



Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology

วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/index>

Wat Wang Tawan Tok Nakhon Si Thammarat, Thailand

pp. 397-414

บทความวิจัย

กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขันกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง
จังหวัดนครศรีธรรมราช*

THE STRATEGIES FOR POTENTIAL DEVELOPMENT IN ENHANCING
COMPETITIVENESS OF BAN KHANOM NONG KHUNG GROUP,
CHANG KLANG DISTRICT, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

เอื้องฟ้า เขากลม¹, มนทิรา สังข์ทอง¹, เมธาวัต ภูธรภักดี¹, ศิวพร นาคอุดม¹, อุรณ แก้วซัง¹

Uangfa Khaoklom¹, Monthira Sangthong¹, Methawat Phutornpukdee¹, Siwaporn Nakudom¹,

Uthorn Keawzang¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

¹Faculty of Management Sciences Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Thailand

¹Corresponding author E-mail: uangfacharee@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานและปัญหาของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) วิเคราะห์การดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 3) เสนอกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาคือ สมาชิกกลุ่มขนมบ้านหนองกุ้ง ผู้นำชุมชน ตัวแทนร้านค้า และลูกค้า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 20 คน เก็บข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่ม ใช้เทคนิค SWOT Analysis และ TOWS Matrix ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการดำเนินงานเป็นแบบเครือข่าย สมาชิกทุกคนทำงานแทนกันได้ในทุกหน้าที่ สินค้าที่นิยมคือ ขนมดอกจอกและขนมทองพับ จัดส่งสินค้าโดยใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ ลูกค้าหลักเป็นร้านค้าขนาดใหญ่ในตัวอำเภอ ปัญหา

ของกลุ่มพบว่า วัตถุดิบปรับราคาสูงขึ้น สมาชิกขาดความรู้ทางการตลาด สถานที่ผลิตไม่ได้มาตรฐาน สินค้าแตกหักง่าย บรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัย ไม่สวยงาม ไม่ช่วยรักษาคุณภาพของสินค้า และไม่ปรากฏข้อมูลสำคัญบนบรรจุภัณฑ์ 2) การวิเคราะห์การดำเนินงาน จุดแข็งพบว่า สินค้าเป็นขนมสูตรโบราณ มีกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม ทำสดใหม่ รสชาติอร่อย จุดอ่อนพบว่า สถานที่ผลิตไม่ได้มาตรฐาน ขาดความรู้ด้านการตลาด โอกาสพบว่า ขนมทองพับไม่ใช้น้ำมัน เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ และอุปสรรคพบว่า ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น และ 3) กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานได้แก่ กลยุทธ์การขยายกลุ่มลูกค้าและเน้นกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม กลยุทธ์สร้างความรู้ด้านการตลาดผ่านการวิจัยอย่างเป็นระบบ กลยุทธ์สร้างจุดแตกต่างผ่านการสื่อสารคุณค่าขนมบ้านหนองกุง และกลยุทธ์สร้างองค์กรที่เข้มแข็งและมั่นคง

คำสำคัญ: กลยุทธ์การพัฒนา, ศักยภาพการดำเนินงาน, ชีตความสามารถในการแข่งขัน, บ้านขนมหนองกุง

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the working status and problems of Ban Khanom Nong Khung Group, Chang Klang District, Nakhon Si Thammarat Province, 2) analyze the working status of Ban Khanom Nong Khung Group, Chang Klang District, Nakhon Si Thammarat Province and 3) offer strategies for potential Development in enhancing competitiveness of Ban Khanom Nong Khung Group, Chang Klang District, Nakhon Si Thammarat Province. This was a qualitative research method. There were 20 key informants in this research; members of Ban Khanom Nong Khung Group, a community leader, shop representatives and customers. They were selected by purposive sampling technique. Group discussion was used to collect the data via SWOT Analysis and TOWS matrix techniques. The results revealed that 1) study the operation of things without waiting for someone's permission. The popular products were Crispy Lotus Blossom Cookie and Crispy pancake. The products were delivered by motorcycles. The customers were big shops in the city center. The problems were the ingredients' prices were high, lack of marketing knowledge, non-standard of manufacturing, old fashioned package, no protection of products' quality and no needed information printed on the packages. 2) study the strengths found that both snacks were made by original recipe with good taste. The weaknesses revealed that the place to produce the products was not

standard and those members were lack of marketing knowledge. The chance showed that crispy pancake was good for health because no oil added, and problem was the high prices of ingredients. 3) strategies to develop the potential were expanding group of customers and making snacks with original recipe. The strategies comprised of increasing knowledge of marketing via systematic research, making differences via enhancing value of Ban Nong Khung's snacks as well as strengthening and sustaining the organization.

Keywords: Development strategy, Operational potential, Competitiveness, Ban Khanom Nong Khung

บทนำ

กลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง ตั้งอยู่ในพื้นที่ของตำบลหลักช้าง อำเภอลำดวน จังหวัด นครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกแม่บ้านเกษตรกรที่ร่วมกันทำ กิจกรรมหลังว่างเว้นจากงานประจำกรีดยางพารา หลังจากได้รับการอบรมการพัฒนาอาชีพจาก ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาสตรีและครอบครัวภาคใต้ จังหวัดสงขลา ในปี พ.ศ. 2562 สมาชิกจำนวน 8 คน ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มขึ้นเพื่อนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาต่อยอดสร้างรายได้เสริม โดยการ นำเงินเบี้ยเลี้ยงจากการอบรมมาเป็นเงินทุนก้อนแรกเพื่อซื้ออุปกรณ์และวัตถุดิบสำหรับทำขนม ใช้ศาลาหน้าบ้านของสมาชิกท่านหนึ่งที่มีอยู่เดิมปรับเป็นสถานที่ผลิตขนมเรื่อยมา (ผู้ให้ข้อมูล คนที่ 1, 2565)

โดยสถานที่ตั้งของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้งอยู่ในเขตตำบลหลักช้าง อำเภอลำดวน จังหวัด นครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นพื้นที่พันธกิจสัมพันธ์สำหรับการบริการวิชาการและดำเนิน กิจกรรมของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช (มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครศรีธรรมราช, 2564) ทำให้คณะผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปดำเนินกิจกรรมร่วมกับกลุ่มบ้าน ขนมหนองกุ้ง โดยพบว่าแม้จะมีสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 อันเป็นสถานการณ์ สำคัญที่ทำให้วิถีชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม สภาพเศรษฐกิจทั่วโลกประสบ ภาวะตกต่ำ หลายธุรกิจได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจนอาจต้องปิดตัวไป แต่กลุ่มบ้านขนม หนองกุ้งยังคงมียอดการผลิตขนมไม่เปลี่ยนแปลง ด้วยความอ้อยของสินค้าและกรรมวิธีการ ผลิตแบบดั้งเดิม ทำให้ยอดขายยังคงเดิม การดำเนินงานขายขนมของกลุ่มกลายเป็นแหล่ง รายได้เสริมที่สำคัญเข้ามาจุนเจือครอบครัวของสมาชิก แต่ในการดำเนินงานผลิตขนมของกลุ่ม ประสบปัญหาหลายอย่าง เช่น สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย บรรจุภัณฑ์ยังไม่มี ความ โดดเด่นแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ขาดการกระจายสินค้าไปสู่พื้นที่ห่างไกลจากที่ตั้งของกลุ่ม เป็นต้น (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, 2565)

จากสภาพปัญหาและสถานการณ์ดังกล่าวทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอนากลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานและปัญหาของกลุ่มวิเคราะห์การดำเนินงาน และนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้งที่เหมาะสม เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาการดำเนินงาน ปรับปรุงแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สนับสนุนการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภคและเพิ่มความสามารถในการกระตุ้นยอดขายต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานและปัญหาของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอนากลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอนากลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอนากลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. **รูปแบบการวิจัย** เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ
2. **ผู้ให้ข้อมูล** การวิจัยครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูล คือ สมาชิกกลุ่มขนมบ้านหนองกุ้ง ผู้นำชุมชน ตัวแทนร้านค้า และลูกค้า โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลด้วยการใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 20 คน ประกอบด้วย สมาชิกของกลุ่มขนมบ้านหนองกุ้ง 8 คน ผู้นำชุมชน 2 คน ตัวแทนร้านค้า 3 คน และลูกค้า 7 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับประเด็นวิจัย หรือจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้ 1) เป็นผู้อ่านออกเขียนได้ สื่อสารภาษาไทยได้ดี 2) เป็นสมาชิกกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง ตำบลหลักช้าง อำเภอนากลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) อาศัยอยู่ในพื้นที่วิจัย 4) มีสติสัมปชัญญะ และ 5) เป็นผู้อาสาสมัครเข้าร่วมโครงการวิจัยด้วยความสมัครใจและได้ลงลายมือชื่อในเอกสารให้ความยินยอม โดยงานวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการวิจัยในคน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช มีรหัสโครงการวิจัย REC022/65 และได้รับการรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน หมายเลขใบรับรองที่ COA No.029/2565 วันที่รับรอง วันที่ 7 มิถุนายน 2565

3. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** ใช้แบบสอบถามการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยกำหนดประเด็นคำถามสภาพการดำเนินงานและปัญหาของกลุ่มวิเคราะห์การดำเนินงานของกลุ่มด้วยเทคนิค SWOT Analysis และประชุมกลุ่มเชิงปฏิบัติการ

อย่างมีส่วนร่วมเพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ TOWS Matrix

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการเปิดการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยแนะนำผู้เข้าร่วมและสร้างปฏิสัมพันธ์เพื่อสร้างความคุ้นเคย และเป็นประโยชน์ในการสนทนา จากนั้นเริ่มประเด็นการสนทนาไปตามลำดับคำถามที่กำหนดไว้ ระหว่างดำเนินการสนทนากลุ่ม ผู้ทำหน้าที่ในการจดบันทึกข้อความ มีการบันทึกเสียงระหว่างการสนทนา และสังเกตพฤติกรรมผู้เข้าร่วมการสนทนา

5. การวิเคราะห์ข้อมูล มีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ 1) วิเคราะห์ข้อมูลสภาพการดำเนินงานและปัญหาของกลุ่ม หลังจากดำเนินการสนทนากลุ่มแล้ว ดำเนินการถอดเทป และวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์โดยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากผู้ร่วมวิจัยและผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มเพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้อง และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่มด้วย SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกลุ่มชนมบ้านหนองกุง และเสนอกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สภาพการดำเนินงานและปัญหาของกลุ่มบ้านชนมหนองกุง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงผลเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านชนมหนองกุง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงผลเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านการบริหารงานภายในกลุ่ม กลุ่มบ้านชนมหนองกุงก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2562 มีสมาชิกเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ผ่านการอบรมพัฒนาอาชีพจากศูนย์เรียนรู้การพัฒนาสตรีและครอบครัวภาคใต้ จังหวัดสงขลา โดยมีสมาชิกทั้งหมด 8 คน ส่วนใหญ่มีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรกริดยางพารา สมาชิกได้เลือกหัวหน้ากลุ่มขึ้นมาเพื่อเป็นผู้บริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่ม เป็นผู้ประสานงานหลักระหว่างกลุ่มกับลูกค้า ผู้นำชุมชน หรือหน่วยงานของรัฐ สมาชิกเป็นเครือญาติและเพื่อนบ้านกัน มีความสนิทสนมกันสูง ใช้หลักการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการดำเนินงาน สามารถแลกเปลี่ยนหรือหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบในกระบวนการผลิตแทนกันได้ กลุ่มเลือกใช้ศาลาที่มีอยู่เดิมของสมาชิกท่านหนึ่งเป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานผลิตขนม หลังเสร็จจากกริดยางพาราในแต่ละวันสมาชิกจะเริ่มมารวมกลุ่มกันทำขนมเวลาประมาณ 10.00 น. โดยทำขนมเกือบทุกวัน หัวหน้ากลุ่มเป็นผู้จัดทำบัญชีค่าใช้จ่ายและรับออเดอร์ขนมจากลูกค้าในแต่ละวัน เพื่อนำมาแจ้งให้กับสมาชิกทุกคนทราบ สมาชิกที่เหลือจะช่วยกันทำงานโดยไม่แบ่งหน้าที่กัน เพราะสมาชิกทุกคนสามารถทำงานแทนกันได้

ทุกหน้าที่ เช่น ช่วยกันหาออเดอร์ ช่วยกันจัดซื้อวัตถุดิบ หรือช่วยกันผสมแป้ง เป็นต้น กลุ่มจะปันผลกำไรจากการขายขนมเดือนละหนึ่งครั้ง รายได้หลังหักค่าใช้จ่ายแล้วจะถูกหักเข้าบัญชีกองกลางจำนวน 500 บาทต่อเดือน และส่วนที่เหลือนำมาเฉลี่ยจ่ายให้กับสมาชิกทุกคน โดยมีเงื่อนไขว่า หากสมาชิกท่านใดไม่มาร่วมทำขนมจะหักเงินวันละ 20 บาท

“..ช่วย ๆ กันเหมือนกัน คือเวลาเขาไปส่งขนมในตลาด ก็ให้เขาซื้อกลับมา ใครกะได้..”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2565)

“..เหมือนผสมแป้งก็เหมือนกัน ทุกคนก็จะรู้สูตรอยู่แล้ว รู้วิธีการผสมแป้ง ขั้นตอนการทำให้ทำได้ทุกคน..”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, 2565)

1.2 ด้านสินค้า กลุ่มขนมบ้านหนองกุ่มมีผลิตภัณฑ์ขนมหลายชนิด เช่น ขนมดอกจอก ขนมทองพับ ขนมคุกกี้ ขนมตะโก้ ขนมชั้น เป็นต้น แต่ขนมที่ได้รับความนิยมมาก คือ ขนมดอกจอกและขนมทองพับ ซึ่งกลุ่มมีสูตรและเคล็ดลับเฉพาะทำให้ขนมกรอบนาน ไม่อมน้ำมัน มีกลิ่นหอมจากถ่านไม้ รสชาติดี เดิมทีขนมดอกจอกมีจำหน่าย 2 ขนาด คือ ถุงเล็กบรรจุขนมดอกจอก 4 ดอก ขายส่งถุงละ 8 บาท และถุงใหญ่บรรจุขนมดอกจอก 8 ดอก ขายส่งถุงละ 16 บาท แต่มีการปรับราคาใหม่ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2565 เนื่องจากราคาราววัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้น ทางกลุ่มจึงจำหน่ายเฉพาะขนมดอกจอกถุงใหญ่ในราคาขายส่ง 20 บาท ส่วนขนมทองพับเป็นสินค้าตัวล่าสุด เริ่มทำออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2565 โดยจำหน่ายขนาดถุงละ 8 ชิ้น ในราคาขายส่ง 20 บาท ขนมทั้ง 2 ชนิดจะบรรจุในถุงพลาสติกใส มีโลโก้ติดเป็นสัญลักษณ์ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ขนมทองพับและขนมดอกจอก

1.3 ด้านการขนส่ง การส่งสินค้าให้กับลูกค้า กลุ่มนำถุงขนมใส่ลงในถุงพลาสติกขนาดใหญ่ แล้วสมาชิกจะขับรถจักรยานยนต์ไปส่งให้กับลูกค้า โดยใส่ถุงขนมลงในตะกร้าหน้ารถบ้าง แว่นข้างมือจับบ้าง หรือให้สมาชิกอีกท่านซ้อนท้ายมอเตอร์ไซด์ไปส่งบ้าง

หรือบางครั้งสมาชิกที่มีรถยนต์ต้องไปซื้อวัตถุดิบหรือเข้าไปทำธุระส่วนตัวในบริเวณใกล้เคียงกับร้านของลูกค้า ทางกลุ่มจะฝากให้นำขนมไปส่งให้กับลูกค้าด้วย



ภาพที่ 2 การจัดส่งสินค้าของกลุ่ม

1.4 ด้านการตลาด จากเดิมลูกค้าของกลุ่มมีจำนวนมากกว่าสิบคน ส่วนใหญ่เป็นร้านค้าขนาดเล็ก หน่วยงานราชการในอำเภอ และตัวแทนรับไปจำหน่ายในสถานศึกษา แต่ปัจจุบันลูกค้าหลักของกลุ่มเป็นร้านค้าขนาดใหญ่ในตัวอำเภอจันดี จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 3 ร้าน กลุ่มมีเพจขนมบ้านหนองกุ้งแต่ไม่ได้มีการขายสินค้าผ่านทางเพจหรือช่องทางออนไลน์อื่น ๆ

2. ปัญหาของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช แสดงผลเป็น 3 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านปัจจัยนำเข้า จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มมีปัญหาด้านวัตถุดิบที่ปรับราคาสูงขึ้น ได้แก่ น้ำมันพืช แป้งสาลี ไข่ไก่ เกล็ด หรือถุงพลาสติก ทำให้ต้นทุนในการผลิตขนมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ด้านแรงงานพบว่า ส่วนใหญ่สมาชิกเป็นเครือญาติหรือเพื่อนบ้านที่สนิทสนมกัน หากมีงานในชุมชน เช่น งานศพหรืองานบวช สมาชิกของกลุ่มมักจะต้องไปช่วยงานเหล่านั้นพร้อม ๆ กัน ทำให้ขาดแรงงานในการทำขนมไปด้วย กลุ่มขาดการคิดคำนวณต้นทุนที่แท้จริงในการผลิต โดยไม่ได้คิดค่าแรงงานเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย ด้านเงินทุนพบว่า เงินทุนก้อนแรกประมาณหนึ่งหมื่นบาทได้มาจากการออมเงินจากการออมรายจ่ายของสมาชิกแต่ละคน ร่วมกันนำมาเป็นทุนสำหรับซื้อวัสดุอุปกรณ์ทำขนมในครั้งแรกเริ่ม ทุกสิ้นเดือนหัวหน้ากลุ่มจะนำเงินกำไรจากการขายขนมเข้าบัญชีเป็นเงินสะสมของกลุ่มเดือนละ 500 บาท แต่เงินทุนหมุนเวียนหรือเงินทุนสะสมของกลุ่มมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอในการซื้อเครื่องมือเพิ่ม เช่น กลุ่มต้องการซื้อแม่พิมพ์ขนมทองพับเพิ่ม หัวหน้ากลุ่มต้องสำรองเงินส่วนตัวออกไปก่อน แล้วค่อยทยอยหักคืนจากกลุ่มเป็นรายเดือน เป็นต้น ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ กลุ่มได้ซื้อเตาอบขนมไว้สำหรับทำขนมคุกกี้และขนมอบบางประเภท แต่พบว่ายอดขายน้อย จึงทำให้ต้องหยุดทำขนมประเภทขนมอบ เตาอบจึงไม่ได้ใช้ประโยชน์อย่างที่คาดหวังเอาไว้ตั้งแต่ต้น กลุ่มมีปัญหาด้านคุณภาพของแม่พิมพ์ขนมทองพับ กลุ่มสั่งซื้อแม่พิมพ์ขนมทองพับราคาถูกมาจากร้านค้าออนไลน์ ซึ่งพบว่าเป็นแม่พิมพ์ที่มีคุณภาพต่ำ ทำให้ขนมทองพับออกมาไม่สวย และใช้เวลา

ขนมสุกนานกว่าการใช้แม่พิมพ์คุณภาพสูง ซึ่งแม่พิมพ์คุณภาพสูงมีราคาสูงกว่าแม่พิมพ์เดิมของกลุ่มถึง 5 เท่า ด้านสถานที่ผลิต กลุ่มใช้ศาลาที่มีอยู่เดิมปรับเป็นสถานที่ทำขนม เมื่อฝนตกหนักหลังคาศาลารั่วและฝนสาดจนเปียก เป็นอุปสรรคในการทำขนม สถานที่ผลิตยังไม่ผ่านมาตรฐานจึงไม่สามารถขอเครื่องหมาย ออย.ได้ และด้านองค์ความรู้ พบว่าสมาชิกมีองค์ความรู้ในการทำขนมบ่น้อย ทำให้ขาดการต่อยอดสินค้าขนมอบ และเตาอบซื้อมาใช้งานไม่คุ้มค่าสมาชิกขาดความรู้ในการกระจายสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออกสู่ตลาดทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

“..ต้นทุนวัตถุดิบขึ้นทุกอย่าง ขึ้นเท่าตัวเลย..”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2565)

“..ตอนนี้พิมพ์ทองพับเรายังไม่โอเค เพราะพิมพ์เก่าที่เรามี เราซื้อมา มันเล็ก มันเบา ทำมันช้า ถึงพิมพ์แรก ๆ ซื้อมาถูก ๆ ถึงมันดอกออกมาไม่สวย..”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, 2565)

“..มีหลังคารั่ว.....ต่อโรงเรือน บางทีของเรานั้นก็ไม่ใช่ได้มาตรฐาน..”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3, 2565)

2.2 ด้านกระบวนการ จากการสัมภาษณ์พบว่า ในกระบวนการผลิตขนมทองพับ กลุ่มจะต้องมีการผสมและหมักแป้งไว้ข้ามวันจึงจะสามารถนำมามาผลิตขนมในขั้นตอนต่อไปได้ ทำให้เมื่อรับออเดอร์จากลูกค้ามาแล้วไม่สามารถผลิตขนมทองพับส่งให้ลูกค้าภายในวันเดียวได้ ต้องรอส่งในช่วงบ่ายของวันถัดไป แม่พิมพ์ขนมทองพับยังมีคุณภาพต่ำ ขนมจึงออกมารูปร่างยังสวยงาม และใช้เวลาในการทำค่อนข้างมาก ส่วนการผลิตขนมดอกจอกนั้น พบว่าใช้น้ำมันปาล์มในการทอด ซึ่งราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการทำขนมเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ทำให้กำไรจากการขายสินค้ามีจำนวนลดลง จนต้องหยุดการนำเงินกำไรเข้ากองเงินทุนสะสมของกลุ่ม เพื่อนำเงินกำไรมาเฉลี่ยแบ่งให้สมาชิกได้มากขึ้น และการทอดด้วยน้ำมันอาจไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มคนรักสุขภาพ และในกระบวนการผลิตขนมนั้นยังไม่สามารถเพิ่มจำนวนการผลิตได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากกลุ่มมีสมาชิกจำนวนจำกัด ต้องเผื่องานเมื่อสมาชิกเกิดลาเกะทันหัน และพื้นที่ในการผลิตยังมีความคับแคบ ทำให้ขาดความสะดวกในการผลิตขนมจำนวนมาก

“..คือมันต้องเจือ บางที่มีคนเขาลา มีคนลากะเจือไว้กัน จำนวนคน จำนวนเตาเราน่าจะเท่านี้แล้ว จะไม่ขยาย เพราะพื้นที่มันจำกัด..”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1, 2565)

2.3 ด้านผลผลิต จากการสัมภาษณ์พบว่า ปัญหาของตัวสินค้า ขนมหองพับเมื่อนำออกจากแม่พิมพ์แล้วจะต้องรับนำบรรจุใส่ถุงทันที ไม่สามารถตั้งฝั่งลมได้ เพราะเมื่อขนมโดนอากาศจะทำให้ขนมไม่กรอบ ขนมหองพับผลิตจากแม่พิมพ์ต่างชนิดกัน คุณภาพของแม่พิมพ์ต่างกัน ทำให้สินค้าออกมารูปร่างหน้าตาไม่เหมือนกัน ทั้งขนมหองพับและขนมดอกจอกเป็นขนมที่บางกรอบ แตกหักง่าย ยากต่อการจัดส่ง ด้านอายุของสินค้าพบว่ากลุ่มไม่มีการหาอายุของสินค้าอย่างชัดเจน เนื่องจากกลุ่มขายส่งให้กับร้านค้าขนาดใหญ่ซึ่งสั่งออเดอร์ขนมวันต่อวัน และขายหมดภายในวันเดียว ไม่มีสินค้าค้างสต็อก จึงทำให้ไม่ทราบอายุของสินค้า และกลุ่มไม่มีการเขียนวันที่ผลิตหรือวันหมดอายุไว้บนบรรจุภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์พบว่า ขาดการแสดงข้อมูลสำคัญต่าง ๆ บนบรรจุภัณฑ์ ขาดการแสดงคุณค่าทางโภชนาการของขนม บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกใส ไม่สามารถป้องกันการกระแทกอาจทำให้สินค้าแตกหักได้ บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะกับการส่งสินค้าผ่านทางขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ ได้ ไม่ทันสมัย ไม่สะอาดตา ไม่แสดงเอกลักษณ์ และไม่ช่วยในการยืดอายุของขนมให้ยาวนานขึ้นได้เนื่องจากอากาศเข้าได้

“..เราจะขายออนไลน์ไม่ได้เลย ขนมพวกนี้ มันแตก..”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, 2565)

“..มาตรฐานมันไม่มีใครได้..แต่ว่าอันใหม่ที่เราสั่งมา มันเยี่ยม มันกะเร็ว..”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4, 2565)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ่ม อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

การวิเคราะห์การดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ่ม อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านจุดแข็ง (Strengths :S) ในการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ่ม คือ S1) สมาชิกมีความสามัคคีสูง สามารถทำงานแทนกันได้ทุกหน้าที่ มีผู้จัดทำบัญชีค่าใช้จ่าย S2) การจัดเรียงขนมดอกจอกใส่ถุงมีเอกลักษณ์เฉพาะ S3) สินค้าเป็นขนมสูตรโบราณ ดั้งเดิม และใช้เตาถ่านในขั้นตอนการผลิต S4) สินค้าทำสดใหม่ ไม่ค้างสต็อก ไม่ใส่สารกันบูด S5) ขนม

ดอกจอกสามารถผลิตได้ทันทีที่ลูกค้าสั่งสินค้าเพิ่ม และมีการเตรียมวัตถุดิบสำหรับออเดอร์เร่งด่วนไว้ตลอดเวลา และ S6) สินค้ามีรสชาติและคุณภาพคงที่ทุกรอบการผลิต

2. ด้านจุดอ่อน (Weaknesses :W) ในการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง คือ W1) สมาชิกมีน้อย สมาชิกทั้งหมดเป็นวัยกลางคน W2) ขนมทองพับไม่สามารถผลิตได้ทันทีที่ลูกค้าสั่งสินค้าเพิ่ม ต้องรอหมักแป้งข้ามคืน W3) สถานที่การผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน คับแคบ เป็ดโล่ง ตั้งอยู่ไกลจากถนนใหญ่และแหล่งชุมชน W4) สมาชิกขาดความรู้ในด้านการพัฒนาช่องทางการตลาดและการตลาดออนไลน์ W5) บรรจุภัณฑ์ไม่ความทันสมัย ไม่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม ไม่สามารถป้องกันแรงกระแทกได้ เมื่อมีการจัดส่งทำให้สินค้าเกิดการแตกหักได้ง่าย W6) ขาดความรู้ด้านการคำนวณต้นทุน เงินทุนสำรองและเงินทุนหมุนเวียนมีน้อย W7) จัดส่งสินค้าด้วยมอเตอร์ไซด์ทำให้สินค้าแตกหักได้ง่าย ไม่สามารถส่งสินค้าไปยังพื้นที่ห่างไกลจากที่ตั้งของกลุ่มได้ และ W8) ขาดการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคสินค้าและติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภค

3. ด้านโอกาส (Opportunities :O) ในการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง คือ O1) สินค้า(ขนมทองพับ) ไม่ใช้น้ำมันในการผลิต สามารถนำมาใช้เป็นอาหารตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพได้ O2) ลูกค้าหลักเป็นร้านขายส่งขนมซึ่งถือว่าเป็นจุดกระจายสินค้าได้ดีและรวดเร็ว O3) การผลิตไม่ได้อาศัยเทคโนโลยีขั้นสูง สามารถผลิตได้ด้วยกรรมวิธีแบบดั้งเดิม และ O4) มีนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเข้ามาช่วยในการพัฒนาสินค้าให้กับกลุ่ม

4. ด้านอุปสรรค (Threats :T) ในการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง คือ T1) ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง T2) คู่แข่งเป็นโรงงานทำขนมขนาดใหญ่ที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่า ซึ่งสามารถขายสินค้าในราคาต่ำกว่าได้ และ T3) ขาดการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานของรัฐ

ส่วนที่ 3 การเสนอกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช

จากข้อมูลในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ทำให้เกิดการประชุมกลุ่มเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมของหัวหน้ากลุ่ม สมาชิกในกลุ่ม และตัวแทนร้านค้า เพื่อร่วมกันวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง โดยใช้ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์กลยุทธ์

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ TOWS Matrix

ปัจจัยแวดล้อมภายใน ปัจจัยแวดล้อมภายนอก	จุดแข็ง (S) S1. สมาชิกมีความสามัคคีสูง สามารถทำงานแทนกันได้ทุกหน้าที่ มีผู้จัดทำบัญชีค่าใช้จ่าย S2. การจัดเรียงชมดอกจอกใส่ถุงมีเอกลักษณ์เฉพาะ S3. สินค้าเป็นชมสูตรโบราณ ดั้งเดิมและใช้เตาถ่านในขั้นตอนการผลิต S4. สินค้าทำสดใหม่ ไม่ค้างสต็อก ไม่ใส่สารกันบูด S5. ชมดอกจอกสามารถผลิตได้ทันทีที่ลูกค้าสั่งสินค้าเพิ่ม และเตรียมวัตถุดิบสำหรับออเดอร์เร่งด่วนไว้ตลอดเวลา S6. สินค้ามีรสชาติและคุณภาพคงที่ทุกรอบการผลิต	จุดอ่อน (W) W1. สมาชิกเป็นวัยกลางคนและมีน้อย W2. ชมทองพับไม่สามารถผลิตได้ทันทีที่ลูกค้าสั่งสินค้าเพิ่ม ต้องรอหมักแป้งข้ามคืน W3. สถานที่การผลิตไม่ได้มาตรฐาน คับแคบเปิดโล่ง ตั้งอยู่ไกลจากถนนใหญ่และแหล่งชุมชน W4. สมาชิกขาดความรู้ในด้านการพัฒนาช่องทางการตลาดและการตลาดออนไลน์ W5. บรรจภัณฑ์ไม่ทันสมัย ไม่สื่อถึงเอกลักษณ์ ไม่สามารถป้องกันแรงกระแทกได้ เมื่อจัดส่งทำให้สินค้าเกิดการแตกหักได้ง่าย W6. ขาดความรู้ด้านการคำนวณต้นทุนเงินทุนสำรองและเงินทุนหมุนเวียนมีน้อย W7. จัดส่งสินค้าด้วยมอเตอร์ไซด์ทำให้สินค้าแตกหักได้ง่าย ไม่สามารถส่งสินค้าไปยังพื้นที่ห่างไกลจากที่ตั้งของกลุ่มได้ W8. ขาดการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคสินค้าและติดตามความพึงพอใจของผู้บริโภค
โอกาส (O) O1. สินค้า(ชมทองพับ) ไม่ใช้น้ำมันในการผลิต สามารถนำมาใช้เป็นอาหารตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพได้ O2. ลูกค้าหลักเป็นร้านขายส่งชมซึ่งถือว่าเป็นจุดกระจายสินค้าได้ดีและรวดเร็ว O3. การผลิตไม่ได้อาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงสามารถผลิตได้ด้วยกรรมวิธีแบบดั้งเดิม O4. มีนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเข้ามาช่วยในการพัฒนาสินค้าให้กับกลุ่ม	กลยุทธ์เชิงรุก (SO) S4O1 ขยายกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในสุขภาพ S3S6O3 เน้นจุดขายการกรรมวิธีแบบดั้งเดิม สูตรชมโบราณ ใช้เตาถ่าน สินค้ามีรสชาติและคุณภาพคงที่ S1S2S5O2 เพิ่มจำนวนลูกค้าที่เป็นร้านขายส่งชมและลูกค้ารายย่อย	กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) W1W4W6O4 อบรมด้านการพัฒนาช่องทางการตลาด การตลาดออนไลน์ และการคำนวณต้นทุน W5W7O4 พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้มีความทันสมัย ป้องกันการกระแทก และสามารถจัดส่งได้ในพื้นที่ห่างไกล W4O4 พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ W8O4 ทำการวิจัยกลุ่มผู้บริโภคและความพึงพอใจของผู้บริโภค
อุปสรรค (T) T1. ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง T2. คู่แข่งเป็นโรงงานทำชมขนาดใหญ่ที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่า ซึ่งสามารถขายสินค้าในราคาต่ำกว่าได้ T3 ขาดการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานของรัฐ	กลยุทธ์เชิงรับ (ST) S2S3T2 นำเสนอคุณค่าของสินค้าด้านกระบวนการผลิตเพื่อยกระดับของสินค้าให้มีคุณค่าแตกต่างจากชมชนิดอื่น	กลยุทธ์เชิงพลิกแพลง (WT) W3T3 ร่วมมือกับหน่วยงานในท้องถิ่นจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน W2T1T2 โปรโมทในประเด็นสินค้าทำสดใหม่ ไม่ผลิตไว้ล่วงหน้า

จากตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ TOWS matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบ่งออกเป็น 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO) : กลยุทธ์การขยายกลุ่มลูกค้าและเน้นกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้ 1) มุ่งขยายฐานลูกค้าในกลุ่มของผู้ใส่ใจและรักสุขภาพ เพราะขนมทองพับไม่ได้ใช้น้ำมันปาล์มในกระบวนการผลิต ซึ่งเหมาะสำหรับเป็นอาหารให้กับกลุ่มลูกค้าที่ดูแลสุขภาพ 2) เน้นการสร้างจุดเด่นของสินค้า เน้นจุดขายจากกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม เป็นขนมสูตรโบราณ ใช้เตาถ่านให้ความร้อนทำให้ขนมมีความกลิ่นหอมมากขึ้น เนื่องจากสมาชิกทุกคนรู้วิธีการทำขนมและสามารถทำงานทดแทนกันได้ในทุกหน้าที่ ทำให้ขนมมีรสชาติและคุณภาพคงที่ในทุกกรอบของการผลิต และ 3) ขยายกลุ่มลูกค้าทั้งที่เป็นร้านขายส่งขนมในพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม และขยายฐานลูกค้ากลุ่มลูกค้ารายย่อยให้เพิ่มมากขึ้น

2. กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) : กลยุทธ์สร้างความรู้ด้านการตลาดผ่านการวิจัยอย่างเป็นระบบ มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้ 1) จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความรู้ในการพัฒนาช่องทางการตลาด การตลาดออนไลน์ และการคิดคำนวณต้นทุนที่ถูกต้อง 2) ออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมให้มี ความทันสมัย ปรับเปลี่ยนตราสินค้าให้แสดงได้อย่างเด่นชัด มีช่องทางการติดต่อกับผู้ผลิตได้อย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์จะต้องป้องกันการกระแทกเพื่อลดการแตกหักของขนม และทำให้ง่ายต่อการจัดส่งให้พื้นที่ห่างไกล 3) เพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ทั้งทางเพจขนมบ้านหนองกุ้ง ทางกลุ่มไลน์ หรือช่องทางอื่น ๆ และ 4) ร่วมมือกับนักวิจัยในการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มต่อไปในอนาคต

3. กลยุทธ์เชิงรับ (ST) : กลยุทธ์สร้างจุดแตกต่างผ่านการสื่อสารคุณค่าขนมบ้านหนองกุ้ง มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้ สร้างจุดเด่นที่แตกต่างของขนมบ้านหนองกุ้งผ่านการสื่อสารให้กับผู้บริโภคได้รับทราบว่าขนมบ้านหนองกุ้งมีเรื่องราวหรือคุณค่าที่แตกต่างจากขนมที่มาจากโรงงานขนาดใหญ่อย่างไรบ้าง โดยนำเสนอผ่านทั้งในรูปแบบออฟไลน์ เช่น การผ่านตราสินค้า ผ่านฉลากบนบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และนำเสนอผ่านในรูปแบบออนไลน์ เช่น การเล่าเรื่องราวกระบวนการผลิตสินค้าที่เน้นกรรมวิธีใช้เตาถ่านแบบดั้งเดิม ผลิตสดใหม่ ผลิตตามออเดอร์ ไม่ค้างสต็อก เป็นต้น

4. กลยุทธ์เชิงพลิกแพลง (WT) : กลยุทธ์สร้างองค์กรที่เข้มแข็งและมั่นคง มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้ 1) จัดตั้งกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นทางการ รองรับการพัฒนาจากหน่วยงานของรัฐอย่างเป็นระบบ เนื่องจากการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะทำให้หน่วยงานของรัฐเข้ามาให้การสนับสนุนช่วยเหลือได้ง่ายขึ้น เป็นกลุ่มที่มีตัวตนเห็นได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น และ 2) พัฒนาแผนการตลาดโดยการโปรโมทสินค้าของกลุ่มให้เป็นสินค้าที่

ผลิตสดใหม่ ผลิตตามออเดอร์ของลูกค้า ไม่ผลิตตั้งไว้ล่วงหน้า ทำให้เป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าจากโรงงานผลิตขนาดใหญ่

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านชนมหนองกุง อำเภอลำลูกกา จังหวัดนครราชสีมา พบว่าการดำเนินงาน 1) ด้านการบริหารงานภายในกลุ่ม สมาชิกได้เลือกหัวหน้ากลุ่มขึ้นมาเพื่อเป็นผู้บริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่ม เป็นผู้ประสานงานหลักระหว่างกลุ่มกับลูกค้า ผู้นำชุมชน หรือหน่วยงานของรัฐ สมาชิกเป็นเครือข่ายและเพื่อนบ้านกัน มีความสนิทสนมกันสูง ใช้หลักการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการดำเนินงาน สามารถแลกเปลี่ยนหรือหมุนเวียนหน้าที่ความรับผิดชอบในกระบวนการผลิตแทนกันได้ ซึ่งอาจส่งผลดีต่อการดำเนินงานของกลุ่ม หากเมื่อเกิดปัญหาในการทำงานขึ้น สมาชิกสามารถพูดคุยถึงความไม่ถูกต้อง หรือความไม่เหมาะสมได้ทันที โดยไม่ก่อให้เกิดความโกรธเคืองระหว่างกัน เสมือนช่วยกันตรวจเช็คกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับแนวคิดของ นิติพล ภูตะโชติ กล่าวว่า กลุ่มเครือข่ายเป็นกลุ่มที่มีผลต่อจิตวิทยาในการทำงาน สมาชิกเกิดการช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ หาทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยความเต็มใจ (นิติพล ภูตะโชติ, 2557) ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์การ 2) ด้านสินค้า ขนมหที่ได้รับความนิยมมากคือ ขนมหดอกจอก และขนมหทองพับ ซึ่งเป็นขนมหสูตรโบราณ ดั้งเดิม และมีเคล็ดลับเฉพาะทำให้ขนมหกรอบนาน ไม่อมน้ำมัน มีกลิ่นหอมจากถ่านไม้เนื่องจากใช้เตาถ่านในขั้นตอนการผลิต รสชาติดี สินค้าทำสดใหม่ ไม่ค้างสต็อก และไม่ใส่สารกันบูด ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นจุดเด่นของสินค้า สามารถนำไปพัฒนาภาพลักษณ์ของสินค้า ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยสร้างความโดดเด่นของสินค้าผ่านเรื่องเล่าในกระบวนการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ให้ลูกค้าได้เห็นชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของสุจิตตรา จันทรลอย และสุธิดา ปรีชานนท์ เรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรดจังหวัดราชบุรี พบว่ากลุ่มเกษตรกรพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องเพื่อใช้กับสับปะรดผลสดและสับปะรดแปรรูปภายใต้ตราสินค้าบ้านคานำเสนอเรื่องราวของพื้นที่ปลูก ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ สื่อสารคุณภาพของสินค้า และการทดลองจำหน่ายสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องประสบผลสำเร็จทั้งในด้านการเพิ่มปริมาณการจำหน่ายและผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ของสินค้า ตั้งแต่ระดับมากถึงมากที่สุด (สุจิตตรา จันทรลอย และสุธิดา ปรีชานนท์, 2563) 3) ด้านการขนส่ง กลุ่มจัดส่งโดยใช้รถจักรยานยนต์ของสมาชิก ซึ่งการจัดส่งรูปแบบนี้ต่อคุณภาพของสินค้าสินค้าอาจได้รับความเสียหายหรือเกิดการแตกหักระหว่างการขนส่งได้ การส่งรูปแบบนี้ไม่เอื้ออำนวยให้เกิดการกระจายสินค้าไปยังลูกค้าในพื้นที่ห่างไกลจากที่ตั้งของกลุ่ม 4) ด้านการตลาด ลูกค้าหลักเป็นร้านค้าขนาดใหญ่ ไม่ได้มีการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสวน

ทางกับกระแสการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในยุคปัจจุบัน เพราะสามารถเพิ่มยอดขายได้มากขึ้น ลูกค้านักค้าจากทั่วโลกสามารถเข้าชมสินค้าได้มากขึ้น (เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, 2562) ปัญหาของกลุ่มพบว่า 1) ด้านปัจจัยนำเข้า ราคาวัตถุดิบราคาเพิ่มสูงขึ้น กลุ่มใช้กลยุทธ์ในการปรับตัวต่อปัญหานี้ด้วยการปรับราคาขายสินค้า เพราะการเปลี่ยนแปลงเป็นรากฐานของการอยู่รอดขององค์กร (เนตรพัฒนา ยาวีราช, 2558) ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และด้านสถานที่ผลิต มีสาเหตุมาจากกลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนน้อย ทำให้กลุ่มขาดสภาพคล่องในการดำเนินงาน เกิดข้อจำกัดในการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจ อาจเนื่องมาจากกลุ่มไม่สามารถกู้ยืมเงินทุนจากแหล่งทุนอื่นได้ หรือขาดการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ สอดคล้องกับนิภาพรรณ เจนสันติกุล ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี พบว่ามีปัญหาด้านการจัดสรรเงินทุนในการก่อสร้างโรงเรือนที่ได้มาตรฐาน วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินได้ ด้านแรงงานและด้านองค์ความรู้สามารถปรับปรุงพัฒนาได้ด้วยการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพให้สมาชิกมีความรู้เพิ่มมากขึ้น (นิภาพรรณ เจนสันติกุล, 2561) และยังสอดคล้องกับ ณัฐชรัฐ แพกุล และคณะ ที่ได้ศึกษาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารจังหวัดนครนายก พบว่าผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องพัฒนาทักษะ เพิ่มพูนความรู้ความสามารถ ความชำนาญ และทัศนคติให้เหมาะสมกับการปฏิบัติงานอยู่เสมอ (ณัฐชรัฐ แพกุล และคณะ, 2564) 2) ด้านกระบวนการ พบว่า สินค้า(ทองพับ) ไม่สามารถผลิตส่งลูกค้าได้ทันภายในวันเดียว ไม่สามารถเพิ่มจำนวนการผลิตได้มากเท่าที่ควร เนื่องจากจำนวนสมาชิกมีน้อยและพื้นที่ในการผลิตคับแคบ สอดคล้องกับการศึกษาของนิภาพรรณ เจนสันติกุล พบว่าวิสาหกิจชุมชนไม่มีการกำหนดแผนการผลิตที่ชัดเจน ทำการผลิตโดยพิจารณาจากจำนวนผู้สั่งซื้อเป็นหลักหรือบางวิสาหกิจชุมชนดำเนินการตามฤดูกาล (นิภาพรรณ เจนสันติกุล, 2561) และ 3) ด้านผลผลิต สินค้าของกลุ่มเป็นขนมที่แตกหักง่าย กลุ่มใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถป้องกันแรงกระแทกหรือรักษาสภาพของสินค้าให้ยาวนานได้ บรรจุภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์ ไม่ดึงดูดความต้องการซื้อของลูกค้า หากมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับสินค้า มีความทันสมัย และจะช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของดารณี ธัญญสิริ ที่ได้ศึกษาการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP พบว่าแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ควรเหมาะสมกับลักษณะสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงการจดจำ ความต้องการของผู้บริโภค ตัวอักษรอ่านง่าย ทันสมัย และมีฉลากบอกรายละเอียดตามกฎหมายกำหนด (ดารณี ธัญญสิริ, 2564)

2. การวิเคราะห์การดำเนินงานของกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า จุดแข็งคือ สมาชิกมีความสามัคคีสูง สามารถทำงานแทนกันได้ทุกหน้าที่ มีผู้จัดทำบัญชี การจัดเรียงขนมดอกจอกมีเอกลักษณ์ สินค้าเป็นขนมสูตรโบราณ วิธีการแบบดั้งเดิมและใช้เตาถ่านในการผลิต สินค้าทำสดใหม่ ไม่ค้างสต็อก ไม่ใส่สารกันบูด สินค้า

สามารถผลิตได้ทันทีเมื่อมีออเดอร์เพิ่ม มีการเตรียมวัตถุดิบสำหรับออเดอร์เร่งด่วนไว้ตลอดเวลา สินค้ามีรสชาติและคุณภาพคงที่ทุกรอบการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบการบริหารที่มีคุณค่าสำหรับการบริหารในยุคปัจจุบันของ เนตร์พัฒนา ยาวีราข ที่เน้นการให้ความสำคัญด้านการจัดการด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ให้มีคุณภาพสูงเป็นที่พอใจสูงสุดต่อผู้บริโภค (เนตร์พัฒนา ยาวีราข, 2560) แต่ขณะเดียวกันยังมีจุดอ่อนในด้านสมาชิกเป็นวัยกลางคน ขนมหองพับไม่สามารถผลิตได้ทันที สถานที่ยังไม่ได้มาตรฐาน การจัดส่งสินค้าด้วยมอเตอร์ไซด์ทำให้สินค้าเสียหายได้ และไม่สามารถส่งไปในพื้นที่ห่างไกลได้ สมาชิกขาดความรู้ด้านการคำนวณต้นทุน ด้านช่องทางการตลาดและตลาดออนไลน์ บรรจุภัณฑ์ขาดความทันสมัย ไม่สามารถป้องกันแรงกระแทกได้ ไม่มีรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษณะ ดาราเรือง ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนบ้านแหลม มีประธานกลุ่มที่มีความรู้ความสามารถในการนำภูมิปัญญามาให้ในกระบวนการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ แต่มีจุดอ่อนด้านขาดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ราคาสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก บรรจุภัณฑ์ขาดความน่าสนใจ (กฤษณะ ดาราเรือง, 2560)

3. กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มบ้านชนหนองกุ้ง อำเภอช้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถจัดให้เป็นรูปแบบในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการพัฒนาบุคลากร ควรพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการพัฒนาช่องทางการตลาด การตลาดออนไลน์ และการคำนวณต้นทุน เพื่อสมาชิกจะสามารถขับเคลื่อนการเพิ่มยอดขายสินค้าจากการตลาดออนไลน์และช่องทางการขายรูปแบบต่าง ๆ ที่ทันสมัยได้ และสามารถคิดคำนวณต้นทุนในการดำเนินงานผลิตสินค้าได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับการศึกษาของ ทักษญา สง่าโยธิน เรื่องการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน พบแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้วยการให้ความรู้และทักษะที่จำเป็นในการพัฒนาแก่สมาชิก (ทักษญา สง่าโยธิน, 2565) 2) ด้านการบริหารจัดการ ควรจัดตั้งกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นทางการ และร่วมมือกับนักวิจัยในการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาการพัฒนาศักยภาพในการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจชุมชนบ้านนาบอน จังหวัดเลยของ ภัทธริรา ผลงาม และคณะ พบว่าชาวบ้านมีความต้องการจดทะเบียนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลุ่มที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนให้ความรู้และคำแนะนำในการรวมกลุ่มสมาชิกในชุมชนเพื่อรับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น สนับสนุนบุคลากรและงบประมาณในการจัดอบรมอาชีพต่าง ๆ รวมทั้งการกู้เงินเพื่อการลงทุนโดยไม่มีดอกเบี้ย ซึ่งต่างจากการรวมกลุ่มแต่ไม่จดทะเบียนที่ทำให้ไม่ได้รับ

ความช่วยเหลือดังกล่าว (ภัทรธิดา ผลงาม และคณะ, 2561) 3) ด้านการตลาด พัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ ขยายกลุ่มลูกค้าและเน้นกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม มุ่งขยายฐานลูกค้าในกลุ่มของผู้ใส่ใจและรักสุขภาพ เน้นการสร้างจุดเด่นของสินค้า ขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มเติมทั้งร้านส่งขนมและลูกค้ารายย่อย และเพิ่มการโปรโมทในประเด็นสินค้าทำสดใหม่ให้แพร่หลาย สอดคล้องกับการศึกษาของ พันธ์กร สิมะขจรบุญ และภัทรภรณ์ โพธิ์สง่า เรื่องกลยุทธ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านเทป็นท์ชีสเค้กไส้สับปะรดด้านวัตถุดิบนำสับปะรดกวนมาปรุงใหม่ตามสูตรเฉพาะของทางร้าน สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นตลาดด้วยการสร้างสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนำสินค้าขายผ่านหน้าร้านตัวแทนจำหน่ายและช่องทางออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการหารายได้มากขึ้น (พันธ์กร สิมะขจรบุญ และภัทรภรณ์ โพธิ์สง่า, 2561) 4) ด้านบรรจุภัณฑ์ ออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้มีความทันสมัย ป้องกันการกระแทก และสามารถจัดส่งได้ในพื้นที่ทางไกล โดยบรรจุภัณฑ์ได้มีการนำเสนอคุณค่าของสินค้าด้านกระบวนการผลิตเพื่อยกระดับและสร้างความแตกต่างจากขนมที่อื่น สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับเนื้อแพะในจังหวัดนครศรีธรรมราชของนิตยา มณีนวศ์ พบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องสามารถช่วยป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์เมื่อได้รับแรงกระแทกจากการขนส่ง บรรจุได้ง่าย และทำให้เกิดความสะดวกในการขนส่ง (นิตยา มณีนวศ์, 2563) และการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กิดหลวงของ ศิริินภา พรหมมาแบน และศศิธร ทองเปรมจิตต์ พบว่า แนวทางการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ตลาดเป้าหมายเฉพาะเจาะจงควรนำเทคนิคการออกแบบทั้งโครงสร้างและกราฟิกที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของสินค้าเพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย ดึงอัตลักษณ์มาใช้ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง (ศิริินภา พรหมมาแบน และศศิธร ทองเปรมจิตต์, 2561)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า สภาพการดำเนินงานและปัญหาของกลุ่มขนมบ้านหนองกุ้ง อำเภอลำดวน จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มผลิตขนมก่อตั้งกลุ่มหลังจากได้รับการอบรมจากศูนย์เรียนรู้การพัฒนาสตรีและครอบครัวภาคใต้ จังหวัดสงขลา สมาชิกเป็นเครือญาติหรือเพื่อนบ้านกัน มีความสามัคคีสูง การดำเนินงานมีปัญหาหลายด้านทั้งในด้านราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้น สมาชิกขาดความรู้ด้านการตลาดและการคิดคำนวณต้นทุน เงินทุนหมุนเวียนน้อย สถานที่ผลิตไม่ได้มาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับสินค้า ไม่มีรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ และไม่ช่วยยืดอายุของสินค้า การดำเนินงานของกลุ่มมีจุดแข็งในเรื่องของสมาชิกมีความสามัคคีสูง ทุกคนทำงานแทนกันได้ทุกหน้าที่ มีเอกลักษณ์ในการจัดเรียงขนมดอกจอกใส่ถุง ขนมสูตรโบราณ ดั้งเดิมและใช้เตาถ่านในการผลิต ด้านจุดอ่อนคือ สมาชิกมีน้อยและเป็นวัยกลางคน ขนมทองพับไม่สามารถผลิตได้ทันที สถานที่ผลิตยังไม่ได้มาตรฐาน สมาชิกขาดความรู้ด้านการ

พัฒนาช่องทางการตลาดและตลาดออนไลน์ ด้านโอกาสคือ สินค้า(ขนมทองพับ) ไม่ใช้น้ำมันในการผลิต ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ ลูกค้าหลักเป็นร้านขายส่งขนมซึ่งถือว่าเป็นจุดกระจายสินค้าได้ดีและรวดเร็ว และด้านอุปสรรคคือ ราคาวัตถุดิบเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง คู่แข่งเป็นโรงงานทำขนมขนาดใหญ่ที่มีต้นทุนในการผลิตต่ำกว่า ซึ่งสามารถขายสินค้าในราคาต่ำกว่าได้ และขาดการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานของรัฐ ดังนั้นจึงทำการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 4 กลยุทธ์ 1) กลยุทธ์การขยายกลุ่มลูกค้าและเน้นกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม 2) กลยุทธ์สร้างความรู้ด้านการตลาดผ่านการวิจัยอย่างเป็นระบบ 3) กลยุทธ์สร้างจุดแตกต่างผ่านการสื่อสารคุณค่า และ 4) กลยุทธ์สร้างองค์กรที่เข้มแข็งและมั่นคง จากผลการศึกษาคณะมีหน่วยงานภาครัฐไม่ว่าจะเป็นองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาชุมชน หรือสถาบันทางการศึกษา เข้ามาดูแลเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาและให้การสนับสนุนกิจกรรมของกลุ่มต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ ดาราเรือง. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์. วารสารสุทธิปริทัศน์, 31(100), 130-143.
- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรองเท้าแฟชั่นตราสินค้าหนึ่งผ่านช่องทางออนไลน์. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิต้า, 6(1), 1-18.
- ณัฐชรัฐ แพกุล และคณะ. (2564). การศึกษาการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปอาหารจังหวัดนครนายก. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม, 11(3), 343-356.
- ดารณี ธัญญสิริ. (2564). การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP. วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 5(4), 31-40.
- ทักษญา ส่งไยอิน. (2565). การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน. วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review, 17(1), 96-108.
- นิตยา มณีวงศ์. (2563). พัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับเนื้อแพะในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 19(1), 93-99.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2557). พฤติกรรมองค์การ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2561). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์, 18(2), 95-114.
- เนตร์พัฒนา ยาวีราข. (2558). การพัฒนาองค์การและการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพมหานคร: ทริปเพิ้ล กรุป.

เนตร์พัฒนา ยาวีราข. (2560). การจัดการสมัยใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพมหานคร: ทริปเพิ้ลกรุ๊ป.

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1. (25 กรกฎาคม 2565). การบริหารงานภายในกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง. (มนทิดา สังข์ทอง, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2. (25 กรกฎาคม 2565). การบริหารงานภายในกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง. (ศิวพร นาคอุดม, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3. (25 กรกฎาคม 2565). ปัญหาในการดำเนินงานภายในกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง. (เอื้องฟ้า เขากลม, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4. (25 กรกฎาคม 2565). ปัญหาในการดำเนินงานภายในกลุ่มบ้านขนมหนองกุ้ง. (อุรธณ์ แก้วซัง, ผู้สัมภาษณ์)

พนัชกร สิมะขจรบุญ และภัทราภรณ์ โพธิ์สง่า. (2561). กลยุทธ์การดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านเทพินทร์ชีสเค้กไส้สับปะรด. วารสาร Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร, 11(3), 2349-2364.

ภัทรธิดา ผลงาม และคณะ. (2561). การพัฒนาศักยภาพในการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจชุมชนบ้านนาบอน จังหวัดเลย. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 10(1), 44-54.

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. (2564). ประกาศมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เรื่องพื้นที่เป้าหมายและชุมชนเป้าหมายของการให้บริการวิชาการของสังคม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564.

ศิรินภา พรหมมาแบน และศศิธร ทองเปรมจิตต์. (2561). การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปกลุ่มสตรีบ้านแม่กั๊ดหลวง. วารสารราชชมงคลล้านนา, 6(2), 58-72.

สุจิตตรา จันทรลอย และสุธิดา ปรีชานนท์. (2563). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องสำหรับสับปะรดผลสดและผลิตภัณฑ์แปรรูปสับปะรดจังหวัดราชบุรี. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, 8(1), 121-138.