

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนา เป็นการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการ ปัญหา และอุปสรรค ในการพัฒนาตนเองของผู้ประกอบการวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนา รูปแบบและแนวทางที่เป็นไปได้และมีความเหมาะสมในการพัฒนา ความสามารถในการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนาและเพื่อกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนาเพื่อให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาและได้อภิปรายผลการศึกษาตามลำดับดังนี้

6.1 ความต้องการ ปัญหา และอุปสรรค ที่ค้นพบ

1) ด้านผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านล้านนา

จากผลการศึกษาที่ค้นพบทำให้คณะผู้วิจัยได้ทราบปัญหาของผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านในปัจจุบันราคาวัตถุดิบสูงขึ้นและการแข่งขันในตลาดมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดมากขึ้น ตลอดจนขาดเงินทุนหมุนเวียนในบางช่วงของการผลิตทำให้เกิดปัญหาทางด้านบริหารจัดการตามมา ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่าเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้แก่อำเภอผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านกลุ่มผู้ผลิตเองควรมีการประชุมและรวมกลุ่มกันระหว่างวิสาหกิจชุมชน เพื่อรวมกลุ่มกันในการจัดซื้อวัตถุดิบจากแหล่งผลิตวัตถุดิบโดยตรง เพื่อเพิ่มอำนาจการต่อรองในด้านวัตถุดิบและสามารถซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกลง อีกทั้งยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อวัตถุดิบลงอีกทางหนึ่งด้วย

2) ด้านผู้บริโภคอาหารพื้นบ้านล้านนา

คณะผู้วิจัยได้สรุปปัญหาและจุดอ่อนของอาหารพื้นบ้านพร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะโดยสรุปเป็นรายด้านไว้ดังต่อไปนี้

ด้านตัวผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านควรสะอาด ถูกหลักอนามัย มีคุณภาพคงที่ทั้งด้านรสชาติและปริมาณโดยควรมีการระบุปริมาณในการบรรจุให้ชัดเจนอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด และมีมาตรฐาน เช่น ออย. เป็นต้น เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคในการ

ด้านราคา

ราคาของอาหารพื้นบ้านควรเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์และไม่ควรแพงเกินไปเนื่องจากเป็นอาหารที่สามารถใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นในการผลิต

ด้านสถานที่

ร้านค้าบางแห่งสถานที่ในการผลิตและขายคับแคบ และยังไม่สะอาดเพียงพอเพื่อเป็นการจูงใจให้กับผู้บริโภคเข้ามาซื้อผู้ผลิตควรดูแลเก็บกวาดสถานที่ให้สะอาด ระเบียบเรียบร้อยเป็นระเบียบมากกว่าที่เป็นอยู่ตลอดจนควรมีสถานที่จอดรถที่กว้างพอสำหรับการจอดเพื่อกระตุ้นและจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจมาบริโภคและซื้ออาหารมากยิ่งขึ้น

ด้านการประชาสัมพันธ์

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยไม่ทั่วถึงผู้บริโภคบางส่วนไม่รู้จัก เพราะไม่มีการโฆษณาและรัฐบาลไม่สนับสนุนมากเท่าที่ควร เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น รัฐบาลอาจเข้ามาช่วยเหลือในเบื้องต้นโดยประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของจังหวัดและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวซื้ออาหารพื้นบ้านเป็นของฝากให้แก่ญาติพี่น้องเพื่อช่วยลดภาระด้านต้นทุนในการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ผลิตลงอีกทางหนึ่งด้วย

ด้านการบริหารจัดการ

ควรมีการบริหารจัดการอย่างมีระบบ มีการให้บริการที่มีมาตรฐานและรวดเร็วโดยยังคงเอกลักษณ์การบริการแบบวิถีล้านนาทั้งการพูดและการแต่งกาย

3) ด้านความต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ

คณะนักวิจัยได้สอบถามถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านความต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาล หรือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่าควรเข้ามาสนับสนุนวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านในด้านใดบ้าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นดังต่อไปนี้ (ตัวเลขที่อยู่ในวงเล็บคือจำนวนผู้ให้ความคิดเห็น)

- การประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นักอนุรักษ์อาหารพื้นบ้านรณรงค์ให้หันมารับประทานอาหารพื้นบ้าน
- การสนับสนุนและงบลงทุนเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในวิสาหกิจอาหาร
- ให้ความรู้เรื่องอาหารพื้นบ้านให้ถูกต้องแก่ผู้บริโภค
- ช่วยหาช่องทางกระจายตลาดไปยังต่างประเทศให้
- สนับสนุน และตรวจสอบคุณภาพอาหาร
- ส่งเสริมการผลิตอาหารพื้นบ้านให้เยาวชน

- ส่งเสริมผู้ที่ไม่มียายได้ให้มีรายได้โดยการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารพื้นบ้าน
- การได้รับการรับรองจากเจ้าหน้าที่แต่ละจังหวัด
- จัดระบบการขายและการประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้น
- มีการจัดโซนให้ขายอาหารพื้นบ้านโดยเฉพาะ
- จัดกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการขายและการตลาด ให้ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน
- ส่งเสริมให้มีการแข่งขันทำอาหารพื้นบ้าน
- การให้คำแนะนำ ปรึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการให้ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน
- ส่งเสริมการขายและการตลาดให้กว้างมากขึ้น
- อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อที่จะส่งเสริมให้อาหารพื้นบ้านสามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้
- ให้ความรู้แก่ผู้ผลิตเกี่ยวกับความสะอาด ปลอดภัย และคุณค่าของอาหารพื้นบ้าน
- ทำโบว์ชัวร์แนะนำอาหารลงหนังสือหรือเว็บไซต์ของจังหวัด

6.2 รูปแบบและแนวทางที่เป็นไปได้และมีความเหมาะสมในการพัฒนา ความสามารถในการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านล้านนา

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคร้านอาหารพื้นบ้าน ระบุรูปแบบที่เหมาะสมของร้านอาหารพื้นบ้านที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเหมาะสมและควรจะมีการพัฒนาให้เป็นรูปแบบที่ดีต่อไปในอนาคต ซึ่งสามารถสรุปเนื้อหาที่ค้นพบได้ดังนี้

1. ควรเป็นรูปแบบท้องถิ่นล้านนา แบบพื้นบ้าน มีความเป็นกันเอง
2. มีทำเลที่ดี บรรยากาศดี เข้าถึงง่าย ร้านสะอาด ห้องน้ำสะอาด มีที่จอดรถเพียงพอ
3. ร้านร่มรื่น มีดนตรีพื้นเมืองบรรเลงๆ พนักงานแต่งตัวพื้นเมือง พูดคำเมือง
4. ร้านควรจัดให้ดูสบายๆ ธรรมดาแต่ดูดีทั้งบริการและอาหาร
5. คงความเป็นเอกลักษณ์พื้นบ้านล้านนาที่โดดเด่นเห็นและจำง่าย

6.3 การกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาอาหารพื้นบ้าน

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจัดการประชุมระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ประกอบการในด้านการบริหารจัดการและการวางแผนทางการผลิต การเงินและการตลาดในกลุ่มผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านล้านนาเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน

โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ผลการวิเคราะห์ SWOT แบบเมตริกซ์ (ดังรูปที่ 6-1) สามารถสรุปได้ดังนี้

	S	W
O	SO	WO
T	ST	WT

ภาพที่ 6-1 เมตริกซ์ของการวิเคราะห์ SWOT

- 1) การพัฒนาจุดแข็งให้โดดเด่น กอปรกับการศึกษาความต้องการของตลาดเชิงลึก เพื่อเสริมจุดแข็ง (ST Strategy – "Maxi-Mini" Strategy)

ตารางที่ 6-1 ST Strategy – "Maxi-Mini" Strategy

จุดแข็ง	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีลูกค้าประจำมาซื้อตลอด 2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ดี สะอาด ปลอดภัย 3. รสชาติของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของตลาด 4. ราคาไม่แพงเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า 5. ฟังพาดตนเองในเรื่องเงินทุนค่อนข้างมาก 6. ส่วนใหญ่ได้กำไรเกินกว่า 50% ของต้นทุนที่ลงไป 7. เป็นสูตรดั้งเดิมและทำมานาน 8. มีความพยายามในการเพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีคู่แข่งในตลาดมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 2. ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น

จุดแข็ง	อุปสรรค
<p>9. ส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไว้ เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดการ</p> <p>10. บางวิสาหกิจชุมชนได้รับรองผลโดย อย. เรียบร้อยแล้ว ทำให้สามารถขยายตลาดไป ได้เต็มที่</p> <p>11. บางวิสาหกิจชุมชนได้รับรางวัลและมีการ ถ่ายทำ เพื่อออกรายการโทรทัศน์ ทำให้ สินค้าขายดียิ่งขึ้น</p> <p>12. มีความพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความ หลากหลาย ทั้งด้านรสชาติและตัวผลิตภัณฑ์ เอง</p> <p>13. บางวิสาหกิจชุมชนมีการให้บริการจัดส่ง สินค้าให้ฟรี และมีการตรวจเช็คสินค้าที่จะ นำไปจำหน่ายอยู่เป็นประจำ</p>	

ผลจากการวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาจุดแข็งให้โดดเด่น กอปรกับการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเสริมจุดแข็ง จะเห็นว่ากลุ่มผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านมีจุดแข็งด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของตลาด ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า มีบริการส่งสินค้าให้ลูกค้าตามคำสั่งซื้อและผู้ผลิตยังได้กำไรจากการผลิตทำให้ดำเนินธุรกิจอยู่ได้ แต่อุปสรรคที่สำคัญคือ การมีคู่แข่งในตลาดมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ตลอดจนราคาวัตถุดิบผันผวนและมีแนวโน้มสูงขึ้น และเห็นว่าจากจุดแข็งที่มีอยู่ควรส่งเสริมให้มีความโดดเด่นได้ โดยการรักษาระดับคุณภาพของสินค้าให้คงที่โดยเฉพาะด้านรสชาติของอาหารพื้นบ้าน และควรส่งเสริมการผลิตอาหารพื้นบ้านที่ยังคงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในการผลิตเพื่อช่วยในการลดต้นทุนในการผลิตให้ต่ำลง ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและมีการเช็คคุณภาพของสินค้าก่อนที่จะนำไปจำหน่ายอยู่เป็นประจำเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับสินค้า โดยผู้ประกอบการสามารถรับการสนับสนุนจากสถาบันต่างๆ ในพื้นที่ได้

2) การพัฒนาจุดแข็งให้โดดเด่น กอปรกับการใช้ประโยชน์จากโอกาส เพื่อเสริมข้อ
ได้เปรียบ (SO Strategy – "Maxi-Maxi" Strategy)

ตารางที่ 6-2 SO Strategy – "Maxi-Maxi" Strategy

จุดแข็ง	โอกาส
<ol style="list-style-type: none"> มีลูกค้าประจำมาซื้อตลอด คุณภาพของผลิตภัณฑ์ดี สะอาด ปลอดภัย รสชาติของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของตลาด ราคาไม่แพงเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า พึ่งพาตนเองในเรื่องเงินทุนค่อนข้างมาก ส่วนใหญ่ได้กำไรเกินกว่า 50% ของต้นทุนที่ลงไป เป็นสูตรดั้งเดิมและทำมานาน มีความพยายามในการเพิ่มสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ามากขึ้น ส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายไว้เพื่อง่ายต่อการบริหารจัดการ บางวิสาหกิจชุมชนได้รับรองผลโดย อย. เรียบร้อยแล้ว ทำให้สามารถขยายตลาดไปได้เต็มที่ บางวิสาหกิจชุมชนได้รับรางวัลและมีการถ่ายทำ เพื่อออกรายการโทรทัศน์ ทำให้สินค้าขายดียิ่งขึ้น มีความพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ทั้งด้านรสชาติและตัวผลิตภัณฑ์เอง บางวิสาหกิจชุมชนมีการให้บริการจัดส่งสินค้าให้ฟรี และมีการตรวจเช็คสินค้าที่จะนำไปจำหน่ายอยู่เป็นประจำ 	<ol style="list-style-type: none"> ได้รับงบประมาณช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น เทศบาล อบต. และหมู่บ้าน มีโอกาสขยายตลาดไปยังต่างประเทศและจังหวัดต่างๆ ภายในประเทศได้มากขึ้น มีความพยายามในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐในด้านความรู้ในการบริหารจัดการ อุปกรณ์ในการผลิตและด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย (บางกิจการ) มีความพยายามในการขยายตลาดให้มากขึ้น ตลาดหรือลูกค้ามีความต้องการบริโภคมากขึ้น หลายวิสาหกิจชุมชนมีโอกาสในการขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสนใจอาหารปลอดภัยและสุขภาพมากขึ้น ตลาดผู้บริโภคของผู้สูงอายุมีมากขึ้น

ผลจากการวิเคราะห์กลยุทธ์การพัฒนาจุดแข็งให้โดดเด่น กอปรกับการใช้ประโยชน์จากโอกาสจากกระแสของผู้บริโภคที่สนใจในด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้น โดยตระหนักถึงการรักษากฎมีปัญญาอาหารพื้นบ้าน และให้ความสนใจอาหารปลอดภัยและสุขภาพมากขึ้น รวมทั้งผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่จะมีมากขึ้นในอนาคต เพื่อเสริมข้อได้เปรียบนั้น เห็นว่าควรส่งเสริมโดยใช้ฐานการผลิตที่มีอยู่ และใช้ภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านที่มีอยู่ในท้องถิ่น โดยทำการผลิตอาหารพื้นบ้านที่มีความหลากหลายให้เป็นประโยชน์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในอนาคตที่เน้นความสำคัญไปที่สุขภาพและความปลอดภัย โดยมีการเชื่อมโยงการผลิตกับ Cluster ต่างๆ ทั้งในกลุ่มและนอกกลุ่มอาหาร เพื่อให้สามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศและจังหวัดต่างๆ ภายในประเทศได้มากยิ่งขึ้น

3) การลดจุดอ่อนโดยใช้ประโยชน์จากโอกาส (WO Strategy – "Mini-Maxi" Strategy)

ตารางที่ 6-3 WO Strategy – "Mini-Maxi" Strategy

จุดอ่อน	โอกาส
<ol style="list-style-type: none"> 1. ผลิตไม่ทันตาม Order ที่สั่งมาบางช่วงเวลา 2. นิยมขายสินค้าภายในชุมชนและพื้นที่ที่ใกล้แหล่งผลิตเป็นส่วนใหญ่ 3. ต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้นไม่สามารถปรับราคาได้มากนัก เนื่องจากมีคู่แข่งมากและต้องรักษารฐานลูกค้าเดิมไว้ 4. มีอำนาจการต่อรองด้านวัตถุดิบน้อย 5. ขาดแรงงานในการผลิตในช่วงฤดูการทำนาและช่วงที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตลำไย 6. บางวิสาหกิจชุมชนยังไม่ผ่านการรับรองผลโดย อย. ทำให้ขยายตลาดไปได้ไม่เต็มที่ 7. ขาดการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต เนื่องจากมีงบประมาณน้อยและจำกัด 8. สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมในการผลิตไม่สม่ำเสมอ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ได้รับงบประมาณช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น เทศบาล อบต. และหมู่บ้าน 2. มีโอกาสขยายตลาดไปยังต่างประเทศและจังหวัดต่างๆ ภายในประเทศได้มากขึ้น 3. มีความพยายามในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ 4. ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐในด้านความรู้ในการบริหารจัดการ อุปกรณ์ในการผลิตและด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย (บางกิจการ) 5. มีความพยายามในการขยายตลาดให้มากขึ้น 6. ตลาดหรือลูกค้ามีความต้องการบริโภคมากขึ้น 7. หลายวิสาหกิจชุมชนมีโอกาสนในการขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศมากขึ้น 8. ผู้บริโภคให้ความสนใจอาหารปลอดภัยและสุขภาพมากขึ้น 9. ตลาดผู้บริโภคของผู้สูงอายุมีมากขึ้น

ผลจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าการลดจุดอ่อนโดยใช้ประโยชน์จากโอกาส ผู้ผลิตอาหารพื้นบ้านควรเร่งพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของอาหารพื้นบ้านให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและคงความเป็นอาหารพื้นบ้านไว้ด้วย เช่น การมี อย. เป็นต้น ตลอดจนพยายามส่งมอบสินค้าให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ผู้บริโภคทั้งในด้านความปลอดภัยและมีประโยชน์ต่อร่างกายโดยยังคงช่วยส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านของท้องถิ่นที่มีอยู่ ซึ่งเป็นฐานของการผลิตเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนในการผลิตอาหารพื้นบ้าน ซึ่งผู้ผลิตสามารถขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพของอาหารพื้นบ้านให้สามารถแข่งขันได้ต่อไป

4) การลดจุดอ่อนโดยหลีกเลี่ยงการเผชิญอุปสรรค

(WT Strategy – "Mini-Mini" Strategy)

ตารางที่ 6-4 WT Strategy – "Mini-Mini" Strategy

จุดอ่อน	อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> ผลิตไม่ทันตาม Order ที่สั่งมาบางช่วงเวลา นิยมขายสินค้าภายในชุมชนและพื้นที่ที่ใกล้แหล่งผลิตเป็นส่วนใหญ่ ต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มสูงขึ้นไม่สามารถปรับราคาได้มากนัก เนื่องจากมีคู่แข่งมากและต้องรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ มีอำนาจการต่อรองด้านวัตถุดิบน้อย ขาดแรงงานในการผลิตในช่วงฤดูการทำนาและช่วงที่มีการเก็บเกี่ยวผลผลิตลำไย บางวิสาหกิจชุมชนยังไม่ผ่านการรับรองผล อย. ทำให้ขยายตลาดไปได้ไม่เต็มที่ ขาดการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต เนื่องจากมีงบประมาณน้อยและจำกัด สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมในการผลิตไม่สม่ำเสมอ 	<ol style="list-style-type: none"> มีคู่แข่งในตลาดมากและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น

ผลจากการวิเคราะห์กลยุทธ์การลดจุดอ่อน โดยหลีกเลี่ยงการเผชิญอุปสรรคควรมุ่งพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้มากที่สุดเพื่อลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงและพยายามกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ โดยใช้การขายไปยังตลาดที่หลากหลายและกว้างมากยิ่งขึ้นทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าได้มากขึ้นด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ลดลงหรือเพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดในการผลิตนั่นเอง

6.4 ข้อเสนอแนะ

จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาหารพื้นบ้าน คณะผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะที่สำคัญสำหรับเป็นแนวทางในการพัฒนาอาหารพื้นบ้านต่อไป ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะในด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายอาหารพื้นบ้าน

ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการซื้อหรือไม่ซื้ออาหารพื้นบ้านหากรัฐบาลจัดให้มี **สถานที่เฉพาะ ในการขายอาหารพื้นบ้านของแต่ละจังหวัด** โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลประกอบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า **ควรมีการจัดสถานที่เฉพาะในการขายอาหารพื้นบ้าน** โดยให้เหตุผลดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมการท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว ให้หาซื้อได้ง่ายขึ้น
2. ช่วยสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นและเป็นการสนับสนุนอาหารพื้นบ้านไทย
3. มีการจัดที่สถานที่ขายโดยเฉพาะ ไม่ต้องเสียเวลาในการซื้อของฝากและรับประทาน
4. เป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมการกินของท้องถิ่นนั้นๆ ไว้
5. เป็นเอกลักษณ์และเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคนิยมรับประทานอาหารพื้นบ้านมากขึ้น
6. รัฐสามารถจัดงบประมาณสนับสนุนได้ตรงจุด
7. เป็นการกระจายรายได้ให้กับผู้ประกอบการในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัด
8. มีแหล่งขายที่แน่นอน
9. มีร้านให้เลือกหลากหลายในจุดเดียวทำให้สะดวกในการจอร์จ และทำให้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในกระบวนการผลิต

คณะนักวิจัยได้สอบถามถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านข้อเสนอแนะในการพัฒนากระบวนการผลิตอาหารพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. สะอาดมี อย. ถูกสุขลักษณะ ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด
2. ควรเน้นเรื่องความสะอาดและรสชาติเป็นหลัก
3. ควรสร้างสีสันและหน้าตา รสชาติที่แตกต่างโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นมาประกอบอาหาร เน้นรสชาติคงเอกลักษณ์ เน้นความสะอาดถูกหลักอนามัย
4. ควรเพิ่มผักที่เป็นสมุนไพรลงไปด้วย
5. คนทำอาหารควรรักษาความสะอาด
6. มีการตรวจสอบคุณภาพของอาหารอยู่เป็นประจำ
7. ควรมีข้อมูลโภชนาการและคุณค่าประโยชน์ของพืชผักพื้นบ้าน
8. มีการจัดการการผลิตอย่างเป็นระบบ
9. ภาชนะที่ใส่อาหารควรสะอาด
10. ได้มาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด
11. ต้องคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลักเพื่อผู้บริโภคจะได้อาหารพื้นบ้านที่มีคุณภาพ

3. ความคิดเห็นต่อความช่วยเหลือจากภาครัฐหรือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

คณะนักวิจัยได้สอบถามถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านความต้องการการช่วยเหลือจากรัฐบาล หรือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่าควรเข้ามาสนับสนุนวิสาหกิจอาหารพื้นบ้านในด้านใดบ้าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นพอสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การประชาสัมพันธ์การขาย และช่วยสร้างหรือหาช่องทางการตลาด ให้มากยิ่งขึ้น
2. การตรวจสอบคุณภาพ ความสะอาด และราคาของอาหาร
3. การสนับสนุนทุน งบประมาณ และการควบคุมราคา
4. การเชิญชวน และรณรงค์ให้ผู้บริโภคอนุรักษ์โดยการบริโภคอาหารพื้นบ้าน
5. งบประมาณเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการด้านต่างๆ ของวิสาหกิจอาหารพื้นบ้าน
6. งบประมาณในการให้หรือสร้างสถานที่ในการผลิต และจัดจำหน่าย
7. สนับสนุนในด้านความรู้เรื่องอาหารให้ถูกต้อง และตรวจสอบคุณภาพอาหาร
8. ส่งเสริมการผลิต และช่วยพัฒนากรรมวิธีการผลิตให้ทันสมัยยิ่งขึ้น
9. การได้รับการรับรองจากหน่วยงานของแต่ละจังหวัด

10. จัดระบบ มีการจัดโซนและ พัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น
11. ให้คำแนะนำปรึกษาต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน
12. รวบรวมสูตรอาหารที่ถูกต้องของท้องถิ่นไว้
13. อบรมให้ความรู้ เพื่อที่จะส่งเสริมให้อาหารพื้นบ้านสามารถเข้าสู่ตลาดโลกได้
14. ให้ความรู้เกี่ยวกับความสะอาด ปลอดภัย และคุณค่าของอาหารพื้นบ้าน
15. สนับสนุนอย่างเต็มที่ให้วิสาหกิจอาหารพื้นบ้านจัดตั้งสถานที่ขายอาหารให้ได้
16. ทำโบว์ชัวร์แนะนำอาหารพื้นบ้านลงหนังสือประชาสัมพันธ์ของจังหวัด

4. ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการอาหารพื้นบ้าน

คณะนักวิจัยได้สอบถามถึงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างในด้านการพัฒนาการให้บริการหรือการบริหารจัดการของผู้ประกอบการอาหารพื้นบ้าน กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อคิดเห็นดังต่อไปนี้

1. ราคาเหมาะสมและยุติธรรมต่อผู้บริโภค ติดป้ายชัดเจน
2. ควรมีการตรวจสอบความมาตรฐานของสินค้า
3. อาหารควรสะอาด มีคุณภาพ และไม่หมดอายุ
4. ผู้ประกอบการควรรักษามาตรฐานคุณภาพของสินค้าให้ดียิ่งขึ้น สามารถแข่งขันกับภาคอื่นๆได้
5. รสชาติ อร่อยถูกต้องตามสูตร
6. ทำเป็นเมนูและราคา
7. มีการตรวจเช็ครสชาติและการหมดอายุของอาหาร
8. มีบริการที่ดี ทักถึง รวดเร็วและสร้างความประทับใจ
9. ราคาเหมาะสมกับปริมาณ
10. มีการจัดการระบบ stock สินค้า
11. ควรสั่งซื้อวัตถุดิบจากท้องถิ่น
12. ชื่อสัต์ย์ต่อผู้บริโภค
13. วัตถุดิบ สดใหม่ เสมอ
14. บรรจุภัณฑ์น่าสนใจ
15. ควรมีกล่องให้ความคิดเห็นของผู้บริโภคไว้เพื่อจะได้รู้ว่าบกพร่องตรงไหน จะได้แก้ไข
16. ราคาควรพอดีไม่แพงเกินไป ผู้ประกอบการควรตรวจสอบอาหารก่อนจะจัดส่งให้กับลูกค้า
17. ไม่เอาเปรียบลูกค้า