

ห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชร สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกกล้วยไข่

Value Chain and Guidelines for Increasing the Value of Kamphaeng Phet Banana for the Entrepreneurs in the Mor Kluai Khai Market

ดวงนภา ลาภใหญ่¹ และพัตรา คำสีหา²

Duangnapha Lapyai and Pattrra Kumseeha

Received: March 15, 2020

Revised: May 26, 2020

Accepted: May 27, 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชรสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกกล้วยไข่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างสัมพันธ์กับแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า ข้อมูลที่ได้รับมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแบบสามเส้า และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ในห่วงโซ่คุณค่ามี 3 กิจกรรมที่เพิ่มมูลค่าให้กับกล้วยไข่กำแพงเพชรแปรรูป ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า โลจิสติกส์ขาออก และการขาย ด้านโลจิสติกส์ ได้รับอิทธิพลจากระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ลดความเสียหายของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูป ส่วนด้านการขาย ได้รับอิทธิพลจากช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย และความแตกต่างของประเภทสินค้า อย่างไรก็ตาม กิจกรรมอื่น ๆ ของห่วงโซ่มูลค่า ยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกล้วยไข่กำแพงเพชรได้ เช่น การผลิตโดยใช้เทคโนโลยีพื้นฐาน และการผลิตโดยไม่คำนึงถึงอุปทาน ทำให้สินค้าคงคลังมีมาก นอกจากนี้ กลุ่มผู้ประกอบการยังขาดความตระหนักต่อการสร้างบริการหลังการขาย และกิจกรรมสนับสนุนยังไม่มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ห่วงโซ่คุณค่า กล้วยไข่กำแพงเพชร ตลาดมอกกล้วยไข่

Abstract

This research investigated the value chain and guidelines for increasing the value of Kamphaeng Phet banana for the entrepreneurs in the Mor Kluai Khai market. The tools used in this study were interview forms that were structured to correspond to the value chain concept. The data acquired were checked for reliability by triangulation technique.

^{1,2} อาจารย์ โปรรณภุมิสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000 เบอร์โทรศัพท์ 055-798-087 Corresponding Author. e-mail: duangnaphalapyai@gmail.com

The qualitative data were analyzed by using content analysis. The findings reveal that there are three activities in the value chain that add values to processed Kamphaeng Phet banana products, i.e. inbound logistics, outbound logistics, and sales. Logistics is influenced by the efficient transportation systems resulting in reducing the damage of raw materials and processed products. As for sales, they are influenced by various distribution channels and differences of product categories. However, other activities of the value chain are not able to add value to Kamphaeng Phet banana, such as the operations that use underlying technology and the productions regardless of supply, resulting in a large amount of inventory of products. Furthermore, the group of entrepreneurs still lack the awareness to creating after-sales service and the support activities are inefficient.

Keywords: Value chain, Kamphaeng Phet banana, Mor Kluai Khai market

บทนำ

จังหวัดกำแพงเพชรเป็นแหล่งปลูกกล้วยไข่ที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศ กล้วยไข่ ถือเป็นพืชสัญลักษณ์ของจังหวัด และใน พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมากล้วยไข่กำแพงเพชร ได้รับการจดทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ซึ่งถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง กล้วยไข่สายพันธุ์กำแพงเพชร (Kamphaeng Phet Banana) ชอบพื้นที่ดอนหรือที่ราบที่เป็นดินร่วน ดินร่วนเหนียว หรือดินร่วนปนทราย มีการระบายน้ำดี และน้ำอุดมสมบูรณ์ ซึ่งจังหวัดกำแพงเพชรมีทั้งสภาพทางภูมิศาสตร์และภูมิอากาศที่เหมาะสม ในชุดดินมีแร่ไมก้าหรือก้อนปูนปะปน ส่งผลให้กล้วยไข่ที่ปลูกภายในจังหวัดกำแพงเพชรแตกต่างจากแหล่งอื่น คือ มีรสชาติหวาน เนื้อกล้วยสีครีมอมส้ม เนื้อแน่นเปลือกบาง ผลมีขนาดกลางและขนาดเล็ก (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2562, น. 18-19) ซึ่งภายหลังจากที่กล้วยไข่กำแพงเพชรขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ส่งผลให้พื้นที่ปลูกกล้วยไข่ในจังหวัดกำแพงเพชรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (Table 1) (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563) โดยอาจส่งผลต่อสถานการณ์การผลิตกล้วยไข่ในจังหวัดกำแพงเพชร ที่หลายปัญหา ยังคงแก้ไขไม่ได้ เช่น ไม่มีการรวมกลุ่มจำหน่ายผลผลิต ไม่มีการแปรรูปผลิตผล และไม่มีข้อมูลข่าวสารมากพอต่อการตัดสินใจแก่ผู้ประกอบการ (วินัด อ่วมอยู่, สุนันท์ สีสังข์, และพรชุลี นิลวิเศษ, 2557, น. 6) ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนควรมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาดังกล่าวตามบริบทของแต่ละหน่วยงาน

Table 1 Kamphaeng Phet banana: area and production in Kamphaeng Phet province

Year	Planted area (rais)	Harvested area (rais)	Production (kgs)
2556	2,820	1,415	3,924,109
2557	2,822	790	3,634,075
2558	2,787	866	2,702,000
2559	2,762	411	1,349,900
2560	3,029	1,377	2,070,800
2561	3,075	1,160	4,214,200

สำหรับงานวิจัยนี้ เป็นการดำเนินงานภายในภาคส่วนการศึกษา จึงเน้นการสร้างองค์ความรู้สู่ท้องถิ่นเป็นหลัก กรอบงานวิจัยได้ใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเป็นพื้นฐาน (Values Chain Analysis Based) (สุธีรัตน์ ศรีทะแก้ว และสุเทพ นิมสหาย, 2556, น. 37-61) ทางคณะผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยครั้งนี้จะสอดคล้องกับนโยบายการขับเคลื่อนความมั่นคงประเทศไทย หรือที่เรียกว่าไทยแลนด์ 4.0 (Thailand 4.0) โดยการเพิ่มผลิตภาพสินค้าเกษตรแปรรูปของไทย (พรธรรวีชัย จันทรมาศ, 2560, น. 98-99) ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกส่วน โดยในทางตรง สามารถเป็นแนวทางสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่และกลุ่มกิจการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกล้วยไข่ เพื่อทำให้มูลค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยไข่และผลประกอบการดีขึ้น ส่วนในทางอ้อม คาดหวังว่าผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยไข่จะมีหลากหลายขึ้น และราคาเป็นที่น่าพึงพอใจต่อทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภค ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมและตลาดรับซื้อกล้วยไข่ขยายตัว

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชรที่ตลาดมอกล้วยไข่ โดยใช้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าเป็นพื้นฐาน

กรอบแนวคิดการวิจัย



Figure 1 Conceptual framework

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่จำนวน 6 ราย และ 2) ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยไข่ในตลาดมอกล้วยไข่จำนวน 7 ราย

2. เครื่องมือ

เครื่องมือวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview) ที่มีโครงสร้างแบบสัมภาษณ์สอดคล้องกับแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Values chain) ประกอบด้วย การวิเคราะห์กิจกรรมพื้นฐาน (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal interview) โดยทำการเก็บข้อมูลภาคสนามที่ตลาดมอกล้วยไข่และแหล่งรับจ้างแปรรูปกล้วยไข่ (กลุ่มแม่บ้านท่าเสา)

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยมีการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งกลุ่มผู้เก็บข้อมูลเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่หนึ่งและกลุ่มที่สองลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามในช่วงเวลาที่ต่างกันมากกว่า 3 เดือน และแบบสัมภาษณ์ที่ใช้มี 2 ชุด โดยชุดที่ 1 เป็นการสอบถามเพื่อทำความเข้าใจกระบวนการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมภายในห่วงโซ่คุณค่า ส่วนแบบสอบถามชุดที่ 2 ใช้โครงสร้างคำถามจากแบบสอบถามชุดที่หนึ่ง แต่เพิ่มเติมการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความเสี่ยงในแต่ละกิจกรรม มีวิธีดำเนินการในการเก็บข้อมูล คือ การเก็บข้อมูลภาคสนามครั้งที่ 1 โดยผู้เก็บข้อมูลกลุ่มที่ 1 และใช้แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 ส่วนการเก็บข้อมูลภาคสนามครั้งที่ 2 โดยผู้เก็บข้อมูลกลุ่มที่ 2 และใช้แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 ซึ่งกำหนดผู้ให้ข้อมูล (Information person) ในการเก็บข้อมูลภาคสนามครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 ต้องแตกต่างกัน หรือผู้ให้ข้อมูลแต่ละครั้งต้องมากกว่า 1 คน เมื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลแล้ว จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และอภิปรายผลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชร โดยวิเคราะห์จากการดำเนินการใน 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1) กิจกรรมพื้นฐานประกอบด้วย โลจิสติกส์ขาเข้า การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย และการบริการต่อผู้บริโภค และ 2) กิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย การจัดซื้อ-จัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างพื้นฐานองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ภายในห่วงโซ่คุณค่าของกล้วยไข่กำแพงเพชรที่ตลาดมอกล้วยไข่ มีบางกิจกรรมที่ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า โลจิสติกส์ขาออก รวมทั้งการตลาดและการขาย ในขณะที่บางกิจกรรมยังดำเนินการอย่างขาดประสิทธิภาพ ได้แก่ การปฏิบัติการ การบริการต่อผู้บริโภค การจัดซื้อ-จัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการ

ทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างพื้นฐานองค์กร ซึ่งการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมภายในห่วงโซ่คุณค่ามีรายละเอียดดังนี้

1. กิจกรรมที่ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.1 กิจกรรมพื้นฐาน: โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics)

งานวิจัยนี้ วิเคราะห์โลจิสติกส์ขาเข้าจากประสิทธิภาพของการขนส่งวัตถุดิบให้เกิดเสียหายน้อยที่สุด ทำให้สามารถป้อนวัตถุดิบเพื่อแปรรูปได้อย่างต่อเนื่อง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าได้ออกประกอบที่นำมาพิจารณา ได้แก่ ผู้รับผิดชอบขนส่ง พาหนะที่ใช้ขนส่ง วิธีการป้องกันความเสียหายจากการขนส่ง แหล่งปลุกกล้วยไข่ที่แต่ละร้านค้ารับซื้อ และปริมาณกล้วยไข่ที่รับซื้อ ซึ่งในตลาดมอกล้วยไข่สามารถจำแนกผู้ประกอบการออกเป็น 2 กลุ่ม คือ *กลุ่มที่หนึ่ง*: ผู้ประกอบการที่เน้นการค้าส่ง *กลุ่มที่สอง*: ผู้ประกอบการที่เน้นการค้าปลีก

ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถต่อการดำเนินกิจกรรมโลจิสติกส์ขาเข้าระหว่างสองกลุ่มนี้แตกต่างกัน *กลุ่มที่หนึ่ง*: ผู้ประกอบการที่เน้นการค้าส่ง จะมีเครือข่ายเกษตรกรเจ้าของสวนที่น่าเชื่อถือ โดยผู้ประกอบการจะเดินทางไปรับซื้อกล้วยไข่ด้วยตนเอง จึงรับผิดชอบโลจิสติกส์ขาเข้าทั้งหมด ใช้รถยนต์ขนาดสี่ล้อเป็นพาหนะขนส่ง มีวิธีป้องกันความเสียหายด้วยการนำผ้าหรือใบตองใช้เป็นวัสดุกันกระแทก วิธีการ คือ ผู้ประกอบการจะนำวัสดุกันกระแทกวางชั้นล่างสุดเพื่อเป็นฐาน จากนั้น นำกล้วยไข่ตัดเครือวางให้เต็มฐานแบบเรียงหนึ่งชั้น แล้วนำวัสดุกันกระแทกวางรอง ก่อนจะนำกล้วยไข่ตัดเครือวางซ้อนทับอีกชั้น และวางกล้วยไข่ให้เต็มแถวเรียงหนึ่ง ทำซ้ำไปเรื่อย ๆ จนกล้วยไข่เต็มพาหนะขนส่ง ข้อดีของการขนส่งด้วยตนเอง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตรวจรับกล้วยไข่ได้ทันที จึงได้รับกล้วยไข่ปริมาณมากและคุณภาพสูง *กลุ่มที่สอง*: ผู้ประกอบการที่เน้นการค้าปลีก จะรับซื้อกล้วยไข่ผ่านเครือข่ายนายหน้าที่น่าเชื่อถือได้ นายหน้าจะมีหน้าที่รับผิดชอบโลจิสติกส์ขาเข้าทั้งหมด ใช้รถยนต์ขนาดสี่ล้อเป็นพาหนะขนส่ง นายหน้าใช้วิธีการนำกล้วยไข่ตัดเครือวางให้เต็มแถวเรียงหนึ่ง วางซ้อนทับทีละชั้นเรื่อย ๆ จนบรรทุกกล้วยไข่เต็มพาหนะขนส่ง ไม่มีอุปกรณ์หรือเครื่องมือเพื่อใช้ป้องกันความเสียหาย แม้ว่าผู้ประกอบการจะรับซื้อกล้วยไข่ผ่านนายหน้า แต่ยังคงได้รับกล้วยไข่ที่ดีที่สุด คุณภาพดี และการขนส่งไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อวัตถุดิบ เนื่องจากแหล่งเพาะปลูกกล้วยไข่อยู่ภายในจังหวัด ระยะทางไม่ไกลมาก และเส้นทางคมนาคมสะดวก ข้อดีของการรับซื้อกล้วยไข่ผ่านนายหน้า ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องการดำเนินการขนส่งด้วยตนเอง ไม่ต้องเตรียมพาหนะและแรงงานเพื่อการขนส่ง อย่างไรก็ตาม การรับซื้อกล้วยไข่ผ่านนายหน้ายังคงมีข้อจำกัดในด้านปริมาณกล้วยไข่ที่ได้รับ โดยเฉพาะกล้วยไข่นอกฤดูกาลที่อาจไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย

ส่วนแหล่งปลุกกล้วยไข่และปริมาณการรับซื้อกล้วยไข่ (Table 2) พบว่า ผู้ประกอบการที่เน้นการขายส่ง จะรับซื้อกล้วยไข่ในปริมาณคงที่ตลอดทั้งปี เนื่องจากรับผิดชอบโลจิสติกส์ขาเข้าเองทั้งหมด ทำให้มีศักยภาพการเข้าถึงวัตถุดิบที่มากกว่า โดยปริมาณกล้วยไข่ที่รับซื้อประมาณ 1,500-4,000 กิโลกรัมต่อเดือน ส่วนผู้ประกอบการที่เน้นการค้าปลีก จะรับซื้อกล้วยไข่ในปริมาณไม่คงที่ เนื่องจากต้องรับซื้อกล้วยไข่ผ่านนายหน้า จึงไม่สามารถควบคุมปริมาณวัตถุดิบนำเข้าได้ การรับซื้อกล้วยไข่แต่ละ

ครึ่ง จึงขึ้นอยู่กับปริมาณวัตถุดิบที่นายหน้าสามารถจัดส่งให้ได้ ถ้าในฤดูกาลจะรับซื้อกล้วยไข่ประมาณ 400-600 กิโลกรัมต่อเดือน และนอกฤดูจะรับซื้อกล้วยไข่ประมาณ 300 กิโลกรัมต่อเดือน

Table 2 The banana cultivated area and purchase volume of entrepreneurs in the Mor Kluai Khai market

Entrepreneurs	Cultivated areas	Purchase volume (kg/month)	
		In-season (Sep-Dec)	Off-season (Jan-Aug)
Store 1	Pong Nam Ron sub-district, Na Bo Kham sub-district	600	300
Store 2	Pong Nam Ron sub-district, Khlung Khlung sub-district, Tha Maku sub-district, Thep Nakorn sub-district	4,000	4,000
Store 3	Khlung Khlung sub-district, Wang Yang sub-district Pong Nam Ron sub-district	400	300
Store 4	Na Bo Kham sub-district, Khanu Worakabsaburi District	3,000	3,000
Store 5	Kosampi sub-district	600	300
Store 6	Tha Maku sub-district	1,500	1,500

1.2 กิจกรรมพื้นฐาน: โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics)

การพิจารณากิจกรรมโลจิสติกส์ขาออกแบ่งเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดเก็บและรวบรวม และด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพของโลจิสติกส์ขาออกของผู้ประกอบการในตลาดกล้วยไข่ เกิดจากระยะทางขนส่งสินค้าสั้น ที่ตั้งสถานที่แปรรูปที่ช่วยลดขั้นตอนการขนส่งได้ มีบริการขนส่งแก่ผู้บริโภคหลายช่องทาง และมีวิธีการป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นจากการขนส่งสินค้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านการจัดเก็บและรวบรวม จำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ 1) กรณีที่จ้างกลุ่มแม่บ้านท่าเสาแปรรูปกล้วยไข่อบน้ำผึ้ง ผู้ประกอบการต้องขนส่งผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปแล้วจากชุมชนบ้านท่าเสามายังตลาดกล้วยไข่ด้วยตนเอง ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร เนื่องจากระยะขนส่งไม่ไกล ทำให้โลจิสติกส์ขาออก ไม่สร้างความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ 2) กรณีที่แปรรูปสินค้าอื่น ๆ ด้วยตนเอง ผู้ประกอบการจะแปรรูปสินค้าภายในบริเวณร้านค้า ทำให้ลดขั้นตอนการขนส่งผลิตภัณฑ์ และไม่มี ความเสียหายจากการขนส่ง ส่วนทางด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า จำแนกเป็น 3 รูปแบบ คือ 1) ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กล้วยไข่แปรรูปที่บริเวณหน้าร้านเพียงอย่างเดียว 2) ผู้ประกอบการจัดจำหน่าย

ผลิตภัณฑ์กล้วยไข่แปรรูปที่บริเวณหน้าร้าน มีการบริการบรรจุหีบห่อ แต่ไม่จัดส่งสินค้า มีกระบวนการดังนี้ ผู้บริโภคโทรสั่งซื้อสินค้าหรือสั่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เมื่อผู้ประกอบการรับคำสั่งซื้อแล้ว จะบรรจุสินค้าใส่กล่องพัสดุและบรรจุเม็ดโฟมกันกระแทก ปิดผนึกกล่องพัสดุ จากนั้นผู้บริโภคจะเดินทางมาที่ตลาดมอกกล้วยไข่เพื่อรับสินค้าที่บรรจุหีบห่อแล้ว และ 3) ผู้ประกอบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กล้วยไข่แปรรูปที่บริเวณหน้าร้าน มีการบริการบรรจุหีบห่อ และจัดส่งสินค้า กระบวนการคล้ายกับรูปแบบที่สอง ยกเว้นขั้นตอนการขนส่งที่แตกต่างกัน คือผู้ประกอบการจะจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยใช้บริการขนส่งพัสดุด่วน Kerry Express และผู้บริโภคเป็นผู้ชำระค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง ทั้งนี้ การบรรจุสินค้าใส่กล่องพัสดุและบรรจุเม็ดโฟมกันกระแทก ผู้ประกอบการจะไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

1.3 กิจกรรมพื้นฐาน: การตลาดและการขาย (Marketing and Sales)

ในด้านการตลาดและการขาย ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพเกิดจากผู้ประกอบการมีกลยุทธ์เพื่อชักจูงผู้บริโภค โดยกลยุทธ์ที่ใช้มีอยู่ 3 ประการ ได้แก่ 1) การลดราคาสินค้า สัมพันธ์โดยตรงกับจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อและมีปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ คู่แข่งทางการค้า ปริมาณสินค้า และอายุของสินค้า 2) ความหลากหลายของสินค้า โดยผู้ประกอบการจะแปรรูปกล้วยไข่มากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยไข่อบน้ำผึ้ง กล้วยไข่อบเนย กล้วยไข่ฉาบหวาน กล้วยไข่ฉาบเค็ม และกล้วยไข่เบรคแตก ส่วนการจ้างแปรรูป ผู้ประกอบการจะจ้างแปรรูปเพียงผลิตภัณฑ์เดียว คือ กล้วยไข่อบน้ำผึ้ง และ 3) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) กลยุทธ์นี้ ถูกนำมาใช้เฉพาะผู้ประกอบการที่จ้างกลุ่มแม่บ้านทำเสาแปรรูปกล้วยไข่อบน้ำผึ้ง เพราะผลิตภัณฑ์มีบรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐาน บรรจุภัณฑ์มีมิติชัด และรูปลักษณ์สวยงาม

2. กิจกรรมที่ดำเนินการขาดประสิทธิภาพ

2.1 กิจกรรมพื้นฐาน: การปฏิบัติการ (Operations)

การศึกษาในครั้งนี้ พิจารณาการปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบ เครื่องมือ และการผลิต ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ในตลาดมอกกล้วยไข่มีสินค้าแปรรูปจากกล้วยไข่จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กล้วยไข่อบน้ำผึ้ง กล้วยไข่อบเนย กล้วยไข่ฉาบหวาน กล้วยไข่ฉาบเค็ม และกล้วยไข่เบรคแตก วัตถุดิบหลักที่ใช้คือ กล้วยไข่กำแพงเพชร น้ำมันพืช และเครื่องปรุงรส (น้ำเกลือ, น้ำตาล, เนย) ส่วนเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ ตู้อบลมร้อน และอุปกรณ์สำหรับทอดอาหาร (กระทะ, กระชอน, แก๊สหุงต้ม, ภาชนะ) มีกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน คือ การอบแห้ง และการทอดกรอบ ส่วนการแปรรูปผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดใช้ระยะเวลาประมาณ 1 วัน ยกเว้นกล้วยไข่อบน้ำผึ้ง ที่ผู้ประกอบการจะจ้างกลุ่มแม่บ้านทำเสาแปรรูปโดยใช้ระยะเวลาแปรรูปประมาณ 3-4 วันต่อครั้ง ซึ่งทุกสินค้าจะมีรอบความถี่ในการผลิต 1 ครั้งต่อสัปดาห์ สำหรับปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการเลือกแปรรูปกล้วยไข่ เนื่องจากต้องการเพิ่มความหลากหลายของสินค้าที่จำหน่ายในร้าน กล้วยไข่สดในฤดูล้นตลาด กล้วยไข่สดเหลือขาย กล้วยไข่สดราคาถูก กล้วยไข่สดผลไม่สมบูรณ์จากภัยธรรมชาติ เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการปฏิบัติการพบว่า ยังคงขาดประสิทธิภาพ สาเหตุมาจากต้นทุนการผลิตไม่คงที่ และระยะเวลาที่ใช้ในการผลิตยาวนาน ด้านต้นทุนการผลิตไม่คงที่ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงราคาของต้นทุนวัตถุดิบหลักและต้นทุนอุปกรณ์ เช่น ราคากล้วยไข่ที่เปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล และราคาแก๊สหุงต้มที่เปลี่ยนแปลงตามราคาตลาด ทำให้ผู้ประกอบการได้รับผลลัพธ์ทางธุรกิจไม่

แน่นอน เพราะไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตได้ ส่วนด้านระยะเวลาการผลิตยาวนานจะพบในการแปรรูปกล้วยไข่อบน้ำผึ้ง ที่โดยเฉลี่ยใช้ระยะเวลานาน 3-4 วันต่อครั้ง เนื่องมาจากอุปกรณ์ที่ใช้แปรรูปสินค้าต้องพึ่งพิงแรงงานคนเพื่อตรวจสอบคุณภาพของการผลิตในทุกขั้นตอน

2.2 กิจกรรมพื้นฐาน: การบริการต่อผู้บริโภค (Customer services)

ผลการศึกษาการบริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าในขณะที่ขายและบริการหลังการขาย พบว่าทุกร้านค้าไม่มีการบริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า พบเพียงบางร้านค้าที่มีบริการจัดส่งสินค้าและการชำระเงินผ่านธุรกรรมออนไลน์ (Mobile banking) นอกจากนี้ ทุกร้านค้ายังไม่มีบริการหลังการขาย ซึ่งผู้ประกอบการให้เหตุผลว่า สินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าสดใหม่ มีคุณภาพ และราคาถูก เมื่อเทียบกับราคาสินค้าและคุณภาพสินค้าที่ได้รับ ลูกค้ายังมีความพึงพอใจ และผู้บริโภคไม่มีการเรียกร้องให้รับประกันสินค้า

2.3 กิจกรรมสนับสนุน: การจัดซื้อ-จัดหา (Procurement)

การจัดซื้อและจัดหากกล้วยไข่สดเพื่อจำหน่ายและใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับแปรรูปสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) ผู้ประกอบการรับจากสวนด้วยตนเอง และ 2) ผู้ประกอบการรับจากนายหน้า สำหรับการซื้อกล้วยไข่จากเกษตรกรเจ้าของสวนโดยตรง ผู้ประกอบการจะรับผิดชอบกระบวนการขนส่งทั้งหมด ตั้งแต่สวนจนถึงตลาดมอกกล้วยไข่ ทำให้ผู้ประกอบการตรวจรับกล้วยไข่ด้วยตนเองตั้งแต่ที่สวน กล้วยไข่ที่ได้รับจึงมีคุณภาพสูงและมีปริมาณตามที่ต้องการ ส่วนการซื้อกล้วยไข่จากนายหน้า พบว่า นายหน้าที่เป็นคนในพื้นที่จะรับซื้อและรวบรวมกล้วยไข่จากสวน เพื่อนำมาขายส่งต่อผู้ประกอบการ ซึ่งขั้นตอนการขนส่งกล้วยไข่มายังตลาดมอกกล้วยไข่นั้น นายหน้าจะเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด การซื้อกล้วยไข่จากนายหน้าส่งผลให้ผู้ประกอบการตรวจรับกล้วยไข่ได้ช้า บางครั้งจึงส่งผลกระทบต่อปริมาณกล้วยไข่ที่ได้รับไม่ตรงตามที่ต้องการ

ส่วนกระบวนการจัดเก็บวัตถุดิบ พบว่า ผู้ประกอบการทุกราย จัดเก็บกล้วยไข่สดไว้วางเรียงภายในร้านค้าของตนเองโดยไม่มีโกดัง เนื่องจากกล้วยไข่เป็นสินค้าสด เก็บไว้ได้ไม่นาน ผู้ประกอบการจึงใช้วิธีการรับซื้อกล้วยไข่สด 1 ครั้งต่อสัปดาห์ เพื่อให้ปริมาณกล้วยไข่พอดีกับความต้องการของลูกค้า สามารถจำหน่ายแบบสดหรือนำไปแปรรูปให้หมดภายในรอบ 1 สัปดาห์ เมื่อกล้วยไข่สดและผลิตแปรรูปคงคลังมีจำนวนไม่มาก ผู้ประกอบการจึงไม่จำเป็นต้องสร้างโกดังเก็บสินค้า ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีข้อดี คือ ช่วยควบคุมความถี่ของการรับซื้อและปริมาณวัตถุดิบนำเข้า ส่งผลต่อความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคว่าจะได้รับสินค้าที่สดใหม่อยู่เสมอ

2.4 กิจกรรมสนับสนุน: การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development)

ผู้ประกอบการในตลาดมอกกล้วยไข่ ไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีมากนัก โดยภาพรวมจะเป็นลักษณะการพัฒนาต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น โลจิสติกส์ขาเข้า ผู้ประกอบการจะนำผ้าหรือใบตองมาใช้เป็นวัสดุกันกระแทก ส่วนด้านการผลิต ยังคงใช้อุปกรณ์ เครื่องมือ และกระบวนการที่ไม่ซับซ้อน เช่น การทอดกรอบโดยใช้น้ำมัน และการทำให้แห้งโดยใช้ตู้อบลมร้อน

ส่วนการพัฒนาอื่น ๆ จะสอดคล้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีในยุคกระแสโลกาภิวัตน์ เช่น เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาดและการขาย ที่จะพบเฉพาะในผู้ประกอบการบางราย ได้แก่ การทำเพจ

เพื่อโปรโมทสินค้าบนสื่อออนไลน์ การส่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการบริการต่อผู้บริโภค เช่น บริการขนส่งพัสดุด่วน Kerry Express การชำระสินค้าผ่านธุรกรรมออนไลน์ (Mobile banking) เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่พึ่งพิงเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้น

2.5 กิจกรรมสนับสนุน: การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management)

ทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของการแปรรูปกล้วยไข่ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้ขนส่งวัตถุดิบ ผู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ และผู้จำหน่ายสินค้า ซึ่งงานวิจัยนี้ วิเคราะห์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านระบบหรือกลไกเพื่อสรรหาหรือคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์พบว่า ผู้ประกอบการไม่มีระบบและกลไกเพื่อคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่ทำหน้าที่รับซื้อกล้วยไข่จากสวนขนส่งวัตถุดิบ/ผลิตภัณฑ์ และจำหน่ายสินค้า โดยทั้งหมดล้วนเป็นแรงงานในครอบครัวและเครือญาติ ส่วนทรัพยากรมนุษย์ที่ทำหน้าที่แปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นเครือญาติและแรงงานภายในท้องถิ่นที่มีทักษะหรือมีประสบการณ์มาก่อน 2) ด้านระบบและกลไกเพื่อประเมินผลงานของทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ไม่มีการประเมินผลงานทรัพยากรมนุษย์ที่เป็นแรงงานภายในครอบครัว ส่วนแรงงานที่เป็นเครือญาติและแรงงานภายในท้องถิ่นมีการประเมินผลงานแบบไม่มีโครงสร้างที่ชัดเจน ไม่มีเงื่อนไขหรือเกณฑ์มาตรฐานที่เป็นการวัดเชิงคุณภาพ ส่วนมากเป็นการพิจารณาจากประสิทธิภาพการทำงานทั่วไป และปัจจัยอื่น ๆ ประกอบกัน 3) ด้านระบบและกลไกเพื่อฝึกอบรมและพัฒนาส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์ พบว่า ไม่มีการฝึกอบรมและพัฒนาส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นแรงงานในครอบครัวและเครือญาติ จำนวนแรงงานไม่มาก และไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีทักษะขั้นสูง ผู้ประกอบการจึงไม่มีกลไกเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เว้นแต่บางครั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือหน่วยงานต่าง ๆ มาจัดกิจกรรมฝึกอบรมหรือวิจัยเผยแพร่แนวทางการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะเป็นตัวแทนเข้าร่วมกิจกรรมตามความเหมาะสม 4) ด้านระบบและกลไกเพื่อการจัดการค่าแรง พบว่า กรณีแรงงานเป็นบุคคลภายในครอบครัวจะไม่มีระบบการจัดการค่าแรง ส่วนแรงงานที่เป็นเครือญาติและแรงงานท้องถิ่น มีอัตราค่าจ้างตามมาตรฐานแรงงานขั้นต่ำ จัดการเบิกจ่ายค่าแรงแบบรายวัน คือ วันละ 300 บาท

2.6 กิจกรรมสนับสนุน: โครงสร้างพื้นฐานองค์กร (Firm infrastructure)

ร้านค้าในตลาดมอกล้วยไข่มีลักษณะเป็นกิจการครอบครัวที่มีเจ้าของคนเดียว มีการแบ่งภาระหน้าที่รับผิดชอบกลุ่มเครือ และไม่มีโครงสร้างที่เป็นระบบ เช่น แรงงาน 1 คน รับผิดชอบภาระงานจำนวนมาก และการกำหนดภาระงานที่ซ้ำซ้อน ส่วนการลงทุน จะใช้ทุนทรัพย์ส่วนตัวและกู้ยืม ไม่มีระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐาน มีผู้ประกอบการบางรายจัดทำบัญชีอย่างง่าย ที่ระบุรายรับ-รายจ่ายในแต่ละวัน บางรายระบุเพียงรายจ่ายของการรับซื้อกล้วยไข่สดในแต่ละสัปดาห์ และบางรายไม่มีการจัดทำบัญชีผลการวิเคราะห์พบว่า ปัญหาของโครงสร้างองค์กร คือ การบริหารจัดการองค์กรไม่เป็นระบบ ไม่สามารถประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนได้ ระบบบัญชีและค่าแรงที่ไม่ชัดเจน แรงงานไม่มีทักษะตรงกับหน้าที่รับผิดชอบ และการมอบหมายภาระที่คลุมเครือไม่ชัดเจน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและแนวทางการเพิ่มมูลค่ากล้วยไข่กำแพงเพชรสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่ พบว่า ภายในห่วงโซ่มูลค่าที่ประกอบด้วยกิจกรรมพื้นฐาน 5 กิจกรรม และกิจกรรมสนับสนุน 4 กิจกรรม มีบางกิจกรรมดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่บางกิจกรรมยังดำเนินการอย่างขาดประสิทธิภาพ สำหรับกิจกรรมที่ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมี 3 กิจกรรม ซึ่งเป็นกิจกรรมพื้นฐานทั้งหมด ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย ส่วนกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างขาดประสิทธิภาพมี 6 กิจกรรม เป็นกิจกรรมพื้นฐาน 2 กิจกรรม ได้แก่ การปฏิบัติการ และการบริการต่อผู้บริโภค และเป็นกิจกรรมสนับสนุนอีก 4 กิจกรรม ได้แก่ การจัดซื้อจัดหา การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างพื้นฐานองค์กร โดยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

กิจกรรมที่ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 1) โลจิสติกส์ขาเข้า ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการรับซื้อกล้วยไข่จากเครือข่ายเกษตรกรหรือรับซื้อผ่านนายหน้าที่นำเชื่อถือ กล้วยไข่ที่ได้รับมีคุณภาพและเป็นกล้วยไข่สายพันธุ์กำแพงเพชรที่ปลูกภายในจังหวัด มีพาหนะที่ใช้ขนส่งและวิธีการลำเลียงที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อวัตถุดิบ สอดคล้องกับการศึกษาของ เจษฎา นกน้อย และสฤษฎ์ ลั้งแทกุล (2558, น. 57-58) ที่กล่าวว่า การขนส่งวัตถุดิบด้วยตนเอง (ผู้ประกอบการ) หรือขนส่งผ่านนายหน้าท้องถิ่นจะทำให้ได้รับวัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง สดใหม่ นอกจากนี้ จิตติมา วงศ์อินตา, ปันตดา กสิกิจวิวัฒน์, ฮุนเซ็น นิยมเดชา, บุญชรี จันทร์กลีบ, และโรสลาวาตี โตะแอ (2558, น. 7) ยังอธิบายว่า การจัดหาวัตถุดิบผ่านผู้รวบรวมหรือพ่อค้าคนกลางที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดหา จะทำให้ได้รับวัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีความสม่ำเสมอ 2) โลจิสติกส์ขาออก ผลการศึกษานี้พบว่า มีประสิทธิภาพทั้งด้านการจัดเก็บและรวบรวมสินค้ารวมทั้งการจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์แปรรูปที่จำหน่ายในตลาดมอกล้วยไข่มาจาก 2 แหล่ง คือ ผู้ประกอบการแปรรูปด้วยตนเองภายในร้าน ทำให้ไม่เกิดกระบวนการขนส่งสินค้า จึงลดค่าใช้จ่าย และลดปัญหาสินค้าเสียหายจากการขนส่ง และการแปรรูปโดยจ้างกลุ่มแม่บ้านท่าเสา ที่แม้จะเกิดกระบวนการขนส่งสินค้าแต่เป็นระยะทางใกล้ ๆ ไม่เกิน 2 กิโลเมตร และเส้นทางคมนาคมสะดวก ทำให้ไม่เกิดปัญหาสินค้าเสียหายจากการขนส่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการเพิ่มมูลค่าในงานโลจิสติกส์ตามผลการศึกษาของ ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์, นพกร เทพสิทธิธา, และจตุพร วัฒนดิลก (2562, น. 293-294) ที่อธิบายว่า ความสะดวกของเส้นทางคมนาคม (โครงสร้างพื้นฐาน) และการลดระยะเวลาที่ใช้เพื่อการขนส่ง จะช่วยเพิ่มความสามารถในการส่งต่อสินค้าและบริการไปยังผู้บริโภค ลดความเสียหาย และสินค้ายังคงมีคุณภาพสูง ส่วนด้านการจัดจำหน่ายกล้วยไข่แปรรูปที่ตลาดมอกล้วยไข่ มีทั้งจัดจำหน่ายบริเวณหน้าร้านและจำหน่ายออนไลน์ ซึ่งช่องทางจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย ทำให้ผู้ประกอบการควบคุมปริมาณสินค้าคงคลังได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ เจษฎา นกน้อย, สฤษฎ์ ลั้งแทกุล, สาทินี สุวิทย์พันธุ์วงศ์, กัญญาภัทร บูหมิต, และพีชา รัตนศรี (2558, น. 147) ที่อธิบายว่า การที่ผู้ประกอบการนำสินค้ามาแสดงที่หน้าร้าน มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้า พร้อมกับขนส่งสินค้าที่สะดวกปลอดภัย จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมปริมาณสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้ประกอบการจึงเก็บสินค้าคงคลังไว้น้อยมาก เพราะเชื่อมั่นในความสามารถการกระจายสินค้า 3) การตลาดและการขาย ผลการศึกษานี้พบว่า การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ เนื่องจากผู้ประกอบการมีการสร้างกลยุทธ์ลดราคาสินค้า และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าแปรรูป นอกจากนี้ ยังสร้างมูลค่าเพิ่มต่อสินค้าโดยการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ เช่น กลัวยไข่อบน้ำผึ้งของกลุ่มแม่บ้านท่าเสา ที่มีบรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐาน การหีบห่อบรรจุภัณฑ์มิดชิด และรูปลักษณ์สวยงาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์ (2555, น. 406-408) ที่อธิบายว่า การส่งเสริมการขายด้วยการลด แลก แจก แถม หรือให้แจกสินค้าตัวอย่างในบางคราว เป็นกิจกรรมการส่งเสริมที่ช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อหรือเพิ่มยอดขายได้ นอกจากนี้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค สามารถจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อเพิ่มเช่นกัน เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม มีสีสัน และปลอดภัย

ส่วนกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างขาดประสิทธิภาพ มี 6 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การปฏิบัติการ ผลการศึกษานี้พบว่า ผู้ประกอบการในตลาดมอกล้วยไข่ ยังคงใช้เทคโนโลยีขั้นพื้นฐานและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการแปรรูปผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตใช้แรงงานคนเป็นหลัก และปริมาณการแปรรูปสินค้ายังขึ้นอยู่กับปริมาณกล้วยไข่สดที่เหลือขาย เช่น กล้วยไข่สดเหลือมาก แปรรูปมาก กล้วยไข่สดเหลือน้อย แปรรูปน้อย โดยวิธีดำเนินการนี้ เป็นการผลิตที่ไม่คำนึงถึงอุปทานของผู้บริโภค ทำให้สินค้าแปรรูปคงคลังมีมาก ซึ่งการจะยกระดับกระบวนการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากขึ้น ถูกหลักอนามัย และลดต้นทุนการผลิต ตลอดจนลดการใช้แรงงาน และลดความเสี่ยงจากแรงงานทักษะต่ำนั้น ในงานวิจัยของ ฐิติมา วงศ์อินตา และคนอื่น ๆ (2558, น. 9) อธิบายว่า ผู้ประกอบการต้องนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพิ่มความสามารถการผลิต โดยตั้งเป้าหมายให้กิจการขนาดเล็กหรือกิจการระดับชุมชนใช้เทคโนโลยีระดับกลางเป็นขั้นต่ำ นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2554, น. 130-131) ยังกล่าวถึงการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตว่า ผู้ประกอบการควรสร้างเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และสถาบันต่าง ๆ เช่น สมาคม ชมรม กลุ่มคลัสเตอร์ หรือสหกรณ์ ควรเข้ามาส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ในการวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การผลิต ให้รู้จักประมาณการผลิตที่สอดคล้องกับราคาและความต้องการของตลาด เพื่อลดปัญหาภาวะสินค้าล้นตลาดและสินค้าขายไม่ได้ราคา 2) การบริการต่อผู้บริโภค ผลการศึกษานี้ยังพบว่า มีบางร้านค้าเท่านั้นที่สามารถชำระเงินผ่านระบบออนไลน์บนสมาร์ตโฟน ทำให้เกิดข้อจำกัดต่อกลุ่มลูกค้าที่ไม่พกเงินสด นอกจากนี้ กลุ่มผู้ประกอบการยังขาดความตระหนักถึงการสร้างบริการหลังการขาย เพราะทุกร้านค้าไม่มีบริการหลังการขายและไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการบริการหลังการขาย 3) กิจกรรมการจัดซื้อ-จัดหา ผลการศึกษานี้พบว่า ผู้ประกอบการที่รับซื้อกล้วยไข่ผ่านนายหน้าตรวจรับสินค้าได้เข้า ทำให้บางครั้งปริมาณกล้วยไข่ที่ได้รับไม่ตรงตามที่ต้องการ นอกจากนี้คลังเก็บวัตถุดิบและคลังเก็บสินค้าแปรรูปไม่มิดชิด ไม่ปลอดภัยต่อสิ่งรบกวนและเสี่ยงต่อการปนเปื้อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จตุพร คงทอง, จีรรัตน์ แก้วจำนง, และสุรีย์พร วุฒิมานพ (2561, น. 41) ที่พบว่า โครงสร้างโรงเรือนหรือคลังสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดการผลิตอาหาร คือ ไม่สามารถป้องกันสัตว์รบกวนได้ และไม่มีห้องบรรจุเป็นสัดส่วนเพื่อป้องกันการปนเปื้อนหลังกระบวนการผลิต ถือเป็นจุดอ่อนของการยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป และ

เจษฎา นกน้อย และสัณชัย ลั้งแท็กุล (2558, น. 62) ได้เสนอว่า สถานที่เก็บรักษาวัตถุดิบที่ได้มาตรฐานจะสามารถยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ 4) การพัฒนาเทคโนโลยี สืบเนื่องจากผลการศึกษาในกิจกรรมพื้นฐานที่พบว่า เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนกระบวนการแปรรูปกล้วยไข่ ยังคงเป็นเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานที่ต่อยอดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการตลาด การขาย และการบริการ ยังไม่แพร่หลายในกลุ่มผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการบางรายไม่ได้ตระหนักถึงการนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า กิจกรรมขนาดเล็กที่มีเจ้าของคนเดียว วิสาหกิจชุมชน และกิจการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มักประสบปัญหาขาดการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการผลิต การตลาด การขาย และการบริการ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ ขาดการเข้าถึงสารสนเทศต่าง ๆ และขาดความตระหนักต่อการพัฒนาเทคโนโลยีอีกด้วย (เจษฎา นกน้อย และ สัณชัย ลั้งแท็กุล, 2558, น. 60; ฐิติมา วงศ์อินตา และคนอื่น ๆ, 2558, น. 9; สุนิษา กลิ่นขจร, 2558, น. 2651; จตุพร คงทอง และคนอื่น ๆ, 2561, น. 41) ทำให้ที่ผ่านมา การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย รวมทั้งกระบวนการผลิตที่ยังคงสร้างความสูญเสียวัตถุดิบนำเข้าไปในอัตราสูงอยู่ และคุณภาพผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐานเพียงพอ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554, น. 114) จากปัญหาดังกล่าว พรรณรวิชัย จันทรมาศ (2560, น. 100) อธิบายว่า การจะยกระดับสินค้าเกษตรจากขั้นปฐมภูมิไปสู่ขั้นทุติยภูมิเพื่อให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปมีมูลค่าสูงขึ้น จำเป็นต้องมีเทคโนโลยีการผลิตที่ซับซ้อนกว่าเดิม ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตนั้น อาจดำเนินการภายใต้เงื่อนไขที่แตกต่าง คือ การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อทำให้อัตนทุนการผลิตต่อหน่วยลดลง หรือพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ต้นทุนสูง แต่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงขึ้นเช่นกัน 5) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในห่วงโซ่มูลค่าของการแปรรูปกล้วยไข่ของตลาดมอกล้วยไข่ มีทั้งแรงงานภายในครัวเรือนและแรงงานภายนอกครัวเรือนที่เป็นคนท้องถิ่น ซึ่งการศึกษาครั้งนี้พบว่า ระบบและกลไกเพื่อสนับสนุนประสิทธิภาพการทำงานของทั้ง 2 กลุ่มนี้ ยังไม่มีประสิทธิภาพ และพบปัญหาที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มแรงงานภายในครัวเรือนประสบปัญหาภาระงานไม่สอดคล้องกับทักษะภาระงานไม่ชัดเจน ไม่มีการประเมินประสิทธิภาพการทำงาน และไม่มีการจัดสรรค่าแรง แต่ในทางกลับกัน แรงงานกลุ่มนี้กลับได้รับโอกาสเข้าร่วมฝึกอบรมต่าง ๆ อยู่เสมอ ทั้งที่บางครั้งกิจกรรมไม่ได้สอดคล้องกับภาระงานที่ตนเองได้รับ การเข้าร่วมกิจกรรมอบรม จึงไม่ทำให้เกิดการนำมาประยุกต์ใช้กับกิจการของตนเองได้อย่างเหมาะสม ซึ่งตรงกันข้ามกับการศึกษาของ จตุพร คงทอง และคนอื่น ๆ (2561, น. 42) ที่ระบุว่า กิจกรรมรัฐวิสาหกิจชุมชนที่มีโอกาสได้รับการเข้าถึงองค์ความรู้ต่าง ๆ จะสามารถนำความรู้มาพัฒนากระบวนการและแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น ความแตกต่างที่เกิดขึ้นนี้ อาจเป็นผลมาจากการขยายองค์ความรู้ไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มแรงงานภายนอกครัวเรือนที่มีหน้าที่รับผิดชอบกระบวนการผลิต ขาดโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมต่าง ๆ ทำให้ไม่เกิดการส่งเสริมการพัฒนาทักษะแรงงานเท่าที่ควร 6) โครงสร้างพื้นฐานองค์การดำเนินงานยังขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่มีการจัดทำระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐาน ทำให้ไม่สามารถประเมินศักยภาพและวิเคราะห์โอกาสทางเศรษฐกิจของกิจการตนเองได้ เช่นเดียวกับปัญหาที่พบในกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารปศุสัตว์ได้ จตุพร คงทอง และคนอื่น ๆ (2561, น. 42) ที่พบว่า ในกลุ่มวิสาหกิจ

ของตน ขาดการวิเคราะห์ต้นทุนอย่างชัดเจน ระบบบัญชีรายรับ-รายจ่ายไม่มีประสิทธิภาพ จึงไม่สามารถระบุค่าไรที่ชัดเจนได้ จึงกระทบต่อการวางแผนการนำเงินมาลงทุนเพื่อปรับปรุงโรงเรือนหรือคลังสินค้าให้ได้มาตรฐาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับกิจกรรมภายในห่วงโซ่คุณค่าที่ยังดำเนินการขาดประสิทธิภาพ ทั้งนี้ เพื่อต้องการให้ข้อเสนอแนะดังกล่าว สามารถนำมาปรับใช้เป็นแนวทางเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในห่วงโซ่คุณค่า และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกล้วยไข่กำแพงเพชรได้

1) กิจกรรมพื้นฐาน: การปฏิบัติการ เนื่องจากปัจจุบัน ผู้ประกอบการแปรรูปสินค้าภายในร้านค้า พื้นที่ใช้สอยไม่มีวัสดุกัน จึงไม่สามารถจัดระเบียบพื้นที่ให้เป็นสัดส่วนได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการแปรรูปสินค้าให้เหมาะสม มิติดชิด หรือกันพื้นที่เพื่อป้องกันสิ่งปนเปื้อนจากภายนอก ส่งผลให้สินค้าสะอาด มีคุณภาพ และถูกหลักอนามัยมากขึ้น รวมทั้งป้องกันอันตรายจากกระบวนการแปรรูปสินค้า ที่อาจกระทบต่อผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าภายในร้าน

2) กิจกรรมพื้นฐาน: การบริการต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการทุกรายควรเพิ่มบริการด้านการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์บนสมาร์ตโฟน เพื่อเพิ่มโอกาสการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่ไม่พกเงินสด

3) กิจกรรมสนับสนุน: การจัดซื้อ-จัดหา ผู้ประกอบการควรปรับปรุงคลังเก็บวัตถุดิบและคลังสินค้าให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัยจากสิ่งรบกวนและสารปนเปื้อน เช่น สร้างคลังสินค้าขนาดเล็กแยกจากหน้าร้านค้า เป็นห้องขนาดเล็กที่ล้อมรอบด้วยวัสดุเนื้อแข็งหรือตาข่ายป้องกันการรบกวนจากสัตว์ต่าง ๆ และภายในคลังสินค้าต้องมีพื้นยกสูงเพื่อป้องกันความชื้นและลดการปนเปื้อน

4) กิจกรรมสนับสนุน: การพัฒนาเทคโนโลยี ผู้ประกอบการควรสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิก เช่น ข้อมูลเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาการผลิต นอกจากนี้ การสร้างเครือข่ายจะช่วยเพิ่มโอกาสให้สมาชิกได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐหรือภาคเอกชน เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งประดิษฐ์ จากการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น

5) กิจกรรมสนับสนุน: การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้แรงงานนอกครัวเรือนได้รับโอกาสเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อให้แรงงานกลุ่มดังกล่าวได้เพิ่มองค์ความรู้และทักษะการทำงาน โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวกับกระบวนการผลิต

6) กิจกรรมสนับสนุน: โครงสร้างพื้นฐานองค์กร ผู้ประกอบการควรจัดทำระบบบัญชีให้เป็นมาตรฐาน ต้องวิเคราะห์รายรับ-รายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละกิจกรรมของตนเอง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนจากกิจกรรมที่เกิดรายจ่ายส่วนเกินได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2562). *สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI THAILAND)*. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563. http://www.ipthailand.go.th/images/gibook/GI_Book_111.pdf.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2563). *ระบบจัดเก็บและรายงานข้อมูลภาวะการผลิตพืชรายเดือน ระดับตำบล-กล้วยไข่*. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563. <http://production.doae.go.th/>.
- จตุพร คงทอง, รัฐรัตน์ แก้วจำนง, และสุรีย์พร วุฒิมานพ. (2561). แผนกลยุทธ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์เครื่องแกงชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องแกงบ้านนาขุน. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์*, 10(ฉบับพิเศษ), 36-47.
- เจษฎา นกน้อย และสัญญา ลี้แก่กุล. (2558). การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 7(1), 54-66.
- เจษฎา นกน้อย, สัญญา ลี้แก่กุล, สาทิณี สุวิทย์พันธุ์วงศ์, กัญญาภัทร บูหิมิต และพีชา รัตนศรี (2558). การวิเคราะห์กิจกรรมหลักในห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว: กรณีศึกษาผู้ประกอบการสินค้าประเภทผ้าในจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 13(2), 139-151.
- จิตติมา วงศ์อินตา, ปนัดดา กลกิจวิวัฒน์, ฮุนเซ็น นิยมเดชา, บุญตรี จันทร์กลับ, และโรสลาวาตี โตะแอ. (2558). การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าอาหารฮาลาล. *วารสารการขนส่งและโลจิสติกส์*, 8, 1-11.
- ปิยะฉัตร จารุธีรคันต์, นพกร เทพลีธา, และจตุพร วัฒนดิลก. (2562). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในงานโลจิสติกส์. ใน *วารสารสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 6 สังคมผู้สูงวัย: โอกาสและความท้าทายของอุดมศึกษา, วันที่ 30 มีนาคม 2562 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา*, (น. 290-298). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.
- พรรณรวิทย์ จันทรมาศ. (2560). การใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติเพื่อเพิ่มผลิตภาพสินค้าเกษตรแปรรูปของไทย. ใน *รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ สาขาเศรษฐศาสตร์, วันที่ 25 พฤษภาคม 2560 ณ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, (น. 92-106). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วินัด อ่วมอยู่, สุนันท์ สีสังข์, และพรชุลี นิลวิเศษ. (2557). การผลิตและการตลาดกล้วยไข่ของเกษตรกรจังหวัดกำแพงเพชร. ใน *การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมธราช ครั้งที่ 4, วันที่ 26-27 พฤศจิกายน 2557 ณ อาคารเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธราช*, (น. 1-8). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธราช.

- สุนิษา กลิ่นขจร. (2558). การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรบ้านเขานาใน ตำบลต้นยวน อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *Veridian E-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 8(2), 2643-2655. สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/45862/37931>.
- สุรียรัตน์ ศรีหะแก้ว และสุเทพ นิมสาย. (2556). การวิเคราะห์โซ่อุปทานและรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการส่งออกของผลไม้สดไทยไปยังตลาดสหภาพเมียนมาร์. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, 8(2), 37-61.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *รายงานการศึกษาขั้นสุดท้าย (Final report): โครงการศึกษาผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการ SMEs ในสาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย (High Impact Sectors)*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. (2555). *การบัญชีต้นทุนเพื่อการบริหาร*. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.