การพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา

The Development of Potential in Production Process and Marketing of Freshwater Fish Products Processing Community Enterprise, Baan Ta Pha Yao Tan To District, Yala Province

กัลยรัตน์ พินิจจันทร์* ปวีณา เจะอารง[2] ธีรยุทธ มูเล็ง[3] ฐานกุล กุฏิภักดี[4] และอับดุลเราะห์มาน สาและ[5]

Ganyarat Pinichchan* Paweena Jeharrong[2] Teerayuth Muleng[3] Thanakul Kutipakdee[4] and Abdulrohman Salae[5]

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สถานภาพการดำเนินงานและพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยรวบรวมข้อมูลร่วมกับประธานและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 10 คน ด้วยการสำรวจพื้นที่ สังเกต สนทนากลุ่ม และสัมภาษณ์เชิงลึก งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพการดำเนินงาน 1) กระบวนการผลิต วัตถุดิบหลักมีในท้องถิ่นแต่ปริมาณไม่แน่นอน กระบวนการผลิตยังไม่ถูกสุขลักษณะ มีปัญหาด้านการเก็บรักษาวัตถุดิบ การทำให้แห้งโดยใช้แสงอาทิตย์ คุณภาพการผลิตไม่คงที่ ผลิตสินค้าได้น้อย 2) การตลาด ขาดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลายและยังไม่ได้กำหนดจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ไม่มีตราสินค้า บรรจุภัณฑ์มีความเสี่ยงต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ และฉลากไม่มีการแสดงรายละเอียดของสินค้าและการรับรองมาตรฐาน ไม่ได้กำหนดราคาที่มาจากการคำนวณต้นทุนและกำไร ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลการพัฒนาศักยภาพปรากฏดังนี้ 1) กระบวนการผลิต กลุ่มได้รับการพัฒนากระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานด้านสุขอนามัยที่ดี สร้างความเชื่อมั่น ทำให้มียอดการผลิตเพิ่มขึ้น 2) การตลาด มีผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้า มีบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บรักษาสินค้าได้ดีขึ้น มีฉลากที่แสดงรายละเอียดของสินค้า เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และแบบออฟไลน์ ควบคู่กับการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการสื่อสารผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย

คำสำคัญ : การพัฒนาศักยภาพ กระบวนการผลิต การตลาด

---

*,3,5 อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

*,3,5 Lecturer, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

2,4 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2,4 Assistant Professor, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

ganyarat.p@yru.ac.th, Paweena.j@yru.ac.th, teerayuth.m@yru.ac.th, thanakul.r@yru.ac.th, abdulrohman.s@yru.ac.th

Abstract

The objective of this research had analyzed the operational status and developed potential of production process and marketing of freshwater fish products processing community enterprise, Baan Ta Pha Yao Tan To district, Yala province. This is Participatory action research. Data were collected with 10 members of the community enterprise and using area survey, observation, focus group and in-depth interview. A content analysis was used for data analysis. The study of this research found that there was problems in production and marketing process: 1) Production process was using local source but the quantity was uncertain, the production process was not hygienic, problem in the storage of raw materials, drying in sunlight cause to unstable production quality and less productive. 2) Marketing was not analyzed business environment. lack of product variety and differentiation, decreased product quality due to packaging problems, lack of brand and product certification detail on label, pricing was not analyze costs and profits, distribution channels could not reach the target customers. The potential development results were as follows: 1) Production process was develop according to hygiene standards, resulting in increased production volumes and customers' confidence in the product. 2) Marketing strategies was develop based on target customer needs such as new product that create added value, quality packaging, product detail on label, communication and distribution of offline and online channels.

Keywords : The Development of Potential, Production Process, Marketing

1. บทนำ

ชุมชนบ้านตาพะเยา ตำบลแม่หวาด อำเภอธารโต จังหวัดยะลา เป็นชุมชนที่อยู่เหนือเขื่อนบางลาง ซึ่งเป็นแหล่งน้ำขนาดใหญ่ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยปลาและสัตว์น้ำจืดนานาชนิด ทำให้ชาวบ้านที่นี่มีรายได้เสริมจากการทำประมงพื้นบ้าน โดยเฉพาะสินค้าแปรรูปที่ขึ้นชื่ออย่างมาก คือ ปลาส้มและปลากระโดดแดดเดียวที่ขายดี ชาวบ้านพบว่าในเขื่อนมีปลากระโดดจำนวนมาก โดยเฉพาะเวลานั่งเรือจะเห็นปลากระโดดอยู่ข้าง ๆ จึงเรียกว่า “ปลากระโดด” บางพื้นที่ก็เรียกปลาตับเต่า ชาวบ้านได้ใช้สวิงมาตักปลาไปทอดกิน รสชาติอร่อย จึงบอกต่อกันไป ทำให้มีการจับปลากระโดดเพื่อนำมาแปรรูปเป็นปลาแดดเดียว จนขายดีเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในพื้นที่และประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซีย (ไทยรัฐออนไลน์, 2561 : เว็ปไซต์) จากการสืบค้นข้อมูลของกรมประมง (2561) พบว่า ปลากระโดด บางพื้นที่เรียกว่าปลาตับเต่า มีชื่อสามัญภาษาไทยว่า “ปลากระทุงเหวแม่หม้าย” ชื่อสามัญภาษาอังกฤษ Spotted Halfbeak ลักษณะเป็นปลาผิวน้ำ ชอบอาศัยอยู่ตามชายฝั่งและอยู่รวมกันเป็นฝูง สามารถกระโดดได้ไกลและรวดเร็ว ลักษณะของลำตัวเป็นแท่งยาวเรียวคล้ายแท่งดินสอ ปากล่างเรียวยาวคล้ายเข็ม ริมฝีปากบนมีลักษณะเป็นรูปสามเหลี่ยมและมีขนาดสั้นกว่าปากล่างมาก ฟันซี่เล็ก ๆ และมีฟันบดตรงบริเวณขากรรไกร ลำตัวเป็นสีฟ้าอมเทา ด้านท้องและแถบข้างลำตัวเป็นสีบรอนซ์เงิน มีบั้งสีดำพาดขวางประมาณ 4-9 แถบ

อรพิณ พรหมศักดิ์ (สัมภาษณ์ : 2562) เล่าว่า การจับปลาปลากระโดดจะจับเวลาพลบค่ำ โดยชาวบ้านนำเรือออกไปในเขื่อนแล้วเปิดไฟให้ปลาเข้ามาที่เรือเพราะปลาจะชอบเล่นไฟ อุปกรณ์ที่ใช้จับปลาคือสวิง หรือตาข่ายดักที่ชาวบ้านประดิษฐ์ขึ้นเองตามภูมิปัญญา เป็นการนำตาข่ายมาผูกกับตะแกรงสี่เหลี่ยมประกอบเข้ากับแคมเรือทั้งสองข้างเรี่ยไปกับท้องน้ำ เมื่อเรือเริ่มแล่นก็จะส่องไฟฉายให้แสงสว่างบริเวณปากตาข่าย ปลาก็จะกระโดดเข้ามา ซึ่งแต่ละคืนเรือ

หนึ่งลำจะสามารถจับปลาได้ประมาณ 5-10 กิโลกรัม เมื่อนำมารวมกัน เฉลี่ยคืนละ 80-100 กิโลกรัม การจับปลามีวิธีการเปลี่ยนแปลงมาเรื่อย ๆ โดยเริ่มแรกใช้การตักด้วยสวิง จะตักได้น้อย จึงได้คิดค้นวิธีการใช้เรือลากและทำสวิงให้ใหญ่ขึ้น แต่มีปัญหาในช่วงพระจันทร์เต็มดวงปลาจะไม่เข้าสวิง และมีปลาตัวเล็ก ๆ ติดมาด้วย จึงดัดแปลงสวิงให้มีตาข่ายขนาดใหญ่ขึ้นที่ 1.5 - 1.7 เซนติเมตร ซึ่งจะทำให้ปลาสามารถวางไข่ได้ตลอดทั้งปี ความสมบูรณ์ของแหล่งน้ำเขื่อนบางลางทำให้ชาวบ้านจับปลาได้ตลอดปี และนำปลามาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชน โดยจะทำเป็นปลาแดดเดียว ชาวบ้านจะช่วยกันแปรรูปตามแบบชาวบ้านคือ หักปากส่วนที่ยาวออก ขอดเกล็ด ผ่าท้อง ต้องทำทีละตัว แล้วล้างทำความสะอาด แช่น้ำเกลือ ตากแดด 1 วัน แล้วนำมาขายกิโลกรัมละ 250-300 บาท แบ่งบรรจุถุงขาย ถุงละ 50 บาท โดยจะวางขายในแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนบางลาง บริเวณเขื่อนนั้น นายสว่าง ลิ่ววิวัฒน์ ผู้ใหญ่บ้าน บ้านตาพะเยา ต.แม่หวาด อ.ธารโต จ.ยะลา ได้จัดการท่องเที่ยวล่องแพชมธรรมชาติในเขื่อนบางลาง ที่มีนักท่องเที่ยวจากชาวไทยและจากประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์จะเข้ามาท่องเที่ยวกันเป็นครอบครัว ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของผลิตภัณฑ์ปลากระโดดแดดเดียว

ชาวบ้านได้รวมตัวกันเป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าแปรรูป โดยตั้งชื่อกลุ่มว่า กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา โดยมีอรพิณ พรหมศักดิ์ เป็นประธานกลุ่ม ได้ร่วมกันจดทะเบียนเป็นกลุ่มโอทอป ของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอธารโต จังหวัดยะลา และชุมชนได้รับการสนับสนุนตู้อบขนาดใหญ่จากโครงการ 9101 ตามรอยเท้าพ่อ ภายใต้ร่มพระบารมีเพื่อการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีงบประมาณจากโครงการคูปองวิทย์เพื่อโอทอปและสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ที่ให้การสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้เข้าไปเยี่ยมชมกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา พบว่า การผลิตดำเนินงานได้ช้า เนื่องจากต้องอาศัยแสงแดดในการตากปลา ประสบปัญหาฝนตก ปลาแห้งช้าและขึ้นรา และกำลังการผลิตส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ นอกจากนี้ทางกลุ่มผลิตสินค้าออกมาได้ผลิตภัณฑ์เดียวคือ ปลาแดดเดียว ซึ่งบางครั้งลูกค้าต้องการสินค้าที่มีความหลากหลาย จึงต้องการให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบและรสชาติที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานส่งทันตามคำสั่งซื้อพร้อมทั้งการพัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยการพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา มีการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

การพัฒนากระบวนการผลิต

รุจิพร เจริญศรี และคณะ (2559) ได้กล่าวถึงกระบวนการผลิตว่าประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นสำหรับการสร้างผลงานตามวัตถุประสงค์ และเป็นไปตามที่ลูกค้าหรือตลาดต้องการ ซึ่งองค์ประกอบหลักประกอบด้วย (1) ปัจจัยนำเข้า (Input) คือทรัพยากรขององค์การที่ใช้ผลิตผลิตภัณฑ์และบริการทั้งที่เป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตน เช่น วัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการออกมาแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้ (2) กระบวนการแปรสภาพ (Conversion Process) เป็นขั้นตอนที่ทำให้ปัจจัยนำเข้าที่ผ่านเข้ามาเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ และ (3) ผลผลิต (Output) เป็นผลลัพธ์จากการแปรสภาพปัจจัยนำเข้า จนได้เป็นผลผลิตที่มีมูลค่าสูงกว่าปัจจัยนำเข้าที่ใช้รวมกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้อาจจะเป็นสินค้าสำเร็จรูป (Goods) หรือเป็นส่วนประกอบสำหรับการผลิต หรืออาจเป็นในรูปของการบริการ (Services) ก็ได้ ซึ่งหากองค์กรต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามมาตรฐาน เป็นไปตามคุณลักษณะที่กำหนดไว้ การควบคุมคุณภาพการผลิตมีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นไป

ตามความต้องการของลูกค้า (เฉลิมชัย อุทการ และคณะ, 2557) สอดคล้องกับเกศราภรณ์ สังขมณี และคณะ (2555) กล่าวว่า กิจกรรมการควบคุมการผลิตจะเริ่มตั้งแต่ปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต จนสำเร็จออกมาเป็นผลผลิตหรือสินค้า ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การจัดการการผลิตเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เช่นเดียวกับธันยมัย เจียรกุล (2557) กล่าวว่า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและจริงจังในการปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการผลิต โดยนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยแต่ต้นทุนไม่สูงเข้ามาช่วยในกระบวนการผลิต อีกทั้งควรเน้นการพัฒนาศักยภาพในการผลิตหรือสร้างผลิตภาพเพื่อการรองรับคำสั่งซื้อที่มีคราวละมาก ๆ และเน้นการผลิตที่ให้ได้รับรองมาตรฐานสินค้า สอดคล้องกับอัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ (2558) กล่าวว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ ขาดการวางแผนการดำเนินงาน ขาดแคลนวัตถุดิบ และไม่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตที่ใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น การพัฒนาฝีมือแรงงานโดยการฝึกอบรมทักษะและเทคนิคในการผลิต ให้ไปสู่การได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อรับประกันว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมีการควบคุมการผลิตและการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนการปรับปรุงคุณภาพให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจต่อไป (ชมพูนุท ศรีพงษ์ และคณะ, 2561; รักประชา ธิศาเวช และคณะ, 2560)

การพัฒนาการตลาด

การตลาดเป็นกระบวนการในการสร้างคุณค่าร่วมกับลูกค้า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า ทั้งนี้ เครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ประกอบการสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ คือส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ คือสิ่งที่เสนอขายเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งการเสนอผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย การตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ การรับประกัน ฯลฯ 2) ราคา เป็นจำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ลูกค้าจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ ดังนั้น ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาถึงกลยุทธ์ในการกำหนดราคา 3) การจัดจำหน่าย เป็นกระบวนการดำเนินการให้สินค้าไปถึงมือของลูกค้า ซึ่งการจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการได้แก่ ลักษณะสินค้า การกำหนดตำแหน่งสินค้าของตนเอง ความเหมาะสมในการนำเสนอ ต้นทุนของการนำเสนอขาย ทั้งนี้ กลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายได้แก่ การฝากขาย การใช้ตัวแทนจัดจำหน่าย การขายสินค้าเอง และการขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และ 4) การส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งของส่วนประสมการตลาด มีวัตถุประสงค์หลัก คือ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ของสินค้า ชักชวนให้ลูกค้าทดลองใช้สินค้า และให้ผู้บริโภคจดจำประโยชน์ของสินค้าที่ใช้ได้ องค์ประกอบของการส่งเสริมการตลาด คือ การโฆษณา การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายและการตลาดทางตรง (ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, 2560)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การ

ในการดำเนินธุรกิจจะต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การ ผู้ประกอบการจะต้องคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงและความเป็นไปของสภาพแวดล้อม เพื่อนำไปปรับแผนการดำเนินธุรกิจให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้อย่างยั่งยืน โดยสภาพแวดล้อมภายใน เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่องค์การสามารถควบคุมได้ เช่นโครงสร้างองค์การ วัฒนธรรม ทรัพยากรที่เป็นทรัพย์สินหรือวัตถุดิบ พนักงาน การติดต่อสื่อสาร อำนาจบังคับบัญชา ความต่อเนื่องของงาน การบริการ เป็นต้น

ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยซึ่งเป็นโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์การไม่สามารถควบคุมได้ และส่งผลกระทบกับองค์การโดยตรง ทั้งนี้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์การเรียกว่า การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) (พัทธนันท์ ชัยบุตร, 2560) ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน สามารถวิเคราะห์ตามห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain Analysis) โดยสามารถแบ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในองค์การออกเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) นับตั้งแต่การนำวัตถุดิบจากผู้จัดจำหน่ายลำเลียงเข้าสู่กระบวนการผลิต อาจเรียกกิจกรรมช่วงนี้ว่า กิจกรรมต้นน้ำ ส่วนกิจกรรมหลังจากนั้นเรียกว่า กิจกรรมปลายน้ำ คือตั้งแต่การขนส่งลำเลียงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปออกจำหน่าย สำหรับกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เป็นกิจกรรมที่กระทำเพื่อนสนับสนุนกิจกรรมหลัก ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การจัดซื้อ การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างพื้นฐานขององค์การ (พิบูล ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล, 2559) ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก สามารถใช้แนวคิดการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เรียกว่า PESTLE Analysis อันประกอบด้วยปัจจัย 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเมือง (Political) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) ด้านสังคม (Social) ด้านเทคโนโลยี (Technological) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) ด้านกฎหมาย (Legal) และด้านสภาพแวดล้อม (Environment)

ดังนั้น กล่าวได้ว่า การพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาดเป็นหน้าที่สำคัญที่ผู้ประกอบการต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ภายใต้การดำเนินงานโครงการคูปองวิทย์เพื่อโอทอป ระยะเวลา 10 เดือน ระหว่างเดือนตุลาคม 2561 - เดือนกันยายน 2562 กลุ่มตัวอย่างเป็นประธานและสมาชิกกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา จำนวน 10 คน โดยแบ่งการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. **การวิเคราะห์สถานภาพการดำเนินงานด้านกระบวนการผลิตและการตลาด** มีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1.1 การลงพื้นที่สำรวจภาคสนามเพื่อรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตการทำงานของกลุ่มและการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม 1 คน และสมาชิกกลุ่ม 9 คน เกี่ยวกับกระบวนการผลิตและการตลาด ณ พื้นที่ตำบลแม่หวาด อำเภอธารโต จังหวัดยะลา

1.2 การจัดเวทีระดมความคิดเห็นจากสมาชิกกลุ่มเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมด้านกระบวนการผลิตและการตลาด โดยการวิเคราะห์ SWOT ผู้เข้าร่วมได้แก่ ประธานและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 10 คน คณะผู้วิจัย ที่ปรึกษาโครงการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ณ ห้องประชุมปฏิบัติการ อาคารคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2. **การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานด้านกระบวนการผลิตและการตลาด** เป็นการนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสู่กระบวนการพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาด โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม มีขั้นตอนดังนี้

2.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนากระบวนการผลิต เรื่องสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร วันที่ 23 - 24 กุมภาพันธ์ 2562 ณ ห้องประชุม หลุหุ้ย อาคารบรรณราชนครินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประเมินความพึงพอใจ โดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต

2.2 การสนทนากลุ่มเพื่อวางแผนพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาด ผู้เข้าร่วมได้แก่ ประธานกลุ่ม 1 คน และสมาชิกกลุ่ม 9 คน รวมทั้งสิ้น 10 คน วันที่ 6 พฤษภาคม 2562 ณ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืด บ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา

2.3 การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาด เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปลากระโดด และการออกแบบตราสินค้า วันที่ 23 มิถุนายน 2562 ณ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา

2.4 การจัดเวทีถอดบทเรียน เพื่อประเมินการพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาด กลุ่มและคณะผู้วิจัยร่วมกันแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ทั้งด้านกระบวนการผลิตและการตลาด และความเป็นไปได้ในการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนากระบวนการผลิตและการตลาด จึงดำเนินการสรุปผลข้อมูลทั้งหมดจากการดำเนินโครงการวิจัย วันที่ 25 กรกฎาคม 2562 ณ ที่ทำการกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา ตำบลแม่หวาด อำเภอธารโต จังหวัดยะลา

4. ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. **สถานภาพการดำเนินงานด้านกระบวนการผลิตและการตลาด** สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านกระบวนการผลิต จากการสังเกตการดำเนินงาน รวมถึงเครื่องมือที่กลุ่มฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน และจากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม พบว่า ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) ปลาซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักสามารถหาได้จากเขื่อนบางลางเกือบตลอดทั้งปี แต่ปริมาณของวัตถุดิบไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ วัสดุและอุปกรณ์อื่น ๆ ใช้ที่มีอยู่ในครัวเรือนของสมาชิก ได้รับการสนับสนุนอุปกรณ์การผลิตจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น เครื่องอบลมร้อนจากสำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา แต่ไม่ได้ใช้งานมากนัก เนื่องจากสมาชิกขาดความรู้ในการใช้เครื่องดังกล่าว ด้านกระบวนการ (Process) กระบวนการผลิตยังไม่ถูกสุขลักษณะและเหมาะสม กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มฯ ยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร เช่น ในขณะปฏิบัติการผลิตไม่มีการควบคุมสุขลักษณะส่วนบุคคล ไม่สวมหมวกคลุมผม ผ้าปิดจมูก เป็นต้น นอกจากนั้น กลุ่มฯ ยังมีปัญหาด้านการเก็บรักษาวัตถุดิบให้มีความสดจนถึงกระบวนการผลิต การทำให้แห้งโดยใช้แสงอาทิตย์ เนื่องจากต้องเลือกช่วงเวลาการตากแห้งที่เหมาะสม เช่น ช่วงที่มีแสงแดดจัด สมาชิกกลุ่มอาศัยประสบการณ์และความเคยชินโดยใช้วิธีการกะประมาณในการผลิต ทำให้คุณภาพการผลิตไม่คงที่ ดำเนินการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นหลัก แต่เนื่องจากแรงงานในกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งมีอายุระหว่าง 40 - 80 ปี จึงทำให้กลุ่มไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทันส่งลูกค้าตามคำสั่งให้ทันเวลาได้ ทางกลุ่มยังผลิตได้น้อย เพราะสมาชิกมีอาชีพหลัก โดยการรับจ้างทั่วไป กรีดยาง และค้าขาย มีภาระทางบ้านที่ต้องกระทำก่อน จึงทำให้ไม่สามารถผลิตได้ครั้งละมาก ๆ รวมถึงบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เพื่อจำหน่ายใช้วิธีการใส่ถุงพลาสติกที่หาซื้อได้ทั่วไป ทำให้ไม่ดึงดูดลูกค้า

ด้านการตลาด พบว่า กลุ่มดำเนินงานเพียงกิจกรรมพื้นฐานตั้งแต่ผลิต บรรจุ และจำหน่าย ซึ่งขาดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอันนำไปสู่การดำเนินงานการตลาดที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กลุ่มผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลากระโดดตากแห้งเพียงรูปแบบเดียว ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความหลากหลายและขาดการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือจุดเด่นผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ไม่มีตราสินค้า บรรจุภัณฑ์มีความเสี่ยงต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ และฉลากสินค้าไม่มีการแสดงรายละเอียดของสินค้าและการรับรองมาตรฐาน ในส่วนของการดำเนินงานด้านราคา (Price) กลุ่มไม่มีวิธีการกำหนดราคาที่มาจากการคำนวณต้นทุนและกำไรที่ชัดเจน การดำเนินงานด้านการจัดจำหน่าย (Place) กลุ่มดำเนินงานได้หลากหลายทั้งช่องทางตรงผ่านสื่อเฟสบุคของ

ประธานกลุ่มและการออกร้านจำหน่ายสินค้าของหน่วยงานรัฐ รวมถึงช่องทางอ้อมผ่านร้านค้าในชุมชน หากแต่ช่องทางดังกล่าวอาจยังไม่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายไม่มากพอ สอดคล้องกับการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ยังขาดการสื่อสารตราสินค้าและข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการสร้างการรับรู้และการดึงดูดความสนใจ อันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิเคราะห์ SWOT กระบวนการผลิตและการตลาด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการกระบวนผลิตและการตลาด ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง และจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ดังตาราง

ตาราง 1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ปลากระโดดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา

จุดแข็ง (Strengths : S)	**จุดอ่อน** (Weaknesses : W)
1. ผลิตภัณฑ์มีจุดขายในความเป็นผลิตภัณฑ์ในพื้นที่จังหวัดยะลา 2. อุปกรณ์การผลิตที่ใช้ในการผลิตมีเพียงพอ 3. สมาชิกมีความสามัคคีในการดำเนินงาน 4. สมาชิกมีแนวคิดทันสมัย พร้อมพัฒนาตนเอง	1. สมาชิกขาดความสามารถในการประกอบการ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด การใช้เทคโนโลยี และการจัดทำบัญชีที่ถูกต้อง 2. ขาดแรงงานเพราะสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัย 3. ขาดการทำการตลาดในวงกว้าง 4. แม้ว่าจะได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล แต่ยังขาดการบริหารจัดการที่ทำให้สามารถดำเนินงานได้ในระยะยาว 5. กลุ่มยังขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการผลิตและการทำการตลาด
โอกาส (Opportunities : O)	**อุปสรรค** (Threats : T)
1. ปลากระโดดซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักที่มีอัตลักษณ์และมีจำนวนมากในพื้นที่ที่ตั้งกลุ่ม 2. ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศ 3. การติดต่อประสานงานภายในกลุ่มและติดต่อลูกค้าทำได้ง่ายขึ้นเนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี 4. มีสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวได้ 5. ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานจากหน่วยงานภาครัฐตามนโยบายของรัฐบาล	1. สภาพดินฟ้า อากาศ เป็นอุปสรรคในการหาวัตถุดิบ 2. การสนับสนุนของภาครัฐยังไม่ครบวงจรการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ 3. คู่แข่งขันในตลาดมีมากขึ้นเนื่องจากความนิยมของผลิตภัณฑ์ 4. ราคาปัจจัยการผลิตปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้น

จากการระดมความคิดเห็นร่วมกันเพื่อประเมินกลยุทธ์ ทำให้ได้ข้อสรุปร่วมกันว่า กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา ควรใช้กลยุทธ์เชิงรุก (SO) โดยใช้จุดแข็งจับคู่กับโอกาสจากภายนอก กล่าวคือ ควรใช้จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดขายในความเป็นผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ มีอัตลักษณ์และมี

จำนวนมากในพื้นที่ตั้งของกลุ่ม รวมถึงได้รับความนิยมจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในการสร้างจุดขาย เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ควบคู่กับการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการสื่อสารผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของกลุ่ม เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น นอกจากนี้ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มฯ ในการลดจุดอ่อนและอุปสรรค ดังนี้

1. ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย
3. ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและสามารถเก็บรักษาสินค้าได้ดีขึ้น
4. จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติม
5. จัดทำฐานข้อมูลหรือเครือข่ายและแผนการออกร้านจำหน่ายประจำปี
6. จัดทำบัญชีรับ-จ่าย เพื่อใช้คำนวณต้นทุนการผลิต และใช้กำหนดราคาเพื่อการแข่งขันในตลาดรวม ถึงให้สมาชิกได้รับทราบ
7. ประชาสัมพันธ์เชิญชวนวัยรุ่นหนุ่ม-สาวในพื้นที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อเป็นแรงงานในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
8. เพิ่มทักษะด้านการบริหารจัดการ ได้แก่ การผลิต การตลาด และการเงิน เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้ในระยะยาวและเกิดความเข้มแข็ง

นอกจากนั้น ความคิดเห็นในด้านการดำเนินการเพื่อพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา เป็นดังนี้

ทิศทางการพัฒนากระบวนการผลิต การให้ความรู้ด้านสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร การควบคุมสุขลักษณะส่วนบุคคลทั้งทางด้านการแต่งกาย และสุขนิสัย การชั่ง-ตวง เพื่อให้ได้ปริมาณที่คงที่และแน่นอน โดยใช้หน่วยมาตรฐานตามหลักสากล การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ช่วยในกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพื่อให้กลุ่มฯ ผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีในระดับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า สร้างโอกาสที่จะได้รับเครื่องหมายมาตรฐานต่าง ๆ ต่อไป รวมถึงสามารถจัดจำหน่ายในตลาดที่กว้างขึ้น

ทิศทางการพัฒนาการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยกำหนดจุดเด่นผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างด้านการผลิตที่ได้มาตรฐานบนพื้นฐานของภูมิปัญญา/วัตถุดิบท้องถิ่น ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเก็บรักษาสินค้าได้ดีขึ้น พัฒนาฉลากสินค้าที่แสดงรายละเอียดของสินค้าและการผลิตที่ได้มาตรฐานตามภูมิปัญญาท้องถิ่น การกำหนดราคาที่มาจากการคำนวณต้นทุนและกำไรที่ชัดเจน การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มเติม ควบคู่กับการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการสื่อสารผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของกลุ่ม เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นและเกิดการรับรู้ตราสินค้าและสินค้าของกลุ่มได้มากขึ้น

2. **การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานด้านกระบวนการผลิตและการตลาด**

การดำเนินการเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านกระบวนการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์ปลากระโดดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา ดังต่อไปนี้

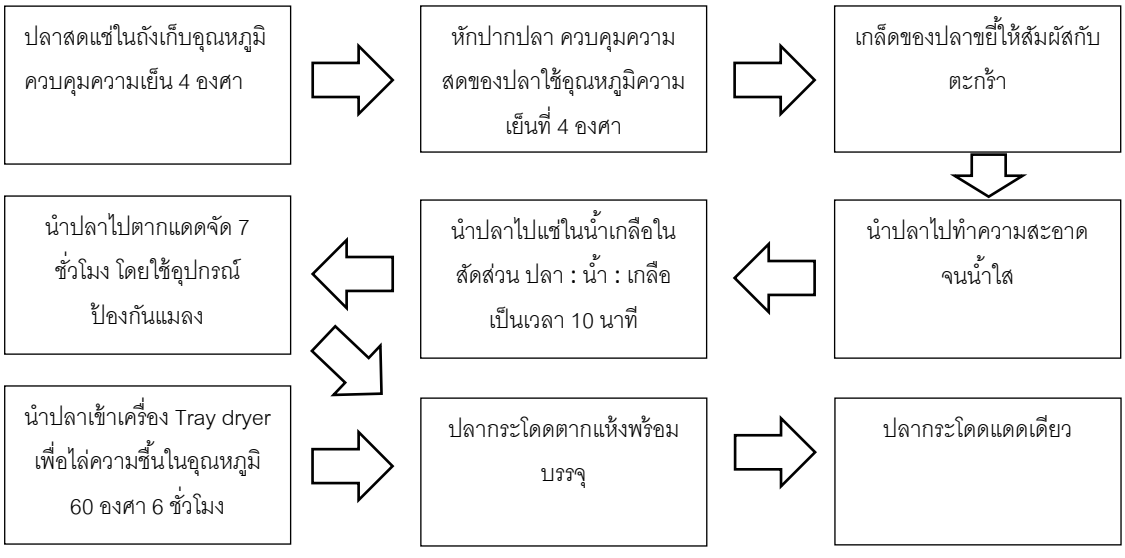
2.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “สุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร” พบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในความรู้ที่ได้รับซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ เช่น ประกอบอาชีพหรือใช้ในชีวิตประจำวันได้ รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย

2.2 การพัฒนากระบวนการผลิต การสนทนากลุ่มระหว่างผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มร่วมกันวางแผนและร่วมกันปฏิบัติการกระบวนการผลิตให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านปัจจัยนำเข้า พบว่า กลุ่มฯ ต้องควบคุมคุณภาพของปลาซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตที่ทางกลุ่มสามารถจัดหาได้เองโดยการออกเรือหาปลา การควบคุมคุณภาพสามารถทำได้โดยการควบคุมอุณหภูมิความเย็นให้ได้ 4 องศาเซลเซียสจนถึงกระบวนการขจัดสิ่งสกปรกออกด้วยการล้างและทำความสะอาด รวมถึงการรักษาระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ โดยการคัดเลือกขนาดของปลาให้เท่ากันและใช้หลักการเข้าก่อน ออกก่อน หรือ FIFO

ด้านกระบวนการผลิต การปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน โดยทำการควบคุมคุณภาพการผลิตโดยใช้เครื่องมือและหน่วยมาตรฐานตามหลักสากล เช่น ช้อนตวง และเครื่องชั่งส่วนผสมแทนวิธีการชิมหรือการกะด้วยสายตา และความรู้สึก รวมถึงการกำหนดอัตราส่วน เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในทุกครั้งของการผลิต นอกจากนั้น ยังได้ทำการปรับเปลี่ยนในกระบวนการนำปลาไปตากแห้งโดยใช้แสงแดด จากการใช้ตะแกรงในพื้นที่โล่งโดยไม่มีภาชนะปิดป้องกันแมลง ที่อาจเป็นพาหะนำโรค ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่ถูกสุขอนามัยก่อให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพของลูกค้า โดยการนำเครื่องอบลมร้อน (tray dryer) มาแทนการใช้ตะแกรงในพื้นที่โล่ง นอกจากจะทำให้ผลิตภัณฑ์ได้คุณภาพและมาตรฐาน ช่วยควบคุมความร้อนและสามารถผลิตได้ตามเวลา และยังเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และได้รับมาตรฐาน OZONE จาก สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) โดยมีขั้นตอนการผลิตดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1 ขั้นตอนกระบวนการผลิตปลากระโดดแดดเดียว



2.3 การพัฒนาการตลาด

(1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการกำหนดราคา

ผู้วิจัยจัดเวทีระดมความคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลากระโดดให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น ตามขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับบริบทของกลุ่ม เริ่มตั้งแต่ 1) ขั้นการสร้างความคิด (Idea Generation) สมาชิกกลุ่มร่วมกันระดมความคิดร่วมกับผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการแปรรูปวัตถุดิบ โดยนำผลจากการวิเคราะห์ SWOT มาร่วมพิจารณาจนได้ความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลากระโดด 6 รูปแบบ ได้แก่

ปลากระโดดกรอบสามรส น้ำพริกปลากระโดด ข้าวเกรียบปลากระโดด อาหารสำเร็จรูปพร้อมทานจากปลากระโดด ลูกชิ้นปลากระโดด และปลากระโดดย่าง 2) ขั้นการคัดเลือกความคิด (Idea Screening) กลุ่มได้ตัดตัวเลือกความคิดการผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมทานจากปลากระโดด เนื่องจากมีความเป็นไปได้น้อยมาก โดยเฉพาะการผลิตอาหารสำเร็จรูปในรูปแบบอาหารแช่แข็งที่กลุ่มไม่สามารถผลิตได้จริงด้วยเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และ 3) ขั้นการวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) โดยประเมิน 5 ความคิดที่ผ่านการคัดเลือกในขั้นที่สองถึงความเป็นไปได้ทางธุรกิจทั้งด้านการผลิต การตลาด และการเงิน โดยคำนึงถึงจุดเด่นผลิตภัณฑ์ที่เน้นการสร้างความแตกต่างด้านการผลิตที่ได้มาตรฐานบนพื้นฐานของภูมิปัญญา/วัตถุดิบท้องถิ่น ผลการวิเคราะห์ทางธุรกิจทำให้ได้แนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ปลากระโดดกรอบสามรส น้ำพริกปลากระโดด และข้าวเกรียบปลากระโดด ดังรูปภาพประกอบ 2 นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางให้กลุ่มจดบันทึก รวมถึงการคำนวณต้นทุนและกำไรต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งสามให้ชัดเจน เพื่อให้สามารถกำหนดราคาขายที่เหมาะสมได้ในอนาคต

รูปภาพประกอบ 2 แนวความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิม

ผลิตภัณฑ์ใหม่

(2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

จากการเก็บข้อมูล พบว่า บรรจุภัณฑ์เดิมซึ่งทำจากถุงพลาสติกบางใสธรรมดามักพบปัญหาเรื่องบรรจุภัณฑ์ชำรุดง่าย เนื่องจากส่วนหางปลาซึ่งมีลักษณะแข็งและแหลมคม ทำให้ทะลุผ่านและส่งผลต่อการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากถุงพลาสติกบางใสธรรมดา มาเป็นบรรจุภัณฑ์แบบถุงฟอยด์เมทัลไลท์ ด้านหน้าใส มีซิปล็อคด้านบน และสามารถตั้งได้ พร้อมทั้งแนะนำให้ผู้ประกอบการบรรจุปลาไม่แน่นจนเกินไป เพื่อป้องกันไม่เกิดความเสียหายต่อบรรจุภัณฑ์ใหม่และสามารถเก็บรักษาสินค้าได้ดีขึ้น

ในส่วนของบรรจุภัณฑ์น้ำพริกปลากระโดด ใช้รูปแบบของกระปุกใส เพื่อให้เห็นลักษณะและสีของผลิตภัณฑ์ ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพัฒนาฉลากสินค้าที่แสดงรายละเอียดของสินค้าโดยเน้นการใส่ชื่อประเภทสินค้าที่พัฒนาขึ้นใหม่จากงานวิจัย ได้แก่ น้ำพริกปลากระโดด ปลากรอบสามรส และข้าวเกรียบปลากระโดด เพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการใส่ภาพสัญลักษณ์/เครื่องหมายแสดงมาตรฐานตามภูมิปัญญาท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องหมาย OTOP และสัญลักษณ์ OZONE เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ดังรูปภาพประกอบ 3

รูปภาพประกอบ 3 ฉลากสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกปลากระโดด ปลากรอบสามรส และข้าวเกรียบปลากระโดด

(3) การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด

การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้วิจัยได้พัฒนาควบคู่กับการพัฒนาการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายเดิมของกลุ่ม ได้แก่ เฟซบุ๊กของประธานกลุ่มภายใต้ชื่อ “อรพิน พรหมศักดิ์” ร้านค้าชุมชนใกล้เคียง และการออกร้านจำหน่ายสินค้าในงานที่หน่วยงานภาครัฐเป็นผู้จัด เช่น งานกาชาด งานของดีเมืองเบตง ฯลฯ เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น และเกิดการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มได้มากขึ้น นอกจากนี้ จุดแข็งเกี่ยวกับการเป็นสมาชิกกลุ่มเรือท่องเที่ยวของประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มบางท่าน ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะผู้ประกอบการให้พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ โดยการขายตรงในรูปแบบของวัตถุดิบให้แก่กลุ่มเรือท่องเที่ยวดังกล่าว นำไปพัฒนาเป็นเมนูอาหารว่างและอาหารกลางวันให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ รวมถึงการออกร้านจำหน่ายสินค้านอกพื้นที่จังหวัดยะลาทั้งของหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน และขายผ่านเฟซบุ๊ก สำหรับการขายผ่านช่องทางออนไลน์อื่น ๆ เช่น เพจผลิตภัณฑ์โอทอปของหน่วยงานพัฒนาชุมชน การขายผ่านชอปปี้ และลาซาด้า แต่พบว่าทางกลุ่มยังไม่มีความพร้อม จึงอาจจะมีการอบรมการใช้สื่อออนไลน์ต่อไป

2.4 การประเมินผลการพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาด

การพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตทำให้กลุ่มสามารถผลิตปลากระโดดแดดเดียวได้เร็วขึ้น และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากขึ้น โดยกลุ่มได้ปฏิบัติตามสุขลักษณะที่ดีในการผลิต เก็บวัตถุดิบในกล่องโฟมอุณหภูมิ 4 องศาเซลเซียส และการใช้เครื่องอบลมร้อนในการทำแห้งสามารถควบคุมอุณหภูมิและเวลาได้ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามมาตรฐานสินค้ามากขึ้น การพัฒนาศักยภาพการตลาดโดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คือ 1. น้ำพริกปลากระโดด 2. ข้าวเกรียบปลากระโดด และ 3. ปลากรอบสามรสได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั้งด้านรสชาติ และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากทำให้เกิดการซื้อซ้ำและการรับรู้ให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภคระยะยาว จากการส่งเสริมให้กลุ่มได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน โอทอปสานสัมพันธ์สองแผ่นดิน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ระหว่างวันที่ 3 - 7 กรกฎาคม 2562 ทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น และจากความตั้งใจของสมาชิกที่จะสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม ส่งผลให้กลุ่มมียอดการขายเพิ่มขึ้น รวมถึงสมาชิกมีความตื่นตัวนำไปสู่ความคิดที่จะหาช่องทางการจำหน่ายใหม่ ๆ จากเดิมที่ขายอยู่เพียงในชุมชน และตามงานเทศกาลต่าง ๆ ในท้องถิ่นเท่านั้น

อภิปรายผล

การผลิตผลิตภัณฑ์จากปลากระโดดนั้นเป็นการรวมตัวของแม่บ้านในชุมชนบ้านตาพระเยา วัตถุดิบหลัก คือ ปลากระโดดที่สามารถหาได้ในพื้นที่ชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของศศิเพ็ญ พวงสายใจ และคณะ (2562) ที่กล่าวว่า ธุรกิจที่มีศักยภาพที่ดีนั้นจะผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้วัตถุดิบและแรงงานภายในท้องถิ่น ซึ่งในชุมชนมีปลากระโดดที่เป็นวัตถุดิบหลักและสามารถหาได้จากเขื่อนบางลางเกือบตลอดทั้งปี แต่อย่างไรก็ตาม พบว่า ปริมาณของวัตถุดิบไม่สามารถกำหนดให้แน่นอน เนื่องจากต้องขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ ซึ่งเหมือนกับอาชีพประมงอื่น ๆ ที่อุปสรรคสำคัญ คือ สภาพดินฟ้าอากาศ หากอยู่ในช่วงที่ฝนตกหนัก มีพายุพัดแรง ไม่สามารถออกเรือไปจับสัตว์น้ำได้และภาคใต้ก็มีช่วงฤดูฝนที่ตกยาวนาน (อภิสรา ชุ่มจิตร์ และคณะ, 2557) ดังนั้น กลุ่มควรมีการวางแผนการผลิตให้ครอบคลุมในช่วงหน้าฝนที่จับปลาได้น้อย นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตควรนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนเครื่องอบลมร้อนเพื่อใช้แก้ปัญหาเรื่องความสม่ำเสมอของการแห้งของปลาที่ตากแห้งโดยใช้แสงอาทิตย์ นอกจากนั้นยังช่วยผลิตภัณฑ์ถูกสุขลักษณะอีกด้วย

คณะผู้วิจัยจึงได้แนะนำเกี่ยวกับการใช้เครื่องอบลมร้อน และร่วมกันหาแนวทางในการผลิตที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุด พร้อมทั้งอบรมให้ความรู้ในเรื่อง สุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice, GMP) และมาตรฐานอาหารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการขอเครื่องหมายรับรองมาตรฐานอาหารเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ต่อไป ซึ่งจะทำให้สมาชิกกลุ่มสามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ สุภาพร พรมมะเริง, (2561) ที่กล่าวว่า การยกระดับสินค้าประเภทอาหารของวิสาหกิจชุมชนต้องคำนึงถึงความสะอาด ปลอดภัย และใช้เทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพ ผู้ผลิตต้องมีความรู้ในเรื่องหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร นอกจากนี้การสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าทางสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้มีการพัฒนานวัตกรรมเพื่อก้าวสู่ Green technology โดยนำแนวคิด O-Z-O-N-E มาใช้ โดยผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการต่อยอดสร้างสรรค์ผลงานด้วยนวัตกรรม วว. จะได้การรับรองด้วยตราสินค้า วว. ซึ่งผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองผลิตภัณฑ์ภายใต้ตรา O-Z-O-N-E จะสามารถลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ขยายธุรกิจ และพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP (TISTR NEWs : 2562)

ด้านการตลาด พบว่า ที่ผ่านมากลุ่มไม่มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอันนำไปสู่การดำเนินงานการตลาดที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า การดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์มีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลากระโดดแดดเดียวเพียงรูปแบบเดียว ไม่มีตราสินค้า บรรจุภัณฑ์มีความเสี่ยงต่อผลิตภัณฑ์ และฉลากสินค้าไม่มีการแสดงรายละเอียดของสินค้าและการรับรองมาตรฐาน กลุ่มไม่มีวิธีการกำหนดราคาที่มาจากการคำนวณต้นทุนและกำไรที่ชัดเจน การดำเนินงานด้านการจัดจำหน่ายไม่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากพอ ยังขาดการสื่อสารตราสินค้าและข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการสร้างการรับรู้และการดึงดูดความสนใจ อันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของศศิเพ็ญ พวงสายใจ และคณะ (2562) พบว่าปัญหาการตลาดเป็นปัญหาโดยทั่วไปของกลุ่มสินค้าโอทอป การศึกษาครั้งนี้จึงได้มีการเสนอให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ปลากระโดดให้มีความหลากหลายโดยได้รับการสนับสนุนทุนจากสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ชนิดคือ ปลาสามรส น้ำพริกปลากระโดด และข้าวเกรียบปลากระโดด ซึ่งได้มีการทดลองตลาดในงานโอทอปสานสัมพันธ์สองแผ่นดิน อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ซึ่งลูกค้าให้การยอมรับในผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัปสร อีซอ และคณะ (2562) ที่วิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ แตกต่างจากคู่แข่งขัน สามารถดึงดูดใจลูกค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจมียอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น อีกทั้งสอดคล้อง

กับวิจัยของศศิเพ็ญ พวงสายใจ และคณะ (2562) กล่าวว่า การพัฒนาศักยภาพกลุ่มอาหาร กลุ่มควรได้รับการพัฒนาทั้งผลิตภัณฑ์เดิมให้มีรสชาติ สี กลิ่นที่น่ารับประทานยิ่งขึ้น และได้รับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งการศึกษาของสุภาพร พรมมะเริง (2561) พบว่า การยกระดับของกลุ่มโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้มีการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เช่น จากเดิมใส่ถุงพลาสติกใส มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ที่ทันสมัยเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้วิจัยได้ให้แนวทางในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเพิ่มช่องทางผ่านการนำผลิตภัณฑ์ปลากระโดดมาเป็นอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเรือนำเที่ยวเขื่อนบางลาง การขายผ่านเฟซบุ๊กของประธานกลุ่ม เนื่องจากมีโทรศัพท์มือถือที่เอื้อต่อการใช้งาน และมีความเชี่ยวชาญมากที่สุดในกลุ่ม เนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็ว เป็นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น (ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร์ และคณะ, 2563) รวมถึงออกร้านจำหน่ายสินค้านอกพื้นที่จังหวัดยะลาทั้งของหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ซึ่งปวีณา เจะอารง และคณะ (2561) ได้สรุปไว้ว่า การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการออกร้านจำหน่ายสินค้า กลุ่มควรจัดทำฐานข้อมูลหรือเครือข่ายและแผนการออกร้านจำหน่ายประจำปีไว้ด้วย

5. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยและประโยชน์จากวิจัย

การพัฒนาศักยภาพกระบวนการผลิตและการตลาดของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา อำเภอธารโต จังหวัดยะลา ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นต่อไปนี้ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีผลต่อการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยืดอายุการเก็บรักษา และปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนในการบริหารงานกลุ่ม รวมถึงการส่งเสริมความรู้ความสามารถในการประกอบการในเรื่องการตลาดให้แก่สมาชิกกลุ่มฯ เพื่อเป็นเป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา สามารถยกระดับความรู้ให้ชุมชนเกี่ยวกับการผลิตและการตลาด ทำให้สามารถพึ่งพาตนเองในอนาคตได้

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนจากงบประมาณโครงการบริการวิชาการ คูปองวิทย์เพื่อโอทอปของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ระยะเวลาของโครงการ 1 มกราคม - 30 กันยายน 2562 ขอขอบคุณคุณอรพิน พรหมศักดิ์ ประธานกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปลาน้ำจืดบ้านตาพะเยา ตำบลแม่หวาด อำเภอธารโต จังหวัดยะลา และสมาชิกกลุ่มที่ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์จากปลากระโดด ทั้งด้านกระบวนการผลิตและการตลาด เพื่อสร้างเสริมให้กลุ่มมีความเข้มแข็งต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมประมง. (2561). *คู่มือการจำแนกชนิดสัตว์น้ำนำเข้าและส่งออก ทางด่านตรวจสัตว์น้ำจังหวัดสตูล*. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2561, จาก https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20180330135208_1_file.pdf

เกศราภรณ์ สังขมณี, อนิรุทธิ์ ผงคลี และแคทลียา ชาปะวัง. (2555). ผลกระทบของการบริหารการผลิตเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ของธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายในประเทศไทย. *วารสารบัญชีและการจัดการมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, *4* (4), 108-115.

เฉลิมชัย อุทธการ, ปพฤกษ์บารมี อุตสาหะวาณิชกิจ และเกสินี หมื่นไธสง. (2557). ผลกระทบของการบริหารการผลิตเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 36* (140), 74-85.

ชมพูนุท ศรีพงษ์, สันติ อารักษ์คุณากร, ปิยะดา มณีนิล, สัสดี กำแพงดี และวัลย์ลดา พรมเวียง. (2561). แนวทางพัฒนาธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านกองพลทหารราบที่ 15 กองทัพภาคที่ 4. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร,* 36(5), 40-58.

ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร. (2560). *หลักการจัดการธุรกิจปัจจุบัน.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณฐาพัชร์ วรพงศ์พัชร์, รุ่งทิวา ชูทอง และสุธาทิพย์ ทั่วจบ. (2563). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน จังหวัดราชบุรี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,* 12(3), 24-34.

ธันยมัย เจียรกุล. (2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร*, 34(1), 177-179.

ปวีณา เจะอารง, กัลยรัตน์ พินิจจันทร์ และอัปสร อีซอ. (2561). การพัฒนาการตลาดของกลุ่มเสื้อผ้าสตรีมุสลิม ตำบลท่าสาป จังหวัดยะลา. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, *13*(1), 171-181.

พัทธนันท์ ชัยบุตร. (2560). *การเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ : ฝ่ายธุรกิจมัลติมีเดียเพื่อการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

พิบูล ทีปะปาล และธนวัฒน์ ทีปะปาล. (2559). *การจัดการเชิงกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.

รุจิพร เจริญศรี, เขตรัฐ พ่วงธรรมรงค์ และณัฐาพร จริยะปัญญา. (2559). *การบริหารธุรกิจขนาดย่อม.* กรุงเทพฯ : แม็คเอ็ดดูเคชั่น.

รักประชา ธิศาเวช, สังวาล สมบูรณ์ และสุมาลี เงยวิจิตร. (2560). กลยุทธ์การพัฒนาระบบการผลิตข้าวอินทรีย์ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มต้นกล้าวิสาหกิจชุมชนอำนาจเจริญ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราภัฏอุบลราชธานี*, *8*(ฉบับพิเศษ), 106-121.

ศศิเพ็ญ พวงสายใจ, วัชรี พฤกษิกานนท์, พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์, สุขุมพันธุ์ ณรงค์ และพิมลพรรณ บุญยะเสนา. (2554). การวิจัยแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้เผยแพร่ในเขตภาคเหนือ. *วารสารเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, *15*(2), 1-25.

สุภาพร พรมมะเริง. (2561). แนวทางการยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านริมร่อง ตำบลมะเขือแจ้ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 21(2), 248-258.

อภิสรา ชุ่มจิตร, นิศา ชัชกุล และเครือวัลย์ ชัชกุล. (2557).´การพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา : ตำบลคลองเคียน อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*, 10(2), 94-115.

อัปสร อีซอ, จิราพร เกียรตินฤมล, อุษณีย์ พรหมศรียา, นันทรัตน์ นามบุรี ซรีฮาน ยีแว และปวีณา เจะอารง. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวบ้านท่าสาป จังหวัดยะลาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 14(3), 417-423.

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล, วชิราภรณ์ ภัทโรวาสน์ และพัชราภรณ์ ลิมปิอังคนันต์. (2558). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 2(1), 75-85.

ไทยรัฐออนไลน์. (2561). *ปลากระโดดแดดเดียว ของดีเขื่อนบางลาง*. ค้นเมื่อ 23 มิถุนายน 2561, จาก https://www.thairath.co.th/news/local/south/1314727

TISTR NEWs. (2562). *วว. ฉลองครบรอบ 51 ปีการดำเนินงานวิจัยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี บริการอุตสาหกรรม*. ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2562. https://tistr.or.th/tistr/newsboard/shownews.php?Category=newsboard&No=440

บุคลานุกรม

อรพิน พรหมศักดิ์ (ผู้ให้สัมภาษณ์). กัลยรัตน์ พินิจจันทร์ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ 133 ถนนเทศบาล 3 ตำบลสะเตง อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. เมื่อวันที่ 29 มกราคม 2562.