

แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขา OTOP ระดับ 5 ดาว

เพื่อการเข้าสู่ตลาดอาเซียน

กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา

GUIDELINES FOR THE MANAGEMENT OF THE GROUP, THE 5-STAR OTOP PRODUCTS CAGES TO ENTER THE ASIAN MARKET: CASE BY BAN HUA DIN NUEA MOO 8 IN CHANA DISTRICT, SONGKLA PROVINCE.

วาริพร ชุศรี

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขากลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลาในปัจจุบัน และ 2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขา OTOP ระดับ 5 ดาว กลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ในการเข้าสู่ตลาดอาเซียน เก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 80 คน ใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านข้อมูลเชิงคุณภาพนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปผลและข้อเสนอแนะโดยการสังเคราะห์เนื้อหาด้วยการจัดหมวดหมู่และจัดลำดับ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการในปัจจุบันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขากลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านคน ด้านคน ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และการแบ่งงานกันทำสอนวิธีการจัดเก็บความรู้ที่เป็นภูมิปัญญา เช่น การจัดทำคู่มือการผลิตกรงนกเขาในแบบต่างๆ ไว้ เพื่อให้คนรุ่นลูกหลานได้ศึกษาต่อไปในอนาคต 2) ด้านการเงิน ควรจัดหาแหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำมีการจัดฝึกอบรมในด้านการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้อง อบรมการคำนวณต้นทุนในการผลิต ตลอดจนวิธีการตั้งราคาสินค้า และควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งบุคลากรทางด้านบัญชีไปทำการวางระบบบัญชีให้กับกลุ่มผู้ผลิต 3) ด้านวัตถุดิบ ควรจัดหาผู้ค้าให้กับกลุ่มผู้ผลิตหรือควรมีหน่วยงานรัฐเป็นสื่อกลางในการก่อตั้งพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้ผู้ผลิตสามารถซื้อวัตถุดิบในราคาที่ถูกลง 4) ด้านวิธีการ ควรให้ความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างการบริหาร หลักในการบริหารที่ดี ควรมีสอนในการผลิตกรงนกเขาเพื่อเป็นของที่ระลึก สอนวิธีการเย็บผ้าคลุมกรงนกเขา 5) ด้านตลาด ควรจัดอบรมให้ความรู้ในด้านขั้นตอนการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งนี้กลุ่มผู้ผลิตอาจต้องเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยใช้ Social network ช่องทางอื่นเพิ่มเติม เช่น การสร้าง Page ของกลุ่มผู้ผลิต หรืออาจให้มีการสั่งซื้อผ่านระบบ Social network ได้ 6) ด้านเครื่องจักร กลุ่มผู้ผลิตต้องการเครื่องกลึง และจักรเย็บ เพื่อนำมาใช้ผลิตสินค้าต่อยอด เช่น คอนนง และผ้าคลุมกรงนกเขา แต่กลุ่มผู้ผลิตยังมีเงินทุนไม่มากพอที่จะซื้อเครื่องจักรดังกล่าว ดังนั้นหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องอาจมีดำเนินการจัดหาเครื่องจักรให้กับกลุ่มผู้ผลิตในเบื้องต้นก่อนและเมื่อเกิดรายได้จึงให้กลุ่มผู้ผลิตทยอยผ่อนชำระคืน

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ กรงนกเขา จังหวัดสงขลา

ABSTRACT

This research aims to (1) study the management of the dove cage production manufacturerst, and (2) to find ways to improve the management of producer groups, the 5-star OTOP products cages to enter the Asian market : Case by Ban Hua Din Nuea Moo 8 in Chana District, Songkhla Province. The data was collected from 80 member producer group by questionnaires and interviews. The data was

analysed using descriptive statistics including average, standard deviation. The qualitative data taken from the interview results and recommendations, the synthesis of content classification and grading. The results showed the management of current Group in both 6: management Include people, financial, materials, methods, market and machine in an overview of operations management in the criteria more levels. In the issue of the development of the management of producer groups can be summarized as follows guidelines; 1) People : should have a knowledge of the roles and division of labor do, how to store the knowledge of wisdom as the guide to produce a cage of doves in different forms so that the younger generations to learn from the future; 2) Financial : should financing with low interest rates, provided training in the preparation of financial statements in accordance with accounting principles properly, training costing production, to set price, and the relevant authorities should send a personal account to make the accounting system for manufacturers; 3) Materials : should provide partners with manufacturers or government agency should have a connection to establish a strategic partnership to enable manufacturers to buy raw materials cheaper; 4) Methods : should be knowledgeable about the management structure. Code of good administration, there should be taught to produce a bird cage for a souvenir, to sew a bird cage veil etc. ; 5) Market : awareness training in the process of export products to neighboring countries, improve the channels of distribution using Social network for example, to create a Page; 6) Machine : the group manufacturers need to the machine and sewing machine to produce goods to such as the birds and the bedspreads aviary, but his group of capital is not enough to buy the machine so the government agencies involved may have a fulfillment process the machine to a group in the Manufacturer before and when an it to a group of the manufacturer of rain installment payment.

Keywords: Management, Cage, Songkhla Province.

บทนำ

จากการที่ประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) หรือสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations) ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป้าหมายในการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของประชาคมอาเซียน คือ มุ่งให้เกิดการรวมตัวทางเศรษฐกิจ เป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนส่งผลให้การดำเนินการต่างๆ เช่น การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในกลุ่มประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ เป็นไปอย่างเสรี มีการใช้กฎระเบียบการค้าในประเทศสมาชิกทั้งหมดแบบเดียวกัน ซึ่งการเปิดกว้างอย่างเสรีนี้จะก่อให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น (สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2558, เมษายน)

สำหรับประเทศไทย การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนถือเป็นสิ่งท้าทายมากที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าส่งออก หรือประกอบธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม รวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชน สนใจที่จะเรียนรู้และปรับตัวเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงซึ่งเกิดจากการเปิดเสรี ทั้งนี้เมื่อประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมอาเซียน กลุ่มของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ย่อมได้รับผลกระทบที่เกิดจากการเปิดเสรี เนื่องจากสภาพการแข่งขันในตลาดย่อมมีมาก

ขึ้น มีสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น

นายร่อหมาน ขริตาโอ๊ะ ประธานกลุ่มผู้ผลิตกรงนกเขา บ้านหัวดินเหนือ ได้กล่าวว่า จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้มีการดำเนินการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นตาม นโยบายของรัฐในปี พ.ศ.2544 ซึ่งรัฐได้มีนโยบายว่า ควรมีมาตรการช่วยเหลือประชาชนในระดับรากหญ้าให้อยู่รอดสามารถเลี้ยงตนเองได้ และเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องความยากจน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน จึงสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มสมาชิกของชุมชน วัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน โดยอาจทำเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม ในการประกอบธุรกิจชุมชนนั้นมีการนำเอาผลผลิตจากภาคการเกษตรหรือทรัพยากรภายในท้องถิ่น ตลอดจนการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนากลายเป็นสินค้าที่ผลิตโดยชุมชน โดยตัวสินค้าจะแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตเฉพาะท้องถิ่น สำหรับตัวสินค้าที่โดดเด่นของจังหวัดสงขลาและอยู่ในกลุ่มสินค้าระดับ 5

ดาว เช่น กรรณภูเขาจะนะ กะปิเทพา กระเปาะเชือกกล้วย ผ้าทอราชวัตร เป็นต้น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2558, เมษายน) กรรณภูเขา เป็นสินค้า OTOP ในระดับ 5 ดาว ผลิตโดยกลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 ตำบลป่าชิง อำเภอจะนะ ซึ่งอยู่ในรูปการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนเมื่อปี พ.ศ. 2546 นำโดย คุณ ร่อหมาน ขริตาโอ๊ะ เป็นประธานกลุ่ม สินค้าหลักของกลุ่มได้แก่ กรรณภูเขาเป็นผลิตภัณฑ์กรรณสำหรับใช้เลี้ยงนก มีการต่อยอดผลิตภัณฑ์กรรณกลายเป็นโคมไฟกรรณ เพื่อจำหน่ายกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่สำคัญ ได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ จีน เป็นต้น

สำหรับปัญหาในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตในปัจจุบัน พบว่า ในด้านวัตถุดิบผู้ผลิตมีปัญหาวัตถุดิบมีไม่เพียงพอต่อการผลิต ด้านแรงงานขาดแคลนแรงงานฝีมือประณีต เช่น ในกรณีที่ช่างฝีมือเสียชีวิต ไม่มีผู้สืบทอดงานฝีมือขึ้นนั้นอีกต่อไป ในด้านการเงินผู้ผลิตไม่มีเงินทุนสำหรับที่จะใช้ในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังพบว่าในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวที่ผ่านมาส่งผลต่อยอดการจำหน่ายลูกค้าชาวต่างชาติมียอดสั่งซื้อกรรณภูเขาในปริมาณลดน้อยลงไป อีกทั้งกลุ่มผู้ผลิตยังไม่สามารถขยายกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติในประเทศเพื่อนบ้าน อื่นๆ ให้มากขึ้นได้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มผู้ผลิตไม่สามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีหลากหลายรูปแบบได้ จึงส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตไม่สามารถที่จะสร้างกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นได้

จากปัญหาที่กล่าวข้างต้นจึงเป็นเหตุผลสำคัญยิ่งที่จะต้องมีการศึกษาเพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรรณภูเขาของ OTOP ระดับ 5 ดาว กลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาบริหารจัดการกลุ่มให้มีความเข้มแข็งและมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตประสบความสำเร็จในการดำเนินงานได้มากยิ่งขึ้น ตลอดจนสามารถขยายฐานตลาดเข้าสู่ประชาคมอาเซียนได้ ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็งด้านรายได้ และกลุ่มผู้ผลิตมีความยั่งยืนในการดำเนินงานของกลุ่มมากยิ่งขึ้น อีกทั้งองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ และผู้เกี่ยวข้องที่มีภารกิจหลักในการส่งเสริมอาชีพและพัฒนาเศรษฐกิจสามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตรายอื่นๆ ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรรณภูเขาของกลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลาในปัจจุบัน
- 2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรรณภูเขา OTOP ระดับ 5 ดาว กลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ในการเข้าสู่ตลาดอาเซียน

คำถามหลักในการศึกษา

- 1) สภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรรณภูเขาของกลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลาในปัจจุบันเป็นอย่างไร
- 2) แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรรณภูเขา OTOP ระดับ 5 ดาวของกลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา เพื่อเข้าสู่ตลาดอาเซียนเป็นอย่างไร

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรรณภูเขา OTOP ระดับ 5 ดาวเพื่อการเข้าสู่ตลาดอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา” เป็นลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ยุทธศักดิ์ สุภสร (2555) กล่าวว่าไว้ว่า ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือ ภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี 2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการเปิดเสรี

ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำให้อำนาจความสำเร็จ สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบันประเทศต่างๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติ สินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอเชีย ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จากการมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้นจากการที่มีประชากรรวมกว่า 590 ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และอินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออก รวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชน

กรมส่งเสริมการเกษตร (2541) ได้กำหนดองค์ประกอบของธุรกิจ ชุมชนว่ามีอย่างน้อย 7 ประการ คือ

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน

- 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
- 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล
- 5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ
- 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
- 7) มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย

ลักษณะของธุรกิจชุมชน

วิภาดา มุกดา (2557) ได้สรุปลักษณะของธุรกิจชุมชนไว้ดังนี้

- 1) เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันที และรวดเร็ว เพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อนสามารถตัดสินใจ ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและตลาด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว
- 2) รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้า บริการหรือผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุนและกำไรเพื่อแบ่งให้สมาชิกตามปกติ โดยคำนึงถึงขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนักแต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างราบรื่นและมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเพื่อช่วยเสริมการดำรงชีพให้อยู่ได้ในบรรดาสมาชิก
- 3) ต้นทุนในการดำเนินกิจการต่ำ ธุรกิจชุมชนนั้นดำเนินงานโดยเน้นให้คนมีงานทำแต่ในสภาพการทำงานที่เป็นมิตรและมีความสุข จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างมาก ในขณะเดียวกันต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้ เป็นไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย
- 4) การติดต่อและการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด ธุรกิจชุมชน ส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเองและการเป็นเพื่อนบ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันที
- 5) การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจชุมชนสามารถเริ่มต้นได้ง่ายโดยคณะบุคคล มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคล

จำนวนหนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกันมีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรค เพราะใช้เงินลงทุนไม่มากทุกคนเป็นสมาชิกไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกให้ทำหน้าที่บริหารจัดการหรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

มัลลิกา ต้นสอน (2544) ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารจัดการในภาษาอังกฤษมักใช้คำ 2 คำ ได้แก่ “Administration” แปลว่า การบริหาร หมายถึง การใช้ทรัพยากรในการผลิตหรือการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ และอีกหนึ่งคำที่ใช้บ่อย คือ “Management” แปลว่า การจัดการ หมายถึง การกำหนดแนวทางการสั่งงาน การอำนวยการและตรวจสอบการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ในทางปฏิบัติคำทั้งสองคำนี้สามารถใช้ทดแทนกันได้ แต่คำสองคำนี้ก็มีส่วนที่แตกต่างกันออกไปในการใช้งาน คือ การบริหารจะใช้กับการบริหารงานในระดับสูงให้ความสำคัญกับการวางแผน การกำหนดนโยบาย ตลอดจนการดำเนินงานในระดับกว้าง โดยเฉพาะมักนิยมใช้กันในการดำเนินงานของหน่วยงานราชการ สำหรับคำว่า การจัดการ ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย และมักใช้คำนี้กับงานในระดับทั่วไปในองค์กร เช่น การจัดการทางการตลาด การจัดการการเงิน

สมคิด บางโม (2546) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการ หมายถึง ศิลปะต่างๆ ที่นำมาใช้ เช่น ศิลปะในการใช้คน ใช้เงิน ใช้วัสดุและอุปกรณ์ ขององค์กรและนอกองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

Harold D, Koontz. (1972) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการ หมายถึง การดำเนินงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยอาศัยปัจจัยทั้งหลายได้แก่ คน เงิน วัสดุสิ่งของ เป็นอุปกรณ์การจัดการ

จากความหมายของคำดังกล่าวในข้างต้นสรุปได้ว่าการบริหารและการจัดการเป็นการนำเอาทรัพยากรทางการบริหารต่างๆ มาใช้ในการดำเนินกิจกรรม ได้แก่ ทรัพยากรด้านคน ทรัพยากรด้านเงิน ทรัพยากรด้านวัสดุทั้งนี้การจัดการ เป็นเครื่องมือในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

ความสำคัญของการบริหารจัดการ

Griffin, Ricky W. (1996) ได้กล่าวไว้ว่า การบริหารจัดการ (Management) เป็นชุดของหน้าที่ต่างๆ ที่ช่วยในการกำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้วางไว้ ในการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) นั้น หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดความคุ้มค่าก่อให้เกิดผลประโยชน์มากที่สุด ส่วนคำว่า ประสิทธิภาพ (Effective) นั้น หมายถึง การปฏิบัติตามแผนงานที่กำหนดไว้ได้สำเร็จลุล่วง

ทรัพยากรในการบริหารจัดการ

ยุทธ ไกยวรรณ (2551) กล่าวว่า การผลิตสินค้าในระบบการผลิตจะต้องอาศัยปัจจัยในการผลิต (Factor of Production) จึงจะสามารถดำเนินการผลิตให้สำเร็จได้ ซึ่งปัจจัยการผลิตแบ่งออกเป็น ปัจจัยหลัก และปัจจัยเกื้อกูลหรือปัจจัยสนับสนุน โดยปัจจัยหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการ แรงงาน วัตถุดิบ เงินทุน และเครื่องจักร สำหรับปัจจัยเกื้อกูลหรือปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ วิธีการองค์ประกอบของโรงงาน เครดิตหรือความน่าเชื่อถือ พลังงานและเชื้อเพลิง การขนส่งและสาธารณูปโภค ตลาดกฎหมายภาษี นโยบายรัฐ นอกเหนือจากนี้ สมคิด บางโม (2546) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรหรือปัจจัยในการบริหาร (Administration Resources) ที่เป็นพื้นฐาน 4 ประการ คือ คน (Man) เงิน (Money) วัสดุสิ่งของ (Materials) และวิธีการจัดการ (Method) หรือเรียกสั้นๆ ว่า 4 M's ในปัจจุบันได้มีการเพิ่มปัจจัยในการบริหารจาก 4 ประการเป็น 7 ประการ คือ คน เงิน วัสดุสิ่งของ อำนาจหน้าที่ เวลา ความตั้งใจในการทำงานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยย้ำให้เห็นความสำคัญของอำนาจหน้าที่ และเวลาในการบริหาร ไว้ว่า ในการบริหารนั้นไม่ว่าจะเป็นการบริหารราชการหรือธุรกิจ ถ้าปราศจากอำนาจหน้าที่งานก็ไม่สามารถดำเนินไปได้ด้วยดี ในทำนองเดียวกันหากมิได้กำหนดเวลาไว้เหมาะสมเพียงพอกับลักษณะงานนั้นๆ งานก็ไม่สามารถสัมฤทธิ์ผลได้ด้อยมีคุณค่า ส่วนในทางการบริหารธุรกิจ ได้เพิ่มปัจจัยในการบริหารออกไปอีกเป็น 6 ประการ คือ คน (Man) เงิน (Money) วัตถุดิบ (Material) วิธีการจัดการ (Method) ตลาด (Market) และเครื่องจักร (Machine) หรือเรียกสั้นๆ ว่า 6 M's

จากแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และทรัพยากรที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการ สามารถสรุปได้ว่าการบริหารจัดการ คือ ศิลปะในการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่ป้อนเข้ามาสู่กระบวนการผลิตให้มีคุณค่ามากที่สุด โดยในระบบการผลิตต้องอาศัยปัจจัยในการผลิต (Factor of Production) จึงจะสามารถดำเนินการผลิตให้สำเร็จได้ ซึ่งปัจจัยในการผลิตแบ่งออกเป็น ปัจจัยหลัก และปัจจัยเกื้อกูลหรือปัจจัยสนับสนุน โดยปัจจัยหลักเป็นปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงต่อการผลิต ได้แก่ ผู้ประกอบการ แรงงาน วัตถุดิบ เงินทุน และเครื่องจักร สำหรับปัจจัยเกื้อกูลหรือปัจจัยสนับสนุน เป็นปัจจัยที่เป็นส่วนสนับสนุนหรือเกื้อกูลการดำเนินการผลิตอุตสาหกรรมให้มีความสะดวกสบายเป็นระเบียบเรียบร้อยทำให้การผลิตมีคุณภาพมีประสิทธิภาพ ได้แก่ วิธีการผลิต องค์ประกอบของโรงงาน เครดิตหรือความเชื่อถือ พลังงานและเชื้อเพลิง การขนส่ง และสาธารณูปโภค การตลาด กฎหมายและภาษี และนโยบายแห่งรัฐ เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในการศึกษาเพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรนงเขา OTOP ระดับ 5 ดาว เพื่อการเข้าสู่ตลาดอาเซียนของกลุ่มผู้ผลิตหมูที่ 8 บ้านหัวดินเหนือ อำเภอจะนะ ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดการบริหารทรัพยากรของสมคิด บางโม มากำหนดกรอบในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งประกอบไปด้วยการบริหารจัดการ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านคน ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ ด้านวิธีการ ด้านเครื่องจักร และด้านการตลาด

วิธีการดำเนินการวิจัย

ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วย 2 กลุ่มดังนี้ 1) ประชากรในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่มตัวแทนสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตกรนงเขาบ้านหัวดินเหนือ หมูที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พัฒนาการอำเภอ พัฒนาการตำบล เจ้าหน้าที่จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า 2) ประชากรในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้

แบบสอบถาม (Questionnaire) กับสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตกรนงเขาหมูที่ 8 บ้านหัวดินเหนือ สำหรับกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ จำนวน 5 ตัวอย่าง แบ่งเป็น ประธานกลุ่มผู้ผลิตกรนงเขา จำนวน 1 คน ตัวแทนสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตกรนงเขาบ้านหัวดินเหนือ จำนวน 1 คน พัฒนาการอำเภอ จำนวน 1 คน พัฒนาการตำบล 1 คน ตัวแทนเจ้าหน้าที่จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า 1 คน 2) กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ โดยการเก็บแบบสอบถามจากตัวแทนผู้ผลิตกรนงเขาบ้านหัวดินเหนือหมูที่ 8 ซึ่งจากข้อมูลรายชื่อกลุ่มผู้ผลิตมีจำนวนสมาชิกของกลุ่มในปัจจุบันจำนวน 100 คนผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางเครซี และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ในกรณีที่ประชากรมีจำนวนเท่ากับ 100 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 80 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยยึดจุดมุ่งหมายของการศึกษาเป็นหลัก

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสอบถาม ทำการสอบถามด้านการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้า กรนงเขา แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุตัว อายุการเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ผลิต ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) ตอนที่ 2 การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตกรนงเขา ลักษณะเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทั้ง 6 ด้าน แต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ และตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด (Open – End) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงข้อเสนอแนะเพิ่มเติม สำหรับแบบสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

3) วิธีสร้างเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

มีขั้นตอนดังนี้คือ 1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจนได้นิยามของตัวแปรที่จะศึกษา 2) ร่างแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับนิยามของตัวแปรและวัตถุประสงค์การวิจัย 3) สร้างแบบสอบถามให้

ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญด้านสถิติ 1 ท่าน ผู้ที่มีความรู้ความสามารถในศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 สำหรับนำไปสร้างแบบสอบถาม 4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองเก็บข้อมูล (Try Out) โดยทำการทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ผลิตกรรงนกเขาในหน่วยผลิตอื่น 5) ทดสอบความเข้าใจตรงกันในข้อคำถามต่างๆ และวัดความสม่ำเสมอสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach's Alpha ซึ่งมีค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งชุดเท่ากับ 0.86 และในการสร้างแบบสัมภาษณ์ ดำเนินการสร้างเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ดังนี้ 1) ศึกษาหลักเกณฑ์ กระบวนการ และวิธีการสร้างเครื่องมือ 2) นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้จากการศึกษาเอกสารมากำหนดกรอบในการสร้างแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของเนื้อหาที่ต้องการ 3) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ในข้อที่ 2 มาใช้ในการออกแบบสัมภาษณ์ 4) นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นเสนอที่ปรึกษา งานวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสม ตลอดจนให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข 5) ปรับปรุงแก้ไขตามที่ปรึกษางานวิจัยเสนอแนะแล้วเสนอให้

ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขอีกครั้ง 6) แก้ไขข้อบกพร่องตามที่ผู้เชี่ยวชาญแนะนำ เพื่อความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น 7) เก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 2 แหล่ง ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากแบบสอบถามจำนวน 80 ชุด ทั้งนี้ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำหนังสือเพื่อขออนุญาตเข้าพื้นที่และเก็บรวบรวมข้อมูลส่งไปยังประธานกลุ่มผู้ผลิต และทำหนังสือเชิญตัวแทนกลุ่มผู้ผลิต พัฒนาการอำเภอ พัฒนาการตำบล ตัวแทนจากกรมธุรกิจการค้าเพื่อนัดหมายวันจัดประชุมหาแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการ สำหรับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความวิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆ

4) วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสังเคราะห์เนื้อหาด้วยการจัดหมวดหมู่และจัดลำดับการบริหารจัดการแบ่งออกเป็น 6 ประเด็น และนำเสนอเป็นแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตต่อไป

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรรงนกเขา หมู่ที่ 8 บ้านหัวดินเหนือ อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา (ภาพรวม)

การบริหารจัดการ	$\bar{X}$	SD.	ระดับปฏิบัติการ	ลำดับที่
1.การบริหารจัดการด้านตลาด (Market)	4.12	1.05	มาก	1
2.การบริหารจัดการด้านคน (Man)	4.00	1.05	มาก	2
3.การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร (Machine)	3.94	0.46	มาก	3
4.การบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ (Material)	3.88	1.03	มาก	4
5.การบริหารจัดการด้านวิธีการ (Method)	3.88	1.03	มาก	4
6.การบริหารจัดการด้านการเงิน (Money)	3.59	1.31	มาก	5
รวม	3.90	0.98	มาก	

ผลการวิจัย

ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตกรงนกเขาหมู่ที่ 8 บ้านหัวดินเหนือ อำเภอนะจะ จังหวัดสงขลา จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตในปัจจุบันพบว่า การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขาหมู่ที่ 8 บ้านหัวดินเหนือ อำเภอนะจะ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมของการบริหารจัดการทุกด้านอยู่ในเกณฑ์มีการปฏิบัติการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การบริหารจัดการที่มีค่าเฉลี่ย ลำดับที่ 1 ได้แก่ การบริหารจัดการด้านการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ลำดับที่ 2 การบริหารจัดการด้านคน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ลำดับที่ 3 การบริหารจัดการด้านเครื่องจักร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ลำดับที่ 4 การบริหารจัดการด้านวิธีการ และการบริหารจัดการด้านวัตถุดิบ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และลำดับที่ 5 การบริหารจัดการด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รายละเอียดดังตารางที่ 1

แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขา OTOP ระดับ 5 ดาวเพื่อเข้าสู่ตลาดอาเซียน

ผลจากการสัมภาษณ์สามารถสร้างข้อสรุปแนวทางการบริหารจัดการให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อเข้าสู่ตลาดอาเซียน ทั้ง 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านคน (Man) ไม่มีการกำหนดหน้าที่ในการบริหารงานอย่างชัดเจน สมาชิกขาดการพัฒนาฝีมือแรงงานทำให้การผลิตกรงนกแบบดั้งเดิมต้องสูญหายไปเนื่องจากหลังจากผู้ผลิตคนเดิมเสียชีวิตไม่มีสมาชิกคนใดสามารถผลิตกรงนกในแบบนั้นได้ ซึ่งแนวทางในการพัฒนาควรมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือในด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และการแบ่งงานกันทำอาจทำได้โดยการขออาสาสมัครที่เต็มใจทำงานบริหารอย่างแท้จริงอาศัยตามความรู้ ความถนัด และควรมีการสอนวิธีการจัดการเก็บความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาที่มีร่องรอยหลักฐานไว้ เช่น การจัดทำคู่มือการผลิตกรงนกเขาในแบบต่างๆ เพื่อให้คนรุ่นลูกรุ่นหลานได้ศึกษาต่อไปในอนาคต

2) ด้านเงิน (Money) กลุ่มผู้ผลิตขาดความรู้ในด้านการทำธุรกิจ เงินทุนมีน้อยไม่เพียงพอที่จะต่อยอดในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ไม่มีการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักการบัญชี การตั้งราคาสินค้าไม่ได้ใช้หลักเกณฑ์ความรู้ใดมาเป็นเกณฑ์ในการตั้งราคา แนวทางในการพัฒนาควรมีหน่วยงานเป็นสื่อกลางในการจัดหาแหล่งเงินทุนที่มีอัตรา

ดอกเบี้ยต่ำเพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตได้เข้าถึงและสามารถกู้ยืมเพื่อนำมาซื้อเครื่องมือต่อยอดในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศได้มากขึ้น และควรมีการจัดฝึกอบรมในด้านการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้อง ตลอดจนวิธีการตั้งราคาสินค้า ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดหาบุคคลทางด้านบัญชีไปทำการวางระบบบัญชีไว้ให้กลุ่มผู้ผลิต

3) ด้านวัตถุดิบ (Materials) ราคาวัตถุดิบสูง การขนส่งหายจากประเทศมาเลเซียมายังสถานที่ผลิตมีความยุ่งยากทำให้ในบางครั้งเกิดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ การสั่งซื้อวัตถุดิบจำเป็นต้องสั่งซื้อในปริมาณมากทำให้เกิดต้นทุนจม สำหรับแนวทางในการพัฒนาควรจัดหาหน่วยงานคู่ค้าให้กับกลุ่มผู้ผลิต หรือควรมีหน่วยงานรัฐเป็นสื่อกลางในการก่อตั้งพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้ผู้ผลิตสามารถซื้อวัตถุดิบในราคาที่ถูกลง นอกจากนี้อาจช่วยให้ผู้ผลิตสามารถซื้อวัตถุดิบโดยจ่ายเงินแบบมีเงื่อนไขได้ เช่น ชำระเงินค่าห่วยภายใน 30 วัน เป็นต้น ข้อดี คือผู้ผลิตสามารถนำวัตถุดิบมาผลิตและจำหน่ายได้เงินมาเพื่อนำไปชำระค่าวัตถุดิบ ทำให้ผู้ผลิตสามารถมีเงินหมุนเวียนในการผลิตได้

4) ด้านวิธีการ (Method) กลุ่มผู้ผลิตขาดความรู้ในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์อื่นๆ ด้วยกลุ่มผู้ผลิตประสงค์จะเพิ่มความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น ต้องการผลิตกรงนกเขานายอ เพื่อสร้างเป็นของฝากที่ระลึกประจำอำเภอนะจะ แต่ผู้ผลิตไม่มีความรู้ความชำนาญในการผลิต และการออกแบบทำให้ไม่สามารถผลิตได้ แนวทางในการพัฒนาควรมีหน่วยงานช่วยเหลือในการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรมการผลิตกรงนกเขานายอ ช่วยในการออกแบบกรงนกเขานายอที่สามารถผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกได้

5) ด้านตลาด (Market) ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผู้ผลิตได้ผลิตขึ้นยังไม่ใช้สินค้าที่สามารถนำไปใช้งานได้ทันที ลูกค้าจะต้องนำไปประกอบหัวกรงนกเพิ่มเติมทำให้กลุ่มลูกค้ามีจำนวนจำกัดโดยกลุ่มลูกค้าหลักเป็นคนในพื้นที่และกลุ่มชาวต่างชาติซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มเดิม ในการนี้กลุ่มผู้ผลิตประสงค์จะส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังประเทศต่างๆ ในอาเซียน แต่ทว่าพวกเขาไม่ทราบขั้นตอนในการจัดส่ง ไม่ทราบว่าต้องใช้เอกสารใดบ้างในการดำเนินการเพื่อขออนุญาตส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศและมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานมากนักน้อยเพียงใด นอกจากนี้ในการจำหน่ายสินค้ากลุ่มผู้ผลิตมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่มีน้อยมาก

ช่องทางในการประชาสัมพันธ์หลักของกลุ่มผู้ผลิตใช้การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก และผ่านทาง Social network เช่น Facebook เป็นต้น แนวทางในการพัฒนา ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้ในด้านขั้นตอนการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังประเทศเพื่อนบ้าน หรืออาจมีหน่วยงานใดดำเนินการให้ในเบื้องต้นตลอดจนกระทั่งการช่วยหาตลาดเพื่อการส่งออกให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพิ่มเติม สำหรับการประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตต้องเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย เช่น กลุ่มผู้ผลิตต้องพยายามเข้าถึงข้อมูลของรัฐให้มากยิ่งขึ้น เพื่อไปร่วมออกบูธ/นิทรรศการในโครงการที่รัฐจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรมีการใช้ Social network ช่องทางอื่นเพิ่มเติม เช่น การสร้าง Page ของกลุ่มผู้ผลิต เป็นต้น

6) ด้านเครื่องจักร (Machine) กลุ่มผู้ผลิตไม่มีการวางแผนการผลิตเป็นการผลิตตาม order ที่เข้ามา และมีบางส่วนที่ผลิตออกมาเรื่อยๆ เมื่อได้จำนวนตามที่ตนเองต้องการ เช่น 30 – 40 หน่วย ก็จะนำกรงนกไปส่งให้กับร้านประจำภายในตลาดอำเภอจะนะ สำหรับเครื่องมือที่นำมาใช้เพิ่มอำนวยความสะดวกการผลิตเป็นเครื่องจักรเบา เช่น เครื่องเจาะรู และเครื่องช่วยรัดหวาย ทั้งนี้ในส่วน of เครื่องจักรกลุ่มผู้ผลิตต้องการมีเครื่องกลึงเพื่อทำ “คอนนก” คือ ทำหัวกรงนกเขา นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิตต้องการเครื่องจักรสำหรับการเย็บผ้าคลุมกรงนกเขาเพิ่มเติมหากผู้ผลิตสามารถผลิตหัวกรงนกเขาและทำผ้าคลุมกรงนกเขาได้จะทำให้เพิ่มราคาจำหน่ายกรงนกเขาได้มากยิ่งขึ้นเพราะกรงนกเขาจะเป็นกรงนกเขาที่สำเร็จรูปพร้อมใช้งานทันที



ภาพที่ 1 บรรยากาศประชุมเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการจัดการ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1) การบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขา หมู่ที่ 8 บ้านหัวดินเหนือ อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ใน

ภาพรวมทั้ง 6 ด้านมีการปฏิบัติการอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 ซึ่งผลของการวิจัยสอดคล้องกับ วิชาดา มุกดา (2557) ศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตาก ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมของการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดตากในด้านคน ด้านเครื่องจักร ด้านวิธีการ ด้านวัตถุดิบ ด้านการเงินมีการปฏิบัติในการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับ สมคิด บางโม (2546) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า การจัดการเป็นศิลปะในการใช้ทรัพยากรในส่วนของคน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ ขององค์กรและนอกองค์กร เพื่อให้เกิดการบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนั่นหมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญที่มีส่วนช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ ต้องอาศัยการจัดการปัจจัยพื้นฐาน คือ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์และการจัดการ และสอดคล้องกับตัวแบบทฤษฎีระบบการบริหารจัดการของ ปธาน สุวรรณมงคล (2538) ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า การบริหารจัดการต้องประกอบไปด้วยสามส่วนสำคัญ คือ การบริหารทรัพยากรทางการบริหาร กระบวนการบริหาร และวัตถุประสงค์ ซึ่งทรัพยากรที่นำมาบริหาร ได้แก่ คน วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องจักร วิธีการ และเงิน นำมาเข้าสู่กระบวนการบริหารที่ดีจะส่งผลให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรกำหนด

2) แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรงนกเขา OTOP ระดับ 5 ดาวเพื่อการเข้าสู่ตลาดอาเซียนนี้ศึกษาจากผู้ผลิตบ้านหัวดินเหนือ หมู่ที่ 8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา สามารถสรุปข้อมูลได้ดังนี้

2.1) ด้านคน ควรมีหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือในด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และการแบ่งงานกันทำ อาจทำได้โดยการขออาสาสมัครที่เต็มใจทำงานบริหารอย่างแท้จริงอาศัยตามความรู้ ความถนัด และควรมีการจัดอบรมทักษะการผลิตให้กับสมาชิกและครอบครัวของสมาชิกให้มีความชำนาญในการผลิต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสอนวิธีการจัดเก็บความรู้ที่เป็นภูมิปัญญานี้เอาไว้ เช่น การจัดทำคู่มือการผลิตกรงนกเขาในแบบต่างๆ ไว้ เพื่อให้คนรุ่นลูกหลานได้ศึกษาต่อไปในอนาคต สอดคล้องกับเกษม นกน้อยและคณะ (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดพัทลุงและสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในด้านคนต้องมียุทธศาสตร์ในการพัฒนา

บุคลากรโดยการฝึกอบรมให้ความรู้ และสอดคล้องกับ ศิริขวัญ ดวงแก้ว (2552) ศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านผาทั้ง ตำบลห้วยแห่ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี พบว่า แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารงานบุคคล คือ การจัดอบรมให้ความรู้เรื่องบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการบริหารแต่ละคนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2) ด้านการเงิน ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดหาแหล่งเงินทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตได้กู้ยืมนำเงินมาซื้อเครื่องมือเพื่อต่อยอดในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออกผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศให้มากขึ้น ควรมีการจัดฝึกอบรมในด้านการจัดทำงบการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้อง ฝึกในการคำนวณต้นทุนในการผลิต ตลอดจนวิธีการตั้งราคาสินค้า และควรส่งผู้เชี่ยวชาญไปทำการวางระบบบัญชีไว้ให้กลุ่มผู้ผลิต สอดคล้องกับวัฑนี น้าชัยศรีคำ (2550) ศึกษาเรื่องการศึกษาและวิจัยเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของสินค้า OTOP กลุ่มชุมชนพื้นที่อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ในการเพิ่มศักยภาพการบริหารด้านการเงินต้องมีการลงบัญชีรับ-จ่าย

2.3) ด้านวัตถุดิบ ควรจัดหาหน่วยงานคู่ค้าให้กับกลุ่มผู้ผลิต หรือควรมีหน่วยงานรัฐเป็นสื่อกลางในการก่อตั้งพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้ผู้ผลิตสามารถซื้อวัตถุดิบในราคาที่ถูกลง สามารถซื้อวัตถุดิบได้สะดวกรวดเร็วช่วยลดปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังช่วยให้ผู้ผลิตสามารถซื้อวัตถุดิบโดยจ่ายเงินแบบมีเงื่อนไขได้ เช่น ชำระได้ภายใน 30 วัน เป็นต้น เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถมีเงินหมุนเวียนในการผลิตได้ ซึ่งจากแนวทางในการแก้ไขในด้านวัตถุดิบสอดคล้องกับงานวิจัยของเจษฎา นกน้อย (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ในการจัดซื้อวัตถุดิบควรมีการทำสัญญาซื้อขายในระยะยาว และควรมีการวางแผนการผลิตจะทำให้ไม่เกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิต

2.4) ด้านวิธีการ แนวทางในการพัฒนาควรมีหน่วยงานช่วยเหลือในการถ่ายทอดความรู้ การฝึกอบรมการผลิตทรงนกเขานาดยอ ช่วยในการออกแบบทรงนกเขานาดยอที่สามารถผลิตเป็นสินค้าที่ระลึกได้ ซึ่งจากแนวทางในการแก้ไขนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของเจษฎา นก

น้อย (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการคิดค้นสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ลูกค้า

2.5) ด้านตลาด แนวทางในการพัฒนา ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้ในด้านขั้นตอนการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังประเทศเพื่อนบ้าน หรืออาจมีหน่วยงานใดดำเนินการให้ในเบื้องต้นตลอดจนกระทั่งการช่วยหาตลาดเพื่อการส่งออกให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพิ่มเติม สำหรับการประชาสัมพันธ์ผู้ผลิตอาจต้องเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย เช่น กลุ่มผู้ผลิตต้องพยายามเข้าถึงข้อมูลของรัฐให้มากยิ่งขึ้นเพื่อไปร่วมออกบูธ/นิทรรศการในโครงการที่รัฐจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรมีการใช้ Social network ช่องทางอื่นเพิ่มเติม เช่น การสร้าง Page ของกลุ่มผู้ผลิต เป็นต้น แนวทางในการแก้ไขนี้สอดคล้องกับศิริขวัญ ดวงแก้ว (2552) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง บ้านผาทั้ง ตำบลห้วยแห่ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารการตลาดและการประชาสัมพันธ์ควรมีการถ่ายทอดให้ความรู้ในเรื่องเทคนิคการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นการส่งเสริมแรงจูงใจให้กับคณะกรรมการผู้บริหารการผลิต และสอดคล้องกับวิภาดา มุกดา (2557) ศึกษาเรื่องแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดตาก ผลการวิจัยพบว่า ในการส่งเสริมด้านการตลาดควรมีการหาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก (export) ส่วนการตั้งราคาสินค้าต้องอยู่บนพื้นฐานต้นทุนควรที่จะต้องกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

1. ผลจากการศึกษาครั้งนี้ เช่น ด้านการเงินกลุ่มผู้ผลิตไม่มีการคำนวณต้นทุนที่แท้จริงไม่มีการทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักบัญชี กลุ่มผู้ผลิตยังไม่สามารถสืบสานอนุรักษ์ทรงนกบางแบบไว้ได้ อีกทั้งผู้ผลิตขาดความรู้ชัดเจนในหลักการบริหารและขาดความรู้ความเข้าใจในการค้าขายระหว่างประเทศ ดังนั้นควรมีกลุ่มนักวิชาการเข้าไปดำเนินการจัดสอนวิธีการจัดการความรู้ (knowledge management) เพื่อทำการบันทึกจัดเก็บความรู้รูปแบบทรงนกวิธีขั้นตอนการผลิตทรงนกที่กำลังจะสูญหายไป นอกจากนี้ในส่วนของการเงินควรมีหน่วยงานรัฐหรือ

นักวิชาการดำเนินการเข้าไปช่วยสอนวิธีการจัดทำบัญชีที่ถูกต้องตามหลักบัญชี สอนการคำนวณต้นทุนที่แท้จริง ตลอดจนสอนวิธีการตั้งราคาตามหลักการที่ถูกต้องให้กับกลุ่มผู้ผลิตเพื่อเสริมสร้างให้กลุ่มผู้ผลิตมีศักยภาพที่เข้มแข็งขึ้นสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดอาเซียนได้

2. จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตไม่มีความรู้ในเรื่องการค้าขายระหว่างประเทศซึ่งในส่วนนี้สามารถแก้ไขได้โดยการพาแกนนำของกลุ่มผู้ผลิตไปขอรับคำแนะนำจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าหรืออาจใช้วิธีการเชิญตัวแทนจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ามาเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ผลิต

บรรณานุกรม

กรมการพัฒนาชุมชน.(5 เมษายน,2558) *สรุปรายการสินค้า OTOP 5 ดาว*. สืบค้นเมื่อ 5เมษายน 2558, จาก <http://www.otop5star.com>.

กรมส่งเสริมการเกษตร.(2541).*คู่มือการดำเนินงานกระบวนการกลุ่มและการสร้างกองทุนของเกษตรกร*. กรุงเทพฯ :กองพัฒนาการบริหารงานเกษตร

เจษฎา นกน้อย และคณะ. (2555). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ประเภทอาหารในจังหวัดพัทลุงและจังหวัดสงขลา สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2558,จาก <http://www.dric.nrct.go.th>.

ปธาน สุวรรณมงคล. (2538). การรวมกลุ่มและผูกพันทางสังคม *เอกสารการสอนชุดวิชา พื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของการเมืองไทย หน่วยที่ 11*.

นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
มัลลิกา ต้นสอน. (2544). *การจัดการยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

ยุทธ ไกยวรรณ. (2551). *การวางแผนและการควบคุมการผลิต*. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2555). *โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับ การเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน*. สืบค้นเมื่อ 13 ธันวาคม 2557, จาก <http://www.sme.go.th>.

ร่อหมาน ขริดาโอ๊ะ. *ประธานกลุ่มผู้ผลิตกรงนกเขา OTOP บ้านหัวดินเหนือ หมู่8 อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา*. สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2557.

วิภาดา มุกดา. (2557). *แนวทางการ บริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มผู้ผลิตเพียงกลุ่มเดียว ในการศึกษาต่อไปในอนาคตควรศึกษาให้ครบทุกกลุ่มผลิตที่ทำการผลิตกรงนกในอำเภอจะนะ

2. ควรมีการศึกษาในรูปแบบของการวิจัยเพื่อพัฒนาด้านการเงินและการตลาด โอกาสทางการตลาด และโครงสร้างพื้นฐานการตลาด (Marketing infrastructure)

3. ควรมีการศึกษาการวิจัยในประเด็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพของผู้ผลิตกรงนกเขาเพื่อส่งจำหน่ายไปยังต่างประเทศ

จังหวัดตาก. *วารสารวิจัย มสท สาขา*

มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,10(1) 187-206.

วันทนี นัชชัยศรีคำ. (2550). *การศึกษาและวิจัยเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของ สินค้า OTOP กลุ่มชุมชน พื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี*.งานวิจัย. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี.

ศิริขวัญ ดวงแก้ว. (2552). *แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง บ้านผาทั้ง ตำบลห้วยแห้ง อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี*. นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

สมคิด บางโม. (2546). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ : จูนพับลิชชิง.

สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและ สหกรณ์.

(2558,เมษายน). *การเตรียม ความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน 2558*. สืบค้นเมื่อ 5 เมษายน 2558, จาก <http://moac2aec.moac.go.th/>

Koontz, H. D. & O'Donnell, C. (1972). *Principles of Management : An Analysis of Managerial Functions*. New York : MC Graw – Hill.

Krejcie, R.V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, v. 30, 608-609.

Griffin, R.W. (1996). *Management*. 5ed. Boston: Houghton.