

กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า จังหวัดพัทลุง Development Strategy for Enhancing the Competitive Potential of The Khun Ya Salted Egg Community Enterprise in Phatthalung Province

บุษรา สุขใส¹ กัณฑ์พงศ์ จันทร์สุวรรณ² ชมพูนุช เส้นตรง³ และ ปุรวิชญ์ พิทยาภินันท์^{4*}
Butsara Sukhsai¹ Kantapong Chansuwan² Chomphunut Sentrang³
and Purawich Phitthayaphinant^{4*}

*Corresponding author email: purawich.p@gmail.com

(Received: July 24, 2025 Revised: September 04, 2025 Accepted: September 12, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า 2) วิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า และ 3) เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนา ศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า จังหวัดพัทลุง โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจาก การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสนทนาคณะตามธรรมชาติ การจดบันทึก ตลอดจน การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลักคือประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน 8 ราย รวมเป็น 9 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏ ผลการวิจัยพบว่า 1) วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าจดทะเบียนในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน ผลผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่โดดเด่นคือไข่เค็มสมุนไพร ซึ่งจำหน่ายทั้งในช่องทางบริหารจัดการจำหน่ายออฟไลน์ และออนไลน์ 2) สภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็ง เช่น ความรู้และความสามารถของประธานวิสาหกิจชุมชน ความสัมพันธ์ภายในวิสาหกิจชุมชน ขณะที่สภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ สถานที่ผลิต เทคโนโลยีการผลิต สำหรับสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสคือ ความต้องการของตลาด และสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคคือ การสนับสนุน จากหน่วยงานภาครัฐ และวัตถุดิบในการผลิต 3) กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ไข่เค็มคุณย่าคือ การให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร รวมทั้งการปรับปรุง ตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การเข้าร่วมกิจกรรมที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ เกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่ในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง ตลอดจนการขอรับการสนับสนุนที่จำเป็นจากหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ: กลยุทธ์; การแข่งขัน; การดำเนินงาน; การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม; เมทริกซ์ทาวส์

¹²³ หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ
Bachelor of Science, Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University
⁴ อาจารย์ ดร. คณะเทคโนโลยีและการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยทักษิณ
Lecturer, Ph.D., Faculty of Technology and Community Development, Thaksin University

Abstract

The objectives of this research were to: 1) explore the general information and operation of the Khun Ya salted egg community enterprise, and 2) identify environmental impacts on the Khun Ya salted egg community enterprise in Phatthalung province. Primary data were collected using a semi-structured interview for an in-depth interview, a natural conservation, a field note, a recording, and participant and non-participant observations. The key informants were the community enterprise leader and eight community enterprise members, a total of nine individuals. The data were analyzed using descriptive statistics and manifest content analysis. The results revealed 1) the salted egg community enterprise, Khun Ya was officially registered in 2018. The main objective of the community enterprise was to generate income for people in the community. The community enterprise's outstanding products were herbal salted eggs, which were sold in both offline and online distribution channels. 2) The strengths of the community enterprise were knowledge and capability of the community enterprise leader, and relationships within the community enterprise. The weaknesses of the community enterprise were production area, and production technology. The opportunity of the community enterprise was market demand. In addition, the threats of the community enterprise were support from government agencies and raw materials for production. 3) The strategies for developing the competitive potential of the Khun Ya salted egg community enterprise focus on emphasizing the quality and safety of their herbal salted egg products. This includes the improvement of product's brand and package, participation in activities organized by government agencies, creating partnership networks with local and nearby egg-type duck farmers, and seeking necessary support from relevant government agencies.

Keywords: Strategy; Competition; Operation; SWOT Analysis; TOWS Matrix

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ไข่เค็มเป็นอาหารพื้นบ้านของไทยที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการถนอมอาหาร ทำให้เก็บรักษาได้นานขึ้น (กชกร กันหาเรียง และคณะ, 2567) โดยทั่วไปการผลิตไข่เค็มมี 2 วิธีคือ การดองน้ำเกลือ และการพอกด้วยดินผสมเกลือ โดยใช้เกลือแกงหรือโซเดียมคลอไรด์ดองหรือพอก 2-4 สัปดาห์ ณ อุณหภูมิห้อง (ณัฐณา เหล่ากุลติก และคณะ, 2565ก; 2565ข) เพื่อให้ความเค็มนั้นซึมเข้าสู่ไข่จนถึงชั้นในสุดของไข่แดง (ศุภักษร มาแสวง และคณะ, 2565) ไข่เค็มที่ดีต้องมีเปลือกสะอาดและไม่แตกร้าว เมื่อต้มจนสุก ไข่ขาวมีความเค็มปานกลาง ส่วนไข่แดงมีรสมันและเค็มพอดี (ชุตินุช สุจริต และ อังคณา ไส่แก้ว, 2560) โดยทั่วไปไข่ไข่เค็มในการผลิตไข่เค็ม เพราะมีปริมาณน้ำต่ำ และปริมาณไขมันสูงกว่าไข่ไก่ ทำให้ไข่ขาวนุ่มและไข่แดงมีความเหนียวข้น (Tharukliling & Fanani, 2018) จึงได้ไข่แดงเค็มที่มันเยิ้ม

และเนื้อสัมผัสดีกว่าไข่ไก่ (สุภาพร อภิรตนาอนุสรณ์, 2560) อีกทั้งไข่เป็ดมีเปลือกที่หนา (Tharukliling & Fanani, 2018) และจำนวนรูพรุนมากกว่าไข่ไก่ ทำให้เกลือซึมเข้าสู่ไข่ได้ดี (ณัฐณา เหล่ากุลติลก และคณะ, 2565ก) นอกจากนี้ ผู้บริโภคชอบไข่เค็มที่ทำจากไข่เป็ดมากกว่าไข่ไก่ (Tharukliling & Fanani, 2018) ไข่เค็มสามารถรับประทานร่วมกับอาหารได้หลากหลาย เช่น ข้าวสวย โจ๊ก รวมถึงใช้ประกอบอาหารคาวและหวานได้หลายเมนู โดยเฉพาะไข่แดงเค็มที่นำไปใช้ในขนม เช่น ขนมไหว้พระจันทร์ เบียร์ โมจิ เพราะมีลักษณะแข็ง หอม และมีมันเยิ้ม ขณะที่ไข่ขาวเค็มถูกนำไปทำ (Kaewmanee et al., 2009a) แม้มีปริมาณโปรตีนสูง ประมาณร้อยละ 10 (Kaewmanee et al., 2009b) และกรดอะมิโนที่จำเป็นเทียบเท่าไข่สด (ชลโทรท วิมลไทย และคณะ, 2563; สุภาพร อภิรตนาอนุสรณ์ และคณะ, 2563) เนื่องจากผู้บริโภคชอบไข่แดงเค็มมากกว่าไข่ขาวเค็ม (Kaewmanee et al., 2009c)

ตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัดพัทลุง แบ่งการปกครองเป็น 11 หมู่บ้าน ลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบเนินสูง ประชากรในพื้นที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เช่น การทำสวนยางพารา การทำสวนไม้ผล การปลูกผัก การเลี้ยงสัตว์ เช่น สุกร ไก่ วัว (องค์การบริหารส่วนตำบลเขาปู่, 2566) พื้นที่ดังกล่าวเป็นที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า ซึ่งตั้งอยู่บ้านเลขที่ 118 หมู่ที่ 11 (บ้านเขาปู่) ทั้งนี้จากการสำรวจเบื้องต้นโดยการสนทนากลุ่มกับประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบางราย ด้วยแนวคำถามที่กำหนดไว้ก่อนการสำรวจจริงสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าเป็นหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการผลิตไข่เค็มสมุนไพรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าต้องเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันในตลาดที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงจำนวนผู้ผลิตและจำหน่ายไข่เค็มที่เพิ่มขึ้นทั้งในและนอกพื้นที่ ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือ วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่ามิได้มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจัง เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรที่จำหน่ายเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก ขณะที่วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่ามีเงินทุนจำกัด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก จดจำ และกล่าวถึงแค่เฉพาะผู้บริโภคในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงเท่านั้น กระนั้นก็ตาม กลุ่มผู้บริโภคเหล่านี้ได้มีการแนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับบุคคลอื่นผ่านการบอกต่อหรือการสื่อสารแบบปากต่อปาก ซึ่งช่วยสร้างการรับรู้ได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจไข่เค็มคุณย่า โดยประยุกต์การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis) เป็นเครื่องมือในการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง พัฒนา และสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างเหมาะสม

จากการทบทวนสถานภาพขององค์ความรู้และงานวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศพบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับไข่เค็มมีทั้งด้านวิทยาศาสตร์ซึ่งเน้นการทดลอง และด้านสังคมศาสตร์ซึ่งเน้นการสำรวจ เช่น โสพิศ คำนวนชัย และ สุนทรีย์ วิวัฒน์ครูฑ์ (2566) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลพบุรี ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด โดยรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากผู้บริโภคจำนวน 384 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย สำหรับในต่างประเทศ

Sumekar et al. (2021) รวบรวมข้อมูลจากอุตสาหกรรมไข่เค็ม 105 แห่งในประเทศอินโดนีเซีย และวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แล้วนำมากำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ขณะที่ Murniawaty et al. (2022) รวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับไข่เค็ม โดยใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แล้วนำมากำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเช่นเดียวกัน จากการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจไข่เค็มสามารถวิเคราะห์ได้จากทั้งมุมมองผู้บริโภคและผู้ผลิต ซึ่งผู้ผลิตแต่ละรายมีขนาดธุรกิจที่แตกต่างกัน จึงทำให้ข้อค้นพบและกลยุทธ์ที่เหมาะสมแตกต่างกันตามบริบทพื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ กลยุทธ์สามารถปรับให้สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็ก กลาง หรือใหญ่ การรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคช่วยให้เข้าใจพฤติกรรม ความต้องการ และความพึงพอใจของตลาดเป้าหมาย ขณะที่การรวบรวมข้อมูลจากผู้ผลิตช่วยให้เห็นถึงศักยภาพภายใน ปัญหาในการดำเนินงาน และข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่อาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนา

อนึ่ง ช่องว่างของงานวิจัยยังคงมีอยู่ เนื่องจากงานวิจัยแต่ละเรื่องมีโจทย์วิจัยเฉพาะเจาะจงตามปัญหาที่พบ และแต่ละพื้นที่มีบริบทที่แตกต่างกัน จึงเป็นการยากที่จะนำข้อสรุปจากวิสาหกิจชุมชนอื่นมาประยุกต์กับวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าโดยตรง การพัฒนากลยุทธ์เฉพาะที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่จึงมีความสำคัญ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างรายได้และกำไรได้อย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจในระยะยาว การวิจัยครั้งนี้จึงมีคำถามหลักว่า สภาพแวดล้อมใดบ้างที่ส่งผลต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า โดยสภาพแวดล้อมสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมภายใน หมายถึง ปัจจัยภายในองค์กรที่ประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนสามารถบริหารจัดการ เปลี่ยนแปลง หรือควบคุมได้ในระดับหนึ่ง และ 2) สภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีความยากในการบริหารจัดการหรือเปลี่ยนแปลงโดยตรง

ผลการวิจัยในครั้งนี้คาดว่าจะจะเป็นข้อมูลสำคัญที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าสำหรับใช้ประกอบการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงาน ตลอดจนยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าให้สูงขึ้น นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าได้อย่างเหมาะสม ยิ่งไปกว่านั้น ผลการวิจัยนี้ยังสามารถใช้เป็นแหล่งข้อมูลสำหรับนักวิจัยและผู้ที่สนใจในการทบทวนวรรณกรรม เพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาและยกระดับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ที่มีบริบทแวดล้อมคล้ายกันหรือใกล้เคียงกันต่อไป

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า
3. เพื่อเสนอกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เลือกวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า ตำบลเขาปู่ อำเภอศรีบรรพต จังหวัดพัทลุง เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับไข่เป็ด รวมถึงสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนทั้งเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่ เกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพร ตลอดจนประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า โดยงานวิจัยเน้นศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความเป็นมา การดำเนินงาน ปัญหา ตลอดจนผลกระทบจากสภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วยประธานวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าจำนวน 9 ราย ซึ่งรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2567 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา เทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดที่ว่าด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมประกอบด้วยการวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานและการแข่งขันในตลาดของธุรกิจโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งเรียกว่าการวิเคราะห์ SWOT ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้ (พนิตสุภา ธรรมประมวล, 2563; Thajer et al., 2020)

1. การวิเคราะห์จุดแข็ง (strength analysis) เป็นการศึกษาจุดเด่นหรือความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการหรือควบคุมได้ตามศักยภาพที่มีอยู่ จุดแข็งนี้ส่งผลต่อธุรกิจ เช่น ความสามารถในการผลิตสูง ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย และราคาที่แข่งขันได้ ตระเยื่อเป็นที่รู้จักในตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายมีหลากหลาย ต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำ สภาพคล่องทางการเงินดี ธุรกิจมีชื่อเสียงในวงกว้าง ความพร้อมด้านเทคโนโลยีที่เหมาะสม

2. การวิเคราะห์จุดอ่อน (weakness analysis) เป็นการศึกษาจุดด้อย ข้อจำกัด หรือข้อเสียเปรียบที่ขัดขวางการดำเนินงานของธุรกิจ และทำให้คู่แข่งมีความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ในตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการหรือควบคุมได้ตามศักยภาพที่มีอยู่ จุดอ่อนนี้ส่งผลเสียต่อธุรกิจ หากไม่เร่งดำเนินการแก้ไข เช่น ผลิตภัณฑ์มีราคาสูง ช่องทางการจัดจำหน่ายมีจำกัด ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีเงินทุนและแรงงานไม่เพียงพอ เทคโนโลยีการผลิตล้าสมัย

3. การวิเคราะห์โอกาส (opportunity analysis) เป็นการศึกษาข้อได้เปรียบที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ และเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน เช่น การเพิ่มขึ้นของประชากรในกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ นโยบายและกฎหมายของรัฐบาลที่สนับสนุนการขยายการลงทุน

4. การวิเคราะห์อุปสรรคหรือภัยคุกคาม (threat analysis) เป็นการศึกษาปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งขัดขวางไม่ให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ และอาจทำให้ความพยายามในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสูญเปล่า เช่น การเปลี่ยนแปลงรสนิยมและความชอบของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร การเพิ่มขึ้นของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ จำนวนคู่แข่งในตลาดเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ทาวส์ (TOWS) เป็นการต่อยอดจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยนำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคมาผสมผสานกัน เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนินธุรกิจ ทาวส์เป็นการรอบการวิเคราะห์ที่เรียงลำดับตาม T หมายถึง อุปสรรค O หมายถึง โอกาส W หมายถึง จุดอ่อน และ S หมายถึง จุดแข็ง สำหรับการวิเคราะห์กลยุทธ์ทาวส์ประกอบด้วย 4 รูปแบบกลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์ SO เป็นการใช้จุดแข็งเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มี 2) กลยุทธ์ WO เป็นการแก้ไขจุดอ่อนโดยอาศัยโอกาสที่มีอยู่ 3) กลยุทธ์ ST เป็นการใช้จุดแข็งเพื่อรับมือกับอุปสรรค 4) กลยุทธ์ WT เป็นการลดจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงหรือลดผลกระทบจากอุปสรรค (พนิตสุภา ธรรมประมวล, 2563)

งานวิจัยเกี่ยวกับไข่เค็มที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เช่น กุลชลิ พวงเพ็ชร และคณะ (2563) ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร (2565) Sumekar et al. (2021) Murniawaty et al. (2022) ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจเป็นแนวทางที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายและนำไปประยุกต์ใช้ในหลายกรณี โดยเฉพาะสำหรับวิสาหกิจชุมชนที่มีทรัพยากรและเงินทุนจำกัด กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นควรสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น ทรัพยากรที่มีอยู่จริง พฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มตลาด เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตอย่างยั่งยืน

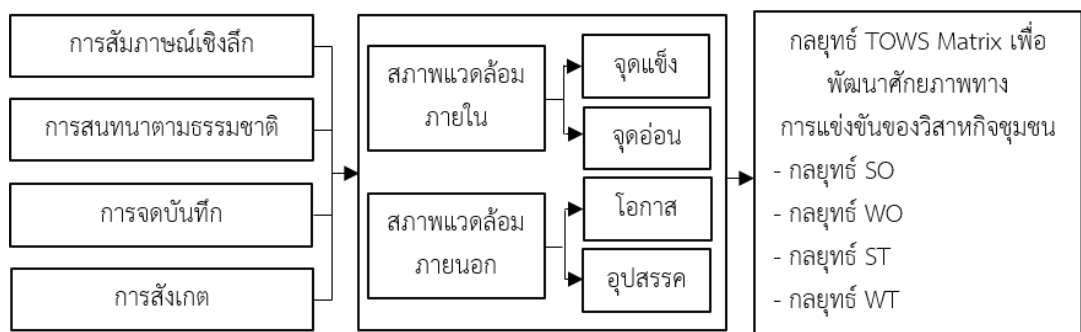
วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลักคือประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพจำนวน 8 ราย รวมเป็น 9 ราย โดยคัดเลือกจากสภาพและบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพ การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิดำเนินการโดยใช้เครื่องมือและวิธีการที่หลากหลาย ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ซึ่งมีการกำหนดโครงสร้างคำถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด รวมถึงประเด็นคำถามล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถตอบหรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ ทั้งนี้ ขณะสัมภาษณ์ยังมีการถามนอกเหนือจากคำถามที่กำหนดไว้ ตัวอย่างคำถาม อาทิ วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพมีความเป็นมาอย่างไร การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพมีแนวคิดอย่างไร ผลลัพธ์ที่จำหน่ายมีอะไรบ้าง ผลลัพธ์ที่จัดจำหน่ายในช่องทางใดบ้าง นอกจากนี้ ยังใช้การสนทนาตามธรรมชาติ การจดบันทึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (ในกระบวนการผลิตไข่เค็ม) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจนพบความอึดตัวของข้อมูล หรือข้อมูลเริ่มซ้ำกันและไม่มีข้อมูลใหม่เพิ่มเติมแล้ว

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏโดยนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่แยกตามประเด็นที่ศึกษา และนำเสนอด้วยการพรรณนา นอกจากนี้ ได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้เทคนิคสามเส้า ได้แก่ ด้านผู้วิจัย ด้านแหล่งข้อมูล (บุคคล สถานที่ และเวลาที่แตกต่างกัน) และด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (ชานาญ ปาณาวัช, 2567) อีกด้วย เพื่อประเมินว่า หากมีการเปลี่ยนแปลงบุคคลผู้รวบรวมข้อมูล ผู้ให้ข้อมูล สถานที่ ช่วงเวลา และวิธีการรวบรวมข้อมูล จะส่งผลต่อข้อค้นพบอย่างไร ผลการตรวจสอบพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ข้อมูลที่สอดคล้องกัน

การวิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพใช้เทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เพื่อค้นหา 1) จุดแข็งและจุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพจากสภาพแวดล้อมภายใน

และ 2) โอกาสและอุปสรรคของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพจากสภาพแวดล้อมภายนอก โดยให้ประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมในแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อกระตุ้นการสะท้อนความคิดเห็นอย่างมีทิศทาง โดยคำถามความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับคือ 5 แทนพึงพอใจมากที่สุด 4 แทนพึงพอใจมาก 3 แทนพึงพอใจปานกลาง 2 แทนพึงพอใจน้อย และ 1 แทนพึงพอใจน้อยที่สุด สำหรับการประเมินค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมมีเกณฑ์คือ ค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 3.50 แสดงว่าสภาพแวดล้อมนั้นเป็นจุดแข็งหรือโอกาส หากค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.50–3.49 แสดงว่าสภาพแวดล้อมนั้นไม่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 2.50 แสดงว่าสภาพแวดล้อมนั้นเป็นจุดอ่อนหรืออุปสรรค (พลากร สัตย์ชื่อ และ ปุรวิชญ์ พิทยาภินันท์, 2559) ทั้งนี้การอธิบายผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในเชิงเนื้อหาใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่รวบรวมได้จากคำถามปลายเปิด หลังจากนั้น ได้นำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวไปกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพในรูปแบบทริกซ์ทาวส์ (TOWS matrix) (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย
ที่มา: ผู้วิจัย

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปและการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพ

วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพมีจุดเริ่มต้นจากประธานวิสาหกิจชุมชนที่เลี้ยงเปิดไข่และมีไข่เปิดส่วนเกินจากการบริโภคในครัวเรือน จึงมีแนวคิดนำไข่เปิดส่วนเกินมาผลิตเป็นไข่เค็ม เพื่อเพิ่มระยะเวลาการเก็บรักษาและตอบสนองความต้องการของบุตรที่ขอรับประทานไข่เค็ม โดยช่วงแรกเป็นการลองผลิตไข่เค็มให้สมาชิกในครัวเรือนรับประทาน ซึ่งพบว่า ไข่เค็มมีรสชาติดีแต่เค็มเกินไป ต่อมาประธานวิสาหกิจชุมชนจึงปรับลดปริมาณเกลือ และให้สมาชิกในครัวเรือนรับประทาน ผลปรากฏว่า ไข่เค็มมีรสชาติดีขึ้นแต่ยังสามารถปรับปรุงรสชาติให้ดีขึ้นได้อีก หลังจากนั้น ประธานวิสาหกิจชุมชนได้นำสมุนไพรที่ปลูกไว้บริเวณที่พักอาศัย เช่น ใบเตย ดอกอัญชัน ตะไคร้ มาผสมกับดินที่ใช้พอกไข่เค็ม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสมุนไพร และเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ จากนั้นประธานวิสาหกิจชุมชนได้ลองผลิตไข่เค็มสมุนไพรและให้สมาชิกในครัวเรือนรับประทาน ซึ่งพบว่า ไข่เค็มมีรสชาติอร่อยและมีกลิ่นหอมจากสมุนไพร เช่น ไข่เค็มที่ใช้ใบเตยผสมดินพอกไข่จะมีกลิ่นหอมของใบเตย นอกจากนี้ ไข่เค็มสมุนไพร

ยังช่วยลดกลิ่นคาว ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากไข่เค็มทั่วไปในตลาด ซึ่งจัดอยู่ในตลาดมวลชนที่สามารถซื้อได้ทั่วไป ทำให้การแข่งขันสูงในตลาด (คนชิตา วาทินพุดพิพร และ ทัศนีย์ รุ่งทวีชัย, 2565) ทั้งนี้ ลักษณะเฉพาะของกลิ่นไข่เค็มสมุนไพรนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเพชรรัตน์ มีสมบุรณ์พูนสุข และคณะ (2562) ที่รายงานว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยอย่างมากว่า ไข่เค็มใบเตยของชุมชนไทยพวนไม่มีกลิ่นคาวและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ประธานวิสาหกิจชุมชนได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนในนาม “วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า” เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2561 โดยมีสมาชิกจำนวน 20 คน ซึ่งเป็นคนในชุมชนที่ประธานวิสาหกิจชุมชนได้ชักชวนให้มาเป็นสมาชิก กลุ่มคนเหล่านี้มีความสนใจในธุรกิจไข่เค็มสมุนไพร เพราะต้องการสร้างรายได้เสริมให้แก่ครัวเรือน รวมถึงใช้เวลาว่างจากการประกอบอาชีพหลักให้เกิดประโยชน์ สำหรับที่มาของชื่อ “คุณย่า” มาจากหลานของประธานวิสาหกิจชุมชนที่เรียกว่าย่า ซึ่งหลานได้รับประทานไข่เค็มสมุนไพรที่ประธานวิสาหกิจชุมชนลองผลิตแล้วกล่าวว่า อร่อย จึงเกิดแรงบันดาลใจในการตั้งชื่อวิสาหกิจชุมชน ซึ่งได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนผ่านการลงมติโดยใช้เสียงข้างมาก แหล่งเงินทุนของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่ามาจากการร่วมลงทุนของประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบางราย โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจได้ ขณะเดียวกันต้องการให้ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้ วัตถุประสงค์หลักในกระบวนการผลิต ได้แก่ ไข่เป็ดสด สมุนไพรต่าง ๆ จัดหาจากชุมชน ทำให้เกิดการกระจายรายได้ในชุมชนทั้งแก่เกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่และเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพร อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนการผลิต เนื่องจากการซื้อขายโดยตรงจากผู้ผลิต ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ราคาวัตถุดิบที่ซื้อจึงต่ำกว่าการซื้อจากตลาดภายนอก

ในอดีต การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรมีหลากหลายช่องทาง ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ เช่น การจำหน่ายผ่านร้านค้าที่มีหน้าร้านแสดงสินค้าจริง ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ศูนย์จำหน่ายสินค้าโอท็อป แพนเพจเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กและไลน์ส่วนตัวของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การสั่งซื้อผ่านทางโทรศัพท์ โดยมีการจัดส่งถึงที่พักอาศัยของผู้บริโภค ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าได้ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีการติดตามสอบถามหลังการซื้อ และตรวจสอบสภาพผลิตภัณฑ์ที่ส่งมอบ หากพบว่า ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหาย เช่น ไข่แตก วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าจะดำเนินการส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ปัจจุบัน ช่องทางการจัดจำหน่ายได้เปลี่ยนแปลง โดยมีการจำหน่ายผ่านโลตัส สาขาพัทลุง แพนเพจเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กและไลน์ส่วนตัวของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ อย่างไรก็ตาม ไม่มีบริการจัดส่งถึงที่พักอาศัยเหมือนที่ผ่านมา โดยผู้บริโภคที่สั่งซื้อผ่านทางออนไลน์หรือทางโทรศัพท์ จะต้องมารับผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองที่โลตัส สาขาพัทลุง หรือถนนสายหลัก หรือบ้านของประธานวิสาหกิจชุมชน

2. ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า

สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง ในที่นี้หมายถึงสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่ามีจำนวน 9 ประการ โดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ S1 ความรู้และความสามารถของประธานวิสาหกิจชุมชน ($\bar{x} = 5.00$) S2 ความสัมพันธ์ภายในวิสาหกิจชุมชน ($\bar{x} = 5.00$)

S3 ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 5.00$) S4 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 5.00$) S5 ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 5.00$) S6 ราคาของผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 5.00$) S7 การทำงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ($\bar{x} = 4.75$) S8 ความรู้และความสามารถของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ($\bar{x} = 4.50$) S9 โครงสร้างองค์กรของวิสาหกิจชุมชน ($\bar{x} = 3.75$) ตามลำดับ (ตารางที่ 1) ขณะที่สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดอ่อน ในที่นี้หมายถึงสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลเสียต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่ามีจำนวน 4 ประการ ได้แก่ W1 สถานที่ผลิต W2 เทคโนโลยีการผลิต W3 ตราผลิตภัณฑ์ W4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยทุกประการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากัน ($\bar{x} = 2.25$) สำหรับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส ในที่นี้หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เอื้อต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า ได้แก่ O1 ความต้องการของตลาด ($\bar{x} = 4.00$) และสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นอุปสรรค ในที่นี้หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า มี 2 ประการ ได้แก่ T1 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ($\bar{x} = 1.13$) T2 วัตถุดิบในการผลิต ($\bar{x} = 2.25$)

ประธานวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในการผลิตไข่เค็ม (S1) โดยได้เริ่มต้นผลิตและจำหน่ายไข่เค็มมาก่อนที่จะจัดตั้งและจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าอย่างเป็นทางการ ทำให้ประธานวิสาหกิจชุมชนมีประสบการณ์มากกว่าสมาชิกวิสาหกิจชุมชนทุกคนในกลุ่ม ทั้งนี้ ขั้นตอนการผลิตไข่เค็มสมุนไพรไม่ซับซ้อน และสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย ส่งผลให้ประธานวิสาหกิจชุมชนสามารถถ่ายทอดความรู้และทักษะในการผลิตไข่เค็มสมุนไพรให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้โดยตรง (S8) อีกทั้งขณะดำเนินการผลิตไข่เค็มสมุนไพร สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้มีการสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสาร รวมถึงประสบการณ์ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าและเรื่องส่วนตัว ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในกลุ่มเสมือนเป็นเครือญาติ ซึ่งช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่นและสนับสนุนซึ่งกันและกัน (S2) นอกจากนี้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนยังมีความมุ่งมั่นและตั้งใจในการผลิตไข่เค็มสมุนไพรให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้บริโภค (S7) และเพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มมีประสิทธิภาพ วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าได้มีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน (S9) โดยประธานวิสาหกิจชุมชนรับผิดชอบด้านการบริหารจัดการโดยรวม ขณะที่รองประธานวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ทำหน้าที่แทนประธานวิสาหกิจชุมชนเมื่อมีเหตุจำเป็นทำให้ประธานวิสาหกิจชุมชนไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ส่วนเลขานุการดูแลงานด้านเอกสาร การประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานให้มีความรวดเร็วและราบรื่น รวดเร็ว และทันเวลา และற்றுญกรับผิดชอบด้านการเงินและการจัดการบัญชีของวิสาหกิจชุมชน

ตารางที่ 1 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า

สภาพแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลการวิเคราะห์
ความรู้และความสามารถของประธานวิสาหกิจชุมชน	5.00	0.00	จุดแข็ง (S1)
ความสัมพันธ์ภายในวิสาหกิจชุมชน	5.00	0.00	จุดแข็ง (S2)
ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	จุดแข็ง (S3)

ตารางที่ 1 ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า (ต่อ)

สภาพแวดล้อม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ผลการวิเคราะห์
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	จุดแข็ง (S4)
ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	จุดแข็ง (S5)
ราคาของผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	จุดแข็ง (S6)
การทำงานของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	4.75	0.43	จุดแข็ง (S7)
ความรู้และความสามารถของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน	4.50	0.50	จุดแข็ง (S8)
โครงสร้างองค์กรของวิสาหกิจชุมชน	3.75	0.43	จุดแข็ง (S9)
สถานที่ผลิต	2.25	0.43	จุดอ่อน (W1)
เทคโนโลยีการผลิต	2.25	0.43	จุดอ่อน (W2)
ตราผลิตภัณฑ์	2.25	0.43	จุดอ่อน (W3)
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	2.25	0.43	จุดอ่อน (W4)
ความต้องการของตลาด	4.00	0.00	โอกาส (O1)
การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	1.13	0.33	อุปสรรค (T1)
วัตถุดิบในการผลิต	2.25	0.43	อุปสรรค (T2)
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.38	0.48	-
อุปกรณ์/เครื่องมือที่ใช้ในการผลิต	3.13	0.33	-
สภาพคล่องทางการเงิน	3.00	0.00	-

ที่มา: ผู้วิจัย

วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่ามีความโดดเด่นในด้านการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ (S4) โดยเฉพาะไข่เป็ดที่ใช้ในการผลิตไข่เค็มสมุนไพร ซึ่งเลือกใช้เฉพาะไข่เป็ดขนาดใหญ่ที่สุดหรือเบอร์ศูนย์เท่านั้น เนื่องจากสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ชอบรับประทานไข่เค็มฟองใหญ่มากกว่าฟองเล็ก อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับความสดใหม่ของวัตถุดิบ โดยใช้ไข่เป็ดที่สดใหม่ในทุกกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ยิ่งไปกว่านั้นผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรมีให้เลือกหลากหลายรสชาติ ได้แก่ ไข่เค็มใบเตย ไข่เค็มอัญชัน ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นทั้งในด้านสีและรสชาติที่แตกต่างจากไข่เค็มทั่วไปที่จำหน่ายในตลาด (S5) ทั้งนี้ สมุนไพรที่ใช้ในกระบวนการผลิตทั้งหมดมาจากการปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี ทำให้มั่นใจได้ในเรื่องความปลอดภัยทั้งต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค (S3) แนวทางการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาในประเด็นแรกตามแผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566–2570) ขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาปู่ (2566) ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถด้านเศรษฐกิจและการส่งเสริมการเกษตร โดยเน้นแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ได้แก่ การส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนและการส่งเสริมการรวมกลุ่มของเกษตรกร

การส่งเสริมการสร้างงาน สร้างอาชีพ และพัฒนาทักษะด้านอาชีพ นอกจากนี้ แผนพัฒนาท้องถิ่นดังกล่าวยังระบุถึงโอกาสที่สำคัญของพื้นที่คือ กระแสการบริโภคผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องโดยตรงกับแนวทางการผลิตของไข่เค็มสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า

ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเรื่องที่ยืนยันถึงคุณภาพของวัตถุดิบและรสชาติของผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม เช่น กุลชลี พวงเพชร และคณะ (2563) พบว่า กลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ได้แก่ ไข่เป็ดฟองใหญ่ที่สุดใหม่และสะอาด ธรรมชาติ ธรรมชาติ ธรรมชาติ (2565) พบว่า ชุมชนบ้านศาลาดิน ไข่ไข่เป็ดสดใหม่ในการผลิตไข่เค็ม พงศ์พิพัฒน์ มากช่วย (2566) พบว่า การผลิตไข่เค็มในอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานีใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ทำให้ได้ไข่เค็มที่มีไข่แดงเข้มสีแดง มั่น รสเค็มพอดี และดูน่ารับประทาน อีกทั้งยังมีความสดใหม่ Mumiawaty et al. (2022) พบว่า จุดแข็งของการผลิตไข่เค็มในประเทศอินโดนีเซีย ได้แก่ คุณภาพของไข่เป็ดสดและผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ความหลากหลายของรสชาติ Sumekar et al. (2021) พบว่า แม้ไข่เค็มในประเทศอินโดนีเซียมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เป็นจุดแข็ง แต่มีจุดอ่อนในด้านคุณภาพของไข่เป็ดสดที่ใช้ในการผลิต นอกจากนี้ ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค งานวิจัยของโสพิศ คำนวนชัย (2561) รวมถึงโสพิศ คำนวนชัย และ สุนทรีย์ วิวัฒนครุฑ (2566) สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มใบเตย โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสะอาด ความสดใหม่ รสชาติ คุณภาพของวัตถุดิบ และกลิ่นหอมของใบเตย

เกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่ในชุมชนมีการจัดการด้านอาหารอย่างเหมาะสม โดยเน้นการให้อาหารที่ส่งผลให้ไข่แดงมีสีแดงและความมัน ไข่เค็มสมุนไพรที่ผลิตได้จึงมีรสชาติอร่อย แตกต่างจากไข่เค็มทั่วไปที่จำหน่ายในตลาด ทั้งนี้ กระบวนการผลิตมีการใช้ดินสอพองเพื่อดูดซับความเค็ม ทำให้ไข่เค็มสมุนไพรมีรสเค็มน้อยลง จึงเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการลดการบริโภคโซเดียมหรือจำกัดอาหารรสเค็ม โดยเฉพาะกลุ่มผู้รักสุขภาพ ทั้งนี้ เพราะประชาชนวิสาหกิจชุมชนมีความตั้งใจให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานไข่เค็มสมุนไพรได้อย่างต่อเนื่อง (ในกรณีไม่มีโรคประจำตัว) ซึ่งโดยทั่วไป ไข่เค็มต้มสุก 1 ฟองหรือ 1 หน่วยบริโภค (น้ำหนักไข่ประมาณ 60–70 กรัม) มีปริมาณโซเดียมประมาณ 680 มิลลิกรัม หรือ 971.43 มิลลิกรัมต่อ 100 กรัม (ณัฐมา เหล่ากุลดิกล และคณะ, 2565) นอกจากนี้ ในมุมมองของผู้บริโภคจากงานวิจัยของกุลชลี พวงเพชร และคณะ (2563) พบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองเพราะมีรสไม่เค็มเกินไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ

การผลิตไข่เค็มสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่ามีต้นทุนการผลิตไม่สูงมากตามเหตุผลที่กล่าวไปข้างต้น สำหรับการกำหนดราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรมีการพิจารณาจากต้นทุนการผลิต ค่าเช่าพื้นที่จำหน่าย ณ ห้างโลตัส สาขาพัทลุง (ซึ่งมีค่าใช้จ่ายหลักหมื่นบาทต่อเดือน) และบวกส่วนต่างเป็นกำไรเพียงเล็กน้อย เพื่อให้ราคาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ (S6) ในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรจำหน่ายในรูปแบบกล่อง ๆ ละ 7 ฟอง ราคา 100 บาท โดยมีการปรับเปลี่ยนจากเดิมที่จำหน่ายกล่องละ 6 ฟอง ราคา 60 บาท เนื่องด้วยต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น กระนั้นก็ตาม ราคาจำหน่ายในปัจจุบันยังคงอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคทุกกลุ่มสามารถซื้อได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก การกำหนดราคาดังกล่าว

สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจของประธานวิสาหกิจชุมชนและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการให้ราคาจำหน่ายไม่เป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่พิจารณาจากราคาที่จ่ายเทียบกับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรเป็นที่ต้องการเฉพาะผู้บริโภคบางกลุ่มเท่านั้น จึงไม่สามารถกำหนดราคาที่สูงได้

ประเด็นราคามีความเหมาะสมสอดคล้องกับผลการวิจัยของฐราพัชร วรพงศ์พัชร (2565) ที่พบว่า ไข่เค็มชุมชนบ้านศาลาดินมีราคาที่เหมาะสมต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Murniawaty et al. (2022) ซึ่งระบุว่า ราคาที่เหมาะสมของไข่เค็มในประเทศอินโดนีเซียถือเป็นจุดแข็ง นอกจากนี้ ในมุมมองของผู้บริโภคจากงานวิจัยของโสพิศ คำนวนชัย (2561) พบว่า ปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มใบเตยซ่า ขณะที่กุลชลี พวงเพชร และคณะ (2563) พบว่า เหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของผู้บริโภคคือ ราคามีความเหมาะสม ซึ่งมีสัดส่วนมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น

สถานที่ผลิตไข่เค็มสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าไม่มีความสะดวกและมีความจำเป็นต้องปรับปรุงในด้านสุขลักษณะ (W1) เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่เหมาะสมต่อกระบวนการผลิตอาหาร นอกจากนี้ การผลิตไข่เค็มสมุนไพรยังคงอิงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม (W2) โดยพึ่งพาแรงงานจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเป็นหลัก และยังไม่มีการนำเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่เข้ามาใช้ ทำให้กระบวนการผลิตใช้ระยะเวลาค่อนข้างนาน สำหรับสาเหตุสำคัญที่ทำให้ไม่สามารถปรับปรุงสถานที่ผลิตและนำเทคโนโลยีมาใช้ได้คือวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่ามีข้อจำกัดด้านเงินทุน

ในอดีต ตราผลิตภัณฑ์ของไข่เค็มสมุนไพรเป็นภาพรูปไข่เค็ม ซึ่งไม่มีความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ปัจจุบันได้มีการออกแบบและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้ภาพวาดลายเส้นเป็นรูปคุณย่ากับหลานเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ ถ่ายทอดความอบอุ่น ความผูกพันในครอบครัว และให้ความรู้สึกเชื่อมโยงกับผู้บริโภค ทั้งยังมีความทันสมัย สะอาดตา และจดจำง่าย อย่างไรก็ตาม สีของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ร่วมกับตราผลิตภัณฑ์เป็นสีเขียวเข้มส่งผลให้ตราผลิตภัณฑ์ยังไม่โดดเด่นตามที่ควรจะเป็น (W3) สำหรับบรรจุภัณฑ์เดิมมี 2 รูปแบบ ได้แก่ กล่องพลาสติกใสชะลอม ในส่วนของกล่องพลาสติกใส แม้มองเห็นผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรในกล่องได้อย่างชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรได้ตามความพอใจ แต่บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ยังไม่มีควมน่าสนใจด้านการออกแบบ ไม่สามารถสร้างการจดจำ หรือสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมทำนองเดียวกันของสมุห์ณัฐกิจ เพ็ญชัย และคณะ (2564) รายงานว่า ผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มในชุมชนยายชาอำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน รวมถึงกุลชลี พวงเพชร และคณะ (2563) พบว่า กลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองใช้ชะลอมเป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลิตจากวัสดุธรรมชาติ มีความสวยงาม และให้ภาพลักษณ์เสมือนกระเช้าของขวัญเหมาะสำหรับการมอบเป็นของขวัญ นอกจากนี้ ไยฟ้า ตรีกุลสันติ และคณะ (2567) รายงานว่า วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มบ้านบนโพธิ์ใช้ชะลอมไม้ไม่เ็นกระเช้าของขวัญสำหรับจำหน่ายไข่เค็มในช่วงเทศกาล ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค และสามารถเพิ่มคุณค่าทางการตลาดได้

ปัจจุบัน วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพได้มีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร ให้มีความสวยงาม โดดเด่น และน่าดึงดูดใจมากยิ่งขึ้น เมื่อเทียบกับรูปแบบเดิม โดยเปลี่ยนจากกล่องพลาสติกใส มาเป็นกล่องกระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหนือกว่าในหลายด้าน ได้แก่ การป้องกันการกระแทก ซึ่งช่วยลดความเสียหาย ที่อาจเกิดขึ้นต่อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรระหว่างการเดินทางหรือนำกลับไปยังที่พักอาศัยของผู้บริโภค ความสะดวกในการพกพา ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผลิตจากวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถ นำกลับมาใช้ซ้ำได้ อย่างไรก็ตาม บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันยังสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้อีก โดยเฉพาะในด้านของสี ซึ่งยังไม่สามารถสร้างความโดดเด่นและดึงดูดใจได้ตามที่ควรจะเป็น (W4) ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ของชินเนีย รัตภัทร์ และ ปิยะวรรณ คุ้มญาติ (2561) ซึ่งได้บรรจุภัณฑ์แบบกล่องสำหรับใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ของหมู่บ้านหินไค้ อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก โดยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ดังกล่าว เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการใช้งานทั้งในด้านโครงสร้าง การปกป้องผลิตภัณฑ์ จากความเสียหายระหว่างการขนส่ง สภาพอากาศ และการปนเปื้อนจากเชื้อโรค รวมถึงความสะดวกในการขนถ่าย และจัดวางผลิตภัณฑ์ ขณะที่งานวิจัยของ Mumiwaty et al. (2022) พบว่า บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มในประเทศอินโดนีเซีย ถือเป็นหนึ่งในจุดแข็ง จากข้อมูลดังกล่าวเห็นได้ว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ไม่เพียงช่วยปกป้อง ผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังสามารถเสริมภาพลักษณ์ สร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค และเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ของผลิตภัณฑ์ในตลาดได้อย่างชัดเจน

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรเพื่อนำไปบริโภคในครัวเรือน (O1) อย่างไรก็ตาม การซื้อ ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรไม่ได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกวัน แต่จะมีการเว้นช่วงในการซื้อระยะหนึ่งก่อนตัดสินใจซื้อ ครั้งถัดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุลชลี พวงเพชร และคณะ (2563) ซึ่งพบว่า ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ ไข่เค็มใบเตยดินสอพอง 1 ครั้งต่อเดือน มีสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาคือonan ๑ ครั้ง และ 2 ครั้งต่อเดือนตามลำดับ โดยเหตุผลหลักในการซื้อคือ เพื่อรับประทานในครัวเรือน รองลงมาคือเพื่อนำไปเป็นของฝาก ในมุมมองของผู้บริโภค งานวิจัยของ Arthur et al. (2015) ชี้ให้เห็นว่า การจำกัดการบริโภคไข่เค็มส่วนหนึ่งเกิดจากความกังวลเรื่อง คอเลสเตอรอลและโซเดียม ซึ่งทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มมิได้มองว่า ไข่เค็มเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับ Sumekar et al. (2021) ระบุว่า แม้ตลาดไข่เค็มมีแนวโน้มขยายตัวและผู้บริโภคชอบรับประทาน ซึ่งจัดเป็น โอกาสของธุรกิจไข่เค็มในประเทศอินโดนีเซีย แต่ยังมีอุปสรรคด้านเจตคติของผู้บริโภคที่มองว่า รสเค็มไม่ดีต่อสุขภาพ นอกจากนี้ Mumiwaty et al. (2022) พบว่า ความจงรักภักดีของลูกค้า หรือการมีลูกค้าประจำถือเป็นโอกาสสำคัญ สำหรับธุรกิจไข่เค็มในตลาดอินโดนีเซีย

การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินธุรกิจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระนั้นก็ตาม สำหรับกรณีของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพพบว่า การสนับสนุนจาก หน่วยงานภาครัฐกลับเป็นอุปสรรคสำคัญ (T1) อันเนื่องมาจากข้อจำกัดหลายประการ เช่น ข้อจำกัด ด้านงบประมาณที่จำกัด ส่งผลให้การจัดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่อง และไม่สามารถดำเนินการ

ให้ครอบครัวกลุ่มเป้าหมายทั้งหมดได้ นอกจากนี้ งบประมาณที่มีจำกัดยังส่งผลกระทบต่อความสามารถในการให้การสนับสนุนด้านเงินทุนสำหรับการปรับปรุงกระบวนการผลิตไข่เค็มสมุนไพร เช่น การจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็น อีกทั้งบุคลากรของภาครัฐที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนยังมีการงานหลากหลายและมีข้อจำกัดด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการพัฒนาธุรกิจ รวมถึงขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับบริบทปัญหาและความต้องการเฉพาะของวิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่ง ส่งผลให้การให้คำปรึกษาและการวางแผนพัฒนาไม่ตรงจุดจากข้อจำกัดดังกล่าว ทำให้วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพเผชิญกับความล่าช้าในการพัฒนา รวมถึงขาดทรัพยากรที่จำเป็นในการยกระดับผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน เช่น ไม่สามารถพัฒนากระบวนการผลิตไข่เค็มสมุนไพรให้ได้ระดับมาตรฐานสุขลักษณะของสถานที่ผลิตได้ ขาดองค์ความรู้ด้านการตลาดซึ่งทำให้เป็นข้อจำกัดต่อการขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าใหม่

ลักษณะของปัญหานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Murniawaty et al. (2022) ที่พบว่า ธุรกิจไข่เค็มในประเทศอินโดนีเซียมิได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอจากภาครัฐ ส่งผลให้การดำเนินงานประสบอุปสรรคหลายด้าน นอกจากนี้ แม้ว่าวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพมีการผลิตไข่เค็มสมุนไพรตลอดทั้งปี แต่ในบางช่วง ไข่เป็ดสดซึ่งเป็นวัตถุดิบต้นน้ำที่สำคัญที่สุดมีไม่เพียงพอในการผลิตไข่เค็มสมุนไพร (T2) โดยเฉพาะในช่วงที่มีคำสั่งซื้อเป็นจำนวนมาก จึงจำเป็นต้องจัดหาไข่เป็ดสดจากเครือข่ายภายนอก ปัญหานี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของพงศ์พิพัฒน์ มากช่วย (2566) ที่พบว่า ในช่วงที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก ทำให้ไข่เป็ดสดที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตมีไม่เพียงพอ ส่งผลให้ไข่เค็มที่ผลิตได้มีคุณภาพที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะในด้านขนาดของไข่เค็ม หากมีการใช้ไข่เป็ดสดจากตลาดทั่วไปซึ่งผ่านกระบวนการล้างทำความสะอาด อาจทำให้ไข่เค็มเน่าเสียได้ง่ายกว่าปกติ เช่นเดียวกับข้อค้นพบของ Murniawaty et al. (2022) ที่ระบุว่า บางช่วงเวลาในประเทศอินโดนีเซีย ไข่เป็ดสดเป็นวัตถุดิบที่หาได้ยากและมีราคาเพิ่มขึ้น จึงส่งผลกระทบต่อการผลิตและต้นทุนของธุรกิจไข่เค็มเช่นกัน

การเลี้ยงเป็ดเป็นกิจกรรมการผลิตที่พบได้ทั่วไปในเขตชนบทของประเทศไทย (อาทิตย์ พวงสมบัติ และ แก้วกานต์ พวงสมบัติ, 2562) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดพัทลุง ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการเลี้ยงเป็ดไข่เชิงพาณิชย์และเพื่อการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น ไข่เค็ม จากข้อมูลสถิติของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2567) เกี่ยวกับการเลี้ยงเป็ดไข่ของจังหวัดพัทลุงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2557–2566) พบว่า ในช่วงก่อนปี พ.ศ. 2564 จำนวนเป็ดไข่และเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่หลังจากนั้นเป็ดไข่และเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่มีจำนวนลดลง โดยในปี พ.ศ. 2566 เป็ดไข่และเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่มีจำนวน 158,158 ตัว และ 1,596 ราย ตามลำดับ ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อลดลงของการเลี้ยงเป็ดไข่ ได้แก่ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น โดยเฉพาะค่าอาหารซึ่งปรับตามราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอาหาร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่ลดลง นอกจากนี้ การเลี้ยงเป็ดไข่จำเป็นต้องใช้ความรู้และเทคนิคในการบริหารจัดการ เนื่องจากยังมีปัจจัยอื่นที่กำหนดการผลิต เช่น ความต้องการของตลาดด้านคุณภาพไข่ ต้นทุนการผลิตในส่วนอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้น ในช่วงที่สภาพอากาศร้อนจัด ทำให้เป็ดไข่กินอาหารได้น้อยลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อขนาดของไข่เป็ดคือ ไข่เป็ดมีขนาดเล็กลง สำหรับเป็ดไข่ไต่ทุ่ง (เป็ดที่หาอาหารจากธรรมชาติในทุ่งนา เช่น ลูกปูกุ้ง ปลา หอย) และเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่ไต่ทุ่ง

พบว่า มีจำนวนเปลี่ยนแปลงขึ้นลงในแต่ละปี โดยในปี พ.ศ. 2566 เปิดไข่ไก่ฟุ้งและเกษตรกรผู้เลี้ยงเปิดไข่ไก่ฟุ้ง มีจำนวน 109,478 ตัว และ 219 ราย ตามลำดับ ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งมีสาเหตุจากการที่จังหวัดพัทลุงประสบปัญหา อุทกภัยอยู่บ่อยครั้งในฤดูฝน โดยเฉพาะในช่วงที่มีฝนตกหนักติดต่อกัน (สำนักงานจังหวัดพัทลุง, 2567) ซึ่งถือเป็น อุปสรรคสำคัญต่อการเลี้ยงเปิดไข่ไก่ฟุ้งที่ต้องอาศัยพื้นที่โล่งและทุ่งนา จากสถานการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเปราะบางของอาชีพการเลี้ยงเปิดไข่ไก่ฟุ้งที่ยังต้องพึ่งพาปัจจัยภายนอกหลายประการ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สภาพอากาศ และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

3. กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพ

จากผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพสามารถเสนอ กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพในรูปเมทริกซ์ทาวส์ (ตารางที่ 2) ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO) วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพมุ่งเน้นการใช้จุดแข็งที่สำคัญคือ คุณภาพและความปลอดภัย ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยสามารถดำเนินกลยุทธ์เชิงรุก อาทิ การสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นผ่านการเล่าเรื่อง (storytelling) เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ ควรมีการเผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร ผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น จุดเริ่มต้นของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร กว่าจะมาเป็นผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร กระบวนการผลิตที่ใส่ใจในคุณภาพและความปลอดภัย การเสริมสร้างพลังจากคนในชุมชน การเล่าเรื่องเหล่านี้ จะช่วยสร้างคุณค่าในสายตาผู้บริโภค และกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภค ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่น ในตราผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพ นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร สูตรโซเดียมต่ำ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ หรือมีข้อจำกัด ในการบริโภคโซเดียม เช่น ผู้ป่วยที่มีภาวะความดันโลหิตสูง โดยอาจอ้างอิงแนวทางตามงานวิจัยของ Liu et al. (2022) ซึ่งเสนอการใช้สารทดแทนเกลือโซเดียมในการผลิตไข่เค็ม ทั้งนี้ การบริโภคโซเดียมในปริมาณมากมีความสัมพันธ์ กับอุบัติการณ์ของโรคความดันโลหิตสูงและการเสียชีวิตด้วยโรกระบบหลอดเลือดและหัวใจ (สม นาสอำนาจ และ ทิพาพร ราชากร, 2563) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรสูตรโซเดียมต่ำจึงสามารถขยายฐานผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะกลุ่มที่ใส่ใจสุขภาพ และสามารถนำไปมอบเป็นของขวัญในโอกาสที่เหมาะสมได้ (S1S3S4S5S7S8O1)

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) วิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพควรดำเนินการปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรให้มีความโดดเด่นและน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยเริ่มจากการปรับเปลี่ยนสีของตราผลิตภัณฑ์ ให้สะดุดตา และเลือกใช้สีของบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพ เช่น การถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาหรือภูมิปัญญา ของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพผ่านภาพประกอบหรือข้อความบนบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ควรมีข้อมูลที่ จำเป็นและครบถ้วน เช่น วัน เดือน ปีที่ผลิต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร ทำให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น อนึ่ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึง ต้นทุนที่เหมาะสม โดยไม่ก่อให้เกิดภาระต้นทุนที่สูงเกินไปต่อวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพ (W3W4O1)

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ประกอบด้วย ST1 วิชาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าควรเข้าร่วมกิจกรรมหรืองานแสดงสินค้าที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรในราคาที่เหมาะสม รวมทั้งเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพรให้ผู้บริโภครู้จักในวงกว้างมากขึ้น อันจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าใหม่ และสร้างความจงรักภักดีในกลุ่มลูกค้าเดิม (S1S6S7S8T1) และ ST2 วิชาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไขในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้สามารถจัดหาวัตถุดิบ (ไข่เป็ดสด) ได้อย่างต่อเนื่องและเพียงพอสำหรับการผลิตไข่เค็มสมุนไพร โดยสามารถดำเนินความร่วมมือทั้งในรูปแบบข้อตกลงด้วยวาจาหรือข้อตกลงอย่างเป็นทางการตามความเหมาะสม พร้อมทั้งจัดทำบัญชีรายชื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไขไว้เป็นฐานข้อมูล เพื่อบริหารจัดการด้านวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพ ในช่วงที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก (S1S7S8T2)

ตารางที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิชาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่า

สภาพแวดล้อมภายใน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
สภาพแวดล้อมภายนอก	S1 S2 S3 S4 S5 S6 S7 S8 S9	W1 W2 W3 W4
โอกาส	SO (กลยุทธ์เชิงรุก)	WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
O1	SO1 การให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร (S1S3S4S5S7S8O1)	WO1 การปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (W3W4O1)
อุปสรรค	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)	WT (กลยุทธ์เชิงรับ)
T1 T2	ST1 การเข้าร่วมกิจกรรมที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น (S1S6S7S8T1) ST2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไขในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง (S1S7S8T2)	WT1 การขอรับการสนับสนุนที่จำเป็นจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง (W1W2T1)

ที่มา: จากการวิเคราะห์

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT) วิชาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณย่าควรมุ่งเน้นการขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาและยกระดับศักยภาพการผลิต ได้แก่ การขอรับการสนับสนุนด้านสถานที่ผลิต ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น สำนักงานพัฒนาชุมชน ควรมีบทบาทสนับสนุนการปรับปรุงสถานที่ผลิตไข่เค็มสมุนไพรให้เหมาะสมและได้มาตรฐาน โดยมุ่งหวังให้ผลิตภัณฑ์สามารถขอรับรองมาตรฐาน เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

สินค้าโอท็อป การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่เหมาะสม ควรประสานงานกับหน่วยงานด้านวิจัยหรือสถาบันการศึกษา เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและเหมาะสมกับบริบทของชุมชน เช่น การผลิตไข่เค็มสมุนไพรสูตรโซเดียมต่ำ เทคนิคการลดระยะเวลาในการผลิตไข่เค็มโดยไม่ลดคุณภาพ การใช้เครื่องมือหรือกระบวนการผลิตที่ช่วยให้การผลิตสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตไข่เค็มสมุนไพรให้สูงขึ้นด้วยการนำเทคโนโลยีหรือแนวทางใหม่ ๆ มาประยุกต์ เพื่อลดต้นทุนการผลิต เพิ่มจำนวนไข่เค็มสมุนไพรที่ผลิตได้ในแต่ละรอบ และก่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (economies of scale) ซึ่งจะช่วยให้ต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วยลดลงในระยะยาว (W1W2T1) การดำเนินกลยุทธ์เชิงรับเหล่านี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมชุมชนไข่เค็มคุณภาพสามารถสร้างความแข็งแกร่ง และลดผลกระทบจากข้อจำกัดหรืออุปสรรคที่เผชิญอยู่ในปัจจุบันได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพ ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มสมุนไพร ควรมีการควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบและกระบวนการผลิตให้มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง เช่น การคัดเลือกไข่เป็ดที่ได้คุณภาพ การใช้สมุนไพรที่สะอาดและปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค และเตรียมความพร้อมในการขยายตลาดในอนาคต 2) การปรับปรุงตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ควรออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยโดดเด่น และสามารถสื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน เช่น การใช้ลวดลายท้องถิ่น สีสันทันทีสะอาด และวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มในตลาด 3) การเข้าร่วมกิจกรรมและโครงการของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ควรมีการวางแผนเข้าร่วมกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มความรู้ด้านการผลิต การบริหารจัดการ การตลาด รวมถึงสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเครือข่ายธุรกิจใหม่ ๆ 4) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่ในท้องถิ่น ควรดำเนินการสร้างข้อตกลงความร่วมมือกับเกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดไข่ในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านวัตถุดิบและส่งเสริมเศรษฐกิจภายในชุมชนให้เติบโตไปพร้อมกัน 5) การขอรับการสนับสนุนเชิงเทคนิคจากภาครัฐ ควรเสนอขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาชุมชน เพื่อขอรับคำปรึกษาด้านเทคโนโลยีการผลิต มาตรฐานสุขลักษณะ และการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งจะช่วยยกระดับความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มคุณภาพในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยในอนาคตควรให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไข่เค็มของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มในจังหวัดพัทลุงและพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจไข่เค็มสำหรับนำไปใช้วางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มความพึงพอใจหรือสร้างความประทับใจในผลิตภัณฑ์ อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กชกร กันหาเรียง, ทิววรรณ ทองสุข, ศศิวิมล จิตรกร, และสุดารัตน์ เจียมยั้งยืน. (2567). การลดเกลือในไข่ขาวเค็ม และการประยุกต์ใช้ในโจ๊กกึ่งสำเร็จรูปเสริมไข่ขาว. *วารสารเกษตรนเรศวร*, 21(1), e0210103. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/aginujournal/article/view/261525>
- กุลชลี พวงเพชร, โสพิศ คำนวนชัย, เสาวนีย์ ศรีกาญจนารักษ์, และภานุพันธ์ เพิ่มเปี่ยม. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 21(2), 167–183. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/cmuresearch/article/view/238884>
- ชโลทร วิมลโย, นงนุช คงศักดิ์ไพบุลย์, เบญจวรรณ ธรรมธนารักษ์, และสาวิตรี วิทยัญไพศาล. (2563). การพัฒนาสารปรุงแต่งรสไข่แดงเค็มผงรสเผ็ด. *วารสารวิทยาศาสตร์ประยุกต์*, 19(2), 145–157. <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/JASCI/article/view/240796>
- ชุตินุช สุจริต, และอังคณา ไสเกื้อ. (2560). การหาสัดส่วนที่เหมาะสมระหว่างดินโคลนน้ำพุร้อนและผงเกลือผสม ไอโอดีนต่อคุณภาพทางด้านประสาทสัมผัสของไข่เค็มด้วยเทคนิคพื้นผิวตอบสนอง. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 19(2), 15–30. https://li01.tci-thaijo.org/index.php/sci_ubu/article/view/214264
- ชำนาญ ปาณางษ์. (2567). *ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ: จากแนวคิดทฤษฎีสู่การปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: กู๊ดเฮด พรินท์ติ้ง แอนด์ แพคเกจจิ้ง กรุ๊ป.
- ชินเนีย รัตภัทร์, และปิยะวรรณ คุ่มญาติ. (2561). การวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินไค้ อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมงคลล้านนา*, 6(2), 29–45. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/balajhss/article/view/164131>
- ณฐาพัชร วรพงศ์พัชร. (2565). การพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มคุณภาพ ชุมชนบ้านศาลาดิน นครปฐม. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี*, 4(2), 29–44. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/2856>
- ณัฐมา เหล่ากุลติก, รัตนภัทร มะโนชัย, และกาญจนา รัตนธีรวิเชียร. (2565). การเปลี่ยนแปลงคุณภาพไข่เค็มพอกขมิ้นทดแทนดินจอมปลวกบางส่วนระหว่างการเก็บรักษา. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 16(1), 13–27. <https://doi.org/10.14456/jrmutp.2022.2>
- ณัฐมา เหล่ากุลติก, นันทิมา ดำรงวัฒนกุล, มยุรี ชมภู, กาญจนา รัตนธีรวิเชียร, และนาพันธ์ โชคอำนวยพร. (2565). การเปลี่ยนแปลงคุณภาพของไข่เค็มพอกดินที่ทดแทนเกลือโซเดียมคลอไรด์ด้วยเกลือโพแทสเซียมคลอไรด์ ในระหว่างการเก็บรักษา. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 32(2), 445–456. <https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/kmutnb-journal/article/view/248000>

- ดนตรีดา วาทินพุดิพร, และทัศนีย์ รุ่งทวีชัย. (2565). แนวทางการสร้างมูลค่าไข่เค็มลูกตาลเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มสมุนไพโรโอดิน จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 14(1), 52–68. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/abcjournal/article/view/252257>
- พงศ์พิพัฒน์ มากช่วย. (2566). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างอาชีพและการยกระดับสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 10(2), 149–180. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/srj/article/view/260294>
- พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). *การตลาดเพื่อชุมชน* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พี.เอ. ลีฟวิ่ง.
- พลากร สัตย์เชื้อ, และปฐวิชัย พิทยาภินันท์. (2559). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการเพาะเลี้ยงสาหร่ายผสมนาง (Gracilaria spp.) ของเกษตรกรในตำบลคลองแดน อำเภอร่อนน็ด จังหวัดสงขลา. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 14(2), 171–184. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/HatyaiAcademicJournal/article/view/82196>
- เพชรรัตน์ มีสมบุญพันธุ์พูนสุข, สุรีย์พร นิพัฏฐวิทยา, และอภิเรข ทริเวดี. (2562). การพัฒนาศักยภาพการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยของชุมชนไทยพวน จังหวัดนครนายก. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(3), 246–261. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/241115>
- ใยฟ้า ตรีกุลสันติ, อัจฉรสิริ อนุมณี, ณปภัช จันทร์เมือง, และวิทยา วงษ์กลาง. (2567). การยกระดับห่วงโซ่มูลค่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มบ้านบนโพธิ์ อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี*, 11(1), 79–102. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msj/article/view/258964>
- ศุภักษร มาแสวง, กุลพร พงษ์ไพโร, และอัมพวัน สุขนิล. (2565). กระบวนการผลิตและการพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม. *วารสารเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 4(1), 93–105. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/hecrmutp/article/view/82>
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมปศุสัตว์. (2567). *ข้อมูลเกษตรกรและปศุสัตว์*. สืบค้นจาก <https://ict.dld.go.th/webnew/index.php/th/service-ict/report/247-report-thailand-livestock>
- สม นาสอำนาจ, และทิพาพร ราชากโร. (2563). การพัฒนารูปแบบการตลาดการบริโภคเค็มในกลุ่มสงสัยป่วยโรคความดันโลหิตสูง. *วารสารสำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 7 ขอนแก่น*, 27(3), 99–110. <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/jdpc7kk/article/view/246720>
- สุภาพร อภิรัตนานุสรณ์. (2560). การพอกไข่เค็มไชยาด้วยกากชาเพื่อทดแทนดินจอมปลวกบางส่วน. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 11(1), 111–125. <https://doi.org/10.14456/jrmutp.2017.11>
- สุภาพร อภิรัตนานุสรณ์, อูราภรณ์ เรืองวัชรินทร์, และสุกัญญา ไหมเครือแก้ว. (2563). ผลของคาร์ราจีแนตต่อสมบัติของผงไข่ขาวจากวัสดุเศษเหลือของไข่เค็ม. *Journal of Agricultural Research and Communications*, 36(2), 269–278. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/joacmu/article/view/193754>

- โสพิศ คำนวนชัย. (2561). ตัวแบบการจัดการการตลาดที่นำไปสู่การซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 24(2), 172–182.
<https://he01.tci-thaijo.org/index.php/CUTJ/article/view/240649>
- โสพิศ คำนวนชัย, และสุนทรีย์ วิพัฒน์ครุฑ. (2566). ตัววัดกลยุทธ์ทางการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลพบุรี. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 7(3), 47–63.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kkbsjournal/article/view/264904>
- สำนักงานจังหวัดพัทลุง. (2567). *แผนพัฒนาจังหวัดพัทลุง 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570) ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568*. สืบค้นจาก https://www.phatthalung.go.th/2022/files/com_news_develop/2023-11_6ec40d12f7dbecb.pdf
- องค์การบริหารส่วนตำบลเขาปู่. (2566). *แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566–2570)*. สืบค้นจาก https://www.khaopu.go.th/datacenter/doc_download/a_010424_103156.pdf
- องสมุห์ฉันทกัญญา เพ็ญอักษร (จัวร์กุล), พระมหาประกาศิต สิริเมธ, และอุบล วุฒิปรีโสภณ. (2564). กระบวนการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่ทองเค็มในชุมชนยายชา อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 6(3), 192–204.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/250866>
- อาทิตย์ พวงสมบัติ, และแก้วกานต์ พวงสมบัติ. (2562). การศึกษาปัจจัยที่เหมาะสมของเครื่องล้างไข่เค็มพอกดินแบบแปรงขัดทรงกระบอก. *วารสารสมาคมวิศวกรรมเกษตรแห่งประเทศไทย*, 25(1), 38–45.
<https://li01.tci-thaijo.org/index.php/TSAEJ/article/view/136687>
- Arthur, J., Wiseman, K., & Cheng, K.M. (2015). Salted and preserved duck eggs: a consumer market segmentation analysis. *Poultry Science*, 94(8), 1942–1956. <https://doi.org/10.3382/ps/pev118>
- Kaewmanee, T., Benjakul, S., & Visessanguan, W. (2009). Protein hydrolysate of salted duck eggs white as a substitute of phosphate and its effect on quality of Pacific white shrimp (*Litopenaeus Vannamei*). *Journal of Food Science*, 74(8), s351–s361. <https://doi.org/10.1111/j.1750-3841.2009.01305.x>
- Kaewmanee, T., Benjakul, S., & Visessanguan, W. (2009a). Changes in chemical composition, physical properties and microstructure of duck egg as influenced by salting. *Food Chemistry*, 112(3), 560–569. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308814608006894>
- Kaewmanee, T., Benjakul, S., & Visessanguan, W. (2009b). Effect of salting processes on chemical composition, textural properties and microstructure of duck egg. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 89(4), 625–633. <https://doi.org/10.1002/jsfa.3492>

- Liu, H., Feng, F., Xue, H., Gao, B., Han, T., Li, R., Tu, Y., & Zhao, Y. (2022). Effects of partial replacement of NaCl by KCl and CaCl₂ on physicochemical properties, microstructure, and textural properties of salted eggs. *Journal of Food Science*, 87(2), 795–807. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.16033>
- Murniawaty, I., Muslikha, S.C.Y., & Farliana, N. (2022). Salted egg home industry marketing mix strategy: case study in Indonesia. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 4(3), 140–153. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v4i3.301>
- Sumekar, W., Al-Baari, A.N., & Setiadi, A. (2021). Business strategy of salted egg agro-industry to achieve sustainable competitive advantage. *Journal of the Indonesian Tropical Animal Agriculture*, 46(3), 258–269. <https://doi.org/10.14710/jitaa.46.3.258-269>
- Thajer, A., Sommersguter-Reichmann, M., & Löffler-Stastka, H. (2020). Implementing a clinical research department to support pediatric studies: A SWOT analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(17), 6211. <https://doi.org/10.3390/ijerph17176211>
- Tharukliling, S., & Fanani, Z. (2018). Effect of use different eggs with different techniques of salted eggs on the level of consumer preference. *Journal of Development research*, 2(1), 15–20. <https://doi.org/10.28926/jdr.v2i1.45>