

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อโคขุนแดดเดียวเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

Development of Thai Beef Jerky Products to Increase Income for the Amphoe Phan Cattle Product Processing Community Enterprise, Chiang Rai Province

¹ภัทรพร สมเสมอ, ²ณภัทร ทิพย์ศรี และ ³ธนินุช เรืองการ

¹Pattaporn Somsamer, ²Naphat Thipsri and ³Taneenuch Reokarn

^{1,2,3}คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

^{1,2,3} Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

¹Corresponding Author. E-mail: somsamerg@gmail.com

Received July 15, 2024; Revised August 19, 2024; Accepted August 22, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) บริบทของการแปรรูปสินค้าวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงรายให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ดำเนินการในรูปแบบการวิจัยแบบคุณภาพโดยใช้แนวคิดการบริหารจัดการ 5 ด้าน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกรอบการวิจัย โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย จำนวน 17 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มย่อย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 วิสาหกิจชุมชนฯ ดำเนินงานกลุ่มตามศักยภาพและบริบทที่มีอยู่ทั้งด้านการผลิต การเงิน การตลาด บุคลากร และการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านการผลิตและการตลาดเป็นประเด็นอันดับต้นๆที่ควรได้รับการแก้ไข และ 2) ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สมาชิกมีความต้องการพัฒนา 3 ส่วนหลัก คือ (1) การใช้กระบวนการอบแห้งโดยตู้อบแทนการตากแดดซึ่งประหยัดเวลาในการผลิตประมาณ 50% (2) การเพิ่มรูปแบบเนื้อแดดเดียวแบบเส้นที่สามารถเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ และ (3) การพัฒนารสชาติใหม่ (มะเขว่น และหม่าล่า) ที่กลายเป็นทางเลือกใหม่ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ คือ การพัฒนาครั้งนี้เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้สมาชิกผลิตสินค้าได้หลากหลายในปริมาณมากขึ้นซึ่งนำไปสู่การสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นเช่นกัน

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์; วิสาหกิจชุมชน; เนื้อโคขุนแดดเดียว; การเพิ่มรายได้

Abstract

This article aimed to study two main aspects: (1) the context of product transformation in the Amphoe Phan Cattle Product Processing Community Enterprise in Chiang Rai Province, and (2) the development of value-added beef products for the Amphoe Phan Cattle Product Processing Community Enterprise in Chiang Rai Province. The research methodology followed a qualitative approach, focusing on five management dimensions

and product development as the research framework. The key informants selected by using purposive sampling were 17 members of the Amphoe Phan Cattle Product Processing Community Enterprise in Chiang Rai Province. After data, collected through interviews and group discussion, was analyzed using content analysis. The research findings were found that; according to the first objective, the community enterprise has operated with the members' potential and existing context in production, finance, marketing, personnel, and participation aspect; however, the issues related to production and marketing are top priorities that need to be addressed. Regarding the second objective, members expressed their desire to enhance the production of Thai sun-dried beef (Thai beef jerky) through three primary approaches according to using drying cabinets instead of sun-drying that can save approximately 50% of production time; adding the new cutting form with a julienne cut (Long Thin Strips) that enhances the diversity of products; and exploring new flavors (such as Makhwaen and Savory or Mala flavor) that become new options for the target group. Conclusively, this development is another way that can allow members to produce a variety of products in greater quantities, which brings more income as well.

Keywords: Product Development; Community Enterprises; Thai Beef Jerky; Income Increase

บทนำ

สืบเนื่องจากการรอบแผนยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580) ที่ได้ให้ความสำคัญกับวิสาหกิจชุมชน กอปรกับโมเดลพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อความยั่งยืน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ แผนปฏิบัติการด้านเกษตรและสหกรณ์ เพื่อเร่งดำเนินการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ส่งผลให้ประเทศสามารถ เติบโตได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลงและความซับซ้อนที่เพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับภาคเศรษฐกิจในชนบทที่ต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เกิดความสมดุลกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป และมีการพัฒนาแบบบูรณาการครอบคลุมด้านการผลิตและการตลาดซึ่งเกี่ยวข้องกับการปรับปรุง ยกระดับ เช่น การพัฒนารูปแบบของสินค้า คุณภาพสินค้า การแปรรูป การจัดการทรัพยากร และการเสริมพลังในการดำเนินงาน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ 2563; สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา, 2565) จากการขับเคลื่อนประเทศที่ผ่านมา ปัญหาด้านโครงสร้าง เศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่อกลุ่มเกษตรกรและแรงงานทั่วไปที่เป็นกลุ่มประชากรที่มีรายได้น้อย และไม่มั่นคงซึ่งโดยส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการขาดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ การวางแผนพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ ซึ่งการหาแนวทางแก้ไขปัญหาก็เป็นหนึ่งในความคาดหวังเพื่อให้ สอดรับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานใหม่เป็นไปในทิศทางบวกเพิ่มมากขึ้น และนำไปสู่การวางรากฐานที่ มั่นคงให้กับเศรษฐกิจไทยในอนาคต (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562; สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), 2559)

สถานการณ์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อนส่งผลกระทบต่อสินค้า การเกษตรด้านปศุสัตว์โคเนื้อที่มีผลผลิตตลอดทั้งปีโดยที่มีปริมาณมากในช่วงเดือนพฤษภาคมถึง มิถุนายน จากสถานการณ์และแนวโน้มสินค้าด้านปศุสัตว์ของประเทศไทย พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2564 การผลิตโคเนื้อของไทยมีแนวโน้มลดลงประมาณร้อยละ 1.24 ต่อปี ด้วยปัจจัยด้านโรคอุบัติใหม่ การเลี้ยงโคที่ขาดคุณภาพ และการเลี้ยงโคโดยอาศัยความเคยชิน อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2565 ด้วยปัจจัยด้านการส่งเสริมการเลี้ยงโคจากภาครัฐ การคลี่คลายของสถานการณ์โรคระบาด ราคาสินค้า ปรับตัวอยู่ในเกณฑ์ดีขึ้น และตลาดมีความต้องการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้ปริมาณการผลิตปรับเพิ่มขึ้น ประมาณร้อยละ 82.48 (สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดเชียงราย, 2564; ทะนุพงศ์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2562; ปศุศาสตร์ นิวส์, 2566)

ทั้งนี้ เพื่อการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัยจึงได้ให้ความสนใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ที่เป็น กิจกรรมทางเศรษฐกิจและเครื่องมือสำคัญของการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2557) โดยเริ่มจากวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพานที่สมาชิก มีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่ได้ โดยเน้นเกี่ยวกับการ ถนอมและแปรรูปอาหารที่สามารถเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารสู่ไทยแลนด์ 4.0 (จันทน์ ชีรเวชเจริญชัย, 2560) ดังนั้น ในการศึกษาวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยมีความสนใจทำการศึกษา เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อโคขุนแดดเดียวเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับวิสาหกิจชุมชนโดยเน้นใน ประเด็นบริบทของการแปรรูปสินค้าและการพัฒนาสินค้าแปรรูปโคเนื้อขุนที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มี มูลค่าเพิ่มมากขึ้นและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบันรวมทั้งเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่ม ได้อย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

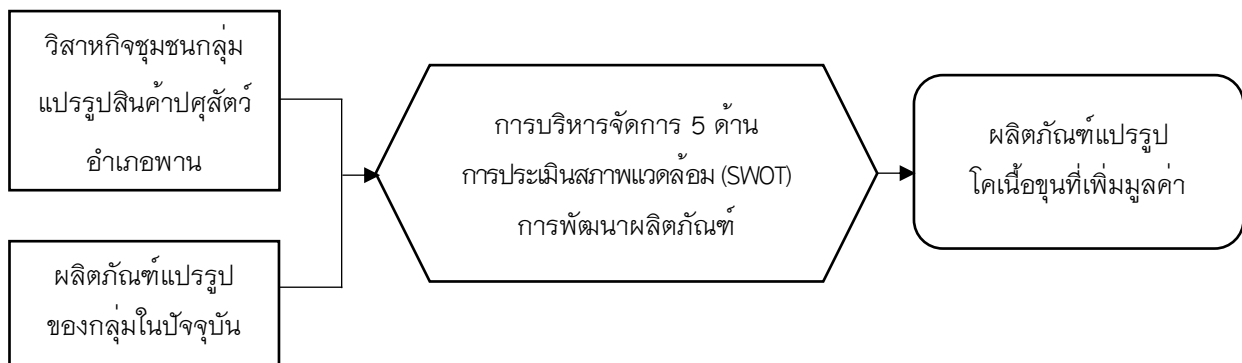
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของการแปรรูปสินค้าวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป สินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนที่เพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ดำเนินการวิจัยโดยใช้ 3 แนวคิดหลัก คือ 1) หลักการบริหารจัดการ 5 ด้านประกอบด้วย การผลิต (วัตถุดิบ เครื่องจักร ทรัพยากรบุคคล

วิธีการ) การเงิน (รายรับ รายจ่าย งบประมาณ) การตลาด (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด) บุคลากร (การสรรหาและการจัดการแรงงาน การอบรมและพัฒนา อัตราจ้าง ผลการทำงาน) และการมีส่วนร่วม (วางแผน การตัดสินใจ ผลประโยชน์ การประเมินผล) 2) การประเมินสภาพแวดล้อม (SWOT) (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค) และ 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีการพัฒนาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้ผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เคยมีในตลาดมาก่อน หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงจากผลิตภัณฑ์เดิม หรือเป็นผลิตภัณฑ์เลียนแบบซึ่งเกิดจากการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาดของกลุ่มและมีลักษณะเป็นสินค้าตามกระแส (Morales, 2022; Santoso, et al, 2021; ธนากรพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2565; HREX.asia, 2019; อรรถพล ปานอ่วม และคณะ, 2565; สำนักแรงงานสัมพันธ์, 2560; Team Pitchspot, 2020; Aksarapak, 2023; มศารัตน์ ยิ่งดำรง, 2562)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่วิจัย คือ ตำบลป่าหุ่ง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย และมีกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าปศุสัตว์ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย จำนวน 1 กลุ่ม ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงโดยพิจารณาจากการต่อยอดจากงานบริการวิชาการและการร้องขอรับการสนับสนุนเพิ่มเติมของวิสาหกิจชุมชนดังกล่าว ทั้งนี้ ได้ทำการเก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าปศุสัตว์ อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย จำนวน 17 คน (ประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม) และนักวิจัยจำนวน 3 คน โดยใช้เครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย การสัมภาษณ์ การสังเกต การสำรวจ และการประชุมแบบมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์ (กระบวนการ AIC) เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของการแปรรูปสินค้าและข้อมูลประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพานตามกรอบการบริหารจัดการ 5 ด้าน

และการสร้างมูลค่า หลังจากนั้น นำข้อมูลเชิงคุณภาพที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และเขียนบรรยายเชิงพรรณนาพร้อมตารางและภาพประกอบ

ผลการวิจัย

บริบทของการแปรรูปสินค้าวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย การวิจัย มีผลการวิจัยที่พบว่า

1) ข้อมูลทั่วไป พบว่า วิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน ตั้งอยู่ที่ 251 หมู่ 9 ตำบลป่าหุ่ง อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย จัดตั้งขึ้นจากการรวมกลุ่มของแม่บ้านที่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อโคขุน จำนวน 17 ราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินกิจกรรมแปรรูปสินค้าปศุสัตว์และสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาชิกให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ทำการจดทะเบียนอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2562 (รหัสทะเบียน : 6-57-05-08/1-0059) ปัจจุบันมีการแปรรูปโคเนื้อขุน เช่น เนื้อแดดเดียว (รสเค็มและรสหวาน) เนื้อเลียบ เนื้อสเต็ก แหนมเนื้อ และไส้อั่วเนื้อโคขุน เป็นต้น ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่มีการผลิตซ้ำกันกับวิสาหกิจชุมชนอื่นหรือชุมชนใกล้เคียง

2) ศักยภาพในการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์ ประกอบด้วย (1) การผลิต กระบวนการผลิตยังคงใช้วิธีการดั้งเดิม (การตากแดดและกลับด้านให้แห้ง) สมาชิกมีองค์ความรู้ด้านการแปรรูปสินค้าปศุสัตว์ มีเครื่องจักรขนาดเล็กที่เหมาะสมสำหรับการผลิตในปริมาณไม่มาก มีความพร้อมด้านวัตถุดิบเพราะมีเครือข่ายผู้เลี้ยงโคเนื้อโคขุนในพื้นที่และมีผู้ค้าเนื้อโคขุนที่สามารถสร้างความมั่นใจในวัตถุดิบได้ว่าเป็นเนื้อโคขุนที่มีคุณภาพมีมาตรฐานจากโรงเชือด (2) การเงิน มีการบันทึกรายรับ-รายจ่ายที่จดบันทึกโดยเลขานุการกลุ่มฯ งบประมาณได้รับการสมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ รวมทั้งมีการปันผลให้กับสมาชิกด้วยเช่นกัน (3) การตลาด สินค้าแปรรูปเนื้อโคขุนโดยมีเนื้อโคขุนแดดเดียวเป็นสินค้าหลักที่ขายดีจำหน่ายในราคา 100 บาท (150 กรัม/ถุง) ซึ่งจำหน่ายผ่านหน้าร้านบ้านประธานกลุ่มฯ และการออกงานแสดงสินค้าท้องถิ่น การส่งเสริมทางการตลาดส่วนใหญ่เป็นการบอกต่อและการซื้อซ้ำจากลูกค้ากลุ่มเดิม (4) บุคลากร ประธานกลุ่มได้รับการคัดเลือกจากสมาชิกและได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ สมาชิกส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ด้วยปัจจัยด้านการรวมกลุ่มและพัฒนา กลุ่ม โดยได้รับการพัฒนา/อบรมกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐ และได้รับค่าตอบแทนและผลประโยชน์จากการปันผลกำไร และ (5) การมีส่วนร่วม สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มฯ มีการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น และพร้อมสำหรับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป

3) ปัญหาจากการดำเนินงาน พบว่า กลุ่มฯ มีปัญหาทั้งในด้านการผลิต การเงิน การตลาด บุคลากร และการมีส่วนร่วม ได้แก่ การขาดองค์ความรู้ด้านการแปรรูป ความหลากหลายด้านรสชาติของสินค้า ขาดเครื่องมือ/เครื่องจักรที่ทันสมัย การบันทึกข้อมูลทางการเงินด้วยมือ (งบการเงิน

ผิดพลาดเนื่องจากการสืบทอดที่ข้อมูลในบางครั้ง) สินค้าไม่แตกต่างจากคู่แข่งชั้น การผลิตสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการ ขาดการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค ขาดการกำหนดกฎและกติกาในการบังคับใช้อย่างชัดเจนโดยส่วนใหญ่เป็นการลงมติกลุ่มเป็นครั้ง ๆ ไป และการขาดช่วงในการรวมกลุ่มเพื่อการแปรรูปสินค้าเพื่อจำหน่ายอันเนื่องจากฤดูกาลทำนาและอื่น ๆ เป็นต้น ทั้งนี้ ปัญหาด้านการผลิตและการตลาดถือเป็นปัญหาที่ควรได้รับการเร่งแก้ไขก่อนเป็นลำดับต้น

นอกจากนี้ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลต่อการขับเคลื่อนธุรกิจได้อย่างชัดเจนมากขึ้น จึงมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพิ่มเติมสรุปข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของกลุ่มฯ

จุดแข็ง (Strengths-S)	จุดอ่อน(Weaknesses-W)
- สมาชิกมีองค์ความรู้และประสบการณ์ในการแปรรูปสินค้าอื่น (แหนมหมู ลูกชิ้นหมู) ที่สามารถนำมาปรับใช้กับการแปรรูปเนื้อโคขุนแดดเดียว - มีสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานภาครัฐ - มีเครือข่ายด้านวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต - สามารถควบคุมต้นทุนได้เนื่องจากมีวัตถุดิบในพื้นที่ - เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อโคขุนแปรรูปเพียงรายเดียวสำหรับการค้าในชุมชน	- การแปรรูปเนื้อโคขุนของกลุ่มฯ ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด - ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ยังไม่มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้น - การผลิตใช้เวลาค่อนข้างนาน - กลุ่มฯ มีเงินลงทุนและเงินหมุนเวียนน้อย - กลุ่มฯ มีการบริหารจัดการที่ยังไม่ค่อยเป็นระบบ
โอกาส (Opportunities-O)	อุปสรรค (Threats-T)
- กลุ่มธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม และผู้บริโภคเนื้อโคขุนมีความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคขุนค่อนข้างสูง - ชุมชนมีวิสาหกิจชุมชนเลี้ยงโคเนื้อขุนซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ - การจัดงานที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ - การจัดกิจกรรม/โครงการ การอบรม และการพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาในพื้นที่	- คู่แข่งขันรายใหญ่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี - การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐ - สถานการณ์โรคระบาดในสัตว์ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการบริโภคของผู้บริโภค - การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศส่งผลต่อการผลิต - สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลทำให้มีการจำกัดการจัดกิจกรรม

จากตารางข้างต้น พบว่า กลุ่มสามารถนำจุดแข็งมาใช้ประโยชน์เพื่อทำให้กลุ่มฯ มีความโดดเด่นความเข้มแข็ง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และขับเคลื่อนต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม

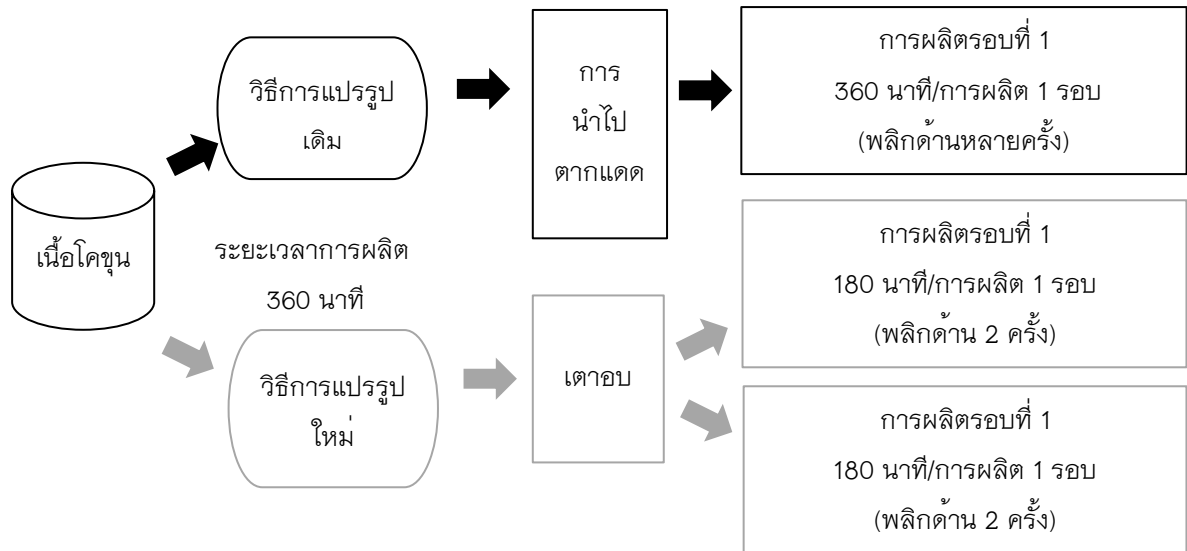
จุดอ่อนที่มีอยู่นี้ กลุ่มฯ ควรปรับปรุง/พัฒนาการดำเนินงานเพื่อลดจุดอ่อนโดยอาจใช้โอกาสที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์และหาแนวทางป้องกันอุปสรรคภายนอกที่ส่งผลกระทบเชิงลบให้การดำเนินงานของกลุ่มฯ ได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ซึ่งมุ่งเน้นในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นในด้านการผลิตและการตลาด ผลการวิจัยพบว่า

1) ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุน พบว่า จากปัจจัยด้านความนิยมและมีการตอบรับของผู้บริโภคเป็นอย่างดี องค์ความรู้ด้านการแปรรูปสมาชิกที่มีอยู่ ขั้นตอนการผลิตที่ไม่ซับซ้อนและทำได้โดยง่าย และความต้องการพัฒนารสชาติเนื้อแดดเดียวให้มีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้สมาชิกกลุ่มฯ ตัดสินใจร่วมกันและเล็งกระบวนการความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนประเภทเนื้อโคขุนแดดเดียวสำหรับการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ และนำองค์ความรู้ที่ได้รับเพิ่มเติมไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและรองรับความต้องการของผู้บริโภคได้เพิ่มมากขึ้น

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุน มี 3 ส่วนหลัก คือ การปรับปรุงกระบวนการผลิตเนื้อโคขุนแดดเดียว การปรับปรุงลักษณะ/รูปแบบการแปรรูปเนื้อโคขุนแดดเดียว และการพัฒนารสชาติเนื้อโคขุนแดดเดียว ผลการวิจัยพบว่า

กระบวนการผลิตสำหรับในปัจจุบันสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนประเภทเนื้อโคขุนแดดเดียวผลิตด้วยการตากแดดและพลิกกลับด้านเพื่อให้แห้งเป็นหลัก ซึ่งใช้เวลาในการตากและการพลิกด้านเนื้อทั้งวันหรืออย่างน้อยประมาณ 6 ชั่วโมง (หากแดดแรง) ซึ่งคิดเป็นระยะเวลาการผลิตจำนวน 360 นาทีสำหรับการผลิตต่อรอบ อีกทั้ง ในบางช่วงเวลากะบวนการผลิตอาจได้รับผลกระทบจากสภาพภูมิอากาศแปรปรวน (ฝนตก แดดน้อย ความชื้นสูง) ซึ่งส่งผลทำให้คุณภาพของวัตถุดิบในระหว่างกระบวนการผลิตลดลงได้เช่นกัน การเลือกใช้พลังงานความร้อนรูปแบบอื่นเพื่อทำให้วัตถุดิบแห้งตามต้องการจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สามารถลดปัจจัยเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้สูงขึ้น ดังนั้น การอบแห้งด้วยตู้อบเป็นกระบวนการแปรรูปจากพลังงานความร้อนอื่นที่ถูกนำมาใช้เพื่อทดแทนการตากแดด ซึ่งผลลัพธ์จากการทดสอบและทดลองร่วมกันเป็นไปในทิศทางบวก คือ การใช้ตู้อบสามารถประหยัดเวลาในการผลิตได้ประมาณ 50% เพราะการอบเนื้อใช้เวลา 180 นาที (ทำการอบจำนวน 2 ครั้ง ๆ ละ 90 นาที เพื่อพลิกด้าน) และสามารถเพิ่มจำนวนรอบในการผลิตสินค้าได้ด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 2 ผลลัพธ์จากการแปรรูปเนื้อโคขุนแดดเดียวด้วยวิธีที่แตกต่างกัน

ที่มา: จัดทำโดยคณะผู้วิจัย (2566)

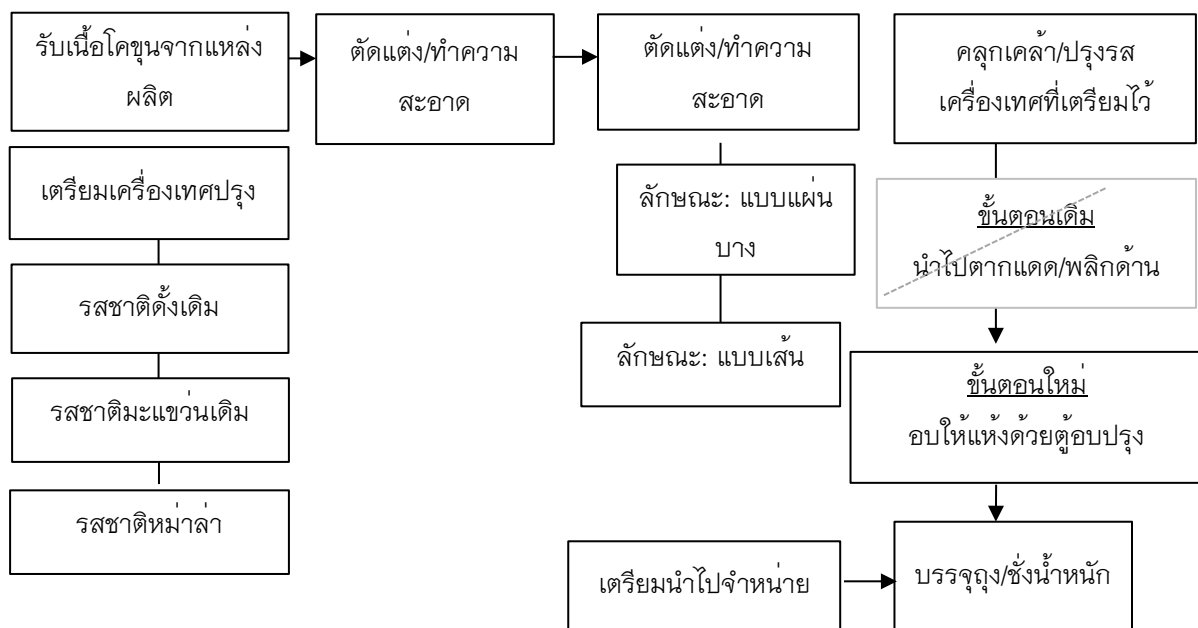
ลักษณะหรือรูปแบบการแปรรูปในปัจจุบันสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อโคขุนประเภทเนื้อโคขุนแดดเดียวเป็นเนื้อแดดเดียวแบบแผ่น ซึ่งการพัฒนาลักษณะหรือรูปแบบการแปรรูปได้คำนึงถึงปัจจัยด้านการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าที่มีอยู่ ความสะดวกในการรับประทาน และการเพิ่มเนื้อสัมผัสที่หนานขึ้นของเนื้อแดดเดียว เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยดังกล่าวแล้ว เนื้อแดดเดียวที่มีลักษณะแบบแผ่นจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับการพัฒนารูปแบบการแปรรูปได้ ดังนั้น เนื้อโคขุนแดดเดียวจึงถูกผลิตขึ้นเป็น 2 รูปแบบ คือ 1) เนื้อแดดเดียวแบบแผ่น และ 2) เนื้อแดดเดียวแบบเส้น

รสชาติของผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อโคขุนประเภทเนื้อโคขุนแดดเดียวปัจจุบัน คือ เนื้อแดดเดียวรสดั้งเดิม เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ การนำวัตถุดิบที่มีอยู่และสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นมาใช้ และการรับกระแสความนิยมในพื้นที่ รสชาติใหม่ที่ถูกพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เนื้อแดดเดียวจำนวน 2 รสชาติ คือ 1) เนื้อแดดเดียวรสชาติมะเขว่น (วัตถุดิบท้องถิ่น) และ 2) เนื้อแดดเดียวรสชาติหม่าล่า (วัตถุดิบตามกระแสนิยมในพื้นที่)

จากข้อมูลข้างต้น สามารถสรุปการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อโคขุนให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (ตารางที่ 2) และสรุปกระบวนการผลิตที่ได้รับการพัฒนาโดยภาพรวม (ภาพที่ 3) ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

ประเด็น	เดิม	ใหม่
กระบวนการผลิต	- การตากแดดและพลิกกลับด้านเพื่อให้แห้ง - การผลิตต่อรอบ 360 นาที	- การอบแห้งด้วยตู้อบ - การผลิตต่อรอบ 180 นาที (อบ 2 ครั้ง ๆ ละ 90 นาที)
ลักษณะ/รูปแบบการแปรรูป	- เนื้อแดดเดียวแบบแผ่น	- เนื้อแดดเดียวแบบเส้น
รสชาติ	- รสต้นตำรับ	- รสมะแขว่น - รสหม่าล่า



ภาพที่ 3 กระบวนการผลิตที่ได้รับการพัฒนาโดยภาพรวม

ที่มา: จัดทำโดยคณะผู้วิจัย (2566)

นอกจากนี้ จากการติดตามผลภายหลังการวิจัยเสร็จสิ้น สมาชิกกลุ่มได้พัฒนารสชาติเพิ่มเติมใหม่เพิ่มขึ้นอีก 1 รสชาติ ซึ่งใช้วัตถุดิบและเครื่องเทศที่มีอยู่และหาได้ง่ายในท้องถิ่น จึงทำให้ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เนื้อโคขุนแดดเดียวของวิสาหกิจชุมชนฯ ดังกล่าว มีทั้งหมด 4 รสชาติที่พร้อมนำออกจำหน่ายในตลาด ได้แก่ รสดั้งเดิม รสมะแขว่น รสหม่าล่า และรสลาบ

อภิปรายผลการวิจัย

บริบทของการแปรรูปสินค้าวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย พบว่า การศึกษาถึงบริบทของการแปรรูปสินค้าวิสาหกิจชุมชนแปรรูปสินค้าปศุสัตว์อำเภอพาน ตามหลักการประเมินสภาพแวดล้อมและหลักการบริหารจัดการ 5 ด้าน ทำให้ทราบถึงประเด็นด้าน

ศักยภาพ ปัญหา และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค) ทั้งนี้ จากศักยภาพในการบริหารจัดการทางด้านการผลิต การเงิน การตลาด บุคลากร และการมีส่วนร่วม ที่มีอยู่ในปัจจุบันชี้ให้เห็นได้ว่าการดำเนินการโดยภาพรวมของวิสาหกิจชุมชน ยังไม่เป็นระบบ เท่าที่ควรส่งผลให้การบริหารจัดการในแต่ละด้านยังปรากฏปัญหาให้เห็นได้บางส่วน ดังนั้น หากปัญหา จุดอ่อน อุปสรรคที่มีนั้นได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมแล้ว วิสาหกิจชุมชน จะสามารถ ขยับเคลื่อนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลการศึกษาได้สอดคล้องกับที่ นุชนาถ ทับครุฑ, ศุภพิชญ์ บุญเกื้อ, และอรอนงค์ อาภา (2563) ที่กล่าวว่า ความสำเร็จของ วิสาหกิจชุมชนอาจเกิดขึ้นได้จากการพัฒนาปัจจัยภายในองค์กร เช่น การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาทักษะ ในการปฏิบัติงาน การมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ความสามารถ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ ในกระบวนการผลิต และความพยายามลดต้นทุนในการดำเนินงาน เป็นต้น เพื่อให้กิจการมีกำไรและ อยู่ได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งได้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นฤมล อนุสรณ์พัฒน์ และชนนิตี พุ่มพฤษ (2565) ที่กล่าวถึง ทางรอดของวิสาหกิจชุมชนแนววิถีใหม่หลังวิกฤต COVID-19 ของไทย เช่น การคิด ร่วมมือ วิเคราะห์สภาพปัญหาและหาทางออกร่วมกันได้เป็นอย่างดี การฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่เชื่อมโยง กับวิสาหกิจชุมชนที่มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนโดยการสร้าง มูลค่าเพิ่มสินค้าในชุมชนและสินค้าทางการเกษตร การจัดหาวัตถุดิบในการผลิตที่มีในท้องถิ่น การจัดการด้านงบประมาณการผลิต และการจัดการกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนที่มีคุณภาพ เป็นต้น โดยแนวทางการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนเพิ่มเติม คือ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและ คนในชุมชนได้นำเอาเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ด้านเทคโนโลยี โมเดลทางธุรกิจ และการบริหารจัดการ มาใช้เพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ทั้งในภาคเกษตรหรือภาคอุตสาหกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปสินค้า ปศุสัตว์อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย ซึ่งจากความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนของ วิสาหกิจชุมชนที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นอันดับแรกซึ่งนำไปสู่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปโคเนื้อขุนทั้งในด้านของกระบวนการผลิตที่ใช้การอบแห้งด้วยตู้อบที่ถูก นำมาใช้เพื่อทดแทนการตากแดด ด้านลักษณะหรือรูปแบบการแปรรูปที่มีการทำเนื้อแดดเดียวที่มี ลักษณะแบบเส้นเพิ่มเติม และด้านรสชาติที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่ คือ รสชาติมะเขว่น และรสชาติหมาล่า ได้สอดคล้องกับ สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2563) ที่กล่าวว่า การพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมหรือการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นการสร้างมูลค่าที่เน้นตัวผลิตภัณฑ์ ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์เดิมหรือคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอาศัยการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การสร้างเครื่องหมายการค้า การปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นนวัตกรรม เป็นต้น นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับที่กรมส่งเสริม

การเกษตร (2563) ได้กล่าวว่า การเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารสามารถทำได้ในหลายมิติ อาทิ การใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบ การลดการสูญเสีย การเพิ่มประสิทธิภาพในการแปรรูปด้วยเครื่องจักรและอุปกรณ์ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความแตกต่างเพื่อการสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจ ซึ่งการแปรรูปหรือเพิ่มมูลค่าสามารถทำให้วัตถุดิบอยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมกับการบริโภค การเกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีรูปแบบและรสชาติต่างไปจากเดิม และช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารได้ อีกทั้ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของพรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ (2563) ที่กล่าวว่า แนวทางการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มดำเนินการ 3 แนวทาง ได้แก่ การเพิ่มมูลค่าเชิงปริมาณโดยเพิ่มหน่วยการผลิตหรือเพิ่มจำนวนรอบในการผลิตที่ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้น การเพิ่มมูลค่าเชิงคุณภาพโดยเพิ่มคุณลักษณะที่ทำให้คุณภาพที่ดีซึ่งสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น และการเพิ่มโอกาส/ทางเลือกตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยการดัดแปลงและใช้แนวทางการสร้างสรรค์ให้มีความแตกต่างจากเดิม ซึ่งเป็นแนวทางที่ทำให้เกิดผลตอบแทน/รายได้ ลดรายจ่าย และสร้างโอกาสให้แก่ผู้ผลิตได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) วิสาหกิจชุมชน บริหารจัดการด้านการผลิต การเงิน การตลาด บุคลากร และการมีส่วนร่วมตามทรัพยากรและศักยภาพที่มีอยู่และพบปัญหาบางส่วนที่เกิดขึ้นจากหลายปัจจัย อาทิ องค์ความรู้ใหม่ในการแปรรูป/ผลิต อุปกรณ์ที่ทันสมัย คู่แข่งขันในตลาด ความต้องการของผู้บริโภค ความชัดเจนของกฎระเบียบในการดำเนินงาน และการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งปัญหานี้สามารถส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจต่อเนื่องไปในอนาคตได้ หากไม่ได้รับการแก้ไขอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ปัญหาบางส่วนได้รับการแก้ไขหรือได้รับคำแนะนำเบื้องต้นจากการทำงานร่วมกันสำหรับการวิจัยในครั้งนี้แล้ว ซึ่งวิสาหกิจชุมชน สามารถนำไปปรับใช้เพื่อดำเนินการแก้ไขต่อเนื่องให้เห็นผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจน ดังนั้น วิสาหกิจชุมชน ควรดำเนินการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น กำหนดระยะเวลาดำเนินการ และแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ จากผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน แล้ว ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำมาใช้สำหรับการวางแผนงานที่สอดคล้องกับการบริหารจัดการในแต่ละด้านของวิสาหกิจชุมชน ได้

2) จากการพัฒนากระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้น วิสาหกิจชุมชน ควรนำองค์ความรู้ด้านการแปรรูปไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงสูตรการทำผลิตภัณฑ์อื่นเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง และเป็นการสร้างความสามารถทางการแข่งขันโดยการเป็นเจ้าของตลาดสินค้าที่ได้รับการพัฒนา นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชน อาจมองหาโอกาสใหม่ที่มีอยู่เพื่อเป็นอีกแนวทางในการเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่ม

โดยกลุ่มเป้าหมายใหม่ที่น่าสนใจ คือ กลุ่มธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม และร้านอาหารกึ่งบาร์ขนาดเล็กที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคขุนสำหรับจำหน่ายเป็นอาหารหรือกับแกล้มได้เช่นกัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ คือ การแปรรูปและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ทั้งกระบวนการผลิต รูปแบบ และรสชาติที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อโคขุนประเภทเนื้อแดดเดียวและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพิ่มเติม โดยควรให้ความสำคัญกับการควบคุมกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปสามารถมุ่งเน้นในประเด็นเกี่ยวกับความคิดเห็นหรือผลการตอบรับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา และสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงาน รวมทั้งการศึกษาด้านการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจเพื่อเสริมความเข้มแข็งและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2563). *การแปรรูปผัก ผลไม้ เพื่อเพิ่มมูลค่า*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: กลุ่มโรงพิมพ์ สำนักพัฒนาการถ่ายทอดเทคโนโลยี.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2557). *การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการเข้าสู่ AEC*. เอกสารวิชาการที่ 4/2557. สืบค้นเมื่อ 2 เมษายน 2566, จาก <https://esc.doae.go.th/wp-content/uploads/2018/12/AEC.pdf>
- จันทน์ ชีวเวชเจริญชัย. (2560). การพัฒนาการถนอมและแปรรูปอาหารสุไทย์แลนด์ 4.0. *วารสารร่วมพฤษ มหาวิทยาลัยเกริก*, 35(1), 55-70.
- ทะนุพงศ์ กุสุมา ณ อยุธยา. (2562). *กลุ่มวิสาหกิจเลี้ยงโคขุน อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย เน้นขุนโคคุณภาพ เจาะตลาดชัดเจน ขายได้แน่ ราคามั่นคง*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2566, จาก https://www.technologychaoban.com/livestock-technology/article_130646
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2565). *การวางแผนทางการเงิน*. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2567, จาก <https://wdev.smebank.co.th/2022/02/17/การวางแผนทางการเงิน/>.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และชนนต์ดี พุ่มพฤษ. (2565). ทางรอดและแนวทางการปรับตัวของวิสาหกิจชุมชนแนววิถีใหม่หลังวิกฤติ COVID-19 ของไทย. *วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 9(1), 1-19.

- นุชนาถ ทับครุฑ, ศุภพิชญ์ บุญเกื้อ, และอรอนงค์ อาภา. (2563). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดตรังเพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จ(รายงานการวิจัย). วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- ปศุศาสตร์ นิวส์. (2566). สถานการณ์และแนวโน้ม “โคเนื้อ” ปี 2566 ไทยและต่างประเทศ. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2566, จาก <https://pasusart.com/สถานการณ์และแนวโน้ม-โค/>.
- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2563). การประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์มะพร้าวตามแนวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 7(1), 95–108.
- มคาร์ศน์ ยิ่งดำรง. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (New Product Development) สำหรับธุรกิจรับจ้างผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า*. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2559). *คู่มือการส่งเสริมการพัฒนา “ระบบเศรษฐกิจฐานราก”*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). สำนักสนับสนุนขบวนการองค์กรชุมชน และสำนักสื่อสารการพัฒนา สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน).
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2563). *การสร้างมูลค่า (Value Creation)*. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2565, จาก https://designtechnology.ipst.ac.th/wp-content/uploads/sites/83/2020/01/4_02การสร้างมูลค่า-1.pdf
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (2563). *BCG Economy Model คืออะไร*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2566, จาก https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/what-is-bcg-economy-model/
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎามนตรี. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570)*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2566. จาก https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (16) ประเด็น เศรษฐกิจฐานราก (พ.ศ. 2561–2580. การผลิตโคเนื้อของปี 2564*. สืบค้นเมื่อ 30 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.facebook.com/cpfffeed/photos/a.221040401253166/3856908650999638/?type=3>.
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- สำนักแรงงานสัมพันธ์. (2560). *การบริหารแบบมีส่วนร่วม*. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2567, จาก <https://relation.labour.go.th/attachments/category/81/0413.pdf>.
- อรรถพล ปานอ่วม, นันทพงศ์ หมีเหละหมั่น, วรดิษฐ์ เดชปานประสงค์ และกรรณก วิเศษสุวรรณ. (2565). *การบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษากลุ่มเครือข่ายโรงเรียนที่ 30 สังกัดสำนักการศึกษา สำนักงานเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 8(1), 143–155.
- Aksarapak C. (2023). *กลยุทธ์การตลาด 4P [Marketing Mix] คืออะไร? พร้อมตัวอย่างวิเคราะห์แบบ Step – by – Step*. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2567, จาก <https://contentshifu.com/blog/4p-marketing-mix>.
- HREX.asia. (2019). *การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management: HRM) หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กรยุคปัจจุบัน*. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2567, จาก <https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/th-whatishrm-190117/>.
- Morales. (2022). *Learn What is 4M Root Cause Analysis Element and Know How to Use and Create One*. Retrieved 15 March 2023, from <https://www.mindonmap.com/blog/4m-method/>.
- Santoso, S., Anjelal, L., Alvionita, U., Farmansyah, Etlanda, K. A., & Fatmawati, A. A. (2021). The Role of Risk Management in Management in Minimizing Black Stain Through the FMEA Approach at PT MPZ. *Rakayasamesin*, 12(3), 733–745.
- Team Pitchspot. (2020). *What is a SWOT Analysis and How to Do It Right (with Examples!)*. Retrieved 15 August 2024, from <https://medium.com/pitchspot/what-is-a-swot-analysis-and-how-to-do-it-right-with-examples-8de1d8a5f3b7>.