

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชน
ของกลุ่มเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
**THE DEVELOPMENT OF PEANUT PRODUCTS IN VALUE ADDED
TO RAISE COMMUNITY INCOME OF THAI BAN AGRICULTURAL
GROUP OF HOOTHAMNOP SUB-DISTRICT, PAKHAM DISTRICT,
BURIRAM PROVINCE**

พกามาศ บุตรสา^{1*}, ทิพย์สุดา ทาสีคำ², วณิชชา แผลงรักษา³

Pakamat Butsalee¹, Thipsuda Thasedom², Wanicha Plangruksa³

^{1*}ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 ประเทศไทย

^{1*}Assistant Professor Dr., Accounting Program, Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram Province, 31000, Thailand

²อาจารย์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 ประเทศไทย

²Lecturer, Accounting Program, Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram Province, 31000, Thailand

³อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์ 31000 ประเทศไทย

³Lecturer, Business Computer Program, Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram Province, 31000, Thailand

E-mail address (Corresponding author) : ^{1*}pakamat.bs@bru.ac.th; (Authors) : ²thipsuda.ts@bru.ac.th, ³wanicha.pr@bru.ac.th

รับบทความ : 9 กุมภาพันธ์ 2566 / ปรับแก้ไข : 28 เมษายน 2566 / ตอรับบทความ : 2 มิถุนายน 2566

Received : 9 February 2023 / Revised : 28 April 2023 / Accepted : 2 June 2023

DOI : 10.14456/nrru-rdi.2023.18

ABSTRACT

The research study of the thai agricultural community enterprise group, Hoo Tham Nop sub-district, Pakham district, Buriram province had study aimed to; 1) study the potential of group management appropriately, 2) develop the peanut products to raise income, 3) study costs, returns, and the financial ratios from peanut cultivation, and 4) develop selling channels for peanut products. Participatory action research was used in this study. The target the group was determined with a purposive sampling of 20 people. Data were collected through conferences, forums, in-depth interviews, and focus group brainstorming sessions using structured, expert-approved. Data were analyzed by using summaries in essays, tabular formats, numbers, percentages, and profit and loss statements. Research findings were revealed as follows. First, there was potential appropriate management capacity is insufficient. Secondly, developing outstanding peanut products by processing 3 products: peanut coffee, peanut butter, and crispy nuts. Thirdly, peanut cultivation cost 74,005.50 baht per person, and the total income from peanut kernel was 183,295.00 baht per person, representing an average gross profit margin per person of 63.25% and an average net profit margin per person of 59.62%. Lastly, the developed channel included sales in front of stores, retail stores, souvenir shops, direct sales through agencies that visit the center, through government, network, and online sales.

Keywords : Development of peanut product, Creating added value, Raising community income, Thai ban agricultural group

บทคัดย่อ

งานวิจัยที่ทำการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสม 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ 3) ศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการปลูกถั่วลิสง และ 4) พัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง โดยเลือกใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กำหนดกลุ่มเป้าหมายด้วยการเลือก

แบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 20 คน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งได้รับความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการจัดประชุม จัดเวทีแลกเปลี่ยน การสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมสมองแบบสนทนากลุ่ม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เหตุการณ์แบบไม่อิงทฤษฎี วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน และร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสมยังไม่มีเพียงพอ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยให้มีความโดดเด่นด้วยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด ได้แก่ กาแฟจากกล้วย เนยกล้วย และกล้วยกรอบแก้ว 3) การปลูกกล้วยมีต้นทุนรวม 74,005.50 บาทต่อคน รายได้จากการขายเมล็ดกล้วยรวม 183,295.00 บาทต่อคน คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นเฉลี่ยต่อคนร้อยละ 63.25 และอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยต่อคน ร้อยละ 59.62 และ 4) การพัฒนาช่องทาง ได้แก่ การจำหน่ายหน้าร้าน จำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก ร้านขายของฝาก จำหน่ายทางตรง ผ่านหน่วยงานที่เข้ามาศึกษางานของศูนย์ ผ่านหน่วยงานภาครัฐและเครือข่าย และจำหน่ายออนไลน์

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย, การสร้างมูลค่าเพิ่ม, การยกระดับรายได้, กลุ่มเกษตรกรไทยบ้าน

บทนำ

ระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นที่มีลักษณะองค์รวมที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม วัฒนธรรม ความสัมพันธ์กับชีวิต และไปรวมถึงระบบคุณค่าที่ดี มีการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ตัดสินใจ คิดเป็น ทำเป็น สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว ด้วยการสร้างกลุ่มอาชีพของชุมชนขึ้นมา ตลอดจนพัฒนาทรัพยากรบุคคลในชุมชนให้มีขีดความสามารถในการประกอบอาชีพและเลี้ยงดูตนเองได้ (Sirikitsathian, 2020, p. 663) โดยเน้นการพัฒนาความรู้ เสริมความรู้ ฝึกการร่วมคิด แสดงความคิดเห็น รับทราบสถานการณ์ ตัดสินใจแก้ไขปัญหา รวมกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการวางแผนปฏิบัติ มีส่วนร่วมและแบ่งปันผลประโยชน์ เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดอำนาจการต่อรองเพื่อการผลิต การตลาด และการจัดการ รวมทั้งเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้มแข็ง (Agricultural Extension Research and Development Division, 2019, p. 10) ซึ่งธุรกิจชุมชนเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ การผลิตสินค้า ให้บริการ หรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยผ่านคณะบุคคล กลุ่มคน ที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันขึ้นเพื่อประกอบกิจการทั้งที่เป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างกำไรในรูปแบบทางการเงิน และกำไรทางด้านสังคม โดยมีการจัดการทุนของชุมชน คือ ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมและสังคมภายในชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง (Sangayotin, 2021, p. 10)

รายงานประมาณการเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ มีผลิตภัณฑ์มวลรวม (Gross provincial product : GPP) ปี 2564 มีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาประจำปี (At current price) เท่ากับ 84,763 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2563 เท่ากับ 1,347 ล้านบาท ส่วนปี 2565 มีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาประจำปี เท่ากับ 87,826 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 เท่ากับ 3,063 ล้านบาท (The Buri Ram Provincial Office of The Comptroller General, 2022) ซึ่งสอดคล้องกับ แผนนโยบายการพัฒนาของผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนจังหวัดบุรีรัมย์ ให้เป็นเมืองน่าอยู่สู่นครแห่งความสุข “BURIRUM : Destination of Spirit Speed Sport & Happiness” และตามเป้าประสงค์หลักของจังหวัดบุรีรัมย์ที่สอดคล้องยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนามาตรฐานการให้บริการวิชาการ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ด้วยการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้เพื่อรองรับการขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่เรียกว่า “ศูนย์การเรียนรู้อุดมศึกษาปะคำ ตำบลพุน้ำพัน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์” ครอบคลุมการบริการทางวิชาการ

ส่งเสริมและพัฒนาคนในชุมชนท้องถิ่นให้มีรายได้ โดยมีเขตพื้นที่การปกครอง 41,843.75 ไร่ 19 หมู่บ้าน 3,475 ครัวเรือน และมีประชากรทั้งสิ้น 11,052 คน (Hu Tham Nop Subdistrict Administrative Organization, Pakham District, Buriram Province, 2018, pp. 4, 7) เพื่อดำเนินการบริหารจัดการพื้นที่ในศูนย์การเรียนรู้ให้คนในชุมชนได้มีการเข้ามาทำการเกษตรเพาะปลูกพืชผักเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังเช่นการเพาะปลูกถั่วลิสง

“...สำนักบริการวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ได้มีการแบ่งพื้นที่
ออกเป็นสัดส่วน โดยหนึ่งในพื้นที่ทำกิน สำนักฯ ได้จัดตั้งกลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนเกษตรไทยบ้าน ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มจากคนในชุมชนที่อยู่ในตำบลหูก่าน
ที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากพื้นที่ของศูนย์ฯ ทำการเพาะปลูกพืชผัก โดยชุมชนนิยม
หันมาปลูกถั่วลิสง เพราะเป็นพืชอายุสั้น ใช้เวลาเพาะปลูกน้อย นอกจากนั้น
ในปี 2564 จะมีการเพิ่มพื้นที่ให้กลุ่มฯ ได้เพิ่มปริมาณการเพาะปลูกถั่วลิสงด้วย
เนื่องจากมองว่าเป็นพืชที่ปลูกได้ง่าย ระยะเวลาให้ผลตอบแทนสั้น ทำให้
สามารถมองเห็นรายได้ที่จะได้รับเร็วขึ้น...” (Director of the Office of Academic
Services, Interview, January 16, 2022)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากถั่วลิสงเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีการนำผลผลิตทางเกษตรมาเพิ่มมูลค่า
เป็นการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับชุมชน เพราะว่าถั่วลิสงถือได้ว่าเป็นวัตถุดิบหลักที่นำมาแปรรูปเป็นขนมขบเคี้ยว
มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็น ถั่วลิสงต้ม ถั่วสมุนไพรร ถั่วอบแห้ง ขนมตุ๋น ถั่วกระจก ถั่วตัด ถั่วคั่ว และอีกหลากหลาย
ผลิตภัณฑ์ ด้วยรสชาติหวานมัน อร่อย สามารถทานเล่นได้อย่างเพลิดเพลิน ดังนั้น การผลิตผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่
(Innovative product) ที่ในระดับชุมชนยังไม่มีมีการนำเสนอในตลาดมาก่อนหรือเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึง
ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยนหรือดัดแปลง (Replacement product of modify product) และผลิตภัณฑ์
ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-product) สำหรับผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง
ที่ผู้ประกอบการทางการค้าได้มีการวางจำหน่ายในท้องตลาด และเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ได้รับการยอมรับ
ของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลัก (Nuansara, Teypinsai, & Chutinatphuwadon, 2021, pp. 123-124) การวิจัย
เรื่องนี้ เน้นกระบวนการพัฒนาสินค้าของชุมชนตามกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้สอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ตามแผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) คือสร้างความเข้มแข็งของแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ
ให้สนับสนุนเป้าหมายการเพิ่มรายได้ต่อหัว เพิ่มศักยภาพของฐานการผลิตและฐานรายได้เดิมและสร้างฐานการผลิต
และฐานรายได้ใหม่ เร่งผลักดันให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัย
ในตลาดโลก และสร้างความเข้มแข็งขององค์กรการเงินฐานรากและระบบสหกรณ์ให้สนับสนุนบริการทางการเงิน
ในระดับฐานรากและเกษตรกรรายย่อย (Office of the National Economic and Social Development Council,
2016, pp. 82-83) ทำให้คณะผู้วิจัยให้ความสนใจและนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้าง
มูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนของกลุ่มเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน
ตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทาบ อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการปลูกถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทาบ อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
4. เพื่อพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทาบ อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ประโยชน์การวิจัย

ประโยชน์ด้านวิชาการ

1. ทำให้ได้ข้อค้นพบในเชิงวิชาการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทาบ อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อกิจวิจัย และผู้สนใจทั่วไปในการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูทาบ อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาถึงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชน
2. ผู้นำชุมชนใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาถึงการตัดสินใจในการบริหาร และการดำเนินงานเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนส่งผลให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น
3. ประโยชน์ต่อทีมนักวิจัยในการนำผลวิจัยไปวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการวางแผนการพัฒนาเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การทบทวนวรรณกรรม

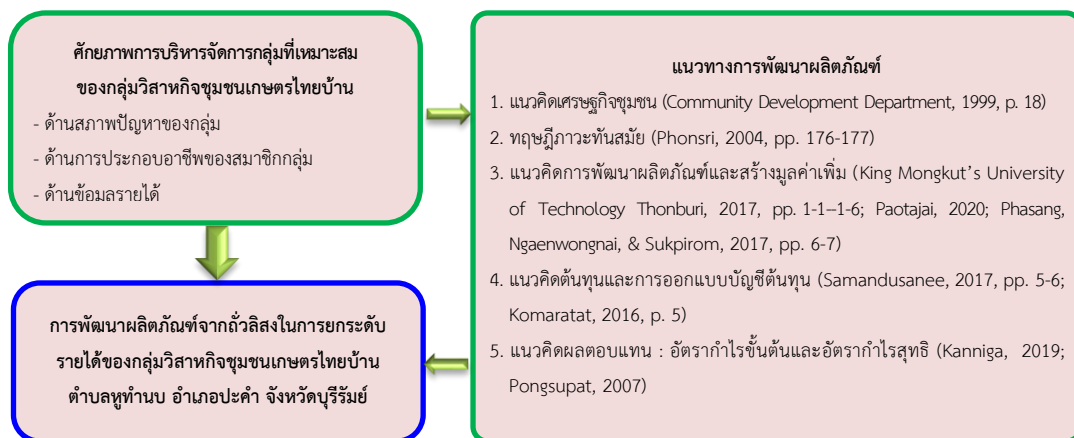
วิธีการพัฒนาชุมชนในการพัฒนาเศรษฐกิจตามองค์ประกอบที่เกี่ยวกับการใช้พื้นที่ (หมู่บ้าน/ชุมชนเป็นหน่วย) การพัฒนากลุ่ม องค์กรชุมชนและเครือข่าย (เป็นกลไก) การพัฒนากองทุนทุกรูปแบบ (สนับสนุนปัจจัย) การพัฒนา ด้านการตลาดชุมชนให้เป็นศูนย์รวมของผลิตภัณฑ์ เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และการประสาน การตลาดภายนอก การพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ด้านเศรษฐกิจชุมชน (การจัดการ) การพัฒนา ระบบการทำงานพหุภาคี และการพัฒนาระบบฐานข้อมูล การรายงาน และการติดตาม (Community Development Department, 1999, p. 18) สอดคล้องกับทฤษฎีภาวะทันสมัย (Modernization theory) ซึ่งเป็นกระบวนการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ล่าช้าไปสู่สังคมที่มีความเจริญก้าวหน้า มีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ทันสมัยแบบสังคม อุตสาหกรรม ใช้แนวความคิดแบบสมเหตุสมผลเป็นบรรทัดฐานในการตัดสินใจค่านิยม มีความรับผิดชอบมุ่งความสำเร็จ เป็นสำคัญ เรียนรู้แบบมีส่วนร่วม รวมถึงรัฐบาลต้องมีบทบาทในการวางแผนผลักดันให้เกิดภาวะทันสมัย ด้วยการจัดตั้ง องค์กรเพื่อดำเนินงานอย่างจริงจัง (Phonsri, 2004, pp. 176-177) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการมีส่วนร่วม ต่อยอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษของชุมชนกับการออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ร่วมสมัยที่ได้จากบรรพบุรุษ โดยทำการเรียนรู้แลกเปลี่ยนดูงานทั้งภายในและภายนอกชุมชน (Loiypha, Rakchob, & Ruenpongpan, 2020, p. 7) และเป็นความต้องการของผู้ผลิตที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้นที่สามารถต่อยอด ให้กับผลิตภัณฑ์เดิม เป็นการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจเพิ่มขึ้น สร้างสถานภาพการแข่งขัน ลดการเสี่ยงภัยทางการตลาด

ที่ลูกค้าเสียความนิยมลง รวมถึงสร้างโอกาสใหม่ในการขยายช่องทางการตลาดมากขึ้น (Chumkate, 2017, p. 13) โดยขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีแนวโน้มการปรับเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการ อาจมีการเพิ่มหน้าที่เพื่อตอบสนองความเป็นไปทางธุรกิจมากขึ้น ซึ่งเริ่มจากการแสวงหาความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ (Exploration) กลั่นกรองแนวความคิด (Idea screening) วิเคราะห์เชิงธุรกิจ (Business analysis) พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ (Product development) ทดสอบตลาด (Market testing) และวางตลาดสินค้า (Commercialization) (King Mongkut's University of Technology Thonburi, 2017, pp. 1-1--1-6)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added creation) คือสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer value) (Paotajai, 2020) ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (กำหนดโมเดลและระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และความพึงพอใจ) คุณค่าในใจผู้บริโภค ที่ควรต้องค้นหาความต้องการ หาปัจจัยเพิ่มมูลค่า ปัจจัยรักษาคุณค่า และปัจจัยทำลายคุณค่า เป็นการลดคุณค่าในความรู้สึกในสายตาหรือในใจของลูกค้า และสร้างคุณค่าในใจผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวัง และเกิดคุณค่าในใจผู้บริโภค เช่น กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (เสนอ/ปรับปรุง/การออกแบบ) กลยุทธ์ตราสินค้า (คุณภาพกับตราสินค้า สัญลักษณ์ ภาพพจน์ และความรู้สึกในใจ) กลยุทธ์การตั้งราคาสินค้า ที่สัมพันธ์กับคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในใจผู้บริโภค เป็นต้น (Phasang, Ngaenwongnai, & Sukpirom, 2017, pp. 6-7) โดยให้ความสำคัญกับต้นทุนการผลิตเป็นเครื่องมือสำคัญของการวางแผน เพื่อที่จะสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งต้นทุนของสินค้าจะเป็นตัวกำหนดราคาสินค้าที่จะขาย ถ้าควบคุมต้นทุนการผลิตให้ต่ำได้ก็จะมีผลกำไรมากขึ้น (Chamang et al., 2017, p. 12) ประกอบไปด้วยปัจจัยการผลิต ได้แก่ 1) วัตถุดิบทางตรง 2 ลักษณะ คือ ถูกนำมาใช้แปลงสภาพให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป และเป็นส่วนสำคัญซึ่งสามารถแยกให้ทราบได้โดยง่ายถึงปริมาณที่ใช้ในการผลิตสินค้าต่อหน่วย 2) ค่าแรงทางตรง เป็นค่าแรงที่เกิดขึ้นโดยตรงในการนำวัตถุดิบมาแปลงสภาพให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปไม่ว่าจะเป็นการผลิตด้วยมือหรือควบคุมเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต และ 3) ค่าใช้จ่ายในการผลิต เป็นต้นทุนที่เกิดขึ้นทั้งหมด ยกเว้นวัตถุดิบทางตรงและค่าแรงทางตรง (Samandusanee, 2017, pp. 5-6) และการออกแบบบัญชีต้นทุนเพื่อประโยชน์ในการบริหารเกิดขึ้นเพื่อใช้ในการคำนวณต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการ ใช้ในการวัดผลกำไรขาดทุนประจำงวด ใช้ในการวางแผนและควบคุม ใช้ในการกำหนดราคาขายของสินค้าหรือบริการ ใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ และใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานของทรัพยากรต่าง ๆ (Komaratat, 2016, p. 5)

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับผลตอบแทน เป็นการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial ration analysis) การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายหรือเงินลงทุนและผลตอบแทนหรือผลกำไรทางการเงินของโครงการเพื่อวิเคราะห์ว่าโครงการที่จัดทำขึ้นนั้นมีความคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ซึ่งช่วยให้ทราบถึงสภาพทางการเงินและประสิทธิภาพในการบริหารงานของกิจการเพื่อบ่งบอกถึงสถานภาพที่แท้จริงของกิจการในการทำกำไร (Profitability) ได้แก่ อัตรากำไรขั้นต้น (Gross profit margin) แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรขั้นพื้นฐาน ไม่มีมาตรวัดที่แน่นอน แต่ใช้ในการเปรียบเทียบกับกลุ่มกิจการเดียวกันว่าทำกำไรได้มากกว่าคู่แข่งหรือไม่ ซึ่งอัตราส่วนนี้ยิ่งสูงยิ่งดี เนื่องจากแสดงถึงความสามารถในการทำกำไรขั้นต้น และอัตรากำไรสุทธิ (Net profit margin) หากอัตราส่วนยิ่งสูงยิ่งดี หากมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องกันหลาย ๆ ปี ถือเป็นสัญญาณที่ดี เนื่องจากแสดงถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของบริษัทในการทำกำไรหลังจากหักต้นทุนค่าใช้จ่ายรวมทั้งภาษีเงินได้ทั้งหมด (Kanniga, 2019; Pongsupat, 2007)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คำถามการวิจัย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านหูก่าน อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนเป็นอย่างไร

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยที่เลือกใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research: PAR) ซึ่งประชากรในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ตำบลหูก่าน อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 20 คน (Office of Academic Services Office of Academic Services Buriram Rajabhat University, 2021, p. 2) จึงใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากการตัดสินใจร่วมกันของคณะผู้วิจัยและลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยและคาดว่าจะได้ข้อมูลอ้อมตัว โดยกำหนดให้เก็บสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก่าน อำเภอบะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 20 คน ที่มีความรู้ มีประสบการณ์มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน และยินยอมให้ความร่วมมือเข้าร่วมการวิจัยจนเสร็จสิ้นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Structure interview form) กำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับบริบทและศึกษากาการบริหารจัดการกลุ่ม การประกอบอาชีพหลักของสมาชิกกลุ่ม ข้อมูลรายได้ ข้อมูลเศรษฐกิจชุมชน และการบริหารจัดการระบบเศรษฐกิจของกลุ่ม มีลักษณะเป็นประเด็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการวิจัยเชิงพื้นที่ ด้านสถิติและวัดผล และด้านการบัญชีการเงิน พิจารณาประเด็นคำถามให้ความเห็นชอบพร้อมคำแนะนำในการปรับแก้ไข คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงประเด็นคำถามตามคำแนะนำแล้วจึงนำไปใช้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 5 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การเตรียมนักวิจัย เตรียมพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย และวางแผนการดำเนินงาน โดยเริ่มจากการประสานงานกับผู้นำชุมชนและชุมชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อขอความอนุเคราะห์ใช้สถานที่ในการจัดเวทีขับเคลื่อนงานวิจัย วางแผนการดำเนินงานเพื่อทบทวนเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกระบวนการ

ในการดำเนินงาน กำหนดบทบาทหน้าที่ที่พร้อมวางแผนการทำงานร่วมกัน และจัดเวทีประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำความเข้าใจ แสวงหาความร่วมมือ ปรับแนวคิด และหาภาคีเครือข่ายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูล และสังเคราะห์ข้อมูล ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview technique) (แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ) จำนวน 20 คน และร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม (Focused group) โดยใช้เทคนิค AIC (Appreciation-influence-control) การแบ่งกลุ่มย่อย และการระดมสมองด้วยการระดมความคิดเห็นของกลุ่ม (Group think) จำนวน 13 คน จากทั้งหมดจำนวน 20 คน ร่วมกับแผนที่ความรู้ (Mind mappings) เพื่อนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยจัดเวทีค้นหาองค์ความรู้ของชุมชนในการเพิ่มมูลค่าสินค้าเดิมที่มีอยู่ ซึ่งใช้การค้นหา (Searching) และเลือกสรร (Selecting) ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับชุมชน จากนั้นทำการศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการปลูกกล้วยของชุมชน และพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 3 การติดตามผล และการรายงานความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามกิจกรรม ระยะที่ 4 การสังเคราะห์ผล โดยใช้วิธีการบรรยายบทสรุปของกิจกรรม รวมข้อค้นพบในลักษณะภาพรวม แล้วทำการถอดบทเรียนภาพรวมจากการดำเนินงานวิจัย (Retrospect) โดยใช้เครื่องมือการถอดบทเรียนหลังปฏิบัติการ (After action review: AAR) และระยะที่ 5 สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การระดมสมอง ด้วยการวิเคราะห์เหตุการณ์แบบไม่อิงทฤษฎี โดยจำแนกข้อมูลในเหตุการณ์ที่จะวิเคราะห์ตามความเหมาะสมกับข้อมูล จำแนกข้อมูลเป็นชนิดง่าย ๆ ตามประเภทที่ผู้วิจัยสังเกต พิจารณาหาความสัมพันธ์ของข้อมูลซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการอธิบายเหตุการณ์ของปรากฏการณ์โดยอาศัยมุมมองของบุคคลในสนามการวิจัยเป็นพื้นฐานในจำแนก (Lofland, 1971, pp. 14-15) จากการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาสรุปแบบความเรียง และใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน และค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านตำบลหูก่านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มที่เหมาะสมยังไม่มีเพียงพอเนื่องจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 20 คน ได้ให้ข้อมูลสภาพปัญหา พร้อมเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่ม สามารถสรุปได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านตำบลหูก่านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ด้าน	สภาพปัญหา	แนวทางการพัฒนา
ด้านการบริหารจัดการ	- มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มีการจัดสรรพื้นที่ให้คนในชุมชนเข้ามาประกอบอาชีพคนละ 1-2 งาน ตามกำลังความสามารถในการดำเนินงาน - ยังไม่มีการจัดสรรรายได้จากการทำกิจกรรมของกลุ่มอย่างเป็นระบบ - การบริหารจัดการกลุ่มยังไม่เป็นระบบเท่าที่ควร - ขาดหลักการบริหารจัดการที่ถูกต้อง - มีการใช้น้ำบาดาลบริหารจัดการในพื้นที่ทำการเกษตรที่ไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง	- ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการจัดตั้งกลุ่ม พร้อมส่งเสริมวิธีการจัดการและการบริหารกลุ่ม - เชื่อมโยงหน่วยงานที่สนับสนุนวิธีการจัดการ การบริหาร และพัฒนาเพื่อการพัฒนาเพิ่มศักยภาพของกลุ่ม

ตาราง 1 (ต่อ)

ด้าน	สภาพปัญหา	แนวทางการพัฒนา
ด้านกรรมวิธี การผลิต	- การว่าจ้างเครื่องจักร/รถไถในการไถพรวนดินที่สูง - ขาดองค์ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำการเกษตร - ใช้ทุนทรัพย์ส่วนตัวเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการน้ำที่ดี	- ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต - การดูแลรักษาเครื่องจักร/อุปกรณ์ และแปรรูปผลิตภัณฑ์
ด้านต้นทุน การผลิต	- ต้นทุนการบำรุงรักษาเครื่องมือเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่สูง - ขาดองค์ความรู้ในการคิดคำนวณต้นทุนเพื่อกำหนดราคาขาย - ผลผลิต - กลุ่มไม่มีการจดบันทึกบัญชีรายรับและรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริง - อย่างชัดเจน	- ส่งเสริมองค์ความรู้การคิดคำนวณในการลดต้นทุน - การบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ - ส่งเสริมการจัดหาแหล่งทุนที่เพิ่มโอกาสในการพัฒนา - ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จากถั่วลิสงให้กับกลุ่ม - แนะนำและชักชวนเกษตรกรให้เข้าถึงแหล่งทุนและความรู้ - จากหน่วยงานราชการ
ด้านการตลาด และการแปรรูป	- ยังขาดตลาดรองรับสินค้าอย่างสม่ำเสมอและสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก - ขาดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปที่ถูกริธี - ไม่มีอุปกรณ์ช่วยในการเก็บรักษาเพื่อรอจำหน่าย - ขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ใหม่ของกลุ่ม	- สร้างเครือข่ายตลาด เพิ่มช่องทางตลาดรับซื้อผลิตภัณฑ์ - ของกลุ่ม และกำหนดผู้รับผิดชอบในการจัดหาตลาด - จัดทบทวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูปอย่างถูกริธี - สร้างองค์ความรู้และหาแหล่งทุนสนับสนุนการสร้างแบรนด์ - และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูท่านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ แสดงดังภาพ 3



ภาพ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูท่านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

จากภาพ 2 เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงซึ่งเกิดจากการระดมสมองของกลุ่มสมาชิกเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงที่มีความโดดเด่นด้วยการนำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์ถั่ว 3 ชนิด ได้แก่ กาแฟจากถั่วลิสง เนยถั่วลิสง และถั่วกรอบแก้ว

3. ผลการศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และอัตราส่วนทางการเงินจากการปลูกถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ต้นทุนรวมจากการปลูกถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

ต้นทุนรวม	กลุ่มเป้าหมาย (คน)	พื้นที่เพาะปลูก	ต้นทุนรวม (บาท)		รวม (บาท)
			ต้นทุนการผลิต	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	
รวมทั้งหมด	13	8 ไร่ 3 งาน	67,355.50	6,650.00	74,005.50
โดยเฉลี่ย	-	2 ไร่ 69 งาน	5,181.19	511.54	5,692.73

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีต้นทุนรวมจากการปลูกถั่วลิสง รวม 74,005.50 บาท (โดยเฉลี่ย 5,692.73 บาท) จำแนกเป็น ต้นทุนการผลิต 67,355.50 บาท (โดยเฉลี่ย 5,181.19 บาท) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน 6,650.00 บาท (โดยเฉลี่ย 511.54 บาท) ต่อจำนวนพื้นที่เพาะปลูก 8 ไร่ 3 งาน และโดยเฉลี่ย 2 ไร่ 69 งาน

ตาราง 3 รายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

รายได้จากการ ขายเมล็ดถั่วลิสง	กลุ่มเป้าหมาย (คน)	พื้นที่เพาะปลูก	รายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสง (บาท)		รวม (บาท)
			ปริมาณการเก็บเกี่ยว (กิโลกรัม)	ราคาขาย/กิโลกรัม (บาท)	
รวมทั้งหมด	13	8 ไร่ 3 งาน	5,237.00	455.00	183,295.00
โดยเฉลี่ย	-	2 ไร่ 69 งาน	402.85	35.00	14,099.75

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีรายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสง รวม 183,295.00 บาท (โดยเฉลี่ย 14,099.75 บาท/คน) จำแนกเป็น ปริมาณการเก็บเกี่ยว 5,237.00 กิโลกรัม (โดยเฉลี่ย 402.85 กิโลกรัม) และราคาขาย/กิโลกรัม 455.00 บาท (โดยเฉลี่ย 35 บาท/กิโลกรัม) ต่อจำนวนพื้นที่เพาะปลูก 8 ไร่ 3 งาน และโดยเฉลี่ย 2 ไร่ 69 งาน

แสดงการจัดทำงบกำไรขาดทุนได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน (13 คน)

งบกำไรขาดทุน

สำหรับรอบระยะเวลา 4 เดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน 2565

(หน่วย : บาท)

รายได้

รายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสง

183,295.00

หัก ต้นทุนขาย

วัตถุดิบทางตรง	11,812.50	
ค่าแรงทางตรง	11,530.50	
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	<u>44,012.50</u>	<u>67,355.50</u>
กำไรขั้นต้น		115,939.50
อัตรากำไรขั้นต้น		63.25%
หัก ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน		<u>6,650.00</u>
กำไรสุทธิ		<u>109,289.50</u>
อัตรากำไรสุทธิ		59.62%

ตาราง 4 กำไรสุทธิและอัตรากำไรสุทธิจากการปลูกถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์

	กลุ่มเป้าหมาย (คน)	พื้นที่เพาะปลูก	รายได้จากการขาย เมล็ดถั่วลิสง (บาท)	ต้นทุนรวม (บาท)	กำไรสุทธิ (บาท)	อัตรากำไรสุทธิ (บาท)
รวมทั้งหมด	13	8 ไร่ 3 งาน	183,295.00	67,355.50	115,939.50	63.25
โดยเฉลี่ย	-	2 ไร่ 69 งาน	14,099.75	5,181.19	8,918.56	63.25

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีรายได้จากการขายเมล็ดถั่วลิสงรวม 183,295.00 บาท (โดยเฉลี่ย 14,099.75 บาท/คน) ต้นทุนรวม 74,005.50 บาท (โดยเฉลี่ย 5,692.73 บาท/คน) คิดเป็นกำไรสุทธิ 109,289.50 บาท (โดยเฉลี่ย 8,407.02 บาท/คน) และอัตรากำไรสุทธิเฉลี่ยต่อคนร้อยละ 59.62 ต่อจำนวนพื้นที่เพาะปลูก 8 ไร่ 3 งาน และโดยเฉลี่ย 2 ไร่ 69 งาน

4. ผลการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า กระบวนการพัฒนาที่สำคัญได้แก่ 1) จัดจำหน่ายหน้าร้าน ณ ศูนย์อุดมศึกษาปะคำ โดยการกำหนดตารางเวรการจัดจำหน่ายให้สมาชิกแต่ละคนหมุนเวียนกันมาทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์ 2) จัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกที่เป็นร้านของชุมชนภายในหมู่บ้านทั้งตำบล และ ร้านขายของฝากตามสถานที่ต่าง ๆ 3) จัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายทางตรง 4) จัดจำหน่ายหน่วยที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐหรือของเครือข่ายในแต่ละครั้งที่มีการประชุมหรือการจัดงานแสดงสินค้า 5) จัดจำหน่ายผ่านหน่วยงานที่เข้ามาศึกษาดูงานของศูนย์ และ 6) จัดจำหน่ายออนไลน์ผ่านเว็บเพจของกลุ่ม Line Shopee และ Lazada

อภิปรายผล

ศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรไทยบ้าน ตำบลหูก้านบ อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ ยังมีความเหมาะสมค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เนื่องมาจากยังไม่มีการจัดสรรที่ดินที่อย่างเป็นระบบเท่าที่ควร ขาดหลักการบริหารจัดการและการบริหารจัดการน้ำที่ถูกวิธีทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ขาดองค์ความรู้ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยทำการเกษตร การคิดคำนวณต้นทุนในการกำหนดราคาขายผลผลิต การแปรรูปและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ถูกวิธีอย่างเหมาะสม และและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย นอกจากนี้ยังมีต้นทุนการผลิตที่มาจากค่าบำรุงรักษาเครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ไม่มีการจัดบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงอย่างชัดเจนในกลุ่ม ขาดตลาดรองรับที่สม่ำเสมอ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายยังไม่เป็นที่รู้จัก และไม่มีอุปกรณ์ช่วยในการเก็บรักษาเพื่อรอจำหน่าย ดังเช่นผลการวิจัยของยุวรัตน์ บุญเกษม และปรีชาดี แสงคำเฉลี่ยง (Boonkasem

& Sangkumchaliang, 2022, p. 682) พบว่า ต้นทุนส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นเป็นต้นทุนค่าแรงงานเก็บเกี่ยวและค่าเมล็ดพันธุ์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาด้วยการสนับสนุนองค์ความรู้ วิธีการจัดการและบริหาร กลุ่มเชื่อมโยงหน่วยงานเพื่อพัฒนาศักยภาพโดยมีกรรมวิธีการผลิตที่ดูแล รักษา ลดต้นทุน จัดหาแหล่งทุน การเข้าถึง แหล่งทุน เพิ่มตลาดรับซื้อจากกลุ่มเครือข่าย รวมถึงการจัดหาวิทยากรถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการแปรรูป การออกแบบ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยด้วย ซึ่งแนวทางและการดำเนินการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจชุมชน จะต้องสร้างจากภายใน ภายนอกชุมชนตามปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา และการมีชุมชน เป็นเป้าหมายศูนย์กลางของการสร้างความเข้มแข็งด้วยการพัฒนาอาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อขับเคลื่อน กลุ่มอาชีพตามความเหมาะสมและการตัดสินใจของชุมชน (Sirikitsathian, 2020, p. 661) ที่มีลักษณะสำคัญคือ ครอบครัวเป็นหน่วยการผลิต แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการอยู่รอดของครอบครัว ต่อความพอเพียง และต่อความสามารถในการพึ่งพาตนเองที่ชุมชนเป็นตัวของตัวเองแบบมีพลวัตและสามารถ ที่จะอยู่รอดด้วยตัวเองได้พร้อมพัฒนาเคียงคู่ไปกับพัฒนาการของระบบทุนนิยม (Sajjanan, 2016, p. 1)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการยกระดับรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสง ได้แก่ กาแฟจากถั่วลิสง เนยถั่วลิสง และถั่วกรอบแก้ว โดยจิตพนธ์ ชุมเกตุ (Chumkate, 2017, p. Kor) ได้เสนอแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนแรก การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ประกอบด้วย การเรียนรู้ ภูมิปัญญา การรวมกลุ่ม และการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ส่วนที่สองคือ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยพิจารณาถึงทุนของชุมชน การสำรวจตลาด และส่วนที่สาม เป็นการจัดการชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมใน กิจกรรมของชุมชน และระบบการเรียนรู้โดยมีภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแกนกลาง สอดคล้องกับสุจินดา เข็มศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี่ (Chemsripong & Petmee, 2017, p. 69) อธิบายว่าความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใน ด้านของการให้บริการ คุณภาพและรวมไปถึงราคาของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและได้รับ ประโยชน์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่าน การสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น จะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่าซึ่ง นำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้าน ตำบลหูก่าน อำเภอปะคำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีรายได้จากการขาย เมล็ดถั่วลิสงสูงกว่าต้นทุนรวมจากการปลูกถั่วลิสง ทั้งนี้ ยุวรัตน์ บุญเกษม และปริชาติ แสงคำเฉลียง (Boonkasem & Sangkumchaliang, 2022, p. 682) ได้แสดงความคิดเห็นให้เกษตรกรอาจจะพิจารณาการลดต้นทุนโดยการส่งเสริม การรวมกลุ่มเพื่อลดต้นทุนค่าจ้างแรงงาน และควรส่งเสริมให้เกษตรกรมีการคิดเมล็ดพันธุ์ไว้เพื่อปลูกในปีต่อไปด้วย เพื่อลดการซื้อเมล็ดพันธุ์เมื่อต้องการปลูกในฤดูแล้งหลังนาข้าว สำหรับการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ จัดจำหน่ายหน้าร้าน ณ ศูนย์อุดมศึกษาปะคำ จัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกที่เป็นร้านชุมชนภายในหมู่บ้าน ทั้งตำบลและร้านขายของฝากตามสถานที่ต่าง ๆ จัดจำหน่ายผ่านช่องทางการจำหน่ายทางตรง จัดจำหน่ายตามสถานที่ ที่หน่วยงานภาครัฐหรือเครือข่ายจัดการประชุมหรืองานแสดงสินค้า จัดจำหน่ายผ่านหน่วยงานที่เข้ามาศึกษาดูงาน ของศูนย์อุดมศึกษาปะคำ และจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งในผลการวิจัยของ Tetro (2020, pp. 72-73) และ Kim and Su (2020, pp. 4-5) พบว่า การจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ คาดว่า จะสามารถสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น การเพิ่มการลงทุน การพัฒนาธุรกิจขนาดเล็ก รายได้จากการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและอื่น ๆ เป็นต้น กุลสิริ โค้วสุวรรณ (Kowsuvon, 2021, p. 93)

พบว่า บ้านต้นผึ้งมีการจัดการตลาดจากการแปรรูปถั่วลิสงต้มแบบครบวงจรโดยเชื่อมโยงต่อกับห้างริมปิงซูเปอร์มาร์เก็ต เพื่อวางจำหน่าย ซึ่งการจัดการดังกล่าวจะนำรายได้เข้าสู่ชุมชนและพื้นที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี และ Kerdpitak (2022, p. 345) พบว่า ช่องทางการตลาดส่งผลดีต่อผลประโยชน์ของธุรกิจสมุนไพร ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ยังส่งผลดีต่อผลประโยชน์ของธุรกิจสมุนไพรอีกด้วย นอกจากนี้ ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ยังส่งผลดีต่อผลลัพธ์ ที่คล้ายคลึงกันในการจัดการเชิงนวัตกรรมซึ่งแสดงผลเชิงบวกต่อผลประโยชน์ของธุรกิจสมุนไพร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริง

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านควนนำแนวทางการวางแผนบริหารจัดการด้านการตลาดและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปประยุกต์ใช้เป็นช่องทางจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์มากขึ้น
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านควนนำแนวทางการยกระดับรายได้ไปจัดทำระบบจัดการกิจกรรม/โครงการภายในกลุ่มเพิ่มมากขึ้นอันนำมาซึ่งระบบเศรษฐกิจที่ดีภายในชุมชน
3. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรไทยบ้านควนนำแนวทางการวางแผนการเพาะปลูกถั่วลิสงไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการกับการปลูกพืชทางการเกษตรชนิดอื่น ๆ เพื่อลดต้นทุนการเพาะปลูกส่งผลให้มีรายได้เพิ่มขึ้น
4. ผู้นำชุมชนควรร่วมผลการศึกษาที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากถั่วลิสงในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับรายได้ชุมชนไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพที่มีอยู่ภายในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีอาชีพที่หลากหลายและมีแหล่งที่มาของรายได้หลากหลายช่องทาง

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการเพาะปลูกถั่วลิสงของกลุ่มเกษตรไทยบ้านเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาและส่งผลให้มีผลผลิตเพิ่มขึ้น
2. ควรศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพืชผลทางการเกษตรชนิดอื่น ๆ ที่มีอยู่เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น เช่น การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์พริก มะเขือเทศ มันเทศ เป็นต้น
3. ควรศึกษาด้านทุนและผลตอบแทนที่ได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่การถั่วลิสง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชน ซึ่งจะช่วยให้ทราบถึงปัญหาและแนวทางในการพัฒนาที่แตกต่างกันออกไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ ได้รับทุนสนับสนุนงานพื้นฐาน Fundamental fun จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ประจำปีงบประมาณ 2565

เอกสารอ้างอิง

- Agricultural Extension Research and Development Division. (2019). *New Theory Agriculture and Sustainable Agriculture Promotion Project Manual, 2019*. Bangkok : Department of Agricultural Extension. (In Thai)
- Boonkasem, Y., & Sangkumchaliang, P. (2022). Cost and revenue analysis of soybean production in the dry season of farmers in Khon Kaen province. *Khon Kaen Agriculture Journal*, 50(3), 682-689. (In Thai)

- Chamang, S., Phonham, P., Luandee, S., Nuretsram, A., Sawangwarot, A., & Moonwandee, P. (2017). *An analysis of costs and returns from weaving khano ma fabric of communities in Sam Waeng Subdistrict Huai Rat District Buriram Province*. Research report. Faculty of Management Sciences, Buriram Rajabhat University, Buriram. (In Thai)
- Chemsriping, S., & Petmee, P. (2017). Creating Value Added Products from Local Wisdom: A Case Study of the Ancient Cloth. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 10(4), 62-85. (In Thai)
- Chumkate, J. (2017). *Product Development from Local Wisdom to Increase an Efficiency of Community-Based Management with Sustainability in Thai-Muslim Village, Amphur Cha Am, Phetchaburi Province*. Research report. Faculty of Management Science, Silpakorn University, Bangkok. (In Thai)
- Community Development Department. (1999). *The Self-Reliant Community Economic Strategic Plan 1999-2001*. Bangkok : Community Development Department, Ministry of Interior. (In Thai)
- Director of the Office of Academic Services. (2022, 16 January). Director of the Office of Academic Services, Buriram Rajabhat University. *Interview*. (In Thai)
- Hu Tham Nop Subdistrict Administrative Organization, Pakham District, Buriram Province. (2018). *Information and general condition*. Retrieved September 15, 2021, from <https://www.hutamnob.go.th/application/uploads/files/download/16509418540.pdf> (In Thai)
- Kanniga, T. (2019). *The Relationship Between Financial Ratios and Stock Prices and Dividend Yields of Agricultural and Food Industries at Registered in the Stock exchange of Thailand*. Independent Study, Master of Accountancy Program in School of Accountancy, Sripatum University, Bangkok. (In Thai)
- Kerdpitak, C. (2022). Business performance model of herbal community enterprise in Thailand. *Uncertain Supply Chain Management*, 10(2), 345-352.
- Kim, S. W., & Su, K. P. (2020). Using psychoneuroimmunity against COVID-19. *Brain, behavior, and immunity*, 87, 4-5. <http://doi.org/10.1016/j.bbi.2020.03.025>
- King Mongkut's University of Technology Thonburi. (2017). *The Supporting Documents : Teaching and Learning Guidelines Development Project and Entrepreneurial Extra-Curricular Activities, Design Course and Product Development*. Bangkok : Marketing, King Mongkut's University of Technology Thonburi. (In Thai)
- Komaratat, D. (2016). *Cost Accounting* (15th ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Kowsuvon, K. (2021). Guidelines for Production and Marketing Management of Peanut Total-Processingby Community Enterprise: A Case Study of Ban Ton Phueng, Maepong Sub-District, Doi Saket District, Chiang Mai Province. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Science)*, 14(1), 93-103. <https://doi.org/10.14456/jcdr-hs.2021.9> (In Thai)

- Loiypha, N., Rakchob, S., & Ruenpongpan, P. (2020). *Guideline for Product Development and Increasing Marketing channels through E-commerce System for Thai Local textile community enterprises in Sisaket Province*. Sisaket Rajabhat University, Sisaket. (In Thai)
- Nuansara, M., Teypinsai, N., & Chutinatphuwadon, C. (2021). Guideline for the Development of OTOP and Brand Product to International Standards Chiang Rai Province. *Dusit Thani College Journal*, 15(1), 119-134. (In Thai)
- Office of Academic Services Office of Academic Services. (2021). *List of members of the Thai Ban Agriculture Group*. Buriram : Buriram Rajabhat University.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2016). *National Economic and Social Development Plan No. 12 B.E. 2017-2021*. Retrived February 2, 2022, from <https://drive.google.com/file/d/1VXJ7xULoiyzJsNIOHo3zbkFNG5dntc0V/view> (In Thai)
- Paotajai, A. (2020). *Create Added Value for Garlic Products That Are Safe for Entrepreneurs in Chiang Mai*. Thesis, Master of Business Administration in Business Administration Program, Maejo University, Chiang Mai. (In Thai)
- Phasang, P., Ngaenwongnai, N., & Sukpirom, R. (2017). *The Study of Value Creation of Native Woven Fabrics in Nan Province Case Study: Baan Hia Community Enterprises Group, Sila Laeng Sub-district, Pua District, Nan Province. Research report*. Nan Community College, Office of the Higher Education Commission, Nan. (In Thai)
- Phonsri, S. (2004). *Theories and principles of community development* (5th ed.). Bangkok : Odeon Store. (In Thai)
- Pongsupat, A. (2007). *Business Finance* (8th ed.). Bangkok : Kasetsart University. (In Thai)
- Sajjanan, S. (2016). *Handout : Community Economy Concept*. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat Open Universtiy. (In Thai)
- Samandusanee, A. (2017). *Cost Accounting II*. Surin : Surin Rajabhat University. (In Thai)
- Sangayotin, T. (2021). *Potential Development for Competitiveness Enhancement of Community Enterprises in Thailand's Southern Border Provinces*. Research report. Commerce and Business School, Burapha University, Chonburi. (In Thai)
- Sirikitsathian, C. (2020). Community Economic Strengthening by Developing Kon Ruk Mae Nong Luang Community Enterprise Group in Kamphaeng Phet Province. In *Report from the academic conference (Proceeding), the 9th National Conference and the 2nd international level " Academic Management Science 2020", 7 Febuary 2020* (pp. 661-671). Phetchabun : Phetchabun Rajabhat University. (In Thai)
- Tetro, J. A. (2020). Is COVID-19 receiving ADE from other coronaviruses?. *Microbes and infection*, 22(2), 72-73. <http://doi.org/10.1016/j.micinf.2020.02.006>
- The Buri Ram Provincial Office of The Comptroller General. (2022). *Buriram Province Economic Projection Report, Quarter 4 (December 2021)*. Retrived February 2, 2022, from https://www.cgd.go.th/cs/brm/brm/ประมาณการเศรษฐกิจ.html?page=1&perpage=100&page_locale=th_TH&keyword=&adv_search=&date_start=&date_end= (In Thai)