

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่และการวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลา  
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
New Value Chain Analysis and Income Distribution Measurement of Khanom La  
Products in Nakhon Si Thammarat Province

ฐิติมา บูรณวงศ์\*<sup>1</sup> ศนัทธา ธีระขุนท์<sup>2</sup> และธัชชา สามพิมพ์<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

<sup>3</sup> คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

Thitima Booranawong\*<sup>1</sup>, Sanatcha Theerachun<sup>2</sup>, and Tatcha Sampim<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

<sup>3</sup> Faculty of Industrial Technology, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

Received: August 13, 2021

Revised: September 21, 2021

Accepted: October 4, 2022

#### บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ และศึกษาการวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 6 กลุ่ม ในการวิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลกระบวนการผลิต ราคาขาย ต้นทุนในการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่นๆ จากแบบสอบถามสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า สัดส่วนรายได้ และมูลค่าเพิ่ม ทั้งยังทำการเก็บข้อมูลการบันทึกรายได้ของชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์การกระจายรายได้ของชุมชนผู้ผลิตขนมลา ผลวิจัยพบว่า 1) ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ผลิตภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่ต้นน้ำ สู่ปลายน้ำทั้งหมด 6 ภาค ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้แปรรูปขั้นต้น ผู้แปรรูปขั้นสุดท้าย ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก และผู้บริโภค 2) ผลการวิเคราะห์สัดส่วนรายได้และมูลค่าเพิ่มของแต่ละผลิตภัณฑ์ในห่วงโซ่คุณค่าใหม่ พบว่าการแปรรูปผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้สูงสุดถึง 76.46 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับราคาขนมลาแผ่น สำหรับสัดส่วนรายได้ในแต่ละภาค พบว่าผู้ผลิตมีสัดส่วนรายได้ต่ำสุด ส่วนผู้แปรรูปและผู้ขายส่งมีสัดส่วนรายได้สูงสุด 3) ผลการวัดการกระจายรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่ม มีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 3,962,990.61 บาท คิดเป็นร้อยละ 96.05 และการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 62,751.58 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.88 ของการกระจายรายได้ทั้งหมด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตรงตามความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้แก่ชุมชน

**คำสำคัญ:** ห่วงโซ่คุณค่า สัดส่วนรายได้ มูลค่าเพิ่ม การกระจายรายได้

#### Abstract

\* ฐิติมา บูรณวงศ์ (Corresponding Author)

e-mail: thitima\_boo@nstru.ac.th

This research aimed to analyze the new value chain and study the income distribution measurement of Khanom La products of community enterprise groups in Nakhon Si Thammarat Province. This research was participatory action research, where the population consisted of six community enterprise groups for Khanom La production in Nakhon Si Thammarat Province. The data was collected by using an interview questionnaire, including production process data, selling price, production cost, and other expenses. Such data, collected by interviewing entrepreneurs, was used to analyze the new value chain, income ratio, and value added. The community's income was also collected to analyze the income distribution of the enterprise groups. The results showed that: 1) For the value chain of Khanom La production, there were six related stakeholders, from upstream to downstream, including manufacturers, people with primary product processing, people with end product processing, wholesalers, retailers, and customers. 2) From the analysis of the income ratio and value added of each product in the new value chain, the results showed that product processing could increase the value added of raw materials up to 76.46 times compared with the price of traditional Khanom La. For the income ratio of each stakeholder, manufacturers had the lowest ratio of income, while people with processing and wholesalers had the highest ratio. 3) The results of the income distribution measurement of six community enterprise groups showed that the income was distributed in Nakhon Si Thammarat of 3,962,990.61 Baht, or 96.05%, and outside the area of 62,751.58 Baht, or 3.88% of the total income distribution. The development of community products that satisfied the requirements and customer behavior could increase the value added to the products and upgrade the basic economy for the community.

**Keywords:** Value chain; Income ratio; Value added; Income distribution

## บทนำ

ปัจจุบันแนวทางการแก้ปัญหาเศรษฐกิจในประเทศในแง่ของการพัฒนาฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศได้เล็งเห็นถึงการลดความเหลื่อมล้ำระหว่างรายได้ของคนในชุมชน โดยตระหนักให้คนในชุมชนมีรายได้ มีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มคนในชุมชน พร้อมยกระดับผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นในท้องถิ่นเพื่อนำมาจัดจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับชุมชนของตนเอง ส่งผลให้แต่ละชุมชนในประเทศไทยมีการตั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นขึ้นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายเป็นจำนวนมาก (Prayalaw & Manmart, 2015) ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ชุมชน ประกอบกับรัฐบาลมีการส่งเสริมและสนับสนุนเงินลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่ได้เน้นถึงการพัฒนาชุมชนเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนในประเทศ กินดี อยู่ดี มีอาชีพ และมีรายได้เลี้ยงครอบครัว (Office of the National Economic and Social Development Council, 2021)

เริ่มต้นจากการพัฒนาคนในครัวเรือน จนกระทั่งมีการรวมกลุ่มเป็นระดับชุมชน ให้เกิดความเข้มแข็งที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ภายใต้การดึงเอาศักยภาพของตนพร้อมพัฒนาการเรียนรู้ มีการนำเอาทรัพยากรในชุมชนมาใช้ ก่อให้เกิดความยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจ เกิดธุรกิจชุมชนที่มีการจัดตั้งกลุ่ม OTOP และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่นเนื่องจากมีการว่าจ้างแรงงาน ทำให้คนในชุมชนมีงานทำ การใช้แหล่งทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน มีการซื้อขายวัตถุดิบภายในชุมชน ก่อให้เกิดอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอาหาร เพราะเป็นสินค้าที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีต้นทุนในการผลิตที่ไม่สูงมากนัก และวัตถุดิบเกือบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิตสามารถหาได้ในท้องถิ่น (Supbunto. et al., 2016) อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน เมื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เป็นผลให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น (Chumkate, 2017) ประกอบกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

(Rattanaphan, 2013) สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจชุมชนที่ต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น เป็นเหตุให้ธุรกิจชุมชนต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อคงความสามารถการแข่งขันทางการตลาด

จะเห็นได้ว่าในการพัฒนาเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของชุมชนเพื่อให้เกิดรายได้ที่ยั่งยืน ควรมีการพัฒนาทักษะคนในชุมชนทั้งด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยี เพื่อนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น สามารถนำผลิตภัณฑ์สู่การตลาดสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทั้งนี้ ชุมชนควรตระหนักถึงกระบวนการและขั้นตอนในระบบห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่กลุ่มผู้หาแหล่งวัตถุดิบสู่การขายผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มลูกค้าอย่างเหมาะสม เนื่องจากระบบห่วงโซ่อุปทานสะท้อนกระบวนการที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การจัดซื้อจัดหา การผลิต การจัดจำหน่าย การขนส่งและการจัดเก็บ จนกระทั่งส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยในแต่ละกระบวนการมีความสัมพันธ์กัน และมีการทำงานที่เชื่อมโยงกันเป็นทอด ๆ ดังนั้นหากชุมชนได้รับการปรับปรุงพัฒนาในกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งดังกล่าวนี้จะทำให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่เกิดขึ้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จังหวัดนครศรีธรรมราชมีประเพณีวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาอย่างยาวนาน โดยประเพณีที่สืบทอดกันมาและเป็นที่ยึดถืออย่างแพร่หลายคืองานประเพณีสารทเดือนสิบ ซึ่งเป็นงานบุญประเพณีประจำถิ่นภาคใต้เพื่อทำบุญให้แก่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว ในวันทำบุญ สิ่งที่เป็นสัญลักษณ์และขาดไม่ได้คือ ขนมลา เป็นการนำเอาความรู้ภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นและทรัพยากรพื้นฐานในท้องถิ่นได้แก่ น้ำตาลจาก ที่มีอยู่จำนวนมากมาเป็นส่วนผสมในการทำขนมลา จากความเชื่อมโยงจะเห็นได้ว่าการผลิตขนมลาทำให้เกษตรกรในชุมชนมีรายได้หมุนเวียนอยู่ในชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมลางังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นกลุ่มอาชีพหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้ชุมชนเกิดรายได้ที่ยั่งยืน และส่งผลให้คนในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่ในปัจจุบันได้มีการแปรรูปขนมลาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นมากขึ้น ดังนั้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตรงตามความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตขนมลา และยกระดับรายได้ของชุมชนได้จริง งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาถึงกระบวนการผลิตของห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อนำเอาองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนาคนและตลาด ก่อให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่หลังจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ การกระจายรายได้ในชุมชนหลังจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น เป็นการช่วยยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้แก่ชุมชนต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาการวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัด

นครศรีธรรมราช

## แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิด

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่า

Srisom (2010) กล่าวว่า ห่วงโซ่คุณค่าหมายถึงขั้นตอนของกระบวนการที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันเป็นทอด ๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ และส่งมอบประโยชน์ให้แก่ลูกค้า โดยทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่าเป็นการมองหาและการสร้างโอกาสในการแข่งขันด้วยการวิเคราะห์ขั้นตอนและกระบวนการที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำ ซึ่งสามารถกำหนดเป้าหมายที่ต้องการได้

Michael E. Porter (1985) ได้นำเสนอแบบจำลองห่วงโซ่คุณค่าไว้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีการเชื่อมโยงกันเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กระบวนการแปรรูป กระบวนการจัดจำหน่าย กระบวนการขนส่งสินค้าสู่ความต้องการของผู้บริโภค รวมถึง

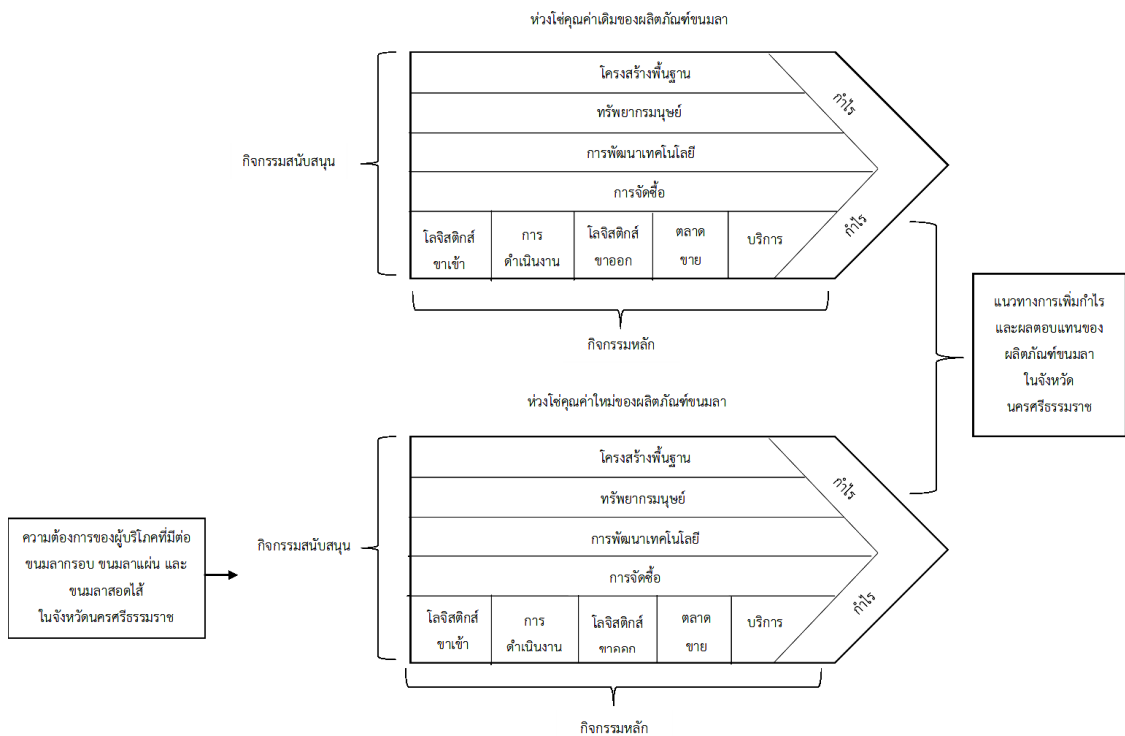
กระบวนการบริการหลังการขาย ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ โดยได้จำแนกห่วงโซ่คุณค่าออกเป็น 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) (Kanasen, 2015) ดังนี้

1. กิจกรรมหลัก เป็นการกำหนดกิจกรรมที่จะต้องเกิดขึ้นเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่วางไว้ ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 5 กิจกรรม ได้แก่ โลจิสติกส์ขาเข้า การดำเนินงาน โลจิสติกส์ขาออก การตลาด การขาย และการบริการให้ลูกค้าประทับใจ

2. กิจกรรมสนับสนุน เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความได้เปรียบโดยการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในด้านต้นทุน โดยแต่ละกิจกรรมจะเน้นไปที่การเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย 4 กิจกรรม ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดการปัจจัยการผลิต ทั้งนี้การที่จะดำเนินกิจกรรมหลักให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีกิจกรรมสนับสนุนเสริม

ดังนั้นในการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่และการวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขนมลา กระบวนการผลิตขนมลา ราคาขาย ต้นทุนในการผลิต วัตถุดิบ แรงงาน วัสดุ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ โดยมีกรอบแนวคิดและขั้นตอนในการวิจัยดังภาพที่ 2 เมื่อผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งพบว่าชุมชนยังคงผลิตผลิตภัณฑ์ขนมลาแบบดั้งเดิม เช่น ขนมลาแผ่นและขนมลารอบ ไม่ทราบความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ขนมลามีอายุการเก็บรักษาสั้น มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมลาไม่หลากหลาย ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้บริโภคนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อวิเคราะห์หาความต้องการของผู้บริโภคนำไปสู่พฤติกรรม การซื้อและบริโภคขนมลา จากนั้นเมื่อมีการวิจัยเข้าไปพัฒนาให้องค์ความรู้แก่ชุมชน ได้แก่ การแนะนำการใช้เทคโนโลยีในการผลิตขนมลา การใช้สารสกัดจากธรรมชาติเพื่อยืดอายุผลิตภัณฑ์ขนมลา การแปรรูปวัตถุดิบ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การมีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้า และการส่งเสริมการตลาด องค์ความรู้ดังกล่าวจึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิตจึงก่อให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ลำดับท้ายสุด ผู้วิจัยลงพื้นที่อีกครั้งเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการจดบันทึกรายได้ของแต่ละชุมชนเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ สัดส่วนรายได้ มูลค่าเพิ่มของแต่ละผลิตภัณฑ์ขนมลา และการวัดการกระจายรายได้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนว่ามีรายได้กระจายไปในจังหวัดและนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นแนวทางการเพิ่มกำไรและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ขนมลา ทำให้ชุมชนมีรายได้ก่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในจังหวัดนครศรีธรรมราช

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชน ศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำมาพัฒนากระบวนการผลิต พร้อมนำข้อมูลมาเพื่อวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช และวัดการกระจายรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ผลิต จำนวน 12 คน แบ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนละ 2 คน ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตร บ้านศรีสมบูรณ์ หอยรอก ตำบลหูล่อง อำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มนึ่งกึ่งขนมลา ตำบลหอยรอก อำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มสตรีชนมแปรรูป ตำบลปากพูน อำเภomeอง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มขนมลาป้าปรีดา ตำบลบ้านเพิง อำเภopakพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มวิสาหกิจขนมลา ตำบลท่าซอม อำเภอกหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช และกลุ่มขนมลาป้าเทศ ตำบลแม่เจ้าอยู่หัว อำเภอยะใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Krippendorff, 2004) โดยจะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ประธานกลุ่มและรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยจะกำหนดประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์อย่างเป็นขั้นตอน เพื่อวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่าและวัดการกระจายรายได้ที่เป็นผลมาจากงานวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลบริบทของแต่ละชุมชน ได้แก่ กระบวนการผลิต ราคาขาย และต้นทุนในการผลิตซึ่งได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน วัสดุ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่าและมูลค่าเพิ่ม

ส่วนที่ 2 เก็บข้อมูลการบันทึกรายได้ของชุมชน โดยในก่อนหน้าผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือการจดบันทึกนำข้อมูลโดยดัดแปลงมาจากเครื่องมือของ (Treewanchai. et al., 2021.) เพื่อให้ชุมชนจดบันทึกไว้ จากนั้นนำ

ปริมาณยอดขายที่ชุมชนจำหน่ายสินค้าได้มาวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลในส่วนที่ 1 พิจารณาควบคู่กัน แล้วนำมาวิเคราะห์การกระจายรายได้ของชุมชนผู้ผลิตขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช

การเก็บรวบรวมข้อมูล สืบเนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและกลุ่มผู้บริโภคยินยอมและสมัครใจในการให้ข้อมูลสำหรับการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานจากการสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ บริบททรัพยากรพื้นฐานของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในชุมชน ตลอดจนกระบวนการผลิตขนมลาดั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเดิม

จากนั้นภายใต้แผนการวิจัย จึงมีโครงการวิจัยที่ได้เข้าไปเสริมหนุนการพัฒนาศักยภาพ เพิ่มทักษะและให้องค์ความรู้แก่กลุ่มวิสาหกิจทั้ง 6 ชุมชน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลด้านคติชนวิทยาของขนมลา การพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสีย การพัฒนาคุณภาพการผลิตและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ขนมลา การพัฒนานวัตกรรมการผลิตขนมลากรอบด้วยเทคโนโลยีการอบแห้งจากคลื่นไมโครเวฟ การใช้สารสกัดจากธรรมชาติเพื่อยืดอายุการเก็บรักษา การออกแบบบรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ และการพัฒนาสื่อสมัยใหม่เล่าเรื่องขนมลาและช่องทางการตลาดออนไลน์ จากนั้นผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลอีกครั้งหลังจากมีงานวิจัยเข้าไปร่วมพัฒนาชุมชนแล้ว โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ประธานกลุ่มและรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำข้อมูลมาศึกษาในรูปแบบห่วงโซ่คุณค่าและทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของขนมลาในแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการ

จากการศึกษารูปแบบห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มวิสาหกิจทั้ง 6 ชุมชน เมื่อคลี่กลุ่มภาคีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดทั้งห่วงโซ่ ในงานวิจัยนี้จะวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มภาคีผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อหาสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาและมูลค่าเพิ่มของแต่ละผลิตภัณฑ์ขนมลา ด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์สัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์

จากผลประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือการจดบันทึกรายได้ให้ชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์สำหรับวัดการกระจายรายได้ โดยการเก็บข้อมูลรายได้ที่เกิดจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมลา โดยแยกตามรายผลิตภัณฑ์ ค่าวัสดุ ค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายอื่นๆ และค่าน้ำค่าไฟ โดยในการวัดการกระจายรายได้ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ รายได้ที่เกิดขึ้นก่อนชุมชนเข้าร่วมการพัฒนางานวิจัย และรายได้หลังจากที่ชุมชนเข้าร่วมการพัฒนางานวิจัย โดยทั้งสองช่วง ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลรายได้ที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลงานประเพณีสารทเดือนสิบและนอกช่วงเทศกาล เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และวัดการกระจายรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ว่ามีรายได้กระจายในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชและนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชหลังจากที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เข้าร่วมการพัฒนางานวิจัยแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ดังนี้

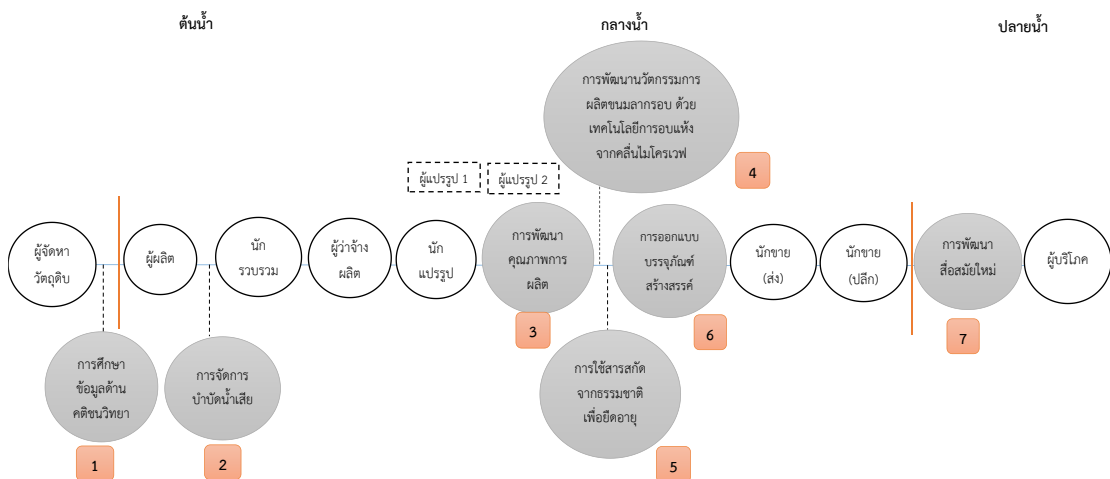
ข้อมูลเชิงพรรณนาที่ได้จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่ม เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ขนมลา

ข้อมูลเชิงปริมาณจากการวิเคราะห์สัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาและมูลค่าเพิ่มของแต่ละผลิตภัณฑ์ขนมลา จากเครื่องมือการวิเคราะห์สัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์โดยอาจารย์บัณฑิต อินดวงค์ ผู้อำนวยการวิจัยในโครงการเป็นผู้ออกแบบเครื่องมือดังกล่าว และการวัดการกระจายรายได้จากข้อมูลที่ชุมชนจดบันทึกรายได้แยกตามผลิตภัณฑ์ โดยใช้โปรแกรม Excel ในการคำนวณ

## ผลการศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการผลิตขนมลาตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อนำไปวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ขนมลา พบว่าผลการสัมภาษณ์ข้อมูลกระบวนการผลิตก่อให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเดิมสู่ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลา และผลการวัดการกระจายรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ขนมลาของกลุ่มวิสาหกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการสัมภาษณ์ข้อมูลจากประธานกลุ่มและรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนถึงกระบวนการผลิตขนมลา เพื่อนำมาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่ากระบวนการผลิตขนมลาของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีรูปแบบห่วงโซ่อุปทานที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือเรียกว่าจำนวนกลุ่มภาคีตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่ต่างกันเมื่อนำกิจกรรมการผลิตขนมลามาเชื่อมโยงกัน พบว่ารูปแบบเดิมจะแสดงดังวงกลมโปร่ง ส่วนรูปแบบใหม่จะแสดงดังวงกลมทึบ ดังภาพที่ 2

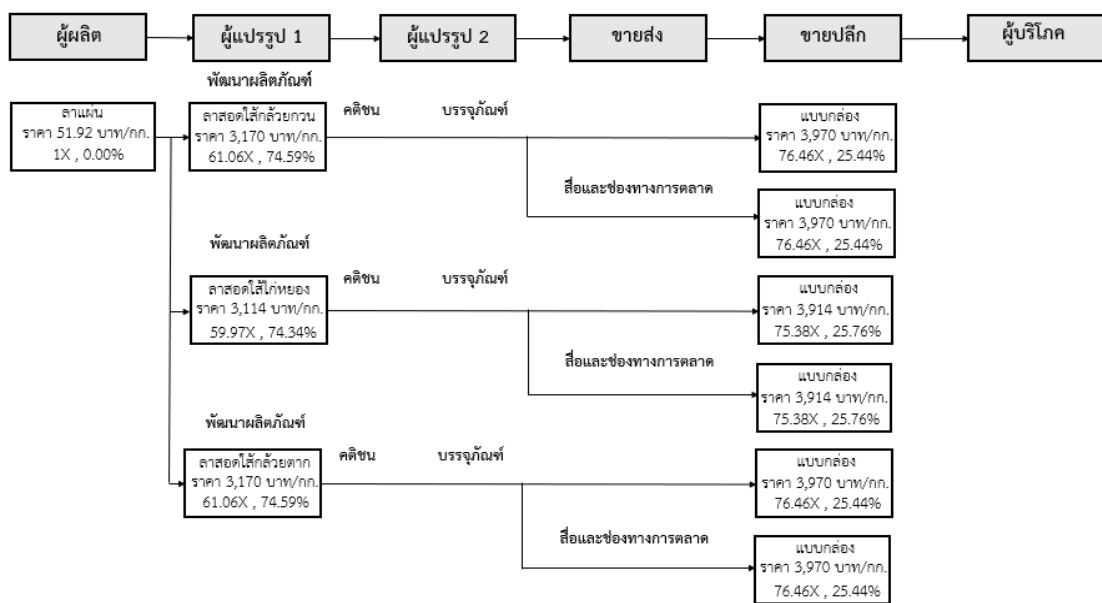


ภาพที่ 2 ห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์ขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช  
ที่มา: Booranawong, Theerachun and Sampim (2021)

จากภาพที่ 2 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ขนมลาในภาพรวมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประกอบไปด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำได้ทั้งหมด 8 ภาคี ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้รวบรวม ผู้ว่าจ้างผลิต ผู้แปรรูปขั้นต้น ผู้แปรรูปขั้นสุดท้าย ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก และผู้บริโภค ทั้งนี้เมื่อมีงานวิจัยเข้าไปช่วยกลุ่มวิสาหกิจได้รับการพัฒนากระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ดังแสดงในรูปวงกลมทึบ ซึ่งในช่วงต้นน้ำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะได้รับการพัฒนาโดยการนำประวัติความเป็นมาเรื่องเล่าขนมลาคติชน ลงสู่บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้นใหม่ ในช่วงกลางน้ำเริ่มจากผู้ผลิตจนถึงขั้นตอนกระบวนการผลิตขนมลา ทั้งนี้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ผลิตขนมลาเอง จึงได้รับการพัฒนาดังนี้ 1) การจัดการป่าต้นน้ำเสียจากการผลิตขนมลา 2) การใส่สารสกัดสมุนไพรเพื่อยืดอายุของขนมลาและลดกลิ่นหืนของน้ำมัน 3) การผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ขนมลากรอบสอดไส้ 4) การใช้ไมโครเวฟเพื่อลดเวลาในการตากแดดและสามารถอบขนมลากรอบได้เพิ่มขึ้น สุดท้ายในช่วงปลายน้ำเป็นการการพัฒนาสื่อสมัยใหม่เล่าเรื่องขนมลาและช่องทางการตลาดออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและเป็นการเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภค ซึ่งในงานวิจัยนี้จะวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของภาคีทั้งหมด 6 ภาคี โดยรวมผู้ผลิต ผู้รวบรวม และผู้ว่าจ้างผลิตอยู่ในภาคีเดียวกัน เมื่อนำรูปแบบห่วงโซ่อุปทานมาพิจารณาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ขนมลา ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้แปรรูปขั้นต้น ผู้แปรรูปขั้นสุดท้าย ผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก

และผู้บริโภค ในแต่ละภาคีจะเกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์หลังจากการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการพัฒนาจากการวิจัย ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากกิจกรรมในแต่ละภาคีของห่วงโซ่คุณค่า ทั้งนี้ภาคีที่ก่อให้เกิดรายได้ขึ้นจริงคือ ภาคีของนักแปรรูป ซึ่งถือเป็นกิจกรรมหลักที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบขนมลาแผ่นจากนั้นแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ขนมลากรอบสอดไส้ โดยกิจกรรมที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ขนมลา ได้แก่ หมายเลข 3, 4, 5 และ 6 ส่วนกิจกรรมการสร้างคุณค่าเพื่อเพิ่มมูลค่า ได้แก่ หมายเลข 1, 2 และ 7 ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีมูลค่าสูงขึ้นจากเดิม จากนั้นทำการคลี่ภาพห่วงโซ่คุณค่าใหม่และวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช

2. ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าเดิมสู่ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ขนมลากรอบสอดไส้กล้วยกวน ไส้หน้าพริกไก่หยองและไส้กล้วยตาก

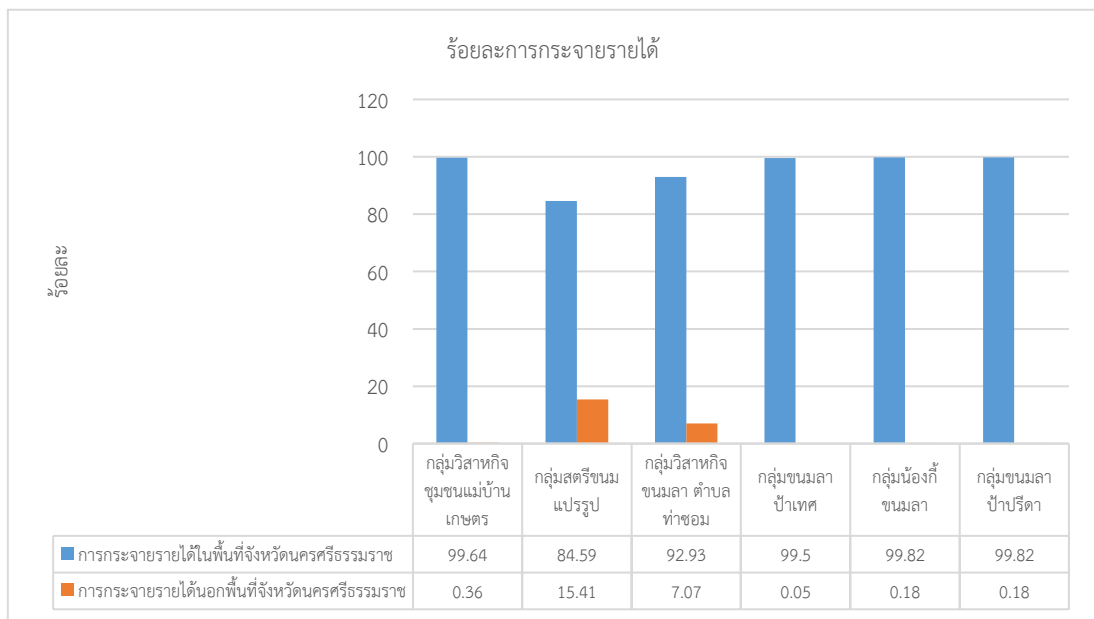
ที่มา: Booranawong, Theerachun and Sampim (2021)

จากภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่พบว่า ภาคีผู้ผลิต ทำหน้าที่ผสมแป้งและผลิตขนมลาแผ่น จากนั้นผู้แปรรูป จึงนำขนมลาแผ่นเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเป็นขนมลากรอบสอดไส้ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากสำรวจความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ ขนมลากรอบสอดไส้กล้วยกวน ขนมลากรอบสอดไส้ น้ำพริกไก่หยอง และขนมลากรอบสอดไส้กล้วยตาก จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ใหม่มาบรรจุลงสู่บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบพัฒนาขึ้นใหม่พร้อมได้นำเรื่องเล่าขนมลาด้านคติชนลงสู่บรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ขนมลา และทำการส่งผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ขาย นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาเพื่อเป็นการเพิ่มการรับรู้ของผู้บริโภคหากนำมาขายผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้นเมื่อคลี่ภาพห่วงโซ่คุณค่าใหม่จึงวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มและสัดส่วนรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้ ดังนี้ 1) ขนมลาสอดไส้กล้วยกวนโดยมูลค่าการแปรรูป มีมูลค่าต่อขนมลาเพิ่มขึ้น 3,170 บาท มีมูลค่าเพิ่มจากขนมลาแผ่นถึง 61.06 เท่า และมีสัดส่วนรายได้เป็น 74.59% โดยมูลค่าขายปลีก มีมูลค่าต่อขนมลาเพิ่มขึ้น 3,970 บาท มีมูลค่าเพิ่ม 76.46 เท่า และมีสัดส่วนรายได้เป็น 25.44% 2) ขนมลาสอดไส้หน้าพริกไก่หยอง มูลค่าการแปรรูป มีมูลค่าต่อขนมลาเพิ่มขึ้น 3,114 บาท มีมูลค่าเพิ่มจากขนมลาแผ่นถึง 59.97 เท่า และมีสัดส่วนรายได้เป็น 74.34% โดยมูลค่าขายปลีก มีมูลค่าต่อขนมลาเพิ่มขึ้น 3,914 บาท มีมูลค่าเพิ่ม 75.38 เท่า และมีสัดส่วนรายได้เป็น 25.76% และ 3) ขนมลาสอดไส้กล้วยตาก มูลค่าการแปรรูป มีมูลค่าต่อขนมลาเพิ่มขึ้น 3,170 บาท มีมูลค่าเพิ่มจากขนมลา



แผ่นถึง 61.06 เท่า และมีสัดส่วนรายได้เป็น 74.59% โดยมูลค่าขายปลีก มีมูลค่าต่อชนมลาเพิ่มขึ้น 3,970 บาท มีมูลค่าเพิ่ม 76.46 เท่า และมีสัดส่วนรายได้เป็น 25.44%

3. ผลการวัดการกระจายรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ชนมลาของกลุ่มวิสาหกิจทั้ง 6 ชุมชน พบว่าจากห่วงโซ่คุณค่าก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชนมลา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีผลตอบแทนและผลกำไรที่ดีขึ้นทั้งในแง่การสร้างคุณค่า ทำให้คนรู้จักมากขึ้น และตอบสนองตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการจับบันทึกรายได้ที่ทางผู้วิจัยได้ตัดแปลงออกแบบไว้เพื่อนำมาวัดการกระจายรายได้ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์การกระจายรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ว่ามีรายได้กระจายในจังหวัดและนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชของแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชนมลา แสดงร้อยละของการกระจายรายได้หลังชุมชนเข้าร่วมการพัฒนางานวิจัยทั้ง 6 กลุ่ม ดังแผนภูมิที่ 1



**แผนภูมิที่ 1** ร้อยละของการกระจายรายได้หลังชุมชนเข้าร่วมการพัฒนางานวิจัยทั้ง 6 กลุ่ม

ที่มา: Booranawong, Theerachun and Sampim (2021)

จากแผนภูมิที่ 1 ผลการกระจายรายได้หลังจากชุมชนเข้าร่วมการพัฒนางานวิจัยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 6 กลุ่ม พบว่า 1)กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตร บ้านศรีสมบุรณ์ มีรายได้รวม 260,050 บาท โดยมีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 259,101.12 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99.64 ของรายได้รวมทั้งหมด และมีการกระจายรายได้ออกนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 948.88 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.36 ของรายได้รวมทั้งหมด 2)กลุ่มสตรีชนมแปรรูป มีรายได้รวม 321,387 บาท โดยมีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 271,852.99 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 84.59 ของรายได้รวมทั้งหมด และมีการกระจายรายได้ออกนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 49,534.40 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 15.41 ของรายได้รวมทั้งหมด 3)กลุ่มวิสาหกิจชนมลาท่าซอม มีรายได้รวม 85,510 บาท โดยมีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 79,455.50 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 92.93 ของรายได้รวมทั้งหมด และมีการกระจายออกนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 6,049.30 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 7.07 ของรายได้รวมทั้งหมด 4)กลุ่มชนมลาป่าเทศ มีรายได้รวม 98,000 บาท โดยมีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 97,507.20 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99.50 ของรายได้รวมทั้งหมด และมีการกระจายรายได้ออกนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 492.80 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.05 ของรายได้รวมทั้งหมด 5)กลุ่มน้องก็ชนมลา มีรายได้รวม 3,085,600 บาท โดยมีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 3,080,196 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99.82 ของรายได้รวมทั้งหมด และมีการกระจายรายได้ออกนอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 5,404 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.18 ของรายได้รวมทั้งหมด และ

6) กลุ่มขนมลาป่าปรีดา มีรายได้รวม 175,200 บาท โดยมีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 174,877.80 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 99.82 ของรายได้ทั้งหมด และมีการกระจายรายได้นอกพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 322.20 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.18 ของรายได้รวมทั้งหมด

## อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของผลิตภัณฑ์ขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช เกิดจากพฤติกรรมผู้บริโภคขนมลาที่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องปรับเปลี่ยนระบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อรองรับกับพฤติกรรม ซึ่งนำไปสู่ความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rattanaphan (2013) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมลารอบเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมลารอบของกลุ่มสตรีบ้านชะแม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั่วไป จะเห็นได้ว่ารูปแบบห่วงโซ่คุณค่าเดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีลักษณะการจัดการที่ผู้อยู่ในห่วงโซ่ต่างดำเนินกิจกรรมของตนเอง รายได้ที่เกิดขึ้นจึงเกิดจากกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนของห่วงโซ่คุณค่า ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยได้เข้าไปช่วยพัฒนากระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเริ่มจากการสำรวจถึงความต้องการของผู้บริโภคขนมลา จะเห็นได้ว่าภาคีที่ก่อให้เกิดรายได้ขึ้นจริง คือภาคีของนักแปรรูป ซึ่งเป็นข้อต่อที่เพิ่มขึ้นมาใหม่ระหว่างผู้ผลิตและผู้ขาย ที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบขนมลาแผ่น โดยในกระบวนการผลิตขนมลากลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการพัฒนาให้ใช้สารสกัดจากธรรมชาติเพื่อยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ จากนั้นเข้าสู่กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพการผลิตและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ขนมลารวมถึงการพัฒนาวัตถุกรรมการผลิตขนมลารอบด้วยเทคโนโลยีการอบแห้งจากคลื่นไมโครเวฟ ที่ช่วยให้อบขนมลาได้เร็วขึ้นโดยเฉพาะในช่วงฤดูฝน จากนั้นได้รับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นใหม่โดยนำข้อมูลด้านคติชนวิทยาของขนมลา เพื่อเป็นการสื่อสารถึงการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม นอกจากนี้กลุ่มวิสาหกิจที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ลุ่มที่น้ำระบายค่อนข้างช้า จึงมีการพัฒนาระบบบำบัดน้ำเสียแบบติดกับที่ สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตขนมลา ถือได้ว่าเป็นการรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ขนมลาเป็นที่รู้จักมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาสื่อสมัยใหม่เล่าเรื่องขนมลาและช่องทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งจากการพัฒนาระบบการผลิตดังกล่าวเป็นการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เกิดห่วงโซ่คุณค่าใหม่ขึ้นสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช และช่วยให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีมูลค่าสูงขึ้นเป็นการเพิ่มกำไรและผลตอบแทนที่มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Srisook, Hiranwijitporn and Kaewtem (2020) ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเพื่อพัฒนาทักษะด้านการตลาดของเกษตรกรในจังหวัดลำปาง รองรับโครงการ Smart Farmer ได้คัดเลือกเกษตรกรกลุ่มผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเข้าสู่กระบวนการพัฒนาทักษะด้านการตลาดในห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายทาง ได้แก่ กิจกรรมต้นน้ำ การศึกษาพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าที่สามารถยกระดับเข้าสู่ตลาด กิจกรรมกลางน้ำ การศึกษาและพัฒนาแนวคิดการแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่า และกิจกรรมปลายน้ำ การศึกษาและมุ่งพัฒนาเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ จากการดำเนินกิจกรรมจึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในห่วงโซ่คุณค่า สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่เกษตรกรในจังหวัดลำปาง

ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มวิสาหกิจทั้ง 6 ชุมชน เมื่อคลี่กลุ่มภาคีตลอดทั้งห่วงโซ่ สามารถนำไปวิเคราะห์สัดส่วนรายได้ของผลิตภัณฑ์ขนมลาและ Value Added ของแต่ละผลิตภัณฑ์ พบว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ขนมลารอบสอดไส้กล้วยกวน 2) ผลิตภัณฑ์ขนมลารอบสอดไส้กล้วยตาก และ 3) ผลิตภัณฑ์ขนมลารอบสอดไส้ไก่หยอง ที่นำมาแปรรูปสามารถเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบได้ถึง 76.46, 76.46 และ 75.38 เท่า ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับราคาขนมลาแผ่น โดยเมื่อทำการแยกสัดส่วนรายได้ในแต่ละภาคี พบว่าผลิตภัณฑ์ขนมลารอบสอดไส้กล้วยกวนและกล้วยตาก ผู้ผลิตมีสัดส่วนรายได้ต่ำสุด ส่วนผู้ขายยังมีสัดส่วนรายได้สูงสุด สำหรับผลิตภัณฑ์ขนมลารอบสอดไส้ไก่หยอง พบว่าผู้ผลิตมีสัดส่วนรายได้ต่ำสุด ส่วนผู้แปรรูปมีสัดส่วนรายได้สูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Hassachu (2020) ที่ทำการศึกษาการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าและห่วงโซ่คุณค่า สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป โดยได้มี

การศึกษาสัดส่วนรายได้และมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปที่มีการแปรรูปจากวัตถุดิบทางการเกษตร ได้แก่ มะพร้าว ทูเรียน มังคุด ลำไย และเงาะ เมื่อทำการแยกสัดส่วนรายได้ในแต่ละภาค พบว่าเกษตรกรมีสัดส่วนรายได้ต่ำสุด นักขายมีสัดส่วนรายได้สูงสุดทั้งในทุเรียนกวน ทุเรียนเชื่อม สำหรับทุเรียนทอดและทุเรียนฟริตดราย นักแปรรูปจะมีสัดส่วนรายได้มากที่สุด นอกจากนี้จากงานวิจัยของ Sangkhaman (2016) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว กรณีศึกษาจังหวัดยโสธร โดยได้มุ่งเน้นการเชื่อมโยงการพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าเพิ่มของกระบวนการผลิตตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และแปรรูปสู่ผู้บริโภคตลาดเป้าหมาย โดยกระบวนการต้นน้ำมุ่งเน้นดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตข้าวคุณภาพ ปลอดภัย มีโภชนาการสูงเพื่อสุขภาพ กระบวนการกลางน้ำมุ่งเน้นดำเนินการสนับสนุนให้สถาบันการเงินปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำระยะสั้นให้กับสหกรณ์การเกษตรกลุ่มผู้ผลิตข้าว การรวบรวมผลผลิตจากสมาชิกมาแปรรูปและจำหน่ายเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สนับสนุนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าข้าวเพื่อตอบสนองและดึงดูดความน่าสนใจจากผู้บริโภค และกระบวนการปลายน้ำ มุ่งเน้นดำเนินการสนับสนุนการเพิ่มช่องทางการตลาดในทุกระดับสนับสนุนให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศด้านการตลาดที่จะนำมาวางแผนการผลิตและการตลาด

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ขนมมลาทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีผลตอบแทนและรายได้จากการพัฒนากระบวนการผลิตขนมมลา ส่งผลให้เกิดรายได้ในชุมชน ผลของการวัดการกระจายรายได้ของชุมชน กลุ่มผู้ผลิตขนมมลาทั้ง 6 กลุ่ม มีการกระจายรายได้ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 3,962,990.61 บาท คิดเป็นร้อยละ 96.05 ของการกระจายรายได้ทั้งหมด และการกระจายรายได้นอกพื้นที่ในจังหวัดนครศรีธรรมราชจำนวน 62,751.58 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.88 ของการกระจายรายได้ทั้งหมด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนตรงตามความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและยกระดับรายได้ของชุมชนได้จริง เกิดการกระจายรายได้ในพื้นที่ทำให้ชุมชนเกิดความยั่งยืนและเป็นการช่วยยกระดับเศรษฐกิจฐานรากให้แก่ชุมชนต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมมลาควรได้รับการพัฒนาสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ขนมมลา โดยการนำเอาวัตถุดิบในท้องถิ่นของแต่ละชุมชนมาผลิตเป็นไส้ขนมมลา ได้แก่ กล้วย มังคุด ทุเรียน สับปะรด เป็นต้น สำหรับบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีความสวยงาม ทันสมัย พกพาสะดวก และไม่แตกหักง่าย

1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนมมลาควรมีการสนับสนุนทางภาครัฐ เช่น สนับสนุนเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย กิจกรรมการออกบูทแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ฯลฯ เพื่อให้ชุมชนมีกำไรและผลตอบแทนเพิ่มขึ้นมีสัดส่วนรายได้อย่างเป็นธรรม ตลอดจนมีการกระจายรายได้ภายในพื้นที่มากยิ่งขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาระบบนิเวศธุรกิจของผลิตภัณฑ์ขนมมลา ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร เพื่อทำการพัฒนาขีดความสามารถยกระดับรายได้ให้แก่กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการผลิตขนมมลาที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำไปสู่ปลายน้ำ

## เอกสารอ้างอิง

จิตพนธ์ ชุมเกตุ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. รายงานผลการวิจัย. จังหวัดเพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ฐิติมา บุรณวงศ์ ศนิทัชชา อีระขุนท์ และธัชชา สามพิมพ์. (2564). **แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และห่วงโซ่คุณค่าของขนมลาในจังหวัดนครศรีธรรมราช**. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กองทุนส่งเสริมวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.).
- ทัตษกร ศรีสุข นิถุมล หิรัญวิจิตรภรณ์ และสุบิน แก้วเต็ม. (2563). **ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเพื่อพัฒนาทักษะด้านการตลาดของเกษตรกรในจังหวัดลำปาง รองรับโครงการ Smart Farmer**. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. 14 (2), 505-521.
- ณัฐมน ทรัพย์บุญโต รสริน สุภารัตน์ ชนนพร ยะใจมั่น ชาดาพร ปงอ้อคำ ปภาวรินทร์ ศรีธาบุญ และจารุวรรณ ผุดผ่อง. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษา OTOP ประเภทอาหาร จังหวัดพะเยา**. 8-9 กันยายน 2559. อาคารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 230-237.
- ณัฐภรณ์ พงษ์ณะเรศ นิภาพร กลิ่นระรื่น และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2560). **การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ ผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสมุนไพร ตำบลหนองหัวแรต อำเภอนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา**. 20 มกราคม 2560. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 93-102.
- ธนวัฒน์ ศรีดีสาร. (2561). **ศึกษาเรื่องห่วงโซ่อุปทานการผลิตข้าวหอมมะลิจากทุ่งกุลาร้องไห้**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะเกษตรศาสตร์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นิธิดา พระยาอโลและลำปาง แม่นมาตย์. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่ผลิตในจังหวัดขอนแก่น**. วารสารวิจัย มข. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 3 (1), 38-51.
- ภัทรสิญากร คณาเสน. (2558). **แนวทางการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในธุรกิจโรงไม้สัก กรณีศึกษา บริษัทธัญญเจริญโยธธรู๊ดซัพ จากัด**. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มณีนรัตน์ รัตนพันธ์. (2556). **ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมลากรอบ กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา**. 10 พฤษภาคม 2556. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 251-259.
- มาริช หัสชู. (2563). **การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและห่วงโซ่คุณค่า สำหรับแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการสินค้าโอท็อป**. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเทคโนโลยีอาหาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยรรยง ศรีสม. (2553). **ห่วงโซ่คุณค่า (ตอนจบ) Value chain ในงานโลจิสติกส์**. [Online]. Available: [https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN211A\\_p039-44.pdf](https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN211A_p039-44.pdf). [2565 มกราคม 4].
- ศิริเชษฐ์ สังขะมาน (2559). **การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าว กรณีศึกษาจังหวัดยโสธร**. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สินาด ตริวรรณไชย สุภาพล จงวิไลเกษม และปพิชญา แซ่ลิ้ม (2564). **การวัดผลกระทบต่อการกระจายของรายได้ของชุดโครงการ “มหาวิทยาลัยกับการพัฒนา กลไกเพื่อดูดซับเศรษฐกิจภายในพื้นที่”**. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560–2564**. [Online]. Available: <http://www.nesdc.go.th>. [2564 ธันวาคม 20].
- อุทิศ ทาหอม สำราญ ชูระตา ชูลีพร บึงทอง และเคนศ วงษา. (2561). **รูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น “ตำเปียงทรงเครื่อง” เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนบ้านเสม็ด ตำบลหนองเต็ง อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์**. วารสารพัฒนาสังคม. 20 (2), 35-61.

## References

- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. (11th ed.). Upper Sanddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Krippendorff, K. (2004). **Content analysis: an Introduction to its Methodology**. 2nd ed. USA: Sage Publications, Inc
- Michael E. Porter. (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. New York: MacMillan.

#### Translate Thai Reference

- Booranawong, T., Theerachun, S., and Sampim, T. (2021). **Guidelines for the Development of Khanom La and Its Value Chain in Nakhon Si Thammarat**. Research Report. Thailand Science Research and Innovation and Program Management Unit on Area Based Development (PMU A). (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. Phetchaburi Province: Faculty of Management Science Silpakorn University. (in Thai)
- Hassachu, M. (2020). **A Study on Analyzing the Supply Chain and Value Chain for Developing the Community Enterprises and One Tambon One Product**. Independent Research Master of Science Degree Department of Food Technology graduate school Silpakorn University. (in Thai)
- Kanasen, P. (2015). **Value Chain Analysis of Wood Chipping Business: A Case Study of Thunyacharoen Yasothon Woodchip Co., Ltd**. Independent Research Master of Science Degree Department of Science Information Technology Policy and Management college of Innovation Thammasat University. (in Thai).
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). **National Economic and Social Development Plan Twelfth Edition 2017–2021**. [Online]. Available: <http://www.nesdc.go.th>. [2564, December 20]. (in Thai)
- Pongnaras, N., Klinraren, P., and Siriwong, P. (2017). **The application of Innovation for Creating Value Added and Study the Channel of Distribution of SUMALEE Brand, Nong Hua Raet District, Nong Bunmak Amphoe Nakhon Ratchasima Province**. January 20, 2017. Maha Sarakham Rajabhat University. 93-102. (in Thai)
- Prayalaw, N., and Manmart, L. (2015). **Factors Affecting Consumers' Purchasing Decision in Food Product of One Tambon One Product Project Produced in Khon Kaen Province**. *KKU Res J HS (GS)*. 3 (1), 38-51. (in Thai)
- Rattanaphan, M. (2013). **Factors Influencing the Purchasing Decision of Crispy Khanom La Products: Case Study in Songkhla Province**. May 10, 2013. Hat Yai University. 251-259. (in Thai)
- Sangkhaman, S. (2016). **Value Creation for Processed Rice Products: a Case Study of Yasothon Province Province**. Research Report. Bangkok: Social Research Institute Chulalongkorn University. (in Thai)

- Srisom, Y. (2010). **Value Chain (End) Value chain in logistics**. [Online]. Available: [https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN211A\\_p039-44.pdf](https://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN211A_p039-44.pdf). [2022, January 4]. (in Thai)
- Srisook, T., Hiranwijitporn, N., and Kaewtem, S. (2020) Value Chain Concept of Processed Agricultural Products for Development Ability in Marketing Skills of Farmers in Lampang Province to Support Smart Farmer Project. **Humanities and Social Sciences Journal of Graduate School, Pibulsongkram Rajabhat University**. 14 (2), 505-521. (in Thai)
- Sritisan, T. (2018). **Supply Chain of Jasmine Rice Production From Hung Kula Ronghai**. Bachelor of Science Thesis Faculty of Agriculture, Natural Resources and Environment Naresuan University. (in Thai)
- Supbunto, N., Suparat, R., Yajaimun, C., Pongorkham, C., Satthaboon, P., and Pudphong, J. (2016). **Factors Affecting Behavior to OTOP Product: Case Study of Food Products, Phayao Province**. 8-9 September 2015. Faculty of Humanities and Social Sciences Building Mahasarakham University. 230-237. (in Thai)
- Tahom, U., Dhurata, S., Bungtong, C., and Wongsu, K. (2018). The Model for Maximizing the Local Food Product Value of “Tampiangsongkruang” (Bamboo Shoot Mixed With Extra-ingredients) to Strengthen Ban Samet Community Economy of Nongtong Sub-District, Krasang District, Buriram Province. **Journal of Social**. 20 (2), 35-61. (in Thai)
- Treewanchai, S., Chongwilakasem, S., and Saelim, P. (2021). **Measuring the Impact on the Income Distribution of the Project Series. “University and Development Mechanism to Absorb the Economy Within the Area”**. Research Report. Board of Directors Promote Science Research and Innovation. (in Thai)

#### คณะผู้เขียน

##### นางสาวฐิติมา บุรณวงศ์

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช  
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280 โทร. 0897268570  
E-mail: Thitima\_boo@nstru.ac.th

##### ดร.ศรัทธา วีระสุนท์

สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช  
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280  
E-mail: sanatcha\_the@nstru.ac.th

##### ดร.ธัชชา สามพิมพ์

สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมอุตสาหกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช  
เลขที่ 1 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าจั่ว อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80280  
E-mail: Tatcha\_Sam@nstru.ac.th