

การพัฒนาศักยภาพกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย
THE COMPETENCY DEVELOPMENT OF ONE TAMBON ONE PRODUCT (OTOP)
COMMUNITY ENTERPRISE TO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES):
A CASE STUDY OF PROCESSED BANANA FOOD PRODUCTS COMMUNITY ENTERPRISE

ทิชากร เกษรบัว

อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

อรวิริยา นามสวัสดิ์

อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีการออกแบบและบริหารงานก่อสร้าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการจัดการ (2) พัฒนาช่องทางการทำการตลาด และ (3) พัฒนา
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยสามารถ
เข้าสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยใช้
ประชากร 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 17 คน 2) กลุ่มตัวแทนจำหน่าย 10 คน และกลุ่มตัวอย่าง 1
กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย จำนวน 385 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ
ไม่ทราบประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า (1) ด้านการจัดการ พบว่า กลุ่ม
มีการกำหนดวัตถุประสงค์และนโยบายในการทำงาน มีการแบ่งหน้าที่กันทำงาน มีการลงบัญชีรายรับ-รายจ่าย มีการรายงาน
ผลการดำเนินงานเป็นรายปี รวมทั้งมีการจ่ายเงินปันผลให้แก่สมาชิกทุกสิ้นปี โดยการเข้าเป็นสมาชิกของกลุ่มไม่มีการกำหนด
คุณสมบัติแน่นอนของสมาชิก สมาชิกสามารถเข้า-ออกกลุ่มได้ตลอดเวลา (2) ด้านการช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า
ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ไม่มีปัญหาในด้านการจำหน่าย แต่มีปัญหาลักอยู่ 2 ประการคือ ด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคู่แข่ง
เป็นจำนวนมาก และยังขาดในเรื่องรายละเอียดที่สำคัญในบรรจุภัณฑ์ ทางผู้วิจัยจึงได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง
ความแตกต่างให้กับสินค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ยังได้มีการเสนอแนะให้ผู้ประกอบการเปลี่ยน
จากการทำตลาดเชิงรับ เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อ เนื่องจากสินค้าของกลุ่มฯ มีความคล่องตัวในการจำหน่าย ดังนั้นถ้า
เปลี่ยนมาเป็นผลิตตามคำสั่งซื้อจะทำให้ลดความเสี่ยงในเรื่องการทำตลาดลงได้ (3) ด้านบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคไม่มี
ปัญหาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์แบบเดิม ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยในการรับประทานเพียงอย่างเดียว สำหรับกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชน ต้องการที่จะปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ใหม่เนื่องจากบรรจุภัณฑ์แบบเดิมไม่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม
ผู้วิจัยจึงได้จัดทำรูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นต้นแบบจำนวน 6 แบบ และนำแบบดังกล่าวไปสอบถามยังสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชน จึงได้แบบบรรจุภัณฑ์ที่มีการพัฒนาที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ

คำสำคัญ : วิสาหกิจชุมชน, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ABSTRACT

The objectives of this research are: 1) to investigate the management approach; 2) to expand the
marketing channels; and 3) to develop the appearance of the packaging of the local manufacturers
producing the processed banana food products in Thailand, for promoting and advancing those
entrepreneurs to Small and Medium Enterprises (SMEs).

This research was conducted by both qualitative and quantitative methods. The 2 groups of
participants consisted of 1) a group of 17 local manufacturers and 10 product vendors, and 2) a group of

385 consumers of the processed banana food products. The nonprobability sampling and questionnaire were administered as the sampling technique and research instrument consecutively.

The research important findings were categorized and reported in 3 aspects which are the followings;

1) Managerial aspect of the findings showed that to some extent, there was a systematic management among the local manufacturers. The goal and policies of each manufacture were stated clearly. Also, the tasks allocation, the basic income and expense accounting, the annual turnover reports and dividend payments had been found while the research was conducted. The qualification of cooperative membership was an unclarified issue due to the members were allowed to commence or terminate their enrollments at anytime.

2) Distributed aspect of the findings showed that there were 2 important obstacles for the product distribution. In this case, the highly competitive problem was priority followed by the packaging design lacking in necessary and sufficient detail problem. Eventually, the researchers had designed the new packaging for the processed banana food product in order to make difference and increase competitiveness in widespread market. Moreover, the researchers also suggested the OTOP manufacturers to change their markets orientation from passive to made-to-order marketing which can help reduce the business risk.

3) Packaging design aspect of the findings showed that the processed banana food product consumers had a positive attitude for the original packaging and concerned mostly about the hygienic conditions of the package. Some of the local entrepreneurs also wanted to redesign the product packaging for explicating the unique identity of community. Therefore, the researchers had created 6 designed packaging prototypes of the product and conducted the survey to evaluate the entrepreneurs' satisfaction and find out the most satisfying design eventually.

Keywords : Community Enterprise, Small and Medium Enterprises

บทนำ

นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) หรือ OTOP ได้เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 มีเป้าหมายเพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพและรายได้ให้แก่ประชาชนและชุมชนระดับรากหญ้า (Grass Root) โดยให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตัวเอง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการพัฒนาเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาล ในเรื่องของการวิชาการ เทคโนโลยี ช่องทางการตลาด การหาแหล่งเงินทุนให้แก่ชุมชน ซึ่งจากการจัดกลุ่มผู้ประกอบการในประเทศไทย พบว่าสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP เป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้เกิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือ SMEs และเกิดเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ (Large Scale Enterprise) หรือ LSE ต่อไปได้ ซึ่งทำให้ประเทศเกิดการพัฒนาศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง (สุมพร ลิ้มไทย, 2549 : 16-17) ดังแสดงให้ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงโครงสร้างพื้นฐานของการประกอบธุรกิจในประเทศไทย

ประเภท	จำนวนผู้ประกอบการ (ราย)	จำนวนการจ้างงาน (คน)	GDP (ล้านบาท)	การส่งออก (ล้านบาท)
LSE	10,599	3,605,887	3,096,028	3,333,928
SME	1,995,929	5,566,865	2,263,574	1,516,971
OTOP	26,540	530,800	43,000	9,520

ที่มา : สำนักงานพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว., 2548 : 9

จากตารางที่ 1 พบว่า จำนวนผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ OTOP ในประเทศไทยมีจำนวน 26,540 ราย มีการจ้างงานจำนวน 530,880 คน สร้างผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (GDP) ให้ประเทศ 43,000 ล้านบาท สร้างมูลค่าในการส่งออกให้ประเทศ 9,520 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SME มีจำนวนผู้ประกอบการจำนวน 1,995,929 ราย มีการจ้างงาน 5,566,865 คน สร้างผลิตภัณฑ์ประชาชาติ

(GDP) ให้ประเทศ 2,263,574 ล้านบาท สร้างมูลค่าในการส่งออกให้ประเทศ 1,516,971 ล้านบาท ส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดใหญ่ หรือ LSE มีจำนวนผู้ประกอบการจำนวน 10,599 ราย มีการจ้างงานจำนวน 3,605,887 คน สร้างผลิตภัณฑ์ประชาชาติ (GDP) ให้ประเทศ 3,096,028 ล้านบาท สร้างมูลค่าในการส่งออก 3,333,928 ล้านบาท

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย ราชสาส์น ตำบลบางคา จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นกลุ่ม OTOP ตั้งขึ้นในสาขาภูมิปัญญาอุตสาหกรรมและหัตถกรรม เป็นการรวมกลุ่มสตรีตำบลบางคา จำนวน 53 คน เริ่มตั้งกลุ่มตั้งแต่วันที่ 3 พฤษภาคม 2542 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดหาอาชีพเสริมเพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว โดยการนำกล้วยซึ่งเป็นวัตถุดิบที่อยู่ในพื้นที่มาพัฒนาก่อให้เกิดประโยชน์ กลุ่มสตรีของตำบลบางคาได้มีการนำแนวคิดในการถนอมอาหารจากภูมิปัญญาเดิมที่สืบทอดกันมา มาพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกล้วย 9 ชนิด ได้แก่ กล้วยอบชุมชนกล้วยแผ่นอบ กล้วยกรอบอบเนย กล้วยกรอบรสป้าป้า กล้วยอบกรอบรสบาร์บีคิว กล้วยสามรส น้ำพริกเผากกล้วย ข้าวเกรียบกล้วย และกล้วยอบน้ำผึ้ง ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย ราชสาส์น ได้รับการอบรมและพัฒนาสินค้าจากสถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ และหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ จนกลายเป็นกลุ่ม OTOP ที่มีความมั่นคง

ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย ได้รับการจัดสรรให้เป็น OTOP ระดับ 5 ดาว มาเป็นระยะเวลาหลายปีติดต่อกัน และมีตลาดรองรับมากมายทั้งตลาดในประเทศ เช่น ร้านโครงการหลวง บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ฯลฯ และตลาดต่างประเทศ เช่น ตลาดในประเทศแคนาดา อเมริกา เป็นต้น รวมทั้งตลาดในประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง และเลบานอน ซึ่งอยู่ในระหว่างการติดต่อการส่งออก แต่เนื่องจากกำลังการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยมีจำกัด โดยมีตู้อบจำนวน 5 ตู้ สามารถผลิตสินค้าได้ 24,000 ลูก/ตู้ ซึ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด อีกทั้งรูปแบบการบริหารจัดการ รูปแบบผลิตภัณฑ์ และเงินทุนในการดำเนินงานยังไม่สามารถรองรับตลาดดังกล่าวได้ ด้วยเหตุนี้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย ราชสาส์นจึงต้องการที่จะยกระดับธุรกิจผลิตภัณฑ์ในชุมชน (OTOP) ให้เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อ

รองรับต่อการขยายตัวของตลาด เพื่อเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศต่อไป

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย เพื่อเป็นกรณีศึกษาในการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเป็นแนวทางให้กับกลุ่มอื่นใช้ในการพัฒนากลุ่มของตนสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สำหรับเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย
2. เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย
3. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย

3. ทบทวนวรรณกรรม

นพเกล้า ดวงหิรัญภักดี (2551) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอยาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอยาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เปรียบเทียบศักยภาพในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการประเมินศักยภาพในระดับดี ปานกลาง และต้องปรับปรุง และศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอยาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการอนุมัติขึ้นทะเบียนให้ดำเนินการอย่างถูกต้อง และผ่านการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนตติยต ณ.วันที่ 20 พฤษภาคม 2550 จำนวนกลุ่มละ 3 คน ในอำเภอยาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ทั้งหมดจำนวน 46 กลุ่ม จำนวน 138 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติ F-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 ระดับ ไม่มีความ

แตกต่างกันทางด้านเพศ อายุ การศึกษา และสถานภาพ การสมรส แต่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 ระดับมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทางด้านรายได้ต่อเนื่องจากการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนของสมาชิกภายในกลุ่ม การศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้ง 3 ระดับ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทางด้านปริมาณเงินทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม และข้อมูลด้านศักยภาพในการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันทางด้านความต่อเนื่องในการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวนชนิดสินค้าและบริการที่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตได้ การผ่านเกณฑ์การรับรองมาตรฐานความสม่ำเสมอของคุณภาพสินค้าและบริการ ความซ้ำกันของสินค้าที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตได้กับสินค้าของกลุ่มอื่นในชุมชนเดียวกันหรือชุมชนใกล้เคียง กลุ่มเป้าหมายที่เป็นแหล่งรับซื้อสินค้า/บริการ ตลาด และการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนปัญหาของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่พบ คือ การขาดความรู้และเทคโนโลยีที่จะใช้ในการผลิต การขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่ม ความลำบากในการคมนาคมขนส่งสินค้าและบริการ และการขาดตลาดในการรองรับผลผลิตที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำการผลิตได้ ทางด้านความต้องการของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการการให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบกิจการ การถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีการผลิต การโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของกลุ่มให้เป็นที่ยอมรับ และตลาดรองรับสินค้าและบริการที่กลุ่มผลิต ข้อเสนอแนะ จากผลการวิจัยครั้งนี้ คือ การวางแผนพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะต้องเน้นการกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ให้มากขึ้น การรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอปาย การประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เป็นที่รู้จัก การนำเทคโนโลยีการผลิตที่ถูกต้องและได้มาตรฐานมาใช้ในการผลิตและการส่งเสริมให้กลุ่มมีการวางแผนในการทำการดำเนินกิจการ

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) ได้ทำการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา ในการศึกษาครั้งนี้วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ 1) เพื่อ

ศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา และ 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาเชิงสำรวจ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการจำนวน 32 ราย ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง Snowball sampling และการสนทนากลุ่มด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่รัฐ จำนวน 9 ท่าน มาร่วมอภิปรายเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการ PESTLE analysis SWOT analysis การวิเคราะห์บริบทเชิงเนื้อหา และการวิเคราะห์เชิงบรรยาย ผลการศึกษาสภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนพบว่า ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ส่วนปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางนิเวศวิทยา เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนมีดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชีและการเงิน ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และปัญหาด้านทุนการผลิต โดยแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

ธวัชชัย บุญมี และคณะ (2555) ได้ทำการวิจัย เรื่องการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพการบริหารจัดการและพัฒนาต้นแบบของการผลิตและการตลาดของกลุ่มคณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมบ้าน สลึงปิงจ้าย แก้วกวาง และกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร บ้านสันทรายต้นกอก และมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่สมาชิก โดยข้อมูลเชิงปริมาณนำมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วย

โปรแกรมสำเร็จรูป ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพนำมาวิเคราะห์เนื้อหา แล้วเขียนบรรยายให้ความเชื่อมโยงของประเด็นต่าง ๆ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การประเมินศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่ม กลุ่มหัตถกรรมสลึงจ้อยแก้วกว้าง สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 91.7 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 66.7 มีอายุเฉลี่ย 54 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายหรือประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 33.4 ส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 66.7 สมาชิกมีรายได้เฉลี่ย 10,728.33 บาทต่อเดือน โดยมีรายรับจากกลุ่มเฉลี่ย 3,850 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาร้อยละ 50 ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นสมาชิกกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 91.7 และเป็นสมาชิกนาน 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 58.3 ผลการประเมินด้านการบริหารจัดการ โดยเปรียบเทียบระหว่างก่อนดำเนินโครงการกับหลังดำเนินโครงการพบว่า ด้านการวางแผน ภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.40 และ 2.75 ตามลำดับ ด้านการดำเนินการพบว่าภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.60 และ 2.81 ตามลำดับ ด้านการตรวจสอบพบว่า ภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.47 และ 2.61 ตามลำดับ ด้านการปรับปรุงแก้ไข พบว่าภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.56 และ 2.72 ตามลำดับ ส่วนผลการประเมินด้านการตลาด พบว่าภาพรวมก่อนดำเนินโครงการกลุ่มมีศักยภาพในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.33 และหลังดำเนินโครงการกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.56 สำหรับผลการประเมินด้านการผลิต พบว่าภาพรวมก่อนดำเนินโครงการกลุ่มมีศักยภาพในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.27 และหลังดำเนินโครงการกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.50 โดยมีคะแนนผลการประเมินหลังดำเนินโครงการเพิ่มขึ้นทุกด้าน กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.7 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 50 สมาชิกมีอายุเฉลี่ย 49.5 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 66.7 มีรายได้เฉลี่ย 6,666.67 บาทต่อเดือน โดยสมาชิกกลุ่มมีรายรับจากกลุ่มเฉลี่ย 1,833.33 บาทต่อเดือน มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา และระดับอุดมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากัน ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มมานาน 5 ปีขึ้นไป คิด

เป็นร้อยละ 66.7 ซึ่งส่วนใหญ่มีสถานะเป็นสมาชิกกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 83.7 และทุกคน ทำเป็นอาชีพเสริม ผลการประเมินด้านการบริหารจัดการ โดยเปรียบเทียบระหว่างก่อนดำเนินโครงการกับหลังดำเนินโครงการพบว่า ด้านการวางแผน ภาพรวมก่อนดำเนินโครงการกลุ่มมีศักยภาพในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.27 และหลังดำเนินโครงการกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.53 ด้านการดำเนินการ พบว่าภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.04 และ 2.17 ตามลำดับ ด้านการตรวจสอบ พบว่าภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.44 และ 2.56 ตามลำดับ ด้านการปรับปรุงแก้ไข พบว่าภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพด้านการปรับปรุงแก้ไขในระดับดีมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.11 และ 2.44 ตามลำดับ โดยมีคะแนนผลการประเมินหลังดำเนินโครงการเพิ่มขึ้นทุกด้าน ส่วนผลการประเมินด้านการตลาด พบว่าภาพรวมกลุ่มมีศักยภาพในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.14 และ 2.31 ตามลำดับ สำหรับผลการประเมินด้านการผลิต พบว่าภาพรวมก่อนดำเนินโครงการกลุ่มมีศักยภาพในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.04 และหลังดำเนินโครงการกลุ่มมีศักยภาพในระดับดี มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.50 โดยมีคะแนนผลการประเมินหลังดำเนินโครงการเพิ่มขึ้นในทุกประเด็น

2. ผลการการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการตลาดด้านการทำการตลาดทางอินเทอร์เน็ตผ่านทางเว็บไซต์ อันจะเป็นองค์ความรู้พื้นฐานในการบูรณาการให้เข้ากับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้า วัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อันจะเป็นพื้นฐานในการนำเอาสินค้าร่วมอยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวในชุมชน สามารถดำเนินการบูรณาการด้านการตลาด การขาย และการท่องเที่ยวของการวิจัยและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการพัฒนาเว็บไซต์ของชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และมีการพัฒนาและสร้างตราสินค้าบรรจุภัณฑ์โลโก้ สื่อแสดงเอกลักษณ์ของกลุ่ม และสื่อที่จะใช้ ณ จุดขาย โดยสามารถนำไปบูรณาการเชื่อมโยงกับโครงการพัฒนาเว็บไซต์ชุมชน ซึ่งจะช่วยให้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางเว็บไซต์ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดในการแข่งขันที่ยั่งยืน

3. ผลการวิจัยและพัฒนาระบบการผลิต

การพัฒนาศักยภาพการผลิตกลุ่มหัตถกรรม สลึงใจแก้วกว้าง โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ด้านการ แพ้นท์ภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และการออกแบบ ให้มีความแตกต่างจากเดิม เพื่อให้สมาชิกกลุ่มมีทักษะด้านศิลปะเพิ่มขึ้น สามารถ นำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบสินค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพ ในการแข่งขัน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สำหรับการพัฒนาศักยภาพการผลิตกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ การเกษตร (กลุ่มผลิตน้ำพริก) โดยการอบรมให้ความรู้ด้าน การสุขาภิบาลอาหาร ทำให้สมาชิกกลุ่มได้รับความรู้ด้าน การสุขาภิบาลอาหารและพัฒนาคุณภาพอาหาร และ เตรียมพร้อมที่จะขอการรับรองด้านมาตรฐานอาหาร เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หรือมาตรฐานอาหาร และยา (อย.)

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 รูปแบบการวิจัย ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่เน้นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ มี 3 กลุ่ม ดังนี้

4.2.1 ด้านการบริหารจัดการ ประชากร ได้แก่ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจาก กล้วย จำนวน 17 คน

4.2.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยจำนวน 10 ราย

4.2.3 ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ประชากร ได้แก่ 1) สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจาก กล้วย 17 ราย และผู้บริโภคนักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย โดยทำการสุ่มตัวอย่าง จะ ได้ 385 คน คำนวนจากสูตรของทาร์ร ยามาเน่ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548 : 48) ที่ระดับความคาด เคลื่อนทางสถิติที่ 0.05

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม

4.3.1 แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บ รวบรวม ข้อมูลนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 เก็บจากผู้บริโภคสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย มีทั้งหมด 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความ คิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูป อาหารจากกล้วย ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นคำถาม ปลายเปิด

ชุดที่ 2 เก็บจากผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับช่องทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของช่อง ทางการจัดจำหน่ายสินค้า ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

4.3.2 การประชุมกลุ่มย่อย เป็นการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แปรรูปอาหารจากกล้วย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการ ดำเนินงานของกลุ่ม และการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์

4.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้หา ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม และทำการ ทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกันกับ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่างได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.92

4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมมี 2 วิธี คือ 1) เก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการเก็บจากแบบสอบถาม และการประชุมกลุ่มย่อย และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลโดยการค้นคว้าจาก เอกสาร งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับลักษณะของการ ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

4.6 การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพดังนี้

4.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อพรรณนาเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไปของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งการ พรรณาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ พฤติกรรมผู้บริโภคและความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ และความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย

4.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์จากการประชุมกลุ่มย่อย การค้นคว้าจากเอกสาร และนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ

4.7 การนำเสนอแนวทางและการพัฒนา

เมื่อได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยก็ได้นำข้อมูลมาวางแผนทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป

5. ผลการวิจัย

5.1 ด้านการบริหารจัดการ

พบว่า สมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีอายุ 40-50 ปี และ 50-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 60 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 86.67 อาชีพส่วนใหญ่ทำนา ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 60 รายได้ของครอบครัวเฉลี่ย 3,000-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.33 สาเหตุที่เข้ามาเป็นสมาชิกเนื่องจากหารายได้เสริม คิดเป็นร้อยละ 41.67 สำหรับด้านการบริหารจัดการ แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการวางแผน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำธุรกิจ มีการวางแผนนโยบาย มีการวางแผนการดำเนินงานหลายด้านๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน 2) ด้านการจัดองค์การ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีการแบ่งหน้าที่การดำเนินงานเป็น 7 หน้าที่ ซึ่งแต่ละหน้าที่มีบทบาทในการดำเนินงานใน กลุ่มฯ ที่แตกต่างกัน 3) ด้านการจัดคนเข้าทำงาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย ไม่ได้ระบุคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาเป็นสมาชิก 4) การประสานงาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยมีการติดต่อสื่อสารและประสานงานกันอย่างสม่ำเสมอ โดยส่วนใหญ่จะผ่านประธานกลุ่ม และใช้สื่อทางโทรศัพท์เป็นหลัก 5) ด้านการรายงานผล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย มีการรายงานผลการดำเนินงานทุกสิ้นปีเพื่อแบ่งเงินปันผล ส่วนการรายงานผลเป็นรายเดือน หรือรายไตรมาสยังไม่มี 6) ด้านงบประมาณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยมีการลงบัญชีเพียงการรับ-จ่ายเท่านั้น มีการให้เครดิตกับลูกค้าในบางราย เงินทุนที่ได้รับส่วนใหญ่ของกลุ่มมาจาก

การระดมหุ้น และหน่วยงานราชการสนับสนุน 7) ปัญหาและอุปสรรคทางด้านการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยมีปัญหาหลักอยู่ 2 ด้าน คือ ด้านขาดแคลนวัตถุดิบหลัก และด้านการขาดแคลนแรงงาน

5.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

5.2.1 ผลการศึกษาด้านสภาพทั่วไปของผู้แทนจำหน่าย

ผู้แทนจำหน่ายส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 80 อายุระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 50 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 80 ธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้แทนจำหน่ายได้แก่ ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่าง คิดเป็นร้อยละ 50 เปิดดำเนินการมาแล้วมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 70 และมีการนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยไปจำหน่ายมากกว่า 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 100 รายได้ที่ได้จากการจำหน่ายสินค้าของกลุ่มฯ ส่วนใหญ่อยู่ที่ มากกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 90 สินค้าที่นำไปวางขายมากที่สุดได้แก่ กล้วยแผ่นอบ คิดเป็นร้อยละ 52.60

5.2.2 ผลการศึกษาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย

ผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย โดยส่วนใหญ่จะนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปขายปลีก คิดเป็นร้อยละ 80 อยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา คิดเป็นร้อยละ 52.94 โดยจำหน่ายให้กับบุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 90 ที่ตลาดนัดชุมชน คิดเป็นร้อยละ 61.54 มูลค่าในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอยู่ที่ มากกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 และไม่มีการนำผลิตภัณฑ์จากแหล่งอื่นมาจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวนร้านขายสินค้าของกลุ่มผู้แทนจำหน่าย โดยส่วนใหญ่มี 1-2 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 70 สาเหตุที่ผู้แทนจำหน่ายนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมาจำหน่ายเอง เนื่องจากสามารถเข้าสู่กลุ่มผู้บริโภคได้โดยตรง คิดเป็นร้อยละ 76.90 สำหรับการจัดวางผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ผู้แทนจำหน่ายโดยส่วนใหญ่จะจัดวางผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไว้บนชั้นสำหรับขาย คิดเป็นร้อยละ 90 จัดวางไว้ในอุณหภูมิห้องปกติ คิดเป็นร้อยละ 100 ลูกค้ายกคานหิ้วสำหรับผู้แทนจำหน่ายส่วนใหญ่ ได้แก่ นักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40 ด้านการสั่งซื้อสินค้าของผู้แทนจำหน่าย พบว่า โดยส่วนใหญ่ผู้แทนจำหน่ายจะสั่งซื้อสินค้าจากกลุ่มฯ ล่วงหน้า

8-15 วัน คิดเป็นร้อยละ 70 โดยชำระเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 90 ค่าใช้จ่ายในการขนส่งน้อยกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.50

5.2.3 ผลการศึกษาด้านปัญหาและอุปสรรคของช่องทางในการจัดจำหน่ายของกลุ่มสตรีแปรรูปอาหารจากกล้วย

1) ด้านลูกค้า พบว่าโดยส่วนใหญ่ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นมีจำนวนน้อย มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ความเพียงพอของสินค้าต่อยอดสั่งซื้อ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.60 (S.D = 0.70) ความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการของกลุ่มฯ เช่น การขายส่ง การขายตรง เป็นต้น ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.60 (S.D = 0.84) ความแตกต่างของราคาขายตรงกับราคาในท้องตลาด ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.70 (S.D = 0.67) ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าจากกลุ่มฯ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.10 (S.D = 0.74) ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.10 (S.D = 0.57) ปัญหาและอุปสรรคไม่มีเลยมีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ความหลากหลายของรูปแบบการชำระเงินของกลุ่มฯ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.00 (S.D.=0.67) ปัญหาและอุปสรรคมีปานกลางมีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ สินค้าของกลุ่มฯ มีคู่แข่งทางการตลาดมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.5 (S.D.=0.71)

2) ด้านกระบวนการภายในองค์กร พบว่า โดยส่วนใหญ่ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นไม่มีเลยมีจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งของกลุ่มฯ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.20 (S.D = 0.63) ความสะดวกในการจอดรถ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.20 (S.D = 0.63) ความสะดวกในการจัดส่ง ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.20 (S.D = 0.63) ความรวดเร็วในการผลิตสินค้าของกลุ่มฯ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.20 (S.D = 0.63) การแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีปัญหาได้ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.30 (S.D = 0.67) คุณภาพของสินค้าตรงกับความต้องการของลูกค้า ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.30 (S.D = 0.48) การดูแลหลังการขาย เช่น เปลี่ยนสินค้าเมื่อมีปัญหา ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.40 (S.D = 0.70) ความสะดวกด้านเวลาในการซื้อสินค้าจากกลุ่มฯ เช่น เวลาเปิดปิดที่แน่นอน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.40 (S.D = 0.70) มีปัญหาและอุปสรรคจำนวนน้อยจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ การแจ้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ให้ทราบ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.20 (S.D.=0.42) มีปัญหาและอุปสรรคปานกลางจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ มีการแจ้งรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าผ่านบรรจุภัณฑ์ไว้อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.70 (S.D.=0.67)

5.2.4 แนวทางการจัดทำช่องทางการตลาด

จากการศึกษาการดำเนินงานของผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า โดยส่วนใหญ่ทางกลุ่มจะส่งให้แก่ผู้ค้าส่งที่อยู่ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ประมาณ 10-15 ราย และจากการสอบถามผู้แทนจำหน่ายพบว่า ผู้แทนจำหน่ายโดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการทำการตลาดที่จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมุ่งเน้นการขายปลีก และการขายให้กับนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป กลุ่มลูกค้าที่ผู้แทนจำหน่ายคาดหวังได้แก่ นักท่องเที่ยว นอกจากนี้จากการวิจัยยังพบว่าสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาและช่องทางในการทำการตลาด แต่มีปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลางอยู่ 2 ข้อ ได้แก่ สินค้าของกลุ่มฯ มีคู่แข่งทางการตลาดมาก และมีการแจ้งรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าผ่านบรรจุภัณฑ์ยังไม่ชัดเจน ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มตัวแทนจำหน่าย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางให้ทางกลุ่มฯ วิสาหกิจชุมชนควรที่จะมีการเพิ่มตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าส่งให้มากขึ้นเพื่อปรับเปลี่ยนการผลิตจากการผลิตเชิงรับเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อ ซึ่งพ่อค้าส่งดังกล่าวทางกลุ่มอาจจะหาได้จากการเข้าร่วมงานแฟร์ต่างๆ ของจังหวัดและพิมพ์นามบัตรแจก หรือหาได้จากอินเทอร์เน็ต รวมทั้งทางกลุ่มฯ ใช้วิธีการเดินเข้าพบด้วยตนเอง สำหรับพ่อค้าส่งที่ทางกลุ่มฯ คาดว่าน่าจะมีกำลังซื้อสินค้าของกลุ่มฯ สำหรับพ่อค้าส่งที่เป็นร้านค้าที่มีตลาดใหญ่ เช่น Seven eleven, บิ๊กซี จากการศึกษากลุ่มฯ พบว่า กลุ่มได้เคยส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายแล้ว แต่พบปัญหาจำนวนมาก จึงไม่ได้มองตลาดนี้ แต่เนื่องจากกำลังการผลิตของกลุ่มมีจำกัด ดังนั้นการเพิ่มจำนวนผู้แทนจำหน่ายจะช่วยกลุ่มทำการตลาด ลดการจำหน่ายด้วยตนเองลง ระหว่างที่ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ทำวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยเริ่มที่จะมีการหาตลาดผู้ค้าส่ง เปลี่ยนการผลิตเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อ ซึ่งปัญหาที่พบคือลูกค้ามีจำนวน Order เป็นจำนวนมาก แต่กำลังการผลิตของกลุ่มยังมีจำกัด ทางกลุ่มจึงต้องทำการปรับปรุงการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิตให้มากขึ้น

5.3 ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

แบ่งผลการวิจัยออกเป็น ดังนี้

5.3.1 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและความเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เคย

รับประทานผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากกล้วย คิดเป็นร้อยละ 100 สาเหตุที่รับประทานเนื่องจากมีรสชาติอร่อย คิดเป็นร้อยละ 47.62 ขนาดและปริมาณที่ผู้บริโภครับประทานต่อครั้ง ได้แก่ 6-8 ชิ้นต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.30 โดยผู้บริโภคจะซื้อ 1 ครั้ง/อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 48.05 ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อขนาด 10 ชิ้นต่อกล่อง คิดเป็นร้อยละ 39.48 ซึ่งความปลอดภัยในการรับประทานอาหาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากกล้วยของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 29.63

5.3.2 ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีขนาด 150 กรัม และ 250 กรัม มีลักษณะเป็นสีเหลี่ยมผืนผ้า ทำบรรจุภัณฑ์ด้วยกระดาษหรือพลาสติกแข็ง โดยใช้สีของบรรจุภัณฑ์เป็นสีเลียนแบบธรรมชาติ ได้แก่ สีเขียว สีเหลือง ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถรับได้ที่ราคา 10-15 บาท ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขายราคาเดิมคือ 60 บาท เครื่องหมายที่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการให้มี ได้แก่ เครื่องหมาย อ.ย., ม.พ.ช., OTOP, เซลล์ชวนชิม, ตราจังหวัด, สถานที่ผลิต ต้องการให้มีโลโก้หรือตราสัญลักษณ์ภายใต้ชื่อ “จินตนา” โดยให้ภาษาไทยโดดเด่นกว่า ภาษาอังกฤษ และต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีรูปสินค้าจริงอยู่บนผลิตภัณฑ์

5.3.3 ผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

จากการวิจัยโดยการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการและผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงได้จัดทำรูปแบบบรรจุภัณฑ์ออกมาเป็นต้นแบบจำนวน 6 แบบ และนำแบบดังกล่าวไปสอบถามยังกลุ่มผู้ประกอบการจนได้แบบที่มีการพัฒนาที่ดีที่สุดจำนวน 1 แบบ ดังภาพที่ 1-1



ภาพที่ 1-1 บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา

5.4 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยสุวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการวิจัยด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านช่องทางการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน สามารถเปรียบเทียบลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยกับลักษณะที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยสุวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบลักษณะที่สำคัญของ SMEs กับลักษณะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย

ลักษณะที่สำคัญของ SMEs	ลักษณะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย
มีสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้าน (วิสาหกิจขนาดเล็ก)	กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปอาหารจากกล้วยมีสินทรัพย์ถาวร 418,000 บาท และในจำนวนนี้มีตู้บึ่งซึ่งเป็นสินทรัพย์ถาวรที่ได้จากนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจำนวน 200,000 บาท
มีแรงงานในการผลิต ไม่เกิน 50 คน (วิสาหกิจขนาดเล็ก)	แรงงานที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของกลุ่มซึ่งเข้ามาทำการผลิตเมื่อว่างจากการทำอาชีพหลัก คือ ทำนา แรงงานที่ใช้ในการผลิตมีจำนวน 10-15 คน

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ลักษณะที่สำคัญของ SMEs	ลักษณะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย
มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ	การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยเป็นแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้บริหารจัดการ การบริหารจัดการจะผ่านคณะกรรมการกลุ่ม ความคล่องตัวในการบริหารจัดการมีขนาดปานกลางด้านการจัดจำหน่ายมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานระดับปานกลาง เช่น กรณีการผลิตมักมีปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ ขาดแคลนแรงงาน สามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ระดับหนึ่ง
ดำเนินธุรกิจไม่ว่าด้านการผลิตสินค้า การจัดจำหน่าย หรือการบริการจะมีความยืดหยุ่นสูง	ดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต หรือด้านการจัดจำหน่ายมีความยืดหยุ่นค่อนข้างสูง
ดำเนินการค้าที่มุ่งความหลากหลายของรูปแบบหรือบริการมากกว่ามุ่งปริมาณ	การค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยมุ่งเน้นการผลิตจำนวนมาก มากกว่าความหลากหลายของรูปแบบและผลิตภัณฑ์
สามารถสร้างความชำนาญเฉพาะอย่างเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วย ดำเนินการโดยสมาชิกที่มีอยู่ในพื้นที่ การทำงานของสมาชิกจึงถือได้ว่ามีความชำนาญเฉพาะอย่าง
ได้รับความช่วยเหลือจากส่วนราชการอาทิ กระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมจังหวัด สสว. ฯลฯ ในรูปแบบขององค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ แผนธุรกิจ และสิทธิพิเศษต่างๆ ทางการเงิน	กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ พัฒนาชุมชน เกษตรผู้ว่าราชการจังหวัด สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ ในการช่วยเหลือด้านการให้ความรู้ในการผลิต เงินลงทุน และรวมทั้งจัดหาเครื่องมือในการประกอบธุรกิจ

ที่มา : เทียนธรรม พลโลก, 2556 : ออนไลน์

จากตารางที่ 2 สามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยยังต้องมีการพัฒนาเพื่อที่จะก้าวเข้าสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากยังขาดแคลนเงินทุนในการดำเนินงาน เงินทุนต่างๆ ของกลุ่มที่ยังคงต้องพึ่งพาหน่วยงานภาครัฐและสมาชิกในกลุ่มฯ นอกจากนี้ยังพบว่าทางด้านการบริหารจัดการยังเป็นลักษณะของกลุ่มสมาชิก การบริหารจัดการยังขาดความคล่องตัวในการดำเนินงานอยู่มาก ทั้งด้านการผลิต และด้านการจำหน่ายยังมีความคล่องตัวอยู่น้อย แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยมีโอกาที่จะพัฒนาเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอาจจะเริ่มจากการหาช่องทางการตลาดให้มากขึ้น ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพ สามารถเกิดการประหยัดต่อขนาด เปลี่ยนระบบการบริหารจัดการภายใน

ให้ดีขึ้น เช่น ย้ายอำนาจการตัดสินใจมาอยู่ที่ประธานหรือกรรมการกลุ่มเพื่อความคล่องตัว และประชุมผลการดำเนินงาน ปัญหาและอุปสรรคทุกเดือน ก็จะมีโอกาสก้าวเข้าสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้

6. สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการวิจัย เพื่อเพิ่มศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแบ่งการวิเคราะห์ศักยภาพทางด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการบริหารจัดการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจากการวิจัยพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยยังต้องมีการพัฒนาศักยภาพเพื่อจะก้าวเข้าสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยยังขาดความคล่องตัว ขาดความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการ เพื่อให้การบริหารจัดการคล่องตัวมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะให้กลุ่มปรับการบริหารจัดการโดยให้ประธานกลุ่มเป็นผู้ตัดสินใจ และมีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันทุกเดือน และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาอบรมหรือส่งเสริมให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจฯ ไปดูงานในหน่วยงานอื่น ข้อเสนอแนะนี้มีนักวิจัยหลายท่านได้ให้แนวคิดที่คล้ายคลึงกันไว้ในงานวิจัย เช่น งานวิจัยของวันทนี นาคศรีคำ (2550) ที่ทำการศึกษาศักยภาพด้านการบริหารจัดการของสินค้า OTOP กลุ่มชุมชน พื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี โดยปัญหาที่พบจากงานวิจัยของวันทนี คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ยังไม่มีการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนการผลิต ยังขาดการบริหารเงินออม งานวิจัยดังกล่าวจึงได้แนะนำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องส่งเสริมในการจัดฝึกอบรมหรือฝึกอบรมวิชาชีพให้กับกลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP เพื่อให้ชุมชนสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งต่อไป หรืองานวิจัยของศิริพันธ์ จันทะพันธ์ (2555) ที่ทำการศึกษาเรื่องการบริหารจัดการของกลุ่มทอผ้าย้อมครามต้นแบบของบ้านนาฮี ตำบลนาฮี จังหวัดสกลนคร โดยปัญหาที่พบจากงานวิจัยนี้คือ กลุ่มทอผ้าย้อมครามมีปัญหาในช่วงฤดูกาลทำนา สมาชิกต้องไปประกอบอาชีพหลักทำให้ผลผลิตลดลง ด้านวัตถุดิบมีปัญหาในวัตถุดิบหลักไม่เพียงพอต่อการผลิตเมื่อลูกค้าสั่งเป็นจำนวนมาก งานวิจัยดังกล่าวได้มีการแนะนำให้จัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานตามหลักการบริหารจัดการกลุ่มทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการกำหนดโครงสร้างหน้าที่ของกลุ่ม ด้านการคัดเลือกคณะกรรมการมาปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆ ด้านกฎระเบียบในการใช้บังคับสมาชิกกลุ่ม ด้านการติดต่อประสานงานภายในและภายนอก และด้านการสรุปผลการดำเนินงานของกลุ่ม หรืองานวิจัยของอานนท์ วงษ์เชียงและสุรีย์ เข้มทอง (2555 : 107-118) ที่ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจากการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจดำเนินการไปได้ก็คือพนักงาน ซึ่งพนักงานมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานของธุรกิจในการแข่งขัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะทางในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้าน

กระบวนการภายในของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมว่า หากต้องการให้ธุรกิจโรงแรมมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารโรงแรมควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะการปฏิบัติงานให้แก่พนักงาน

นอกจากนี้ จากการวิจัยศักยภาพด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยไม่มีปัญหาในด้านการจำหน่าย แต่มีปัญหาหลักอยู่ 2 ประการคือ ด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก และยังขาดในเรื่องรายละเอียดที่สำคัญในบรรจุภัณฑ์ ทางผู้วิจัยจึงได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ยังได้มีการเสนอแนะให้ผู้ประกอบการเปลี่ยนจากการขายแบบผลิตรายละแล้วจำหน่ายเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อเนื่องจากสินค้าของกลุ่มฯ มีความคล่องตัวในการจำหน่าย ดังนั้นถ้าเปลี่ยนมาเป็นผลิตตามคำสั่งซื้อจะทำให้ลดความเสี่ยงในเรื่องการทำตลาดลงได้ ในการศึกษาเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นได้มีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาเรื่องนี้ไว้ และผลงานวิจัยที่นำเสนอไว้สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอาหารจากกล้วยได้ ดังเช่น งานวิจัยของมานพ ชุ่มอุ่น (2554) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการสายผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแบบยั่งยืนในผลิตภัณฑ์ถั่วเน่าแคบ ถั่วแปหล่อ ถั่วแปยี้ และนางาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมู ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน แล้วพบว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนี้มีลักษณะเหมือนกับวิสาหกิจชุมชนทั่วไป ที่ผลิตสินค้าออกแล้วจึงออกขายภายในชุมชนหรือตลาดใกล้เคียง งานวิจัยของมานพ ได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีด้วยกัน 3 แนวทางคือ 1) เจาะตลาดเดิมเพิ่มโดยใช้การส่งเสริมการขายช่วย 2) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อจำหน่ายในตลาดเดิม 3) เจาะตลาดเดิมเพิ่มการส่งเสริมการขายควบคู่ไปกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

จากงานวิจัย สามารถสรุปให้เห็นว่า หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ต้องการจะพัฒนาให้เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะต้องมีความรู้ในการพัฒนา ดังนี้

- 1) ความพร้อมทางด้านการบริหารจัดการกลุ่ม เนื่องจากลักษณะการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม ผู้ที่ดำเนินธุรกิจประเภทนี้จะต้องมีความคล่องตัวในการบริหารงานค่อนข้างมาก เพราะจะต้องตัดสินใจหรือบริหารงานภายใต้สภาวะแวดล้อมที่แข่งขัน ดังนั้นกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเข้าสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นจะต้องมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการสูง

2) ความพร้อมทางด้านการตลาด เนื่องจากลักษณะการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นธุรกิจที่ต้องมีการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างมาก ดังนั้นกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จำเป็นจะต้องมีความพร้อมทางด้านนี้ ซึ่งความพร้อมทางด้านนี้ รวมถึงความพร้อมของลักษณะและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ด้วย

3) ความพร้อมทางด้านการเงิน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป้าหมายของการทำธุรกิจประเภทนี้คือกำไร ซึ่งต่างจากวิสาหกิจชุมชนที่มี

เป้าหมายเพียงเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนหรือสมาชิกในชุมชน ดังนั้นหากกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องการเข้าสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นจะต้องมีเงินทุนหมุนเวียน และเงินลงทุนในธุรกิจพอสมควร เนื่องจากธุรกิจกลุ่มนี้นอกจากจะมีต้นทุนทางด้านการผลิตแล้ว ยังจำเป็นต้องมีต้นทุนทางด้านการตลาดเพื่อสร้างยอดขายด้วย

7. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนทุนวิจัย ในโครงการทุนวิจัยเฉพาะทางของคณะเทคโนโลยีและการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยทำวิจัยเพื่อชุมชน

บรรณานุกรม

เที่ยงธรรม พลโลก. (2556). *วิสาหกิจชุมชนกับ*

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดกลางและขนาดย่อมเหมือนกันไหม? [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก . <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=1781>. (วันที่ค้นข้อมูล : 19 เมษายน 2556).

รัชชัย บุญมี และคณะ. (2555). *การวิจัยและพัฒนา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่ : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). *การวิจัยและวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัท วี.อินเตอร์ พรินท์ จำกัด.

นพเกล้า ดวงหิรัญภักดี. (2551). *ศักยภาพการ ดำเนินกิจการของวิสาหกิจชุมชนใน*

อำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. เชียงใหม่ :

ภาควิชาส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มานพ ชุ่มอุ่น. (2555). *การจัดการสายผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแบบยั่งยืนในผลิตภัณฑ์ถั่วเน่าแคบ ถั่วแปหล่อ ถั่วแปยี และน้ำมันของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปางหมู ตำบลปางหมู อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2554.

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์.

(2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา*. สงขลา : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วันทนี้นำศรีคำ. (2550). *การศึกษาและวิจัยเพิ่ม*

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการสินค้า OTOP
กลุ่มชุมชน พื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัด
ปทุมธานี วิทยานิพนธ์ ศิลปะการออกแบบ
และเทคโนโลยี. ปทุมธานี : คณะศิลปกรรม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
ศรินทร์ จันทะพันธ์. (2555). **การบริหารจัดการกลุ่มทอ**
ผ้าย้อมครามต้นแบบของบ้านนาฮี ตำบล
นาฮี อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร.
ขอนแก่น : สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น
วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุขุมพร ลิ่มไทย. (2549, มิถุนายน). **ยุทธศาสตร์การ**
ขับเคลื่อน OTOP จากนโยบายสู่การปฏิบัติ.
วารสารพัฒนาชุมชน, 45(6), หน้า 16-17.
สำนักงานพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
(2548). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาด**
กลางและขนาดย่อม ปี 2548. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพฯ : บริษัท เรดเพิร์น ครีเอชั่น จำกัด.
อานนท์ วงษ์เชียง และสุรีย์ เข้มทอง. (2555, มกราคม-
มิถุนายน). **แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของ**
ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต
หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารการ
จัดการสมัยใหม่ 10(1), หน้า 107-118.