

แนวทางการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงเพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวิ ตำบลบุดี อำเภอมือง จังหวัดยะลา

นรบดี ภัทรวิศรุต¹, จรินทร์รัตน์ วรวงศ์พิทักษ์², ลาวัญญ์ พงษ์สุวรรณศิริ³, นุชนภา เลขาวิจิตร⁴
และชฎาภรณ์ สวนแสน⁵

- 1 อาจารย์ประจำสาขาบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- 2 อาจารย์ประจำสาขาการเงินและการลงทุน มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- 3 อาจารย์ประจำสาขาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- 4 ดร.อาจารย์ประจำสาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
- 5 อาจารย์ประจำสาขานิติศาสตร์ธุรกิจและนวัตกรรมกรรมการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงแล้วนำมาแก้ไขปัญหารวมทั้งเสนอแนวทางการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง เพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวิ ตำบลบุดี อำเภอมือง จังหวัดยะลา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี คือเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ นำแบบสอบถาม แบบสนทนาเชิงกลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการศึกษาโดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค จำนวน 400 คน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด นับถือศาสนาอิสลาม การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาศัยในเขตชนบท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนการสนทนากลุ่มได้ผู้บริหารระดับนโยบาย รวมไปถึงผู้ปฏิบัติ นักวิชาการ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 คน ในส่วนของการวิเคราะห์ลักษณะบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าการกำหนดขนาดของสบู่ที่มี 2 ขนาดคือ ขนาด 50 กรัม และขนาด 100 กรัม ลักษณะบรรจุภัณฑ์เหมาะสมและสวยงาม ด้านการย่อยสลายบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับผลจากการสนทนากลุ่มพบว่าลักษณะของบรรจุภัณฑ์ควรมีขนาด 50 กรัม และขนาด 100 กรัม เนื่องจากเป็นขนาดของสบู่ที่ผู้บริโภคนิยมใช้ และเสนอให้มีการทำสบู่ขนาดเล็กสำหรับทดลองใช้สำหรับแจกให้ลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างความรู้จักให้ผู้บริโภค รวมถึงผลวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสบู่ก่อนน้ำผึ้งชันโรง พบว่า ด้านศักยภาพ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด สอดคล้องกับผลจากการสนทนากลุ่มพบว่าด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือผลิตภัณฑ์ควรได้รับการรับรองเครื่องหมายมาตรฐานในการผลิตเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกคณะวิจัยจึงทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้ง กลุ่มแม่บ้านที่ผลิตสบู่ก่อนน้ำผึ้ง ร้านค้าปลีก และหน่วยงานภาครัฐโดยใช้แนวทางการจัดการห่วงโซ่คุณค่ามาทำการศึกษา พบว่า ปัญหาต้นน้ำ คือ การเพาะเลี้ยงผึ้งชันโรงมีปริมาณจำกัด อีกทั้งการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบเป็นไปได้ยาก สำหรับกลางน้ำคือ การขาดมาตรฐานในการผลิต การขาดความรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน ส่วนปลายน้ำ คือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรขาดความรู้ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านน้ำคือ ควรมีการจัดทำมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้ง เจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความรู้และฝึกอบรมเรื่องโรคผึ้งและมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้ง ส่วนแนวทางการแก้ปัญหากลางน้ำและปลายน้ำคือ การถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่ม

แม่บ้านเกษตรกร โดยการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้ได้ผลผลิต ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายมากขึ้น และในการทำการตลาดออนไลน์ เช่น Tiktok Shopee Lazada มาส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อขยายโอกาสทางการตลาด ไปสู่กลุ่มลูกค้าในวงกว้างได้มากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมามีการดำเนินการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ยังมีปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ อาจเพราะขาดการติดตามหรือประเมินผล ดังนั้นควรมีการประเมินผลการดำเนินงานเพื่อเป็นการการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์แปรรูปซึ่งจะต้องดำเนินการให้ครอบคลุมทุกมิติ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ โดยเปรียบเทียบมูลค่าที่เพิ่มขึ้น และภาพรวมสามารถช่วยเหลือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ได้มากน้อยเพียงไร เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: จัดการห่วงโซ่คุณค่า ผลิตภัณฑ์แปรรูป น้ำผึ้งชันโรง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

GUIDELINES FOR VALUE CHAIN MANAGEMENT PROMOTION OF PROCESSED PRODUCTS STINGLESS BEE HONEY TO COMPETITION OF STINGLESS BEE HONEY FARM WOMEN GROUP, BAN PONGYAWI, BUDI SUB-DISTRICT, MUEANG YALA DISTRICT, YALA PROVINCE

Abstract

This study aims to study and analyze the value chain management problems of processed products from stingless-bee honey, then solve the problems and propose ways to promote value chain management of processed products from stingless-bee honey for developing the competitive skills of a stingless-bee honey farmer's group, Ban Phongyawe, Budi Sub-district, Muang District, Yala Province. This survey study was considered mix-method research, employed both quantitative and qualitative data through the questionnaires, group discussions and in-depth interviews as tools. The sample group were 400 consumers whose general information of the samples was mostly female, aged between 20-30 years, single, Muslim with a bachelor's degree. They were mostly farmers with the average monthly income around 5,001-10,000 Baht. The group discussion procedure has been involved by the policy executives, practitioners, academics, farmers, producers, distributors, and consumers of processed products from stingless-bee honey, 7 people in total. The analysis of packaging characteristics showed that most consumers believed that the size of the soap comes in two sizes, 50 grams and 100 grams, and the packaging was appropriate and beautiful. In terms of degradation, the packaging was paper box, not toxic to the environment. This was consistent with the results from the group discussion, agreed that the packaging size should be 50 grams and 100 grams because it was the size of soap that consumers prefer to use, and proposed making a small trial soap for distribution to customers to build consumer awareness. Also, the analyzed results about the composition of the product that affects the decision to buy stingless-bee honey bar soap revealed that the potential aspect had the greatest influence on purchasing decisions which was consistent with the results from the focus group discussion, agreed that the product potential aspect was that the product should be certified by the standard mark in production. To gain insight, the researcher conducted an in-depth interview, asking the bee farmer groups, the groups of housewives, producing honey bar soap, retail stores and government agencies by using the concept of value chain management to study, and it was found that the upstream problem was the limited quantity of stingless bee breeding. In addition, it was difficult to control the quality of raw materials. The midstream problem was lack of standards in production, and knowledge about standardized product design. The downstream part was the farmers' housewives' group, lacking marketing and public relations knowledge. The solution to the upstream problem is that the bee farm standards should be established. Government officials from relevant agencies need to provide knowledge



and training on bee diseases and bee farm standards. As for the solution to midstream and downstream problems, knowledge transfer to farmers' groups by bringing scientific knowledge combined with local wisdom to produce products with more quality and variety. The online marketing such as Tiktok, Shopee, Lazada are needed to promote sales to expand market opportunities to a wider group of customers which has been previously continually supported. However, there were still problems and obstacles in the implementation which might be due to lack of monitoring or evaluation. Therefore, there should be an evaluation of the performance to increase the value of processed products, which must cover all dimensions from upstream, midstream, and downstream by comparing the increased value and the overall picture can help the farmers' housewives group for further sustainability.

Keywords: manage the value chain, processed products, stingless-bee honey housewife farmer group



บทนำ

ถ้ากล่าวถึงภาคเกษตรสำหรับประเทศไทยมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นพื้นฐานของการพัฒนาภาคเศรษฐกิจ ภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้สตรีกลุ่มแม่บ้านรวมตัวกันเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยกรมส่งเสริมการเกษตรมีนโยบายส่งเสริมสตรีในภาคเกษตร ให้ทำงานร่วมกันและเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายระดับตำบล อำเภอ จังหวัด ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจครัวเรือนของเกษตรกร ไปจนถึงวิสาหกิจชุมชนและเชิงธุรกิจ เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมในชุมชนให้ดีขึ้น (กองพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร, 2560) เช่นเดียวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจังหวัดยะลาที่มีการรวมตัวกันเพื่อสร้างกลุ่มอาชีพ หลังจากทำสวนยางเรียบร้อย ซึ่งทางจังหวัดให้ความสำคัญกับภาคการเกษตร และการรวมกลุ่มของกลุ่มเกษตรกรเพื่อสร้างอาชีพเสริมสร้างโอกาสในการมีอาชีพทางเลือกอีกหนึ่งทางให้กับกลุ่มเกษตรกร (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดยะลา, 2565)

โดยอาชีพการเลี้ยงชันโรงเป็นอาชีพทางเลือกหนึ่งที่ทางจังหวัดยะลาเล็งเห็นความสำคัญเนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรตลอดไปจนถึงผู้ประกอบการรายใหญ่ ต่างหันมาให้ความสนใจผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้ง เพราะอาจเนื่องด้วยน้ำผึ้ง หรือผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากน้ำผึ้งนั้นเป็นสินค้า ด้านเศรษฐกิจที่สำคัญได้รับความสนใจ และเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศไปจนถึงระดับโลก (จิระเดช มณีรัตน์ และอัญชลี สวาสดิ์ ธรรม, 2554) เมื่อคณะวิจัยเริ่มทำการศึกษพบว่าผึ้งชันโรงมีวิวัฒนาการร่วมกับพืชท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน ผึ้งชันโรงจะทำการผสมเกสรและลงตอมดอกไม้ได้หลากหลายชนิด อีกทั้งมีรังที่จัดการได้ง่าย ไม่ค่อย หนาแน่น ขนาดรังไม่ใหญ่ สะดวกต่อการขนย้าย ในระหว่างฤดูกาลที่ไม่ใช่ฤดูกาลที่ใช้งานผึ้งชันโรง เพียงดูแลรังไม่ให้อยู่ในสภาพอากาศที่รุนแรง เช่น ความชื้นสูง หรือถูกแดดจัด ไม่มีศัตรูรบกวน มีพืช อาหารในธรรมชาติพอประมาณ รมัลดระวางการใช้สารเคมี รังผึ้งชันโรงก็สามารถนำไปใช้ในฤดูกาลต่อไปได้เป็น อย่างดี อีกทั้งราคาจำหน่าย น้ำผึ้งชันโรงในท้องตลาดก็โลกรั่มละ 1,500-2,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็นน้ำผึ้งที่ราคาแพงกว่าน้ำผึ้งทั่วๆ ไป เนื่องจากน้ำผึ้งชันโรงมีคุณค่าทางโภชนาการสูงกว่า ด้วยเหตุนี้ น้ำผึ้งของชันโรงจึงเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะผู้บริโภคที่เน้นเรื่องสุขภาพมากกว่าน้ำผึ้งจากผึ้งทั่วไป (นุกุล ชื่นพัก และคณะ, 2564) การใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ชันโรงที่ได้มาจากการเก็บจากรังชันโรงที่เรียกว่า “ชัน” หรือพรอพอลิส (propolis) อีกทั้งชันก็เป็นสารในกลุ่มฟลาโวนอยด์ (Flavonoids) มีผลในการเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ต้านเชื้อโรคและเพิ่มภูมิคุ้มกัน มีการนำชันมาใช้ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์หลายอย่าง เช่น ใช้เป็นยารักษาการติดเชื้อในช่องปาก รักษาเหงือกอักเสบ รักษาการอักเสบของผิวหนัง ทำเป็นยาหม่อง ใช้ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง เช่น สบู่ ยาสีฟัน แชมพูสระผม (นัย บำรุงเวช, 2562) จากผลสำรวจข้อมูลสถิติมีผู้เลี้ยงผึ้งชันโรงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ส่งผลให้สภาวะการแข่งขันธุรกิจของผู้เลี้ยงผึ้งชันโรงที่ต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์ในตลาดสูงตามไปด้วย แต่ในขณะเดียวกันได้พบปัญหาของเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรงคือ การผลิตที่ได้รับมาตรฐาน การมีผู้บริโภครู้จักเป็นวงแคบ เป็นเหตุให้เกษตรกรไม่สามารถขยายตลาดให้เป็นที่รู้จักได้ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องการผลิตให้เกษตรกรมีความสามารถในการประกอบอาชีพแบบยั่งยืน นั่นคือการพัฒนาแบบของผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความเหมาะสมและเป็นเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มโอกาสการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์ผึ้งชันโรง (วรรณเฉลิมทองพัด และปัญญาณัฐ ศิลาลาย, 2559)

เช่นเดียวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง ตำบลบุตี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นก่อนเกิดเหตุการณ์โรคโควิด-19 ได้ไม่นาน จึงทำให้กลุ่มไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง แต่กลุ่มก็พยายามร่วมกลุ่มสมาชิกและร่วมกันดำเนินงานมาจนถึงปัจจุบัน แต่กลุ่มยังขาดความรู้ด้านการผลิตให้ได้มาตรฐาน ขาดระบบการเงินและบัญชีทำให้กลุ่มไม่สามารถทำการตลาดที่ก้าวกระโดดได้ก้าวข้ามไปสู่ผู้ประกอบการมืออาชีพ อย่างไรก็ตามกลุ่มเกษตรกรต้องให้ความสำคัญต่อการเชื่อมโยงกิจกรรมภายในและ



ภายนอกองค์กรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำตามแบบจำลองห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Model) ของ Porter(1985) เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างทันท่วงทีเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน การนำแนวความคิดห่วงโซ่คุณค่ามาประยุกต์ใช้เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวี ตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริหารจัดการการตลาดเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดสากล ซึ่งการตลาดตามแนวคิดของ Kotler (2003) คือการตอบสนองความต้องการที่เป็นประโยชน์ของมนุษย์ของสังคม ทั้งนี้ การที่จะขยายศักยภาพในตลาดสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปต้องสร้างความมั่นใจแก่ผู้ซื้อสินค้าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำซึ่งที่ผ่านมากลุ่มเกษตรกรได้รับการสนับสนุนช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องแต่ยังไม่ครบทั้งห่วงโซ่คุณค่า การแก้ปัญหาแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เป็นการสร้างความมั่นใจในทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งสามารถขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าไปได้อย่างมั่นคง (นิรันดร์เกียรติ ลีวคุณูปการ, 2565)

ดังนั้น คณะวิจัยจึงเห็นสมควรที่จะศึกษาแนวทางในการส่งเสริมความเข้มแข็งในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อให้สามารถพัฒนายกระดับการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ พัฒนาให้เกิดความมั่นคงในอาชีพอย่างยั่งยืน มีรายได้เพิ่มขึ้น ให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และพึ่งพาตนเองได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวี ตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
2. เพื่อแก้ไขปัญหาและเสนอแนวทางการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงเพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวี ตำบลบุดี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

วิธีการดำเนินการวิจัย

เนื่องจากการศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยผสมวิธี (Mixed Method) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และวิจัยเชิงคุณภาพ ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์จากประชากรที่อาศัยในจังหวัดยะลาเนื่องจากเป็นการสำรวจตลาดโดยใช้กลุ่มลูกค้าเก่าที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง ซึ่งกลุ่มลูกค้าเก่าที่เกินกึ่งหนึ่งเป็นประชากรในจังหวัดยะลา (ประธานกลุ่ม, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง จากประชากร (Population) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ ไม่สามารถทราบจำนวนลูกค้าที่แน่นอน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อนระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ทั้งนี้จากการคำนวณจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384.16 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาด จึงใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะวิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi stage Sampling) โดยมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเขตพื้นที่ (Area cluster sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามอำเภอและเขตเทศบาล ในจังหวัดยะลา

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกเป็นกลุ่มลูกค้าเก่าที่เกินกึ่งหนึ่งเป็นประชากรในจังหวัดยะลา (ประธานกลุ่ม, 2566)

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Haphazard or Accidental Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 17 เมษายน ถึงวันที่ 30 เมษายน 2566 เก็บข้อมูลเวลา 09.01-12.00 น. และ 14.01-18.00 น. เป็นหลัก เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ลูกค้าจะมาที่กลุ่มเพื่อซื้อสินค้า เป็นการเลือกตัวอย่างโดยคณะวิจัยพยายามเก็บตัวอย่างเท่าที่จะทำได้ตามที่มีอยู่หรือที่ได้รับความร่วมมือ

ขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างโดยอาสาสมัคร (Volunteer sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยขอความร่วมมือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้จึงเป็นกรณีพิเศษหรือยินดีให้ความร่วมมือหรืออยู่ในสถานที่ที่คณะวิจัยพบในขณะลงพื้นที่เก็บข้อมูลในแต่ละวัน

1.2 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้บริหารระดับนโยบาย และผู้ปฏิบัติ นักวิชาการ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพคณะวิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้บริหารระดับนโยบาย และผู้ปฏิบัติ นักวิชาการ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง ทั้งหมด 7 ตัวอย่าง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (In-Depth Interview) ตามแต่กรณีและความเหมาะสมของสถานการณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการวิจัย และได้กรอบแนวคิดการวิจัยให้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้

1. อาศัยในพื้นที่ตำบลบูตี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

2. เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงเพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาว ตำบลบูตี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

2. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยหลังจากที่ได้จัดทำแบบสอบถามแล้วเสร็จในเบื้องต้น คณะวิจัยได้นำไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติจำนวน 3 ท่าน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีความเชี่ยวชาญทางด้านการจัดการ การบริหารธุรกิจ การตลาด และด้านสถิติเพื่อตรวจสอบโครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct validity) และความถูกต้องเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) ความเหมาะสมในการใช้ภาษา (Wording) ความชัดเจน (Clarity) ของคำถาม ร่วมวิพากษ์ถึงประเด็นความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ความเหมาะสมและความสามารถในการสื่อสาร มีการทดสอบใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมกับเนื้อหา ข้อคำถามครอบคลุมครบถ้วนตามทฤษฎีหรือแนวคิด และครบถ้วนตามขอบเขตงานวิจัย จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์เจาะลึกตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนเมษายน 2566

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้ 1) แบบสัมภาษณ์เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ และ ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในด้านการจัดการและปัญหาภายในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงเพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาววี ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา โดยแบบสัมภาษณ์ จะใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

3. การรวบรวมข้อมูล

คณะวิจัยได้รับการอนุมัติโครงการวิจัยที่ทำในมนุษยวิทยาการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดยะลา จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่SCPHYLIB-2566/075 วันที่รับรอง 5 เมษายน 2566 เพื่อยืนยันพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลการวิจัยก่อนทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 วิธีการรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามโดยการสำรวจ (Survey) ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการแจกแบบสอบถามในพื้นที่อำเภอมือง จังหวัดยะลา โดยเนื้อหาแบบสอบถามมีรายละเอียดเพื่อเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์อย่างครบถ้วน ลักษณะคำถามที่ใช้เป็นแบบปลายปิด (Close-end questions) ให้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การปฏิบัติการพัฒนา และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารระดับนโยบาย และผู้ปฏิบัติ นักวิชาการ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง ในจังหวัดยะลา โดยใช้วิธีการจัดบันทึก รวบรวมข้อมูลทั้งหมด โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-end questions) ณ ที่ทำการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง พงยาววี ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามถูกวิเคราะห์เพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปแบบของตาราง ในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ก็โครงสร้างนั้น คณะวิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาสรุปประเด็นโดยการวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ผลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ โดยการสร้างรหัส และลงรหัสข้อมูลนั้นโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยวิเคราะห์ความหมายทางภาษา (Manifest) โดยตรงของตัวบทและเนื้อหาของบท (Text) และวิเคราะห์ความหมายทางความรู้สึก หรือวิเคราะห์นัยที่แฝงอยู่ (Latent) ซึ่งจะรวมการตีความและนัยทางบริบท (Context) ของภาษาและผู้ใช้ภาษาไว้ด้วย (นิศา ชูโต, 2551)

ผลการวิจัย

ครั้งนี้คณะวิจัยได้ทำการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) โดยได้มีการ เสนอผลการวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้านปริมาณและด้านคุณภาพประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยแสดงผลเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.80 อายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 60.50 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ

65.50 นับถือศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 92.50 การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 74.00 ส่วนใหญ่อาชีพเกษตรกรคิดเป็นร้อยละ 29.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ “สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง” จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ขนาดของสบู่ โดยสบู่ขนาด 50 กรัม ราคา 45 บาท เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, $SD = 0.69$) และสบู่ขนาดใหญ่ 100 กรัม ราคา 85 บาท เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, $SD = 0.71$) การมีลักษณะสีกลิ่นสวยงาม มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสบู่อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.66$) ด้านการย่อยสลาย โดยมีรายละเอียดว่าบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, $SD = 0.66$) และ บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษย่อยสลายได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.63$)

ส่วนที่ 3 ผลวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ “สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง” จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ “สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง” มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.55$)

ส่วนที่ 4 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ “สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง” จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่าลักษณะบรรจุภัณฑ์เหมาะสมและสวยงาม มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ “สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง” มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.62$)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมและสวยงาม มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผลิตภัณฑ์ “สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง” คณะวิจัยจึงทำการสนทนากลุ่ม ผู้บริหารระดับนโยบาย ผู้ปฏิบัติ นักวิชาการ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์และปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลสรุปความคิดเห็นคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ในด้านขนาดสินค้ากลุ่มเป้าหมายและส่วนใหญ่เสนอให้ทำขนาดเดิม คือ ขนาด 50 กรัม และขนาด 100 กรัม และกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เสนอให้มีบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กสำหรับทดลองใช้สำหรับแจกให้ลูกค้าทดลองใช้

ส่วนที่ 2 ผลสรุปความคิดเห็นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ได้เสนอว่าด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ควรได้รับการรับรองจากคณะกรรมการอาหารและยา

นอกจากนี้คณะวิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้ง กลุ่มแม่บ้านที่ผลิตสบู่ก้อนน้ำผึ้ง ร้านค้าปลีก และ หน่วยงานภาครัฐ โดยใช้แนวคิดการจัดการห่วงโซ่คุณค่ามาทำการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในการหาแนวทางการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง เพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวิ ตำบลบุตี อำเภอมืองจังหวัดยะลา ดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรงบ้านพงยาวิ ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา เกษตรกรในกลุ่มส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลักด้านเกษตรกรรม แต่ที่มารวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมด้านผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงเป็นอาชีพ

เสริม ซึ่งมีสมาชิกทั้งหมด 13 คน เป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นก่อนเกิดสถานการณ์การระบาดของโควิด19 ได้ไม่นาน จึงทำให้กลุ่มไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง แต่กลุ่มก็พยายามร่วมกลุ่มสมาชิกและร่วมกันดำเนินงาน มาจนถึงปัจจุบัน มีประสบการณ์ในการเลี้ยงผึ้งชันโรง 1- 5 ปี โดยใช้พื้นที่ในการเลี้ยงผึ้งแบบผสมผสาน นำ กล่องเลี้ยงผึ้ง ไปไว้ในสวนหลาย ๆ จุด สามารถเก็บน้ำผึ้งได้ตลอดปี ขึ้นอยู่กับอาหารของผึ้ง คือ เกสร ดอกไม้ ถ้าช่วงใดมีเกสรดอกไม้มาก จะได้ปริมาณน้ำผึ้งมากครั้งละ 500 - 1,250 มิลลิลิตร น้ำผึ้งสามารถ เก็บได้นานหลายปี

จากการวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรงบ้านพง ยาวี ตำบลบุตี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา ปัญหาต้นน้ำ คือ การเพาะเลี้ยงชันโรงวัตถุดิบมีปริมาณจำกัด การ ขยายพันธุ์ชันโรงต้องอาศัยประสบการณ์ของผู้เลี้ยงเป็นสำคัญ ต้องอยู่ในช่วงจังหวะเวลาที่เหมาะสม อีกทั้ง โอกาสที่เอื้ออำนวยของธรรมชาติเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่า การควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบเป็นไปได้ ยาก เนื่องจากวัตถุดิบส่วนใหญ่รับซื้อมาจากเกษตรกรรายย่อยหลาย ๆ ราย ทำให้น้ำผึ้งในแต่ละรอบที่ นำมาใช้ในการแปรรูปมีสีที่แตกต่างกันซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับเกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้ง ให้ข้อมูลว่า “ฟาร์มเลี้ยงผึ้งส่วนใหญ่ยังไม่ได้มาตรฐานผู้เลี้ยงยังขาดความรู้และความเข้าใจในการเลี้ยงและ ผลิตน้ำผึ้งให้ถูกสุขลักษณะ” ขณะที่ปัญหากลางน้ำมีความเกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ มีเรื่องสี ของผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากน้ำผึ้งในแต่ละรอบที่เก็บมาใช้ในการแปรรูปมีสีที่แตกต่างกัน ทำให้ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในแต่ละครั้งมีสีที่แตกต่างกัน โดยภาพรวมทำให้ขาดมาตรฐานในการผลิต อีกทั้งกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกรขาดความรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การคิดคำนวณต้นทุน ราคา และบัญชี อย่างถูกต้อง สถานที่ผลิตยังไม่ได้มาตรฐานจึงยังไม่มีมาตรฐานรองรับที่ชัดเจน สอดคล้องกับสมาชิกกลุ่ม แม่บ้าน ให้ข้อมูลว่า “ทางกลุ่มไม่มีระบบคลังสินค้า ยังไม่ได้รับเครื่องหมาย อย. ยังไม่มีกระบวนการควบคุม คุณภาพสินค้า สบู่คงตัว 2-3 เดือน จากนั้นเนื้อสบู่เริ่มอ่อนตัวลง ราคาสินค้าไม่มีการคำนวณตามหลักการ คิดต้นทุน ไม่มีระบบบัญชีการเงินแบบมาตรฐาน” ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ปัญหาปลายน้ำ จะประกอบด้วย ปัญหาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ คือ มีการประชาสัมพันธ์ และด้านการตลาดที่ไม่กว้าง มีกลุ่มลูกค้า เฉพาะทำให้มีการแนะนำน้อย และส่วนใหญ่ไม่ค่อยนิยมผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ เนื่องจากไม่มั่นใจใน ขั้นตอนการผลิต และมาตรฐานสินค้า สอดคล้องกับประธานกลุ่มให้ข้อมูลว่า “การผลิตสบู่จะผลิตตามคำสั่ง ซื้อจากลูกค้า ส่วนใหญ่น้ำผึ้งจะขายในชุมชน เพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเท่านั้น คนไม่ค่อยรู้จัก”

ส่วนที่ 2. เพื่อแก้ไขปัญหาและเสนอแนวทางการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงเพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวี ตำบลบุตี อำเภอเมือง จังหวัดยะลา จากประเด็นปัญหาต่าง ๆ ที่ได้กล่าวไว้ในผลวิจัยข้อที่ 1 จึงดำเนินการ วิเคราะห์และ ได้ข้อสรุป ดังนี้

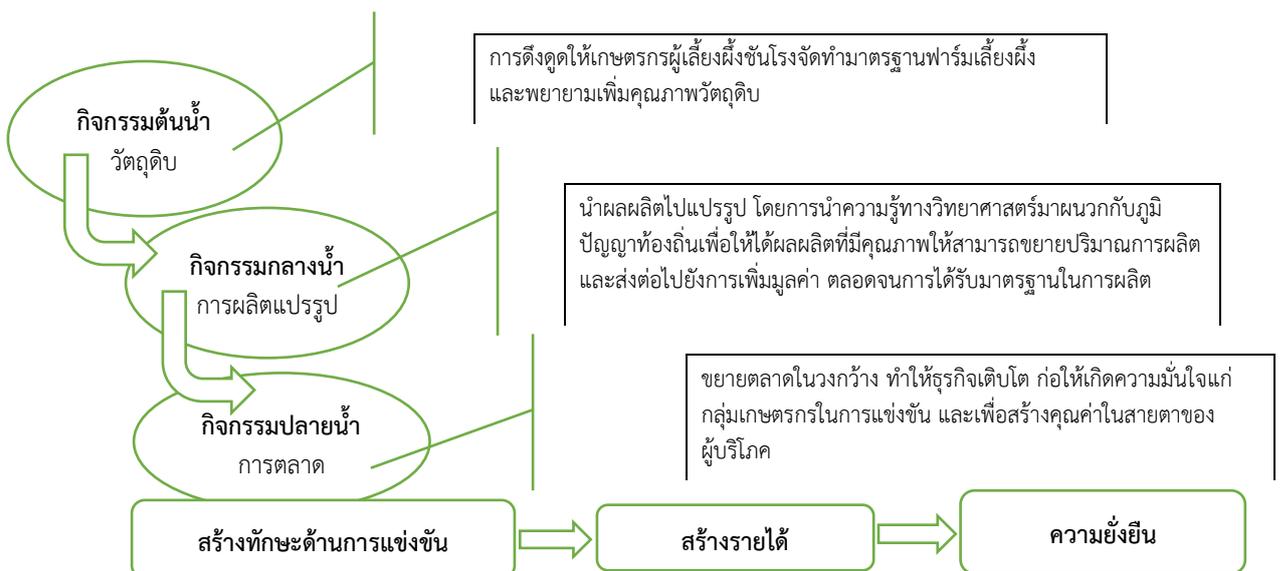
2.1 แนวทางการแก้ปัญหาต้นน้ำ ปัญหาต้นน้ำมีประเด็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขคือ ปัญหาที่ เกิดจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณจำกัด ไม่สามารถขยายไปสู่เชิงพาณิชย์ได้ หากมีการขยายตลาด เพิ่มขึ้นในอนาคตอาจจะขาดปัจจัยการผลิต ซึ่งจะส่งผลต่อการดำเนินงานระยะยาว จึงควรมีการจัดทำ มาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้งและจัดอบรมให้แก่เกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้ง รวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องให้ความรู้และฝึกอบรมเรื่องโรคผึ้งและมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้ง

2.2 แนวทางการแก้ปัญหากลางน้ำ ปัญหาหลักที่เกิดขึ้นในขั้นตอนนี้คือ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ มี เรื่องสีของผลิตภัณฑ์ไม่สม่ำเสมอ เนื่องจากน้ำผึ้งในแต่ละ รอบที่เก็บมาใช้ในการแปรรูปมีสีที่แตกต่าง กัน ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในแต่ละครั้งมีสีที่แตกต่างกัน โดยภาพรวมทำให้ขาดมาตรฐานในการผลิต อีกทั้ง กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรขาดความรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ สถานที่ผลิตยังไม่ได้มาตรฐานจึงยังไม่

มีมาตรฐานรองรับที่ชัดเจน ดังนั้น การถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมายใน ประเด็นดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และมีความหลากหลายมากขึ้นอนาคต หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องลงพื้นที่ในการให้ความรู้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้ตระหนักถึงความสำคัญของเครื่องหมายรับรองคุณภาพมาตรฐานต่าง ๆ

2.3 แนวทางการแก้ปัญหาปลายน้ำ ปัญหาปลายน้ำมีประเด็นปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการแก้ไขคือ ปัญหาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เนื่องจาก การช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังจำกัดอยู่ในพื้นที่ นักวิจัยเห็นว่าควรส่งเสริมให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย ในการทำการตลาดออนไลน์ เช่น Tiktok Shopee Lazada และการส่งเสริมการจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายอันจะนำไปสู่การขยายโอกาสทางการตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าในวงกว้างได้มากขึ้น อีกทั้ง การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในตลาด คงอัตลักษณ์ของชุมชนและพัฒนา มาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับของตลาดสากล

ดังนั้น จากการวิเคราะห์แนวทางการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก น้ำผึ้งชันโรงเพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวี ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำเข้าด้วยกันถึงจะมี ประสิทธิภาพ การดึงดูดให้เกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้งชันโรงจัดทำมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้งและพยายามเพิ่มคุณภาพ วัตถุดิบ ในระดับที่สามารถนำผลผลิตไปแปรรูปในระดับต่าง ๆ ให้สามารถขยายปริมาณการผลิต และมี คุณภาพส่งต่อไปยังการเพิ่มมูลค่า ตลอดจนการใช้มาตรฐานในการผลิต จนสามารถขยายตลาดได้ ทำให้ ธุรกิจเติบโต ก่อให้เกิดความมั่นใจแก่กลุ่มเกษตรกรในการแข่งขัน และเพื่อสร้างคุณค่าในสายตาของ ผู้บริโภค ผู้วิจัยได้สรุป ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ก่อนที่คณะวิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์สภาพปัญหาการจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกร น้ำผึ้งชั้นโรงบ้านพงยาวี ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา คณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจผู้บริโภคเพื่อให้ได้ ข้อมูลในเรื่องอำนาจการตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสุบก้อนน้ำผึ้งชั้นโรง ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ควรได้รับการรับรองเครื่องหมายมาตรฐาน ในการผลิต ซึ่งผลวิจัยนี้ตรงกับงานของประภัสสร คุ่มตระกูล (2559) ที่พบว่าองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้อสุบก้อนน้ำผึ้งชั้นโรง ด้านผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ด้านผลิตภัณฑ์คาดหวัง ด้านผลิตภัณฑ์ ควบ ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สุบก้อนน้ำผึ้งชั้นโรง เช่นกัน โดยเฉพาะด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ควรได้รับการรับรองจากคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งข้อค้นพบสะท้อนได้ว่าสภาพปัญหาการจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชั้นโรงบ้านพงยาวี ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา ที่ผ่านมา ปัญหาต้นน้ำ คือ การเพาะเลี้ยงผึ้งชั้นโรงมีปริมาณจำกัด อีกทั้งการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบเป็นไปได้ยาก สำหรับกลางน้ำคือ การขาดมาตรฐานในการผลิต การขาด ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน ส่วนปลายน้ำ คือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรขาดความรู้ ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ อลิสา ทองแก้ว และคณะ (2565) ว่า สภาพปัญหาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้งมี 1.ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ขาดมาตรฐานในการผลิต เนื่องจากขาดความรู้ และขาดการแนะนำในด้านวิชาการ 2. ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ คือ มีกลุ่ม ลูกค้าเฉพาะทำให้มีการแนะนำน้อย ตลอดจนในเรื่องของการตลาดที่มีการแข่งขัน ราคา และรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ และสวยงามกว่า 3. ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ คือ ขาดความรู้เกี่ยวกับการทำผลิตภัณฑ์ ยังไม่มีมาตรฐานรองรับที่ชัดเจน ทางที่มิวิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านน้ำผึ้ง คือ ควรมีการ จัดทำมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้ง เจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งให้ความรู้และฝึกอบรมเรื่องโรคผึ้ง และมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้ง ส่วนแนวทางการแก้ปัญหากลางน้ำและปลายน้ำคือ การถ่ายทอดความรู้ให้กับ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้ได้ผลผลิต ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายมากขึ้น และในการทำการตลาดออนไลน์ มาส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อ ขยายโอกาสทางการตลาด ไปสู่กลุ่มลูกค้าในวงกว้างได้มากขึ้น ซึ่งก็สอดคล้องกับงานของอลิสา ทองแก้ว และคณะ (2565) ซึ่งมีความเห็นว่าแนวทางการส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ มี 1. การส่งเสริมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมีมาตรฐานสากลและคุณภาพ 2. การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ ศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และการสร้างเครือข่าย กระจายสินค้า 3.การส่งเสริมมาตรฐานการผลิต กำหนดเกณฑ์มาตรฐานและคุณภาพการคัดสรรวัตถุดิบ การส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อนำความรู้ที่ได้มาต่อยอด พัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้การศึกษาของนิรันดร์เกียรติ ลีวคุณูปการ (2565). ก็มีความเห็นเช่นเดียวกันว่า แนวทางการแก้ปัญหากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ เกษตรแปรรูปมีความสำคัญอย่างยิ่งในการแก้ปัญหาแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ เพื่อ สร้างความมั่นใจให้กับกลุ่มเกษตรกร จึงควรเริ่มต้นจากปลายน้ำที่ใกล้กับผู้บริโภคมากที่สุดเพื่อศึกษาความ ต้องการที่แท้จริง นำมาพัฒนากระบวนการผลิตในระดับกลางน้ำและรักษาคุณค่าของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป ด้วยวิธีการปลูกที่ใช้ประโยชน์จากกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม และใช้เทคโนโลยีในการรักษาคุณค่าของ ผลผลิตทางการเกษตร ส่งมอบคุณค่าของผลผลิตทางการเกษตรให้กับผู้บริโภคที่พร้อมจะจ่ายในราคาที่ เหมาะสม

สรุปผลการวิจัย

วิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวิ ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตอนนี้ คือ สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง มีขั้นตอนการผลิตประกอบด้วย การเตรียมอุปกรณ์ การเตรียมวัตถุดิบ และการเลือกบรรจุภัณฑ์ ก่อนที่ผู้วิจัยจะเริ่มศึกษาสภาพปัญหาโดยการนำแนวคิดการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงเพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวิ ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา นั้นผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณโดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภค จำนวน 400 คน พบว่า ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด นับถือศาสนาอิสลาม การศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาชีพเกษตรกร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท อีกทั้งเลือกการสนทนากลุ่มจากผู้บริหารระดับนโยบาย รวมไปถึงผู้ปฏิบัติ นักวิชาการ เกษตรกร ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรง รวมทั้งสิ้นจำนวน 7 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์และปัจจัยด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ลักษณะบรรจุภัณฑ์ พบว่าลักษณะของบรรจุภัณฑ์ควรมีขนาด 50 กรัม และขนาด 100 กรัม เนื่องจากเป็นขนาดของสบู่ที่ผู้บริโภคนิยมใช้ และเสนอให้มีการทำสบู่ขนาดเล็กสำหรับทดลองใช้สำหรับแจกให้ลูกค้าเพื่อเป็นการสร้างความรู้จักให้ผู้บริโภค รวมถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง พบว่าด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ควรได้รับการรับรองจากคณะกรรมการอาหารและยา นอกจากนี้ผู้วิจัยยังทำการสัมภาษณ์เชิงลึก เกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้ง กลุ่มแม่บ้านที่ผลิตสบู่ก้อนน้ำผึ้ง ร้านค้าปลีก และหน่วยงานภาครัฐ โดยใช้แนวคิดการจัดการห่วงโซ่คุณค่ามาทำการศึกษาค้นคว้า พบว่า ปัญหาต้นน้ำ คือ การเพาะเลี้ยงผึ้งชันโรงมีปริมาณจำกัด อีกทั้งการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบเป็นไปได้อย่างยากลำบากสำหรับกลางน้ำคือการขาดมาตรฐานในการผลิต การขาดความรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน ส่วนปลายน้ำ คือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรขาดความรู้ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ แนวทางการแก้ไขปัญหาต้นน้ำ คือ ควรมีการจัดทำมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้ง เจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความรู้และฝึกอบรมเรื่องโรคผึ้งและมาตรฐานฟาร์มเลี้ยงผึ้ง ส่วนแนวทางการแก้ปัญหากลางน้ำและปลายน้ำคือ การถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพและมีความหลากหลายมากขึ้น อีกทั้งพัฒนาระบบบัญชีการเงิน การคิดคำนวณต้นทุนการตั้งราคาสินค้า และในการทำการตลาดออนไลน์ เช่น Tiktok Shopee Lazada มาส่งเสริมการจำหน่ายเพื่อขยายโอกาสทางการตลาด ไปสู่กลุ่มลูกค้าในวงกว้างได้มากขึ้น ดังนั้นแนวทางการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำผึ้งชันโรงเพื่อพัฒนาทักษะด้านการแข่งขันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำผึ้งชันโรง บ้านพงยาวิ ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา ต้องผ่านกระบวนการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ทั้งในส่วนของกิจกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำเพื่อสามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ ในส่วนของกิจกรรมต้นน้ำนั้น วัตถุประสงค์ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตซึ่งก็คือ น้ำผึ้งชันโรง ในส่วนกิจกรรมกลางน้ำซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตนั้น ซึ่งอยู่ที่ศักยภาพของผู้ผลิตสบู่ชันโรง ประธานกลุ่ม และสมาชิกทุกคนในกลุ่ม สำหรับกิจกรรมปลายน้ำเพื่อสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ให้สามารถผลิตสินค้าเพื่อออกจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น ด้วยการบูรณาการความรู้ที่มีในสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น มาพัฒนาและต่อยอดให้เกิดประโยชน์สูงสุด การให้ความรู้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยส่งเสริมอาชีพแก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และการลงมือปฏิบัติอย่างจริงจังต่อเนื่องพร้อมการติดตามและประเมินผลโดยเปรียบเทียบมูลค่าที่เพิ่มขึ้น และภาพรวมสามารถช่วยเหลือกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ได้มากน้อยเพียงไร เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา มีดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุกัญท์และปัจจัยด้านประทับใจในคุณภาพและสรรพคุณ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ “สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง” ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับเรื่องส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ วิธีใช้สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ จะได้บริโภคอย่างถูกวิธี อีกทั้งมีสโลแกนของประโยชน์ของสบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง เช่น ประโยชน์ที่มากกว่า ราคาคุ้มค่า เพื่อผิวพรรณที่สดใส ทำให้ง่ายต่อการจดจำของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ติดปากและติดหูผู้บริโภคและยังทำให้ผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร

2. ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ขอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมบูรณาการผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มของเกษตรกร และสร้างความเข้มแข็ง รวมทั้งให้ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สบู่ก้อนน้ำผึ้งชันโรง

3. หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรนำเครื่องมือ และกระบวนการที่มีความทันสมัยมาปรับใช้ให้มีความเหมาะสม นำเทคโนโลยี และสื่อโซเชียลมีเดีย มาปรับใช้ให้สอดคล้องและเหมาะสม เน้นการสร้างแบรนด์ การพัฒนาบรรจุกัญท์ให้สวยงามและง่ายต่อการจดจำการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ส่งผลให้สามารถผลักดันและสร้างมูลค่าเพิ่มขึ้นให้กับผลิตภัณฑ์ได้

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปคือควรมีการจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปแต่ปรับเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นเพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มมูลค่าลดต้นทุนการผลิต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อขับเคลื่อนเกษตรแปรรูป เพิ่มมูลค่าลดต้นทุนการผลิต เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาเทคโนโลยี ตลอดถึงการจำหน่ายไปยังผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประโยชน์กับประชาชนในวงกว้าง

เอกสารอ้างอิง

- กองพัฒนาเกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร. (2560). คู่มือการจัดตั้งและดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- จิระเดช มณีรัตน์ และอัญชลี สวัสดิ์ธรรม. (2554). การคัดเลือกชนิดของน้ำผึ้งเพื่อผลิต ผลิตภัณฑ์ลูกกวาด. ปทุมธานี: คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นิรันดร์เกียรติ ลีวคุณูปการ. (2565). การจัดการห่วงโซ่คุณค่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปในพื้นที่จังหวัดชายแดนใต้. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. (17),1 136-146.
- นิตา ชูโต. (2551). การวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บริษัท พรินโพร จำกัด
- นัย บำรุงเวช. (2562). รู้จัก “ชันโรง” ผึ้งจิ๋ว ตัวช่วยขึ้นแท่นเกษตรกร. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2566, จาก https://www.technologychaoban.com/agricultural-technology/article_15954
- นุกูล ชื่นพิง, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, สมจิตร์ ยิ้มสุด, ถาวร ไชยมะโน และประวีณ เลิศอริยะพงศ์กุล. (2564). การจัดการความรู้การเลี้ยงชันโรงเพื่อสร้างอาชีพทางเลือกตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่ตำบลเกาะเพชร อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ :สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

- ประภัสสร คุ่มตระกูล. (2559). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่น้ำผึ้งชั้นโรง
วิสาหกิจชุมชนกระแจะจันท อ.นายายอาม จ.จันทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรรณเฉลิม ทองพัด และปัญญาณัฐ ศิลาลาย. (2559). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าน้ำผึ้งชั้นโรง กรณีศึกษา
ผู้ประกอบการในเขตพื้นที่ตำบลรำพัน อำเภอกำแพง จ.จันทบุรี. กรุงเทพมหานคร: สำนัก
วัฒนธรรม การกีฬา และท่องเที่ยว.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดยะลา (2565). ข้อมูลด้านการเกษตรและสหกรณ์จังหวัดยะลา
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2566, จาก
<https://www.opsmoac.go.th/yala-performance-preview-441591791833>
- อลิสา ทองแก้ว. จิตติมา ดำรงวัฒนะ. เดโซ แชน้ำแก้ว. อุดมศักดิ์ เดโซชัย. และพระครูวินัยธรสุริยา สุริโย
(คงคาไหว). (2565). สวนผึ้งปันแต่: แนวทางส่งเสริมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้ำผึ้งกรณีศึกษา
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเลี้ยงผึ้งโพรงและชันโรงตำบลปันแต่ อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง.
วารสารสังคมพัฒนศาสตร์, (5), 1 1-14.
- Kotler, P. (2003). Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer
behavior (the Millennium). New Jersey: Prentice Hall.
- Porter, M. E. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior
Performance. New Jersey: Free Press.

บุคลากรกรม

- เกษตรกรผู้เลี้ยงผึ้งผู้ให้สัมภาษณ์). นรบตี ภัทรวิศุตและคณะ. (ผู้สัมภาษณ์). ที่สถานที่ตั้งแม่บ้านเกษตรกร
น้ำผึ้งชั้นโรง บ้านพงยาวี ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 02 พฤษภาคม 2566
- ประธานกลุ่ม (ผู้ให้สัมภาษณ์). นรบตี ภัทรวิศุตและคณะ. (ผู้สัมภาษณ์). ที่ สถานที่ตั้งแม่บ้านเกษตรกร
น้ำผึ้งชั้นโรง บ้านพงยาวี ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 02 พฤษภาคม 2566
- สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน (ผู้ให้สัมภาษณ์). นรบตี ภัทรวิศุตและคณะ. (ผู้สัมภาษณ์). ที่ สถานที่ตั้งแม่บ้าน
เกษตรกรน้ำผึ้งชั้นโรง บ้านพงยาวี ตำบลบุตี อำเภอมือง จังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 02 พฤษภาคม
2566