผลิตในแต่ละขั้นตอน ต้นทุนการผลิตและผลผลิตของแต่ละผลิตภัณฑ์ ปลาใส่ อวน เพื่อนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า มีผู้มีส่วนได้เสียทั้งสิ้น 5 ภาค วิเคราะห์หาแนวทางในการ จัดการห่วงโซ่มูลค่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงกับความต้องการของตลาด เพื่อยกระดับขีด

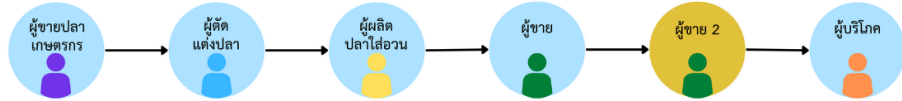


ความสามารถของแต่ละกลุ่มผู้ผลิตปลาใส่อวนสามารถแบ่งออกเป็น 6 รูปแบบ เพื่อนำไปยกระดับศักยภาพธุรกิจปลาใส่อวน ได้แก่ การลดข้อต่อ การเพิ่มข้อต่อ การขยายข้อต่อ การพัฒนาข้อต่อเดิม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ปลาใส่อวน สามารถนำมาวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้แยกตามผลิตภัณฑ์ของปลาใส่อวน โดยมีกลุ่มผู้แปรรูปปลาใส่อวนสดจำนวน 12 กลุ่ม ผู้แปรรูปปลาใส่อวนทอดกรอบจำนวน 6 กลุ่ม ผู้แปรรูปปลาใส่อวนทรงเครื่องจำนวน 1 กลุ่ม ผู้แปรรูปน้ำพริกปลาใส่อวนจำนวน 2 กลุ่ม ผู้แปรรูปผงโรยข้าวจำนวน 1 กลุ่ม และผู้แปรรูปข้าวเกรียบดิบและข้าวเกรียบทอดจำนวน 1 กลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริช หัสชู มีแนวทางในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป คือ ให้เกษตรกรพัฒนาเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาผู้ประกอบการ โอท็อปรายเดิมให้มีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะมาช่วยลดและตัดตอนผู้ที่มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่ลดลง ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการผันตัวมาเป็นผู้ผลิตด้วยตัวเอง (มาริช หัสชู, 2563)

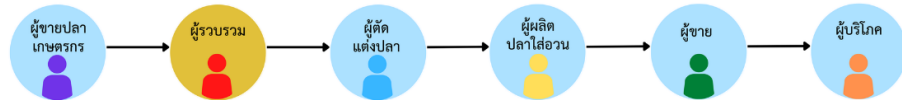
3. ผลการประเมินของห่วงโซ่คุณค่าเดิมและห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อวัดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ปลาใส่อวนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา ผลการวิเคราะห์วัดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) การแปรรูปปลาใส่อวนสดก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุดของวัตถุดิบได้ถึง 2.86 เท่า เมื่อทำการแยกสัดส่วนรายได้ในแต่ละภาคี มีสัดส่วนรายได้สูงสุดแยกตามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ผู้ผลิตปลาใส่อวนและผู้ขาย โดยสัดส่วนรายได้ต่ำสุด คือ ผู้ตัดแต่งปลา 2) การแปรรูปปลาใส่อวนทอดกรอบ ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุดของวัตถุดิบได้ถึง 5.79 เท่า เมื่อทำการแยกสัดส่วนรายได้ในแต่ละภาคี มีสัดส่วนรายได้สูงสุดแยกตามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ผู้ผลิตปลาใส่อวน โดยสัดส่วนรายได้ต่ำสุด คือ ผู้ตัดแต่งปลา 3) การแปรรูปปลาใส่อวนทรงเครื่อง ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุดของวัตถุดิบได้ถึง 2.84 เท่า เมื่อทำการแยกสัดส่วนรายได้ในแต่ละภาคี มีสัดส่วนรายได้สูงสุด คือ ผู้ผลิตปลาใส่อวน โดยสัดส่วนรายได้ต่ำสุด คือ ผู้ตัดแต่งปลา และ 4) การแปรรูปน้ำพริกปลาใส่อวน ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุดของวัตถุดิบได้ถึง 7.08 เท่า เมื่อทำการแยกสัดส่วนรายได้ในแต่ละภาคี มีสัดส่วนรายได้สูงสุดแยกตามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ผู้ผลิตปลาใส่อวน โดยสัดส่วนรายได้ต่ำสุด คือ เกษตรกรหรือผู้ขายปลา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ มาริช หัสชู ที่ได้ศึกษาเรื่องการบริหารห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป พบว่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าวแก้วสามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้ถึง 3.72 เท่าเมื่อเทียบกับราคาผลสด ส่วนมะพร้าวคั่วนั้นสามารถเพิ่มมูลค่าได้ 2.37 เท่า เมื่อทำการแยกสัดส่วนรายได้ในแต่ละภาคี พบว่าสัดส่วนรายได้ของเกษตรกรมีสัดส่วนรายได้ต่ำสุด นักขายมีสัดส่วนรายได้สูงสุดทั้งในมะพร้าวแก้วและมะพร้าวคั่ว (มาริช หัสชู, 2563)

องค์ความรู้ใหม่

1. การขยายข้อต่อ หาข้อต่อที่ช่วยทำการตลาด



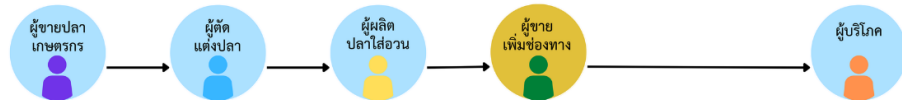
2. การเพิ่มข้อต่อ หาข้อต่อที่เป็นผู้รวบรวมวัตถุดิบ



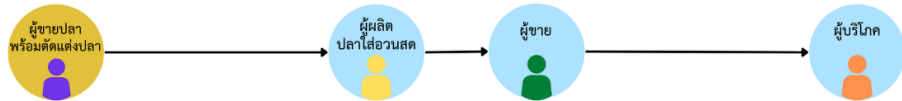
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ในข้อต่อผู้ผลิตปลาใส่วน



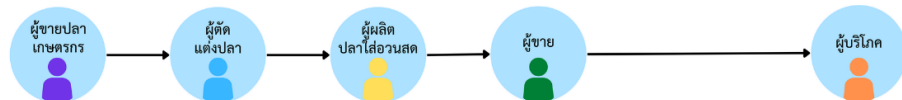
4. การพัฒนาข้อต่อเดิมในส่วนของผู้ขายโดยเพิ่มช่องทางการสื่อสารและการตลาดใหม่



5. การลดข้อต่อ ผู้ขายปลาเป็นผู้ตัดแต่งปลาเอง



6. การสร้างคุณค่า มุ่งเน้นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 4 รูปแบบแนวทางทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่าปลาใส่วนในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากภาพที่ 4 องค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการพัฒนา เพื่อส่งเสริมการยกระดับขีดความสามารถให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่วนในจังหวัดนครศรีธรรมราช จากการวิเคราะห์หาปัญหาที่ข้อต่อผ่าน Value Chain (Old Base Line) ห่วงโซ่คุณค่าเดิม เพื่อปรับลด ขยายข้อต่อของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทาน จึงทำให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ปลาใส่วน



จากองค์ความรู้ใหม่ทำให้เกิดแนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่าปลาใส่ฉนวนในจังหวัด นครศรีธรรมราช 6 รูปแบบ ได้แก่ 1) การยกระดับโดยการขยายซื้อต่อหาซื้อต่อที่ช่วยทำ การตลาด เมื่อทางกลุ่มมีขนาดปลาที่ได้มาตรฐาน มีสูตรกระบวนการหมักที่ใช้เวลาลดลง ขาย ได้เร็วขึ้น จึงมีตัวแทนเข้ามารับซื้อปลาใส่ฉนวนและช่วยทำการตลาด ขายแบบออนไลน์โดย บุคคลที่ได้รับความนิยมในกลุ่มโซเชียล 2) การเพิ่มซื้อต่อโดยมีผู้รวบรวมวัตถุดิบ เพื่อให้ได้ปลา เพียงพอต่อความต้องการผลิต 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในส่วนของผู้แปรรูป โดยนำวัตถุดิบ เหลือทิ้งและนำสมุนไพรพื้นถิ่นที่มีอยู่ตามแหล่งชุมชนมาเป็นส่วนผสมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ นอกจากนี้โรงเรือนสำหรับแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานทะเบียนอาหารและยา 4) การพัฒนาซื้อต่อเดิมโดยการเพิ่มช่องทางการสื่อสารทางการตลาดใหม่ ได้แก่ เพจเฉพาะ กลุ่มลูกค้าใหม่ ทางออนไลน์ เพื่อเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้แตกต่างจากคู่แข่ง 5) การลดซื้อ ต่อโดยผู้ขายปลาเป็นผู้ตัดแต่งปลา แก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยผู้ขายปลาเป็นผู้ตัด แต่งปลาเอง 6) การสร้างคุณค่า มุ่งเน้นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะ เห็นได้ว่าแนวทางดังกล่าวเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์และขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนได้มีสัดส่วนรายได้ที่สูงขึ้น และผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ช่องทางในการจัดจำหน่ายมากขึ้น ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการที่สนใจสามารถ นำแนวทางในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับธุรกิจ และนำไปปรับใช้ให้ตรงกับผลิตภัณฑ์อื่นของชุมชนได้

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า 1) การประเมินห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวนของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีลักษณะห่วงโซ่คุณค่าปลาใส่ฉนวนที่มีการเชื่อมโยง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ กันตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ แบ่งลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ออกเป็น 5 ภาควิ ได้แก่ (1) ผู้ขายปลาหรือเกษตรกร (2) ผู้ตัดแต่งปลา (3) ผู้ผลิตหรือผู้แปรรูป (4) ผู้ขาย และ (5) ผู้บริโภค 2) การวิเคราะห์แนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน มีผู้มีส่วนได้เสียทั้งสิ้น 5 ภาควิ แบ่ง ออกเป็น 6 รูปแบบ ได้แก่ การลดซื้อต่อ การเพิ่มซื้อต่อ การขยายซื้อต่อ การพัฒนาซื้อต่อเดิม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวน 3) ผลการ ประเมินของห่วงโซ่คุณค่าเดิมและห่วงโซ่คุณค่าใหม่ มีผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวนสด ปลาใส่ฉนวนทอด กรอบ ปลาใส่ฉนวนทรงเครื่อง น้ำพริกปลาใส่ฉนวน ผงโรยข้าวปลาใส่ฉนวน ปลาใส่ฉนวนข้าวเกรียบ ดิบและปลาใส่ฉนวนข้าวเกรียบทอด ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุดของวัตถุดิบได้ถึง 2.86, 5.79, 2.84, 7.08, 7.23, 1.43 และ 2.92 เท่า ตามลำดับ และผู้ผลิตปลาใส่ฉนวน มีสัดส่วนรายได้สูงสุด ส่วนผู้ ตัดแต่งปลามีสัดส่วนรายได้น้อยสุด จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) กลุ่มผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนควรทราบ

ปริมาณและต้นทุนในกระบวนการผลิต เช่น ปริมาณน้ำหนักรูปปลาที่นำมาแปรรูป และปริมาณวัตถุดิบที่นำมาหมักกับปลา เมื่อทำการแปรรูปสามารถคำนวณต้นทุนวัตถุดิบ ค่าแรงงาน และบรรจุภัณฑ์ได้ เพราะในกระบวนการผลิตผู้ผลิตเองสามารถลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของตนได้ ทำให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น สามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น 2) ผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนควรสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์โดยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์เพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างทั่วถึง 3) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมาตั้งแต่ในอดีต ผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนจึงควรถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่คนรุ่นหลัง เพื่อผลิตภัณฑ์ได้เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนควรได้รับการสนับสนุนทางภาครัฐ เช่น จัดกิจกรรมเปิดเวทีงานแสดงการจำหน่ายสินค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวนเป็นที่รู้จักมากขึ้น ชุมชนเกิดรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป คือควรศึกษาถึงห่วงโซ่มูลค่าของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ที่นำเอาวัตถุดิบปลาใส่ฉนวนมาใช้ เช่น ร้านอาหาร ทั้งนี้เพื่อเพิ่มข้อต่อให้กับผู้ผลิตปลาใส่ฉนวนได้มีช่องทางในการจัดจำหน่าย ทำให้เกิดการกระจายรายได้ในจังหวัดนครศรีธรรมราชต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ โดยหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท) ชุดโครงการวิจัย การยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ปลาใส่ฉนวนสู่การเป็นผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช ภายใต้กรอบงานวิจัยแผนงานสำคัญ (Flagship 21) ประจำปีงบประมาณ 2564 จากโครงการวิจัย เรื่อง การประเมินห่วงโซ่มูลค่าปลาใส่ฉนวนจังหวัดนครศรีธรรมราช

เอกสารอ้างอิง

- จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฐิติมา บุรณวงศ์ และคณะ. (2565). การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าใหม่และการวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมปลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 18(2), 139-155.
- ฐิติมา บุรณวงศ์ และศณัฏฐา ชีระสุนท์. (2565). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมปลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์, 14(1), 43-54.

- ณัฐมน ทรัพย์บุญโต และคณะ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา OTOP ประเภทอาหาร จังหวัดพะเยา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12(ฉบับพิเศษ ประชุมวิชาการ), 230-237.
- นฤมล จิตรเอื้อ และประสพชัย พสุนนท์. (2561). การใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยเพื่อการศึกษาการดำเนินการที่เป็นเลิศของสถานศึกษา. วารสารสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ, 11(2), 2118-2135.
- บัณฑิต อินดวงศ์. (2564). การคลี่ภาพ Value Chain การคำนวณมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนแบ่งรายได้ สำหรับ Local Enterprise. กรุงเทพมหานคร: หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท).
- ปิยะวัติ บุญ-หลง และคณะ. (2559). งานวิชาการเพื่อสังคม: หลักการและวิธีการ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันคลังสมองของชาติ.
- มาริช หัสชู. (2563). การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่มูลค่า สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป. ใน สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีอาหาร. มหาวิทยาลัยศิลปกร.
- วัชรินทร์ อินทพรหม. (2562). การวิเคราะห์และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 10(2), 314-333.
- ศิริเชษฐ์ สังขะมาน. (2559). การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว กรณีศึกษาจังหวัดยโสธร. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ. (2565). แผนปฏิบัติราชการรายปี (พ.ศ. 2566). เรียกใช้เมื่อ 8 มกราคม 2566 จาก https://www.sepo.go.th/tiny_mce/plugins/filemanager/thumbs//แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ%202566.pdf
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570). เรียกใช้เมื่อ 25 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://www.nesdc.go.th/>
- สำนักยุทธศาสตร์นโยบายและแผน. (2563). คู่มือแผนปฏิบัติราชการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563. เรียกใช้เมื่อ 25 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://web.codi.or.th/wp-content/uploads/2020/05/CODI-Actionplan2563.pdf>
- อุทิศ ทาหอม และคณะ. (2561). รูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น “ตำเปียงทรงเครื่อง” เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนบ้านเสม็ด ตำบลหนองเต็ง อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารพัฒนาสังคม, 20 (2), 35-61.
- Krippendorff, K. (2004). Content analysis: an introduction to its methodology. (2nd.ed.). USA: Sage Publications.



Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: MacMillan.