



ร้งนกนางแอ่น : ภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้งนกเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาดหมูที่ 11 ตำบลผาละมี อำเภopakพะยูน จังหวัดพัทลุง

BIRD'S NEST : THE WISDOM OF PROCESSED BIRD'S NEST BEVERAGE PRODUCTS TO PROMOTE THE MARKET. A CASE STUDY COMMUNITY ENTERPRISE BAAN PENG- ARD MOO 11 TAMBONFAHLAMI, PAK PHAYUN DISTRICT, PHATTHALUNG PROVINCE

ภัทรพร สุวรรณภูมิ
จิตติมา ดำรงวัฒนะ
อุดมศักดิ์ เดโชชัย
เดโช แชน้ำแก้ว

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ร้งนกนางแอ่น : ภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้งนกเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมูที่ 11 ตำบลผาละมี อำเภopakพะยูน จังหวัดพัทลุง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้งนก ปัญหาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้งนก และแนวทางส่งเสริมการตลาดเครื่องดื่มร้งนก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า

1) ภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้งนก พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาดจะทำการเลือกซื้อร้งนกที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคซึ่งมีอยู่ในท้องถิ่น และชุมชนใกล้เคียง โดยสมาชิกกลุ่มร่วมกัน วางแผนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้งนกอย่างเป็นระบบ และมุ่งเน้นความสะอาด ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกวัตถุดิบจนถึงขั้นบรรจุภัณฑ์

2) ปัญหาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มร้งนก พบว่า มีปัญหาหลายด้านด้วยกัน คือ (1) ปัญหาของการคัดแยกขยะออกจากร้งนก (2) ปัญหาความเหมาะสมของสถานที่



ใช้แปรรูปผลิตภัณฑ์ ยังขาดอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย ทำให้การผลิตไม่ทันความต้องการของผู้บริโภค (3) ปัญหาด้านบุคลากร ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ด้านการตลาด (4) ต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ (5) ช่องทางการจัดจำหน่ายยังมีน้อย และมีคู่แข่งมากขึ้น

3) แนวทางส่งเสริมการตลาด พบว่า (1) ด้านการโฆษณา โดยการเข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น การออกบูทตามมหกรรมงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) (2) ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูล โดยให้พนักงานขายสามารถรับรู้ และสื่อสารต่อไปยังลูกค้าได้ทุกด้าน (3) ด้านการส่งเสริมการขาย ลูกค้า หรือผู้ที่ซื้อในปริมาณที่มาก ๆ ก็จะได้รับเป็นส่วนลด ร้านค้าในพื้นที่รับมาจำหน่ายจะมีบริการส่งให้ และลดราคาเป็นพิเศษ มีตัวผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างกับคู่แข่ง (4) ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุในชุมชนท้องถิ่น และในพื้นที่จังหวัดพัทลุง (5) ด้านการตลาดทางตรง หรือระบบตลาดแบบมีปฏิสัมพันธ์ สร้างความสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายกับกลุ่มที่ทำผลิตภัณฑ์เหมือนกันเพื่อเป็นการช่วยกันโปรโมทสินค้า และ (6) ด้านการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน เช่น ใช้วิธีการขายผ่านทางออนไลน์ และผ่านโทรศัพท์ เป็นต้น

คำสำคัญ: ภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกเพื่อส่งเสริมการตลาด, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด

Abstract

Bird's Nest : The wisdom of processed bird's nest beverage products to promote the market. A Case Study Community Enterprise Baan Peng- ard Moo 11 Tambon Fahlami, Pak Phayun District, Phatthalung Province. Objective to study the wisdom of processed bird's nest, Issue in processing beverages nest and the marketing options nest. The methodology of qualitative research.

The results were as follows:

1) The wisdom of processed bird's nest. It found that Community Enterprise Baan Peng- ard choose a quality bird's nest, benefits to consumers. There are local and neighboring communities. The group members together, plan processing system, a bird's nest drink and focus on cleanliness, safe for consumers. From the selection of raw materials to the packaging.

2) Issue in processing beverages nest, It found that many of the problems together (1) The problem of waste out of the nest. (2) The appropriateness of



the use of processed products, It found that Lack of modern production. The producers behind the needs of consumers. (3) Personnel, It found that Most members also lack knowledge of marketing. (4) Production costs are rising steadily. 5) Distribution channels are also less. And there are more competitors

3) The Guidelines to promote marketing, It found that (1) Advertising Participation by the public and other government agencies held, expo booth as OTOP. (2) Sales by sales staff to communicate information. The salesperson can recognize. And communicated to the customer in all aspects. (3) The promotion, customers who buy in large quantities, you can get a discount. The local store has been sold to service delivery and a special discount, the product has to taste Development of the product is different to its competitors. (4) Public Relations. The promotion through radio in indigenous communities in Phatthalung. (5) The Direct Marketing or marketing systems have interacted, make a relationship network with the same group of products to help its promote. (6) The marketing communications mix, as a way to sell online and through telephone etc.

Keywords: The Wisdom Of Processed Bird's Nest Beverage Products To Promote TheMarket, Community Enterprise Baan Peng- Ard

บทนำ

ผลิตผลรังนกเป็นสินค้าที่นำเงินตรามาให้กับผู้คนในพื้นที่ภาคใต้ และรัฐไทย เป็นจำนวนไม่น้อย ผลิตผลรังนกนับเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงในตลาดต่างประเทศ และทำกำไรให้กับผู้ประกอบการลงทุนอย่างง่ายดาย โดยอาศัยการลงทุนต่ำ แต่น่าแปลกที่ยังไม่มีผู้เข้าไปศึกษาเรื่องราวของผลิตผลรังนกเลย ว่ามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในภาคใต้อย่างไร ดังนั้นเรื่องของผลิตผลรังนก จึงยังเป็นสินค้าเศรษฐกิจของภาคใต้ที่มีประวัติอันเร้นลับ และมีความน่าสนใจให้เข้าไปศึกษาเป็นอย่างยิ่ง เรื่องของผลิตผลรังนกดูเหมือนจะเริ่มต้นเมื่อชาวจีนได้นำรังนกชนิดหนึ่งมาบริโภค โดยชาวจีนเชื่อว่ารังนกชนิดนี้มีสรรพคุณช่วยบำรุงร่างกาย ทำให้มีสุขภาพแข็งแรง

กระบวนการผลิตรังนกมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านที่ได้ศึกษาค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ดร.กง หยุนชวง (Yun - Cheung Kong) ผู้เชี่ยวชาญด้านยา และสมุนไพรจีนของมหาวิทยาลัยจีนแห่งฮ่องกง ได้ศึกษาประวัติการบริโภคผลิตผลรังนกในประเทศจีน และค้นพบว่า ในสมัยราชวงศ์ถัง (คริสต์ศตวรรษที่ 7) มีชาวจีนเดินทางไปถ้ำน้ำอา (Niahcave) ในเกาะบอร์เนียว



นำเอาผลิตผลรังนกที่สามารถบริโภคได้เข้ามาในประเทศจีน ต่อมาในสมัยราชวงศ์หมิง (ค.ศ. 1368-1644) แม่ทัพจีนชื่อ เจิ้งโห (Cheng Ho) ได้นำกองทัพจีนเดินทางมายังดินแดนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ถึง 7 ครั้ง และได้รับคำสั่งให้นำผลิตผลทางธรรมชาติที่พบในดินแดนต่าง ๆ กลับไป ซึ่งดินแดนที่เจิ้ง นำทัพผ่านปรากฏว่ามีผลิตผลรังนกก็แน่นอน และเป็นไปได้ว่า เจิ้งโห เป็นผู้นำตัวอย่างของผลิตผลรังนกที่บริโภคได้กลับไปถวายราชสำนักจีนด้วย จนมาถึงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 16 ได้ปรากฏตำราพิชัยซึ่ง ที่อธิบายเรื่องเกี่ยวกับธรรมชาติของชายฝั่งฟูกเคียน ซึ่งมีการเก็บผลิตผลรังนกเพื่อการค้า และมีการบันทึกถึงเรื่องราวดินแดนต่าง ๆ ที่มีผลิตผลรังนกกนอกชายฝั่งทะเล หลังจากนั้นเรื่องราวของผลิตผลรังนกที่ปรากฏในเอกสารจีน ได้ถูกอธิบายในฐานะอาหารชั้นสูงที่มีสรรพคุณเป็นยาบำรุงกำลัง ซึ่งเป็นที่นิยมมากในราชสำนักจีน จนกระทั่งผลิตผลรังนกได้กลายเป็นอาหารที่บริโภคกันอย่างแพร่หลายในหมู่ชาวจีนผู้มีฐานะจนมาถึงปัจจุบัน (รัชดาพร ศรีภิบาล, 2542)

หลายพื้นที่ในประเทศไทยที่มีระบบนิเวศวิทยา อุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งที่อยู่อาศัยชุมชนของนกนางแอ่น เช่น หมู่เกาะสี่ เกาะห้า เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีความสำคัญของอำเภอปากพะยูน เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้เป็นที่ทำรังนกนางแอ่นกินรัง ซึ่งสามารถทำรายได้ให้กับท้องถิ่นเป็นอย่างมากเป็นหมู่เกาะหินปูนอยู่ในทะเลสาบสงขลา รังนกที่นี้ถือว่ามีคุณภาพดีที่สุดในโลก เพราะนกที่นี้กินอาหารที่อุดมสมบูรณ์ เนื่องจากหมู่เกาะแห่งนี้ตั้งอยู่กลางทะเลสาบสามน้ำ คือน้ำเค็ม น้ำจืด น้ำกร่อย ทำให้รังนกขาวสะอาด มีขนาดใหญ่ และมีคุณภาพ และเนื่องจากหมู่บ้านเพ็ญอาด เกษตรกรส่วนใหญ่มีอาชีพกรีดยางเป็นหลัก ช่วงเวลากลางวัน และในช่วงฤดูฝนจะมีเวลาว่างมาก อีกทั้งในเขตพื้นที่ของอำเภอปากพะยูนก็มีแหล่งที่มีรังนกนางแอ่นของเกาะสี่เกาะห้าเป็นจำนวนมาก จึงเกิดการรวมตัวขึ้นเพื่อที่จะใช้ภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกเพื่อสุขภาพ จึงได้กำเนิดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็ญอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอปากพะยูนจังหวัดพัทลุง

ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง “รังนกนางแอ่น : ภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็ญอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอปากพะยูนจังหวัดพัทลุง” เพื่อส่งเสริมการตลาด และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็ญอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง



2. เพื่อศึกษาปัญหาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังกเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอบางปะอิน จังหวัดพิจิตร

3. เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอบางปะอิน จังหวัดพิจิตร

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอบางปะอิน จังหวัดพิจิตร มีทั้งหมด จำนวน 40 คน แต่มีผู้ประกอบการอย่างสม่ำเสมอ มีเพียงจำนวน 8 คน ในการศึกษาครั้งนี้จึงเลือกศึกษาเพียง 8 คน ได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด จำนวน 1 คน รองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด จำนวน 1 คน และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด จำนวน 6 คน

1.2 ผู้ให้ข้อมูลรอง คือ ผู้สนับสนุน และส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 1 คน นักพัฒนาชุมชน จำนวน 1 คน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 1 คน ตัวแทนจำหน่ายหลัก จำนวน 1 คน และผู้บริหารจำนวน 1 คน

2. เครื่องมือรวบรวมข้อมูล

2.1 การสัมภาษณ์ (Interview) ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีประเด็นคำถามที่กำหนดตามขอบเขตเนื้อหาการศึกษา และการสัมภาษณ์มีลักษณะการพูดคุยแบบธรรมชาติและเป็นกันเองตามเวลาความเหมาะสม และโอกาส โดยให้ผู้ตอบเล่าเรื่องต่าง ๆ ของตนเองตามประเด็นที่วางไว้อย่างยืดหยุ่น

2.2 การสังเกต (Observation) ได้ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอบางปะอิน จังหวัดพิจิตร จะทำการสังเกตสภาพทั่วไป และเรียนรู้กระบวนการวิธีการทำเครื่องดื่มรังก เช่น วิธีการทำวัตถุดิบ เป็นต้น ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลในการบันทึกตามประเด็นที่กำหนดไว้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 สัมภาษณ์ทั้งในชุมชน และในกลุ่ม

3.2 สร้างความสัมพันธ์และการปรับตัวให้เข้ากับชุมชนและผู้นำกลุ่ม



3.3 การเก็บข้อมูลรายละเอียดแบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลส่วนรายละเอียดแต่ละประเด็น โดยการพบปะพูดคุยกับกลุ่มเป้าหมาย

3.4 การหาข้อมูลเพิ่มเติม ผู้วิจัยได้รวบรวมวิเคราะห์ และสรุปผลแล้วพบว่า ขาดรายละเอียดข้อมูลบางส่วน ก็ได้ไปเก็บข้อมูลเพิ่มเติมตลอดของการทำวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลหลัก และผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลรอง เมื่อรวบรวมข้อมูล และตรวจสอบเนื้อหาอย่างถูกต้องเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่ผู้วิจัยทำการศึกษา และนำมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังกเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลผาละมี อำเภอบางปะอิน จังหวัดพิจิตร

1. วิธีการคัดเลือกวัตถุดิบในการทำเครื่องดื่มรังก พบว่า วิธีการคัดเลือกวัตถุดิบในการทำเครื่องดื่มรังก เลือกซื้อรังกที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค เลือกซื้อรังกที่สด สะอาด รังนกต้องไม่มีเชื้อรา ไม่มีกลิ่น รังนกที่ไม่มีขนเยอะ ราคาไม่สูงเกินไป อยู่ในเกรดปานกลาง เพราะทางกลุ่มมีเงินหมุนเวียนน้อย ทางกลุ่มสามารถสู้ราคาได้ เลือกซื้อวัตถุดิบจากคนที่เชื่อถือได้ เลือกซื้อรังกกับเจ้าที่ซื้อเป็นประจำ เพราะบางครั้งจะได้มีส่วนลด หรือพูดต่อรองราคาได้ง่าย เลือกซื้อรังกที่อยู่ในพื้นที่และชุมชนใกล้เคียงมีค่าเดินทางไปซื้อไม่สูงมาก เลือกซื้อน้ำที่สะอาดมาใช้ในการผลิต เลือกซื้อเฉพาะน้ำตาลกรวดมาใช้ในการผลิต เครื่องดื่มรังก เพราะน้ำตาลกรวดจะมีประโยชน์ต่อร่างกาย

2. การเลือกซื้อแหล่งที่มาของวัตถุดิบ พบว่า เลือกซื้อผลิตภัณฑ์รังกที่มีอยู่ในท้องถิ่น หรือชุมชนที่ใกล้เคียง เพราะในเขตพื้นที่อำเภอบางปะอิน มีแหล่งรังกเป็นจำนวนมาก และมีคุณภาพ เพราะเป็นพื้นที่ตั้งอยู่ติดกับทะเลสาบสงขลามิ๊ต น้ำเค็ม น้ำจืดน้ำกร่อย รังนกจึงมีแหล่งอาหารที่สมบูรณ์ จึงทำให้รังกมีคุณภาพ ทำให้รังกขาวสะอาดมีขนาดใหญ่ เลือกซื้อจากทางบริษัทเพราะส่วนใหญ่รังกในอำเภอบางปะอินทางบริษัทจะเป็นคนสัมปทานได้ เลือกซื้อรังกที่มีราคาไม่สูงเกินไปมีการต่อรองราคากันได้ และทางกลุ่มสามารถสู้ราคาได้ อยู่ในเกรดปานกลาง ถ้าซื้อรังกที่ราคาสูงเกินไปจะทำให้ทางกลุ่มขาดทุน ทางกลุ่มซื้อรังกอยู่ที่ราคา 19,000 บาทต่อหนึ่งกิโลกรัมมาใช้ในการผลิต และกลุ่มมีเงินหมุนเวียนน้อยที่ใช้ในการบริหาร เลือกซื้อจากคนที่เชื่อถือ ได้รู้จักกันมานาน หรือมีคนแนะนำให้รู้จัก



3. หลักการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องต้มรังนก พบว่า มีการทำงานอย่างเป็นระบบ ทุกคนมีหน้าที่ มีการวางแผนก่อนการดำเนินงานโดยสมาชิกมีส่วนร่วม สมาชิกในกลุ่มมีความสามัคคีร่วมมือกันที่จะพัฒนากลุ่ม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งทางการตลาด ทางกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์เครื่องต้มรังนกแท้เพื่อสุขภาพ ที่มีความอร่อย ปราศจากสิ่งเจือปน และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ให้เกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าของกลุ่ม เป็นสินค้าที่มีคุณภาพผ่านการตรวจ ควบคุม ทุกขั้นตอน ทางกลุ่มได้รับเครื่องหมายการันตีด้านคุณภาพสินค้าว่าปลอดภัยต่อผู้บริโภค และดีต่อสุขภาพ มีการกำหนดราคาที่เป็นธรรมไม่เอาเปรียบลูกค้า มีกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม มีระบบบัญชี มีวาระการประชุมทุกเดือน เพื่อนำแผนของข้อมูลข่าวสารความรู้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่าง ๆ มีความพร้อมในขบวนการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าต้องมีความสด ใหม่ทุกครั้งให้แก่ผู้บริโภค

4. ขั้นตอนการทำเครื่องต้มรังนก พบว่า ขั้นตอนการทำเครื่องต้มรังนก นำรังนกมาล้างให้สะอาดแล้วแช่รังนกไว้ประมาณ 30 นาที ต่อจากนั้นนำไปล้างด้วยน้ำสะอาดอีกครั้ง แล้วนำมาเลือกสิ่งเจือปนออก พอเลือกสิ่งเจือปนออกเสร็จนำมาล้างอีกครั้ง นำขวดและฝาฆ่าล้างแล้วล้าง เตรียมน้ำเชื่อมโดยการต้มน้ำ แล้วใส่น้ำตาลกรวดลงไป รอจนน้ำเดือดได้ที่แล้วปิดไฟ ตั้งให้น้ำเชื่อมเย็น ต่อจากนั้นนำน้ำเชื่อมมารอง พอกรองน้ำเชื่อมเสร็จ นำน้ำเชื่อมมาบรรจุใส่ขวดแล้วนำรังนกใส่ตามลงไป ต่อจากนั้น ปิดฝาให้สนิท นำไปใส่ในหม้อนึ่งแรงดันฆ่าเชื้อหนึ่งประมาณ 45 นาที เมื่อครบตามเวลานำขวดรังนกที่เราหนึ่งเสร็จแล้วมาตั้งให้เย็น นำขวดรังนกที่หนึ่งเสร็จแล้วไปต้มวันหมดอายุที่ขวดต้มวันหมดอายุที่กล่องติดแอสแตมป์ที่ขวดรังนก แล้ว Packing ใส่กล่องพร้อมจำหน่าย



ภาพที่ 1 แสดงรังนกสำหรับทำผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2 แสดงการล้างรังนกนางแอ่น



ภาพที่ 3 แสดงการแช่รังนกนางแอ่น



ภาพที่ 4 แสดงการเลือกสิ่งเจือปนออกจาก รังนก



ภาพที่ 5 แสดงรังนกที่เลือกสิ่งเจือปนออก หมดแล้ว



ภาพที่ 6 แสดงการต้มรังนกนางแอ่น



ภาพที่ 7 แสดงการต้มน้ำเชื่อม



ภาพที่ 8 แสดงการบรรจุน้ำเชื่อมลงใน ขวด



ภาพที่ 9 แสดงการบรรจุรังนกนางแอ่นลงในขวด



ภาพที่ 10 แสดงการนึ่งรังนกที่บรรจุลงขวดแล้ว

5. ขั้นตอนบรรจุภัณฑ์ พบว่า ขั้นตอนบรรจุภัณฑ์รังนก นำขวด และฝาปิดที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์นำมาล้างทำความสะอาด แล้วนำไปนึ่ง นำน้ำเชื่อม และรังนกที่เตรียมไว้มาบรรจุใส่ขวด ปิดฝาให้สนิทนำไปนึ่ง พอหนึ่งเสร็จ รอให้ขวดรังนกเย็น แล้วนำมาป้อนวันหมดอายุที่ข้างขวด ตัดแสตมป์บนฝาขวด แล้วนำกล่องที่ใช้ในการบรรจุรังนกมาป้อนวันหมดอายุ แล้วพับกล่องจากนั้นเรียงขวดรังนกที่ป้อนวันหมดอายุแล้วใส่กล่องนำถุงพลาสติก มาห่อหุ้มแล้วใช้ไดร์เป่า เป็นอันเสร็จเรียบร้อย พร้อมจำหน่าย และส่งให้แก่ลูกค้า



ภาพที่ 11 แสดงการป้อนวันหมดอายุที่ขวดรังนก



ภาพที่ 12 แสดงการป้อนวันหมดอายุที่กล่องบรรจุผลิตภัณฑ์รังนก



ภาพที่ 13 แสดงการติดแสตมป์ที่ขวดรังนก

ภาพที่ 14 แสดงการบรรจุขวดรังนกใส่กล่อง

ตอนที่ 2 ปัญหาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังนกเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลผาละมี อำเภอบางบาล จังหวัดพิจิตร

1. สภาพปัญหาในการผลิตเครื่องดื่มรังนก พบว่า ปัญหาเศษขยะที่ติดมากับรังนก ทำให้ใช้เวลานานในการเลือกทำความสะอาด สถานที่คับแคบ การมาทำงานไม่ตรงเวลาของผู้ผลิต เงินทุนน้อย ระยะเวลาในการเก็บรักษา วัสดุ อุปกรณ์ในการผลิตไม่ทันสมัย ปัญหาเรื่องเวลาผลิตอาจจะมึมติดกลงไปในขวดบ้าง แล้วต้องทำให้สินค้าถูกตีกลับมาตรวจสอบคุณภาพใหม่หมดทำให้ทางกลุ่มขาดทุน และรังนกที่ใช้ในการผลิตมีต้นทุนสูงใช้เงินลงทุนสูง

2. สภาพปัญหาในการบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มรังนก พบว่า สถานที่ตั้งของกลุ่มในการผลิตคับแคบ ทำให้การผลิตไม่สะดวก เวล่านักเรียน หรือคนนอกเข้ามาศึกษาดูงานไม่มีพื้นที่ว่าง การมาทำงานของผู้ผลิตมาไม่ตรงเวลาพร้อมกัน ทำให้การผลิตช้า เงินทุนหมุนเวียนมีน้อย ระยะเวลาในการเก็บรักษาได้ไม่นาน วัสดุ อุปกรณ์ในการผลิตไม่ทันสมัย อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีไม่เพียงพอจึงทำให้การผลิตช้า ขาดเครื่องมือในการผลิต และไม่สามารถผลิตได้อย่างรวดเร็ว

3. สภาพปัญหาในด้านการตลาดของเครื่องดื่มรังนก พบว่า ปัญหาในด้านการตลาดของเครื่องดื่มรังนก บุคคลากรขาดความรู้ด้านการตลาด ไม่ค่อยมีเวลาในการหาตลาด อยู่นอกเส้นทางที่ท่องเที่ยว การสั่งซื้อลดลงเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจ ขาดความรู้ด้านภาษา ความไม่ซื่อสัตย์ของลูกค้าบางครั้งส่งของไปก่อน แรก ๆ โอนเงินมาให้ แต่พอช่วงหลังไม่โอนเงินมาให้ ทำให้ทางกลุ่มขาดทุนทำให้กลุ่มไม่ค่อยไว้วางใจกับลูกค้าคนอื่นด้วย ทางกลุ่มจึงมีมาตรการให้ลูกค้าโอนเงินมาก่อนทุกครั้งแล้วค่อยส่งสินค้าให้ มีคู่แข่งทาง



การตลาดเพิ่มมากขึ้น ช่องทางการจัดจำหน่ายยังมีน้อย ค่าขนส่งสินค้ามีราคาสูงขึ้น มีต้นทุนการผลิตที่สูง การตลาดมีจำกัด

ตอนที่ 3 แนวทางส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝายละมี อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง

1. แนวทางส่งเสริมด้านการโฆษณา พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ตามที่ต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น การออกบูธตามมหกรรมงาน OTOP เพื่อแนะนำสินค้าหรือชี้แจงให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้า และรับรู้ถึงประโยชน์ของสินค้า ลงโฆษณาทางสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นทางไลน์ ทางเฟซบุ๊ก การติดต่อประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุในพื้นที่ หอกระจายข่าว เพื่อให้คนได้รู้ข้อมูล จะได้กระจายข่าว หรือบอกต่อ และการโฆษณาด้วยการบอกต่อปากต่อปาก

2. แนวทางส่งเสริมด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย พบว่า การให้พนักงานขายติดต่อสื่อสารข้อมูล โดยให้พนักงานขายสามารถรับรู้ และสื่อสารต่อไปยังลูกค้าได้ทุกด้าน ส่วนมากสมาชิกของกลุ่มแผนกด้านการตลาดจะแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม เสนอตัวผลิตภัณฑ์เรื่องสรรพคุณของรังนกความแตกต่างระหว่างคู่แข่งว่ามีโดดเด่นอย่างไร หรือเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ ถ่ายทอดข้อมูลรายละเอียดของสินค้า ตั้งแต่เริ่มขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย

3. แนวทางส่งเสริมด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ส่งเสริมการขายโดยถ้าลูกค้า หรือผู้ที่ซื้อในปริมาณที่มาก ๆ ก็จะได้รับเป็นส่วนลด ถ้าหากร้านค้าในพื้นที่รับมาจำหน่ายจะมีบริการส่งให้ และลดราคาเป็นพิเศษ หากผู้บริโภคเก็บรวบรวมขวดเปล่าสามารถนำไปเป็นส่วนลดในการซื้อครั้งใหม่ได้ มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องตลอด ออกบูธตามงานต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ เมื่อออกบูธแต่ละครั้งมีตัวผลิตภัณฑ์ให้ทดลองชิม และมีช่องทางให้ผู้ที่สนใจเป็นตัวแทนจำหน่ายติดต่อได้สะดวก และมีการชี้แจงรายละเอียดเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น พัฒนามาตรฐานให้มีคุณภาพสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สามารถต่อสู้กับคู่แข่งทางการตลาดได้ พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างกับคู่แข่ง พัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ขึ้นมาตลอดเวลา ให้มีความหลากหลาย พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ดึงดูดผู้ที่สนใจ และตอบสนองความต้องการ

4. แนวทางส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า โดยการออกบูธต่าง ๆ ที่หน่วยงานจัดขึ้น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทางเฟซบุ๊ก ทางเพจเครื่องดื่มรังนกของไทย ทางไลน์ ทางเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์โดยใช้ไบโอบรัวร์ นามบัตร มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุชุมชนท้องถิ่น มีประชาสัมพันธ์ด้วยการบอกต่อกันปากต่อปาก ของสมาชิกในกลุ่มเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจในเรื่องของประโยชน์ และคุณภาพสินค้าว่ามีสารอาหารอะไรบ้าง แล้วติดต่อ



ร่างกายอย่างไร ตั้งแต่ขั้นตอนการผลิตรวมไปถึงแหล่งวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิตจนเสร็จ การพัฒนาตัวสินค้าตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นด้านการบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยสวยงามดึงดูดผู้บริโภค

5. แนวทางส่งเสริมด้านการตลาดทางตรง พบว่า สร้างความสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายกับกลุ่มที่ทำผลิตภัณฑ์เหมือนกันเพื่อเป็นการช่วยกันโปรโมทสินค้าและการเข้าหากลุ่มลูกค้า โดยการออกบูทตามงานต่าง ๆ ตลอดจนร้านตัวแทนจำหน่าย หรือจุดจำหน่ายต่าง ๆ ติดต่อกับลูกค้าทางร้านโดยตรง พร้อมเบิกเงินสด และยอมรับเมื่อสินค้าได้รับความชำรุด หรือเสียหาย ติดต่อนหน่วยงานราชการ หรือเอกชนในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อใช้เป็นเครื่องดื่ม หรืออาหารว่างในการจัดประชุม อบรมต่าง ๆ ในราคาพิเศษ มีการจำหน่ายสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทางเฟซบุ๊ก โดยการไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง สมาชิกในกลุ่มช่วยกันหากกลุ่มลูกค้า โดยการบอกต่อกันปากต่อปากให้สมาชิกรับไปจำหน่ายเองในราคาพิเศษ ให้สมาชิกหากลูกค้าที่ซื้อไปบริโภคเองในพื้นที่ หรือพื้นที่ข้างเคียง

6. แนวทางส่งเสริมด้านการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน พบว่า การใช้วิธีการขายทางออนไลน์ คือ การเข้าหากลุ่มลูกค้าผ่านทางโซเชียลเซียในการสั่งซื้อ ติดต่อบริษัทผ่านทางโทรศัพท์ ติดต่องานสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ ทางเพจของเครื่องดื่มรังนกทองไทย และโปรโมทสินค้าตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งมีการเข้าหากลุ่มลูกค้าโดยการออกงาน OTOP ติดต่อแหล่งวางผลิตภัณฑ์ตามร้านค้าต่าง ๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง และห้างสรรพสินค้า เพื่อวางจำหน่ายสินค้า และมีการสร้างเครือข่ายในทางตลาด



ภาพที่ 15 แสดงการใช้ใคร่เป่าम्मเป่าหุ้มพลาสติก เพื่อเตรียมจำหน่าย



ภาพที่ 16 แสดงการออกบูทการประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์รังนกนางแอ่น



อภิปรายผล

1. ภูมิปัญญาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังกงเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอบางพะยูงจังหวัดพัทลุง พบว่า ทั้งวิธีการคัดเลือกวัตถุดิบ แหล่งที่มาของวัตถุดิบ หลักการแปรรูป ขั้นตอนการทำ และการบรรจุภัณฑ์ ล้วนแต่เน้นกระบวนการผลิตที่เน้นความสะอาด ไม่มีสิ่งปนเปื้อน ใช้น้ำที่สะอาดในการผลิต มีการทำงานกันอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงมีการนำไปบรรจุกล่อง และติดฉลากเพื่อรอการจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนฤมล พิมพ์จันทร์ (นฤมล พิมพ์จันทร์, 2555) ได้กล่าวว่า คุณภาพวัตถุดิบเป็นหัวใจสำคัญต่อผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพ และปลอดภัยต่อผู้บริโภค จะต้องทำความเข้าใจถึงแหล่งที่มาที่มีคุณภาพ การเสื่อมเสียตลอดจนการเก็บรักษาวัตถุดิบ การเข้าสู่กระบวนการแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ

2. ปัญหาในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มรังกงเพื่อส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอบางพะยูงจังหวัดพัทลุง พบว่า มีปัญหาในการผลิตเครื่องดื่มรังกง ปัญหาในการบรรจุภัณฑ์ และปัญหาในด้านการตลาด ได้แก่ ปัญหาขยะที่ติดมากับรังกง แรงงานไม่พร้อม ขาดเงินทุน วัสดุอุปกรณ์ไม่ทันสมัย ขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาด และมีคู่แข่งมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอุดม ศรีสวัสดิ์ (อุดม ศรีสวัสดิ์, 2554) ได้กล่าวว่า การขาดแคลนเงินทุนการผลิตสินค้า และบริการในท้องถิ่น ส่วนใหญ่เข้าไม่ถึงแหล่งสนับสนุนเงิน การจะผลิตสินค้าต่าง ๆ ย่อมมีคู่แข่งทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคู่แข่งภายในประเทศ และต่างประเทศ

3. แนวทางส่งเสริมการตลาด กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภอบางพะยูง จังหวัดพัทลุง พบว่า มีการส่งเสริมด้านการโฆษณา โดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง และการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบประสมประสาน โดยมีการโฆษณาผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบเสียงตามสาย ทางออนไลน์ เอกสารประชาสัมพันธ์ วิทยู มีการทดลองชิม ถ่ายทอดข้อมูลรายละเอียดของการผลิต รวมไปถึงการออกบูธ การออกพบลูกค้า และการเพิ่มแหล่งจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไซมอน โชติอนันต์ (ไซมอน โชติอนันต์, 2559) ได้กล่าวว่า การทำการตลาดไปสู่กลุ่มผู้บริโภคโดยตรง โดยอาศัยสื่อใดสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายให้โอกาสในการตอบกลับ อีกทั้งจะต้องมีการพัฒนาฐานข้อมูลของลูกค้าขึ้นมาด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายสินค้ากับ



ผู้ซื้อสินค้าโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ควรมีการขยายสถานที่ให้กว้างขึ้น ปรับเปลี่ยนอุปกรณ์บางชนิดให้ทันสมัย เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะสินค้า และบนบรรจุภัณฑ์ควรระบุอย่างชัดเจนถึงวิธีการในการเก็บรักษาสินค้า และควรส่งเสริมให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมที่มีประโยชน์ให้แก่คนในชุมชน

1.2 ควรมีการขยายตลาดในการวางจำหน่ายสินค้า และแสดงสินค้าในงานมหกรรมจำหน่ายสินค้าช่วงเทศกาล และงานประจำปีให้มากขึ้น และส่งเสริมให้มีการพัฒนาและต่อยอดในการผลิตเครื่องตีมรั้งนงให้เป็นที่ยู่งักอย่างกว้างขวาง และสร้างชื่อเสียงให้กับชุมชน และคนในชุมชน

1.3 ส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คนในชุมชน และสนับสนุนให้เยาวชนในชุมชนที่ว่างงาน หรืออยากมีอาชีพเสริมสร้างรายได้เข้ามาร่วมทำงานกับกลุ่มผลิตเครื่องตีมรั้งนงนางแอ่น

1.4 ควรมีการจัดหาแหล่งรองรับผลิตภัณฑ์ให้กับทางกลุ่ม เช่น หน่วยงานราชการภายในชุมชน และชุมชนใกล้เคียง เมื่อมีการประชุม อบรมต่าง ๆ ร่วมกันเป็นส่วนหนึ่งในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์จากทางกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องตีมรั้งนง กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภopakพะยูน จังหวัดพัทลุง”

2.2 ควรศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องตีมรั้งนง กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านเพ็งอาด หมู่ที่ 11 ตำบลฝาละมี อำเภopakพะยูน จังหวัดพัทลุง”

เอกสารอ้างอิง

ไชมอน โขตอนันต์. (2559). *การวางแผนกลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่*. กรุงเทพมหานคร: เพียร์สันเอดิวดูเคชั่น.

นฤมล พิมพ์จันทร์. (2555). *การแปรรูปผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพมหานคร: เจริญวิทย์การพิมพ์.



- รัชดาพร ศรีภิบาล. (2542). *การค้าทางเรือในกลุ่มทะเลสาบสงขลา*. สงขลา: สถาบันทักษิณคดีศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- อุดม ศรีสวัสดิ์. (2554). *กลยุทธ์สื่อสารการตลาดแบบครบวงจร*. กรุงเทพมหานคร: ทิปปิ้งพอยท์.