

ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดี

ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

**Management Potential of Suchawadee Community Enterprise
in Prik, Sadao District , Songkhla**

คณิดา

ไกรลั่นติ

รศมนต์

คำศรี

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยหาดใหญ่

2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ชื่องานวิจัย	ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา
ผู้วิจัย	นางสาวคณิดา ไกรสันติ และนางรัสมนต์ คำศรี
สาขาวิชา	คอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
ทุนอุดหนุนการวิจัย	2558

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี และศึกษาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นกลุ่มแปรรูปสมุนไพรบำรุงผิวจากสารสกัดธรรมชาติ ภายใต้แบรนด์ “สุชาวดี” มีวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ ผู้นำกลุ่ม สมาชิกและผู้มีส่วนร่วมในกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานพัฒนาชุมชน จำนวน 30 คน และการสนทนากลุ่ม จากตัวแทนผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดีมีศักยภาพด้านผู้นำและการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ ผู้นำกลุ่มมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และการดำเนินงานในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการลดต้นทุนในการผลิต มีการควบคุมคุณภาพสินค้า ผ่านตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เครื่องหมายรับรองฮาลาล และองค์การอาหารและยา (อย.) จนผลิตภัณฑ์ได้ระดับ 4 ดาว ด้านสมาชิกและชุมชนมีรายได้เสริมและมีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี และผลกำไรบางส่วนนำมาทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิก

แนวทางการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา พบว่า หน่วยงานภาครัฐควรให้การส่งเสริมด้านการตลาดสนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น ด้านเงินทุนควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรในการผลิตสมัยใหม่ ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล ส่งเสริมการอบรมเพิ่มพูนความรู้ในการผลิต การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น สมุนไพรท้องถิ่น ให้แก่ผู้สนใจในชุมชน เพื่อถ่ายทอดไปยังสมาชิกรุ่นต่อไป ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ส่งเสริมการศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรม และสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันทั่วประเทศ ให้มากขึ้น

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน, กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี, ศักยภาพ, การบริหารจัดการ

Research Title Management Potential of Suchawadee Community Enterprise in Prik, Sadao District, Songkhla

Researcher Miss Kanida Kraisaniti and Mrs. Russamon Kumsri

Field Business Computer , Hatyai Business School, Hatyai University

Research Scholarship 2015

Abstract

The objective of this research was aimed to study the current situation of community enterprise and the evaluation of the potential for management in Community Enterprise Suchawadee and potential development of Community Enterprise Suchawadee in Prik, Sadao District, Songkhla which is a community of the extract processing of Thai herb for natural skincare, under the brand name of “Suchawadee”. The researcher conducted the fieldwork survey and in-depth interviews with group leader, group members, the participants in this community and person in charge of the community development that a total of 30 people and focus groups involving representatives from the 10 people with using the content analysis method and SWOT Analysis. The result revealed that Community Enterprise Suchawadee has the potential leadership and self-management systematically. Group leader are encouraged members to participate in the targeted direction and implementation plan to develop community enterprise. The production has supply sources locally which reduces production costs and has products quality control on Community Standard, Halal certification and the Food and Drug Administration (FDA). Finally, the products have a 4-star. The members and the community have extra income and dividends are allocated to group members annually and some of the profits were made public to build the morale of the group members.

Potential development Community Enterprise Suchawadee found that government agencies should promote marketing support, product design and packaging. Supply channels to increase its memory unit. The funding should support low-interest loans. For the purchase of equipment and machines in modern manufacturing. The management of knowledge and information. Promote training in knowledge production. Conservation of traditional knowledge local herbs For those interested in the communities. To convey to the members of the next generation. The interaction with the outside Further study Events And partnerships between communities across the country that produces more of the same.

Keywords: Enterprise, Community Enterprise Suchawadee, Potential, Management

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาในการให้ความช่วยเหลือของบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปรัก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี และองค์การบริหารส่วนตำบลปรัก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ในการให้สัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการทำวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ทำให้การวิจัยสามารถดำเนินการได้บรรลุตามวัตถุประสงค์และสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

กณิดา ไกรสันติ และคณะ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	(ก)
Abstract	(ข)
กิตติกรรมประกาศ	(ค)
สารบัญ	(ง)
สารบัญตาราง	(ฉ)
สารบัญภาพ	(ช)
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ประโยชน์ของการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	6
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ	10
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาด	13
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน	21
บริบทชุมชน ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา	25
ความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
กระบวนการวิจัย	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ	36

การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
บทที่ 4 ผลการวิจัย	41
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	62
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เครื่องมือวิจัย (แบบสัมภาษณ์)	71
ภาคผนวก ข ประมวลภาพการลงพื้นที่การวิจัยและการสนทนากลุ่ม	74
ประวัติผู้วิจัย	76

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 2.1 ประชากร องค์การบริหารส่วนตำบลปริก อำเภอเสเดา จังหวัดสงขลา	27
ตาราง 3.1 แผนการดำเนินงานวิจัย	38
ตาราง 4.1 การตั้งราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี จำนวน 17 ชนิด	49

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 2.1 กระบวนการทางการตลาด	14
ภาพประกอบ 2.2 วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด	17
ภาพประกอบ 2.3 รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค	20
ภาพประกอบ 2.4 แผนผังแสดงลำดับกระบวนการวิจัย	33
ภาพประกอบ 4.1 รางวัลและผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี	44
ภาพประกอบ 4.2 โครงสร้างการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี	44
ภาพประกอบ 4.3 ขั้นตอนการผลิตสบู่อ่อนเปลือกมังคุด-น้ำมันแพะ	48
ภาพประกอบ 4.4 ร้านสุชาวดี	53
ภาพประกอบ 4.5 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)	60
ภาพประกอบ ข.1 ประมวลภาพการลงพื้นที่การวิจัยและการสนทนากลุ่ม	75

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ศักยภาพทางด้านการจัดการของชุมชน มีความสำคัญและมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน ชุมชนจะเข้มแข็งได้ต้องเริ่มจากการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชน ซึ่งแนวทางหนึ่งในการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของชุมชน คือ วิสาหกิจชุมชน (Enterprise) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างรากฐานที่มั่นคงในการพัฒนาประเทศ ประการหนึ่งคือ การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชนด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้า บริการ และสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้ที่มี การจัดสรรประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ชุมชน รวมทั้งสร้างระบบบำเพ็จวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการตลาด และทักษะในการประกอบอาชีพ(สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

เพื่อเป็นการสนับสนุนการใช้แนวคิดทุนทางสังคม ในการเสริมสร้างให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง รัฐบาลจึงได้ผลักดัน โครงการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ของประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้เศรษฐกิจระดับรากหญ้าเกิดความเข้มแข็ง สามารถเลี้ยงตนเองได้ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง แต่ในความเป็นจริงกลับพบว่า การดำเนินการ โครงการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ของประเทศประสบความล้มเหลว จนถึงขั้นต้องสลายการจัดตั้งกลุ่ม ทั้งนี้เนื่องมาจากการขาดประสบการณ์การรวมกลุ่มและความรู้ความเข้าใจ ในการประกอบธุรกิจ ส่งผลให้ไม่สามารถทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับสินค้าของตน ได้(นนุช อิ่มเรือง, 2554) การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ถือว่า เป็นกระบวนการสำคัญที่จะ ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้ตนเองในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงาน การดำเนินงานด้านการตลาด การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การบริหาร สมาชิก เป็นต้น(กรมส่งเสริมการเกษตร, 2555)

ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้เกิดขึ้นจำนวนมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี หมู่ที่ 11 ตำบลปริก อำเภอเสนา จังหวัดสงขลา เป็นอีกกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของชาวบ้านหมู่บ้านบางแห่ง เมื่อปี พ.ศ. 2544 ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา สวนมังคุด และ

สวนลองกอง ซึ่งประสบปัญหาหาราคาพืชผลทางการเกษตรลดลงและภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ชาวบ้านจึงได้รวมกลุ่มกันเพื่อจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร โดยมีเงินออมทรัพย์ของทางกลุ่ม และเริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงผิวและความงาม และใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น เช่น ต้นมะหาด มังคุด และน้ำมันแพะ นำมาสกัดสารสำคัญที่อยู่ในสมุนไพรมาใช้บำรุงผิวพรรณเพื่อความงาม เริ่มแรกผลิตสินค้าจำพวกยาสระผมและสบู่ นำออกวางขายในงานโอท็อปจังหวัดและสถานที่อื่น ๆ ต่อมาสินค้าเริ่มขายดี โดยได้รับการสนับสนุนเงินทุนบางส่วน อุปกรณ์การผลิต และการศึกษาจากองค์การบริหารส่วนตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสะเตา รวมทั้งสมาชิกในกลุ่มได้เข้าอบรมและศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดี มีสมาชิกจำนวน 11 คน และมีส่วนร่วมในชุมชนประมาณ 20 คน และเป็นที่ยอมรับจากการดำเนินการที่ผ่านมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดี ที่สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับการคัดสรรในระดับประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์ระดับ 4 ดาว ประจำปี 2553 ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) จังหวัดสงขลา ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ปัจจุบันทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดีมีผลิตภัณฑ์จำนวน 17 ชนิด ได้แก่ โลชั่นน้ำมันแพะ สบู่เหลวผสมน้ำมันแพะ สบู่ก้อนผสมน้ำมันแพะ สบู่ก้อนเปลือกมังคุด-น้ำมันแพะ สบู่เหลวและสบู่ก้อนมะหาด โลชั่นนมแพะผสมมะหาด โทเนอร์ครีมบำรุงผิวสูตรกลางวัน ครีมบำรุงผิวสูตรกลางคืน ครีมบำรุงรอบดวงตา เซรั่มผสมทองคำ กลี้อขัดผิวธรรมชาติ สมุนไพรพอกหน้า-ขัดผิว มาร์คหน้าทองคำ น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น น้ำแร่ธรรมชาติ และแชมพูผสมครีมขาวผสม โดยผลิตภัณฑ์ทุกชนิดได้ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และ องค์การอาหารและยา (อย.) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว (สมบูรณ์ ทวีใจ, สัมภาษณ์. 2558, 12 มกราคม)

จากความสำเร็จข้างต้น ได้เห็นถึงความชัดเจนของประเด็นการจัดการกลุ่มที่ประสบผลสำเร็จระดับหนึ่ง ในขณะที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ บางแห่งกลับประสบความล้มเหลว จึงทำให้ผู้วิจัย ต้องการศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดี โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา และศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา เพื่อนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 ศึกษาสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

1.2.2 ศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

1.2.3 ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

1.3 ประโยชน์ของการวิจัย

1.3.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา สามารถนำผลการศึกษาไปปรับปรุงการจัดการด้านต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.3.2 เป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ทำหน้าที่ให้การส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ในการกำหนดแนวทางการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมต่อไป

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี หมู่ที่ 11 ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มศักยภาพการจัดการกลุ่ม และแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการจัดการกลุ่ม ได้แก่ ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด เงินทุน การจัดการความรู้และข้อมูล สมาชิกและชุมชน และการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก เพื่ออธิบายถึงศักยภาพในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนขึ้น

ขอบเขตด้านประชากร การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับกลุ่ม หรือบุคคลที่มีส่วนสำคัญ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาและดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอเสนา จังหวัดสงขลา จำนวน 30 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ หมายถึง ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เภรัญญิก จำนวน 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพการทำงานในปัจจุบัน และศักยภาพการจัดการของกลุ่ม เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการจัดการด้านต่าง ๆ

กลุ่มที่ 2 ผู้นำกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง ผู้ใหญ่บ้าน และ/หรือบุคคลที่เป็นที่เคารพของหมู่บ้าน ซึ่งเป็นที่ปรึกษาของกลุ่ม จำนวน 2 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายในการมองศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

กลุ่มที่ 3 สมาชิกกลุ่ม หมายถึง คณะกรรมการกลุ่มและผู้มีส่วนร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่ม การให้ความร่วมมือและขวัญกำลังใจของสมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนร่วม จำนวน 22 คน

กลุ่มที่ 4 เจ้าหน้าที่ของรัฐ หมายถึง เจ้าหน้าที่ทางราชการที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบและดูแลชุมชน ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปริก ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานพัฒนาชุมชน จำนวน 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตัวเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยใช้ทรัพยากร ผลิตผล ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม วิถีตนเอง ยึดโยงเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง เพื่อที่เป็นส่วนต่อขยายให้ระบบเศรษฐกิจข้างบนแข็งแกร่งเพราะมีรากฐานที่แข็งแกร่ง(พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548)

1.5.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี หมายถึง กลุ่มที่ดำเนินการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงผิวและความงาม ผลิตจากสมุนไพรและวัตถุดิบในท้องถิ่น

1.5.3 ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการ หรือการเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ขึ้น หรือกล่าวได้ว่า ศักยภาพ เป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้การทำงานสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ

1.5.4 การจัดการ หมายถึง กระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ ที่ทำให้องค์กรดำรงอยู่ และเกิดสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการใช้เทคนิควิธีต่าง ๆ ที่จะนำองค์กรไปสู่ เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายขององค์กร

HATYAI UNIVERSITY

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาด
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน
- 2.5 บริบทชุมชน ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา
- 2.6 ความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 กระบวนการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

2.1.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้คำนิยามคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” (Small and Micro community Enterprise--SMCE) หมายถึง การประกอบการขนาดเล็ก และขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งพาตนเอง และความเพียงพอของครอบครัว และชุมชน ทุน ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน ยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก ทั้งยังกล่าวว่า วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน ทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด

กัญญามน อินหว่างและคณะ (2554) กล่าวว่า “วิสาหกิจชุมชน” (Small and Micro community Enterprise--SMCE) จัดเป็นองค์กรภาคประชาชนที่ไม่มีรูปแบบ ไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาใน

การดำเนินงาน เพราะวิสาหกิจชุมชนบางแห่งไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน และบางครั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง

วิสาหกิจชุมชน จะต้องมีการประกอบการ ที่มีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชน หรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน โดยที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิต และทรัพยากรทุกชั้นตอน เพื่อการเรียนรู้ของชุมชนให้เกิดดอกผล ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม การจัดการผลผลิต ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชน และความสงบสุขของสังคมด้วย

จากความหมายของวิสาหกิจชุมชน สรุปได้ว่าเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรืออื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตัวเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยใช้ทรัพยากรผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม วิถีตนเอง ยึดโยงเป็นโครงสร้างเศรษฐกิจฐานรากเพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง เพื่อเป็นส่วนต่อยอดให้ระบบเศรษฐกิจข้างบนแข็งแรงเพราะมีรากฐานที่แข็งแรง

2.1.2 ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

กัญญามน อินทหว่างและคณะ (2554) กล่าวว่า จากความหมายของวิสาหกิจชุมชนข้างต้นนั้น วิสาหกิจชุมชนยังมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 7 อย่างด้วยกัน ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน คือ

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง แต่อย่างไรก็ดี คนนอกอาจมีส่วนร่วมโดยอาจมีการถือหุ้นได้เพื่อการมีส่วนร่วม ร่วมมือ และให้ความช่วยเหลือ แต่ไม่ใช่หุ้นส่วนรายใหญ่ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ
- 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน ซึ่งอาจจะนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้ แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด
- 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนซึ่งมีความรู้ ภูมิปัญญา หากมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม มีความเชื่อมั่นในตัวเองก็จะริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้โดยไม่ลอกเลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ
- 4) ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น

5) มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ใช่ทำแบบโครงการเดียวคล้ายกับปลูกพืชเดี่ยว แต่เป็นการทำแบบวนเกษตร คือ มีหลาย ๆ กิจกรรมประสานพลังกัน (synergy) และเกื้อกูลกัน (cluster)

6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก การเรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีแต่การลอกเลียนแบบ การหาสูตรสำเร็จโดยไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้ แต่บนฐานความรู้สึกความอยาก ความต้องการตามทีลือในสังคมกระตุ้นให้เกิด ทำให้ความอยากกลายเป็นความจำเป็นสำหรับชีวิตไปหมด

7) มีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมาย การพึ่งตนเองคือเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน ถ้าหากพลาดเป้าหมายนี้คือพลาดเป้าวิสาหกิจชุมชนจะกลายเป็นธุรกิจที่มีเป้าหมายที่กำไรก่อนที่จะคิดทำให้อุด ไม่พัฒนาเป็นขั้นเป็นตอนให้เกิดความมั่นคงก่อนที่จะก้าวไปพัฒนาธุรกิจ

จากลักษณะของวิสาหกิจชุมชน สรุปได้ว่า ลักษณะของวิสาหกิจชุมชนที่ดีคนในชุมชนต้องเป็นเจ้าของกิจการเอง คนนอกอาจมีส่วนร่วมได้แต่ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจมากนัก ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด มีการริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน ซึ่งมาจากการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งมีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ และเกื้อกูลกัน มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก และมีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายหลัก

2.1.3 โครงสร้างวิสาหกิจชุมชน

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล (2552) ได้สรุปโครงสร้างธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน และหลักคิดในการประกอบธุรกิจชุมชน ไว้ดังนี้

1) โครงสร้างว่าด้วยต้นทุนแห่งชีวิต หรือทุนโภคทรัพย์ที่ให้ผลผลิตทวีคูณ จากการปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ แบบการเกษตรผสมผสาน วนเกษตร หรือการเกษตรแบบครบวงจร ซึ่งเป็นฐานชีวิตมนุษย์ที่พึ่งพิงเลี้ยงครอบครัวได้ และเป็นฐานที่มาของการสร้างทุนเงินตรา กลุ่มออมทรัพย์ และธนาคารชุมชนในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งวงจรถุนแห่งชีวิตตามธรรมชาติยังเกื้อกูลกันเอง ช่วยลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลงด้วย และเป็นปัจจัยการผลิตที่นำมาเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเป็นชุมชนแบบองค์รวมที่พึ่งพิงตนเองได้

2) กฎว่าด้วย “ลดรายจ่ายเท่ากับเพิ่มรายได้และเพิ่มทุนในระดับชุมชน” เป็นหลักคิดที่ชี้นำทิศทางการประกอบธุรกิจชุมชน มุ่งสู่เป้าหมายการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อลดรายจ่ายจากการซื้อสินค้าจากภายนอก เมื่อไม่มีรายจ่าย รายได้แม้จะน้อยนิดแต่ก็เพิ่มคุณค่าในตัวเองมาก

ขึ้น และพัฒนาไปสู่การแบ่งงานกันผลิตในชุมชน ด้วยการแปรรูปพืชผลการเกษตรเป็นธุรกิจอุตสาหกรรมชุมชน เข้าแทนที่สินค้าอุตสาหกรรมนำเข้า เงินในชุมชนก็ไม่ไหลออกสู่ภายนอก เท่ากับเป็นการส่งเสริมความมั่งคั่งภายใน และเกิดสภาพคล่องการหมุนเวียนของเงินตราในชุมชนขึ้น

3) กฎว่าด้วย “กองทุนชุมชน” ที่เติบโตจากน้อยสะสมไปสู่มาก จากการให้สิ่งจูงใจ ออมทรัพย์ สหกรณ์ร้านค้า หรือกองทุนสวัสดิการต่าง ๆ เพื่อเป็นหลักประกันชีวิตที่มั่นคง แก่สมาชิกในชุมชน และสร้างระบบการเงินภายในชุมชนให้ทุกคนได้ใช้ประโยชน์ร่วมกัน เพื่อช่วยไปพัฒนาอาชีพหรือเศรษฐกิจของตนเอง จะเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนขยายการพัฒนา ไม่ว่าจะ เป็นวิสาหกิจชุมชน หรือสิ่งที่เป็นสาธารณประโยชน์ด้วยตนเอง และพัฒนาที่ละก้าวบนฐานของตนเอง ปัญหาความล้มเหลวของวิสาหกิจชุมชนย่อมไม่เกิดขึ้น เพราะวิสาหกิจชุมชนเหล่านั้น มาจากกองทุนชุมชน และกองทุนชุมชนมาจากการถือหุ้นคนละเล็กคนละน้อยหรือสะสม มายาวนานของสมาชิกในชุมชน

4) กฎการตลาดเพื่อชุมชน วิสาหกิจชุมชนหรือสมาชิกผลิตสินค้าที่มีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนเป็นหลัก เหลือเพื่อจึงขายสู่ตลาดภายนอก ทำให้เสถียรภาพ ของราคาที่เกิดจากความต้องการซื้อ (Demand) และความต้องการขาย (Supply) เคลื่อนไหวน้อย ที่สุดหรือคงที่ ความได้เปรียบเสียเปรียบจะไม่เกิดขึ้นในชุมชน เงินไม่มีอิทธิพลในชุมชน สินค้า ที่เหลือเมื่อขายให้ภายนอกจะกลายเป็นมูลค่าสะสมทุนให้สมาชิกและชุมชน

5) กฎว่าด้วยความหลากหลายของธรรมชาติที่เป็นภูมิปัญญา ภูมิศาสตร์ของประเทศไทย อยู่ในเส้นอิเควเตอร์ที่อุดมสมบูรณ์ด้วยพืชและสัตว์ทั้งหมดนับแสนชนิด เป็นพันธุ์ไม้ราว 25,000 ชนิด กอปรด้วยสมุนไพรมากมาย และอุดมสมบูรณ์ด้วยไม้ผล คนไทยได้เรียนรู้และใช้ประโยชน์ใน ฐานะที่เป็นอาหาร ยารักษาโรค โดยนำมาหมักดอง แช่อิ่ม คั้นเป็นน้ำผลไม้ กวน ทำแห้ง ฉาบ ถักน เป็นสุรา และแปรรูปเป็นขนมต่าง ๆ ภูมิปัญญาเหล่านี้เป็นศักยภาพที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็น สินค้าได้หลากหลายชนิด เป็นโครงสร้างชุมชนด้านอาหารและยารักษาโรคที่นำไปสู่ความมั่งคั่ง และมั่นคงในชุมชน แม้ว่าสังคมไทยจะพัฒนาตามแบบสังคมตะวันตก จนกระทั่งละเลยภูมิปัญญา บรรพบุรุษ แต่ภูมิปัญญานั้นยังคงถ่ายทอด สืบส่ง และประยุกต์ใช้สืบทอด ๆ กันมา ดังจะพบว่า ในแต่ละท้องถิ่นจะมีผู้นำทางภูมิปัญญาที่สามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้เป็นประโยชน์ได้มากมาย เพราะเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อชีวิต การฟื้นฟูและปรับใช้เข้ากับธุรกิจชุมชนจะสร้างประโยชน์ ได้มากมาย

6) โครงสร้างแรงงานและปัจจัยการผลิตที่เป็นของชุมชน ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่า บริษัทธุรกิจเอกชนมาก โคนเฉพาะอย่างยิ่งการจัดระบบการผลิตของทุนชีวิตได้หลากหลาย พืชผล

การเกษตรจะค้าจุนมิให้ต้องมีรายจ่ายที่สูง และสมาชิกชุมชนอยู่ได้ ดังนั้นชุมชนก็สามารถกำหนดราคาสินค้าที่ส่งออกนอกหมู่บ้านไปสู่ในตลาดทุนนิยมได้

7) กฎว่าด้วยการปฏิสัมพันธ์แบบแนวนอนทางสังคม โครงสร้างทางธรรมชาติที่หลากหลายของท้องถิ่น ฤดูกาลที่ไม่แบ่งแยกผู้คนออกจากกันเช่นฤดูกาลในแถบประเทศตะวันตก การคมนาคมทางน้ำและทางบกที่ติดต่อกันได้โดยไม่มีอุปสรรค ล้วนส่งเสริมให้มนุษย์ในดินแดนบริเวณนี้มีปฏิสัมพันธ์แบบเครือข่ายหรือมีระบบพวกพ้องสูง สร้างระบบชุมชน/สังคมแบบพึ่งพากันขึ้นมา โดยอาศัยประเพณีวัฒนธรรม (เดิม) แบบมีส่วนร่วมซึ่งสมาชิกอยู่ในวิถีชีวิตซึ่งสามารถพบได้จากการร่วมกันสร้างบ้านเรือน ลงแขก แบ่งกันกินแบ่งกันใช้ มีน้ำใจให้แก่กัน รวมถึงพิธีกรรมและการละเล่นที่สมาชิกเข้าร่วมมือกัน

โครงสร้างชุมชน/สังคมแบบมีส่วนร่วม เป็นพื้นฐานการสร้างกลุ่มสร้างองค์กรที่เข้มแข็ง สร้างกองทุนและความร่วมมือที่ทรงพลัง บรรดาองค์กรชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ในชนบท ล้วนอาศัยปฏิสัมพันธ์แบบพวกพ้อง เครือญาติ และวัฒนธรรมทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำตามธรรมชาติ จะต้องมีการมี (ไม่ใช่อำนาจ) ที่มาจากการยอมรับของชุมชน/สังคม สืบเนื่องจากการเสียดุลยคติคน ผ่านการใช้ชีวิตร่วมในชุมชนมานาน ดังนั้นศักยภาพของชุมชนไทยจึงมีลักษณะที่เรียกว่า “ชุมชนแบบองค์รวม” ที่บูรณาการไปสู่ความยั่งยืน หากนำไปใช้อย่างถูกต้องและมีคุณธรรม ดังนั้น ผู้นำชุมชนที่ต้องการจะพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งจริง ๆ จึงต้องเปลี่ยนทัศนคติใหม่ จึงจะสร้างศักยภาพชุมชนไปสู่ความมั่นคงที่ยั่งยืนได้

จากแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้สรุป ความหมายของคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” หมายถึง การประกอบการโดยมีชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ มีหลาย ๆ กิจกรรมเกื้อกูลกัน และมีการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ

วิช วิรัชนิภาวรรณ (2550) ได้กล่าวว่า “การบริหาร” (Administration) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน “Administatrac” หมายถึง ช่วยเหลือ (Assist) หรืออำนวยความสะดวก (Direct) การบริหารมีความสัมพันธ์หรือมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า “Minister” ซึ่งหมายถึง การรับใช้หรือผู้รับใช้ หรือผู้รับใช้รัฐ คือ รัฐมนตรี สำหรับความหมายดั้งเดิมของคำว่า Administer หมายถึง การติดตามดูแลสิ่งต่าง ๆ ซึ่งคำว่า “การบริหาร” ส่วนใหญ่ใช้ในภาครัฐหรือหน่วยงานภาครัฐซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งเพื่อให้บริการสาธารณะทั้งหลาย (Public Services) แก่ประชาชน

ส่วนคำว่า “การจัดการ” (Management) นิยมใช้ในภาคเอกชนหรือภาคธุรกิจซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อมุ่งแสวงหากำไร (Profits) หรือกำไรสูงสุด (Maximum Profits) สำหรับผลประโยชน์ที่จะตกแก่สาธารณะถือเป็นวัตถุประสงค์รองหรือเป็นผลพลอยได้ (By Product) แต่อย่างไรก็ตาม คำว่า “การบริหาร” กับ คำว่า “การจัดการ” ใช้แทนกันได้ มีความหมายเหมือนกัน

บุตรี จารุโรจน์ (2549) ได้ให้คำจำกัดความของ “การจัดการ” คือ การติดตามการดำเนินการตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยองค์กรหรือบุคลากรที่ร่วมงานกันเพื่อบรรลุเป้าหมายเฉพาะนั้น

สมคิด บางโม (2551) ได้กล่าวว่า “การจัดการ” คือ ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดการหรือการบริหารกิจการต่าง ๆ จำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการจัดการ โดยทั่วไปถือว่าทรัพยากรที่จำเป็นของการจัดการมีอยู่ 4 ประการ ซึ่งรู้จักกันในนาม 4 M ได้แก่

- 1) คน (Man) เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรนั้นๆ
- 2) เงิน (Money) ใช้สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
- 3) วัสดุสิ่งของ (Material) หมายถึง อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องมือต่าง ๆ รวมทั้งอาคารสถานที่
- 4) ความรู้ด้านการจัดการ (Management) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ

ปัจจัยในการบริหารทั้ง 4 ประการนี้ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดการ เพราะประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการจัดการขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์และคุณภาพของปัจจัยดังกล่าวนี้

ในด้านธุรกิจเอกชนหรือการจัดการธุรกิจ ได้กล่าวถึงปัจจัยของการจัดการไว้ว่า มี 6 M โดยเพิ่มเรื่องตลาดจำหน่ายสินค้า และเครื่องจักรสำหรับการผลิต แต่ในปัจจุบันปัจจัยของการจัดการยุคใหม่มีกล่าวไว้ถึง 8 ประการ หรือ 8 M โดยเพิ่มปัจจัยอีก 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านวิธีการทำงานและปัจจัยด้านเวลา ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) คน (Man) เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน
- 2) เงิน (Money) สำหรับเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
- 3) วัสดุสิ่งของ (Material) ได้แก่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ และอาคารสถานที่
- 4) ความรู้ด้านการจัดการ (Management) หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ
- 5) ตลาด (Market) เป็นที่สำหรับจำหน่ายสินค้าและบริการ
- 6) เครื่องจักรกล (Machine) ใช้สำหรับผลิตสินค้าและบริการ

7) วิธีการทำงาน (Method) หมายถึง วิธีหรือขั้นตอนในการทำงาน

8) เวลา (Minute) หมายถึง เวลาในการดำเนินงาน

Frederick Taylor (1856-1915) ผู้ได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ กล่าวว่า เป้าหมายหลักของการจัดการ คือ การบรรลุผลสำเร็จสูงสุดขององค์การควบคู่กับความเจริญรุ่งเรืองสูงสุดให้กับพนักงานด้วย

Henry Fayol (1841-1925) นักวิศวอุตสาหกรรมชาวฝรั่งเศส เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงมากในวงการธุรกิจของอเมริกา ได้กล่าวถึงหน้าที่สำคัญของการจัดการ คือ การวางแผน การจัดโครงสร้างองค์การ การนำ และการควบคุม

หน้าที่ของการจัดการ มี 4 อย่าง คือ การวางแผน (Planning) การจัดโครงสร้างองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling)

1) การวางแผน (Planning) หมายถึง การกำหนดเป้าหมายและวิธีปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จ โดยผู้นำต้องเลือกทางที่ดีที่สุด

2) การจัดโครงสร้างองค์การ (Organizing) หมายถึง การเตรียมงาน คน และทรัพยากรอื่นๆ เพื่อให้งานสำเร็จ เช่น กำหนดงานที่ต้องทำ ผู้รับผิดชอบ ลำดับชั้นองค์การ ขอบเขตอำนาจหน้าที่แต่ละตำแหน่ง เป็นต้น

3) การนำ (Leading) หมายถึง การจูงใจ การสั่งการและการมีอิทธิพล เพื่อโน้มน้าวคนให้ทำงานอย่างหนักเพื่อบรรลุตามเป้าหมายขององค์การ โดยที่แต่ละกลุ่มมีความจำเป็นและความต้องการที่แตกต่างกันมาก ดังนั้น จึงเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารต้องแก้ไขความแตกต่างนี้

ภาวะผู้นำ เป็นกระบวนการที่ตัวแทนชักจูงหรือจูงใจ ผู้ตามให้ประพฤติปฏิบัติในแนวทางที่ตนพึงปรารถนา คอยสั่งการและประสานงานสมาชิกกลุ่มในการทำงาน จุดมุ่งหมายสำคัญของภาวะผู้นำเกี่ยวข้องกับการบรรลุผลลัพธ์ผ่านบุคคลอื่น และวิถีทางที่นำไปสู่เป้าหมายของภาวะผู้นำเกี่ยวข้องกับความสามารถในการสร้างความเหนียวแน่นของทีม ผู้นำที่ดีคือคนที่สร้างทีมเพื่อบรรลุผลลัพธ์ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ (ชัยเสถฐ์ พรหมศรี, 2557)

4) การควบคุม (Controlling) หมายถึง การควบคุมประสิทธิภาพในการทำงาน โดยเปรียบเทียบเป้าหมาย และการปฏิบัติงานให้ถูกต้องตามความจำเป็น ตามที่ผู้นำกำหนดเงื่อนไขการควบคุมนี้

จากแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ ผู้วิจัยได้สรุป ความหมายของคำว่า “การจัดการ” หมายถึง การดำเนินงานหรือการปฏิบัติงานใด ๆ ที่เป็นไปตามเป้าหมายขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ที่ทำให้องค์การดำรงอยู่และเกิดสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยการใช้เทคนิควิธีต่าง ๆ ที่จะนำองค์การไปสู่เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมายขององค์การ เป็นการบูรณาการ

ระหว่างคนกับงาน มีการวางแผน การจัดโครงสร้างองค์การ การเป็นผู้นำ และการควบคุมไว้เป็นอย่างดี มีปัจจัยพื้นฐานคือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ โดยผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาด

2.3.1 ความหมายและกระบวนการในการบริหารการตลาด

ฉัตรพร เสมอใจ (2549) ได้ให้ความหมายของคำว่า “การตลาด” คือ กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่จะช่วยก่อให้เกิดความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของลูกค้า และเพื่อให้ธุรกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนคำว่า “การบริหารการตลาด” หมายถึง กระบวนการทางการตลาดที่เริ่มต้นจากการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด ทำการพัฒนาแผนการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์และตลาดเป้าหมาย จากนั้นจึงปฏิบัติตามแผนการตลาด และทำการควบคุมทางการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า

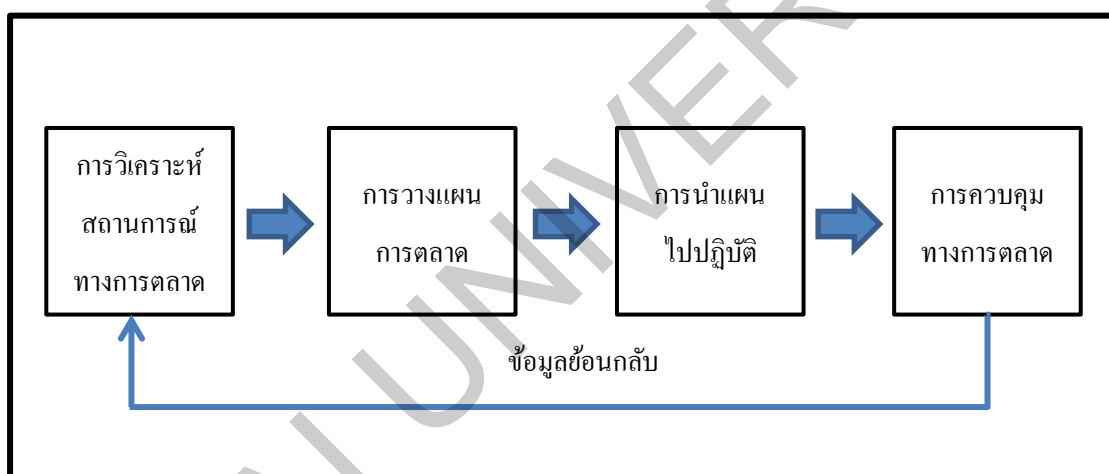
กระบวนการในการบริหารการตลาด แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด (Marketing Situation Analysis) Philip Kotler (2003) ปรมาจารย์ด้านการตลาด กล่าวว่า “ตลาดจะมีการเปลี่ยนแปลงทุก ๆ 2-3 ปี” ดังนั้นกลยุทธ์เดิม ๆ ที่เคยประสบความสำเร็จเมื่อ 2-3 ปีที่แล้วอาจจะใช้ไม่ได้ในปัจจุบันก็ได้ ก่อนที่จะวางแผนการตลาด นักการตลาดจึงจำเป็นต้องทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันที่เกี่ยวข้อง ที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดจะช่วยให้ทราบถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในอดีตและปัจจุบัน รวมถึงแนวโน้มในอนาคต เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาด โดยทำการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาด คู่แข่งขัน และอุตสาหกรรม วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจ หรือที่เรียกว่า การวิเคราะห์ *SWOT* และทำการวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมของตลาด รวมถึงการคาดคะเนความต้องการซื้อของตลาดว่า จะมีปริมาณมากเพียงพอหรือไม่ และเป็นไปในรูปแบบใด

- 2) การวางแผนการตลาด (Marketing Plan) เป็นการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติ วิธีการ เทคนิค และกลยุทธ์ที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการและบรรลุเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการดำเนินการในขั้นตอนนี้จะมีประสิทธิภาพได้ก็ต่อเมื่อมีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดได้อย่างถูกต้อง และนำข้อมูลที่ได้มาใช้นี้เป็นแนวทางในการวางแผนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยการวางแผนจะเริ่มจากการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการ

ตลาดก่อน ว่าจะให้ธุรกิจดำเนินงานด้านการตลาดเพื่อตอบสนองต่อลูกค้าในทิศทางใด แล้วจึงวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์แวดล้อมต่าง ๆ

3) การนำแผนไปปฏิบัติ (Implementation) ผู้มีหน้าที่ในการบริหารและจัดการด้านการตลาดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ ฝ่ายบริหารที่เรียกว่า *ผู้จัดการฝ่ายการตลาด* ทำหน้าที่ในการวางแผนด้านการตลาด และฝ่ายปฏิบัติการที่เรียกว่า *นักการตลาด* ทำหน้าที่ดำเนินงานด้านการตลาด ซึ่งทั้งสองฝ่ายมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ถ้าผู้บริหารวางแผนได้ไม่ดีรัดกุมและไม่มีประสิทธิภาพแล้ว ต่อให้ฝ่ายปฏิบัติการมีความสามารถ ขยันขันแข็ง และทุ่มเทเพียงใด ก็คงจะประสบความสำเร็จไปไม่ได้ และถึงแม้จะมีแผนการตลาดที่ดีเยี่ยม แต่ขาดนักการตลาดที่มีความสามารถ ก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมายของแผนการตลาดนั้นได้เช่นกัน



ภาพประกอบ 2.1 กระบวนการทางการตลาด

ที่มา : ฐิตยาพร เสมอใจ (2549 : 14)

4) การควบคุมทางการตลาด (Control) จะช่วยให้ทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบันของการดำเนินงานว่าเป็นไปอย่างไร มีปัญหาอะไรเกิดขึ้นบ้าง เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ทันสถานการณ์ และเป็นการรวบรวมข้อมูลของการดำเนินงาน เพื่อใช้ในการสะท้อนถึงประสิทธิภาพในการวางแผนและการปฏิบัติงาน และใช้ข้อมูลย้อนกลับในการวางแผนครั้งต่อไปในอนาคตได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังแสดงในภาพประกอบ 2.1 กระบวนการทางการตลาด

2.3.2 การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปในการตลาด แต่การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นการพิจารณาถึงศักยภาพขององค์กรว่ามีข้อได้

เปรียบ เปรียบอย่างไร โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง พิจารณาถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของสภาพแวดล้อมภายในองค์กร และพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ดังนี้

1) การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths Analysis) เป็นการวิเคราะห์ถึงข้อเด่นของธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายมากกว่า ราคาถูกกว่า มีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงตลาดได้มากกว่า มีการโฆษณาที่สามารถดึงดูดตลาดได้ดีกว่า มีผู้นำด้านการบริหารการตลาดที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล สภาพคล่องทางการเงินสูง ความสามารถในการผลิตมีสูง มีการจัดทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของตลาด เป็นต้น ซึ่งจุดแข็งเหล่านี้ธุรกิจจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต่อไป

2) การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses Analysis) เป็นการวิเคราะห์ถึงปัญหาหรือข้อด้อยของธุรกิจที่ก่อให้เกิดเป็นจุดอ่อนที่คู่แข่งจะได้เปรียบจากสิ่งเหล่านี้ เช่น อายุผลิตภัณฑ์สั้น ทำให้ไม่สามารถผลิตในปริมาณมาก ๆ ได้ ราคาแพง ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย การส่งเสริมการขายต่ำ พนักงานไม่มีความกระตือรือร้น มีปัญหาด้านการเงิน เป็นต้น ธุรกิจต้องนำจุดอ่อนต่าง ๆ ไปแก้ไขปรับปรุง เพื่อไม่ให้คู่แข่งสามารถโจมตีหรือมีข้อได้เปรียบจากจุดอ่อนเหล่านั้นได้ และต้องพยายามพัฒนาจุดอ่อนเหล่านั้นให้เป็นจุดแข็งอย่างน้อยเทียบเท่ากับคู่แข่ง

3) การวิเคราะห์โอกาส (Opportunities Analysis) เป็นข้อได้เปรียบแก่ธุรกิจอันเกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสให้แก่ตนเอง ทำให้มีศักยภาพเหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งข้อได้เปรียบดังกล่าวนี้อาจเกิดจากตลาดรวมขยายตัว คู่แข่งขันรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจได้ยาก จุดอ่อนของคู่แข่ง จำนวนประชากรในส่วนของเอื้อประโยชน์แก่ธุรกิจมีเพิ่มขึ้น เทคโนโลยีพัฒนาขึ้น ทำให้เสริมศักยภาพการผลิตได้ดีขึ้น สังคมและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวยในการยอมรับในผลิตภัณฑ์ของธุรกิจเพิ่มขึ้น การเมืองและกฎหมายให้การสนับสนุนการขายการลงทุน ทรัพยากรธรรมชาติขาดแคลนในขณะที่ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทดแทนทรัพยากรธรรมชาตินั้นได้ เป็นต้น

4) การวิเคราะห์อุปสรรค (Threats Analysis) เป็นปัญหาที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถแก้ไขได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของตลาด คู่แข่งขันค้นพบนวัตกรรมในการผลิต ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีจำนวนน้อยและผูกขาด คนกลางขายผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งด้วย อัตราการเกิดของประชากรลดลง เศรษฐกิจตกต่ำ เทคโนโลยีล้ำสมัยเกินไปทำให้หาบุคลากรที่มีความสามารถได้ยากขึ้น วัฒนธรรมการบริโภคเปลี่ยนไป การเพิ่มอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม การขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติทำให้ธุรกิจขาดแคลนวัตถุดิบ เป็นต้น ดังนั้นธุรกิจจะต้องหาทางลดจุดอ่อนและ

สร้างจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบอันจะเป็นเกราะป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากอุปสรรคเหล่านั้นได้

2.3.3 การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่เป็นเครื่องมือให้กับธุรกิจและนักการตลาด ในการกระตุ้นและจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เกิดทัศนคติและมีพฤติกรรมตามที่เรารปรารถนา เช่น เกิดความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ เล็งเห็นความจำเป็นของผลิตภัณฑ์และเกิดความต้องการใช้และซื้อในที่สุด เป็นต้น

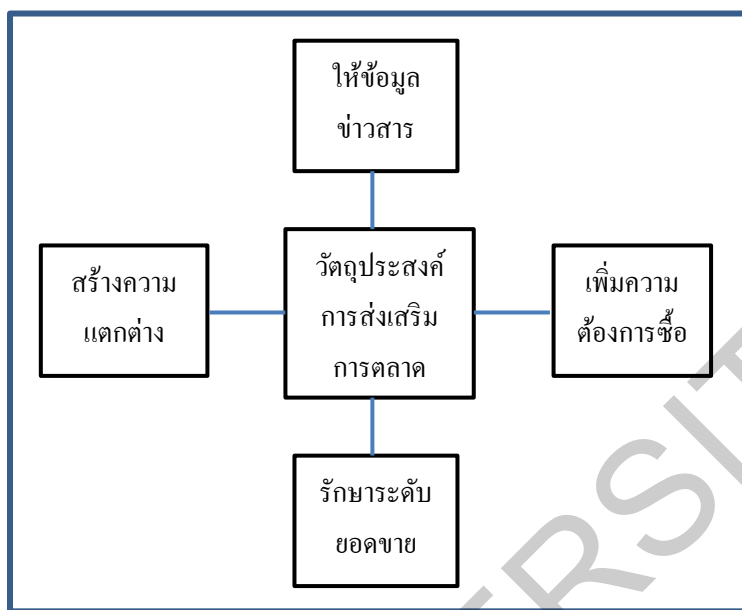
วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด ดังแสดงในภาพประกอบ 2.2 วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด มีดังนี้

1) เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์กรแก่ลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพ เพื่อให้เกิดการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเสนอ เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย หรือข้อเสนอพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น

2) เพื่อเพิ่มความต้องการซื้อ ธุรกิจจะใช้การส่งเสริมการตลาดในการจูงใจและกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักและต้องการในผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจซื้อ ซึ่งความต้องการซื้อจะแบ่งออกเป็นระดับ จากการสร้างความต้องการสำหรับผลิตภัณฑ์ทั่วไป และไปสู่การสร้างความต้องการที่เฉพาะเจาะจงในตราผลิตภัณฑ์

3) เพื่อรักษาระดับของยอดขายให้สม่ำเสมอ การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อมส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และทำให้ยอดขายเปลี่ยนแปลงไม่สม่ำเสมอและส่งผลต่อเนื่องไปยังประสิทธิภาพของสภาพคล่องทางธุรกิจด้วย การส่งเสริมการตลาดจะช่วยปรับระดับของยอดขายในแต่ละช่วงให้มีความสม่ำเสมอมากยิ่งขึ้น ทั้งจากการส่งเสริมการตลาดสู่กลุ่มลูกค้าให้รักษาระดับการซื้อ และการส่งเสริมการตลาดไปยังพนักงานขายเพื่อรักษาระดับยอดขายของตน

4) เพื่อทำให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างจากคู่แข่ง โดยเฉพาะเมื่อเทคโนโลยีการผลิตส่งผลให้ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ลดลง ธุรกิจจึงต้องอาศัยการส่งเสริมการตลาดเข้ามาช่วยในการสร้างความแตกต่างมากขึ้น ซึ่งการส่งเสริมการตลาดจะช่วยสร้างความแตกต่างโดยทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์



ภาพประกอบ 2.2 วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด

ที่มา : ฉัตยาพร เสมอใจ (2549 : 181)

2.3.4 พฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค เกิดจากสิ่งกระตุ้นเร้าที่ส่งผลให้มีการตอบสนองของผู้บริโภค ซึ่งมีองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยสำคัญ 4 ประการ คือ (แอนนา จุมพลเสถียร, 2547)

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors)
2. ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors)
3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)
4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factors)

1) ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors)

วัฒนธรรม หมายถึง รูปแบบของการดำเนินชีวิต ดังนั้นวัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของมนุษย์ เช่น คนจีนกินอาหารด้วยตะเกียบและใช้ช้อนสำหรับตักน้ำแกง ฝรั่งเศสมีคัตินอาหารและใช้ส้อมนำอาหารเข้าปาก คนไทยกินอาหารโดยใช้ช้อนและส้อม ในการรับประทานอาหาร (แอนนา จุมพลเสถียร, 2547)

วัฒนธรรม (Culture) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและความต้องการของบุคคล คนที่เติบโตและอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีวัฒนธรรมเดียวกันจะมีค่านิยม การรับรู้ ความชอบ ความเชื่อ และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2549)

2) ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors)

ปัจจัยทางด้านสังคมมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต และการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ประกอบด้วย (แอนนา จูมพลเสถียร, 2547)

2.1) ชั้นของสังคม (Social Class) หมายถึง ระดับชั้นของคนในสังคมเกิดจากสถานะทางสังคม และรายได้ ชั้นของสังคมมีผลต่อการดำเนินชีวิต เช่น คนชั้นสูงใช้ชีวิตหรูหรา คนชั้นกลางใช้ชีวิตเรียบง่าย ส่วนคนชั้นล่างใช้ชีวิตค่อนข้างขัดสน ตัดสินใจเลือกซื้อแต่สินค้าที่จำเป็น

2.2) กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) หมายถึง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด ทักษะ และพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น นักการเมือง หมอ ครู พระสงฆ์ ดารา นักร้อง นักกีฬา ฯลฯ กลุ่มอ้างอิงที่นักการตลาดนิยมนำมาใช้ในการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เช่น ดารา นักร้อง และนักกีฬา เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจ และซื้อสินค้าไปใช้

2.3) ครอบครัว (Family) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ผู้บริโภคเติบโตมาซึ่งย่อมมีผลต่อทักษะและพฤติกรรมผู้บริโภค การศึกษาพฤติกรรมทางครอบครัวช่วยในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการวางแผนการตลาด เช่น การศึกษาความสัมพันธ์ของสามีภรรยาต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน จะพบว่าสมาชิกครอบครัวอาจร่วมปรึกษา และหาข้อมูล ทำเลที่ตั้ง สีของบ้าน จำนวนห้อง พื้นที่ใช้สอย และราคาที่เหมาะสม

3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

ปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ และพฤติกรรมการบริโภคถือเป็นผลมาจากอายุ รายได้ การศึกษา บุคลิก และรูปแบบการดำเนินชีวิต เช่น วัยที่ต่างกันมีความต้องการที่ต่างกัน เด็กต้องการความสนุกสนาน วัยรุ่นต้องการความรักจากเพื่อนและความอิสระ ผู้ใหญ่ต้องการความมั่นคงและความสำเร็จ ผู้มีรายได้ต่างกันก็มีความต้องการที่ต่างกัน เช่น ผู้มีรายได้มากต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง ผู้มีรายได้น้อยต้องการสินค้าที่มีราคาประหยัด (แอนนา จูมพลเสถียร, 2547)

4) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors)

ปัจจัยทางจิตวิทยาเป็นปัจจัยสำคัญ ในการกำหนดปัจจัยซื้อของบุคคล ประกอบด้วย ปัจจัย 4 ประการ คือ (แอนนา จูมพลเสถียร, 2547)

4.1) แรงจูงใจ (Motivation) ความต้องการของบุคคลมีความหลากหลายและอาจเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน บ้างก็เป็นสภาวะความต้องการทางร่างกายที่ส่งผลให้เกิดความตึงเครียด (Tension) เช่น ความหิว ความกระหาย ความไม่สบายตัว เป็นต้น บ้างก็เกิดจากสภาวะจิตใจ (Psychogenic) เกิดจากความตึงเครียด เช่น ความต้องการการยอมรับให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการประสบความสำเร็จความต้องการต่าง ๆ จะยังไม่มีแรงจูงใจมากพอที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการกระทำ

ในทันที เพียงแต่ก่อให้เกิดความรู้สึกตึงเครียด ดังนั้นนักการตลาดต้องสร้างแรงกระตุ้นเพื่อให้เกิดการกระทำ การศึกษาถึงทฤษฎีการจูงใจจะช่วยให้เข้าใจและสามารถนำแนวความคิดการจูงใจมาปรับใช้ได้เหมาะสมยิ่งขึ้น (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2549 : 55) และทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค และปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งทฤษฎีที่ได้รับการกล่าวถึงและนำมาใช้มากที่สุด ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของ Maslow ทฤษฎีของ Freud และทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg

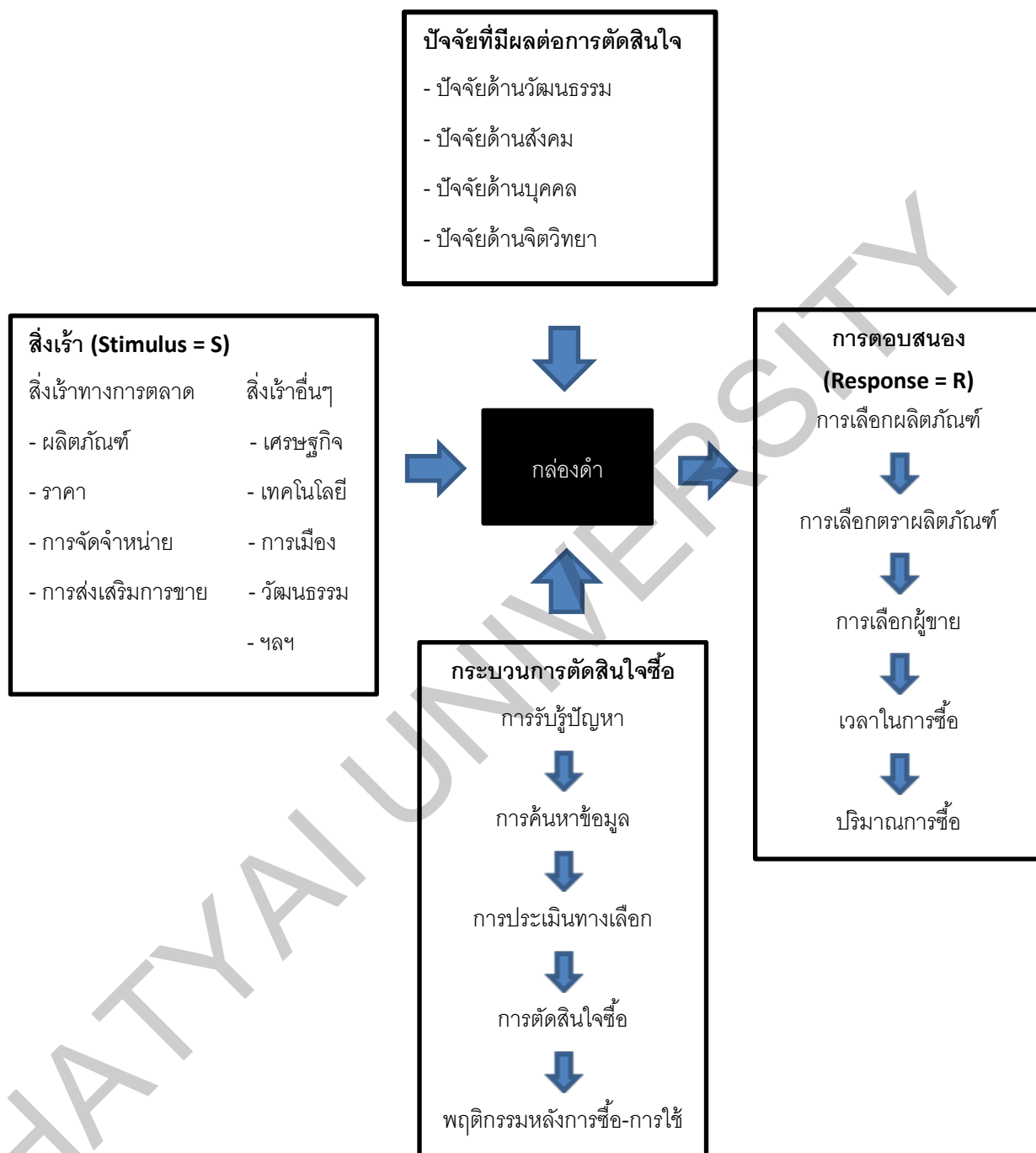
4.2) การรับรู้ (Perception) หมายถึง การที่บุคคลเปิดรับข้อมูล และแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับออกมา และพร้อมที่จะแสดงออก การแสดงออกในรูปแบบไหนขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคล การรับรู้เป็นกระบวนการในการเลือก (Select) จัดการ (Organize) และแปล (Interpret) ข้อมูลที่เป็นปัจจัยนำเข้า ซึ่งส่งผลให้การรับรู้ของบุคคลต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันไป เนื่องจากกระบวนการในการรับรู้ที่แตกต่างกัน

4.3) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่เกิดจากประสบการณ์ พฤติกรรมของมนุษย์ส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ ถ้าบุคคลมีการรับรู้ข้อมูล แต่ไม่มีการเปลี่ยนพฤติกรรมแสดงว่าบุคคลนั้นยังไม่เกิดการเรียนรู้ ในทางตรงข้าม ถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแสดงว่าบุคคลนั้นเกิดการเรียนรู้ ซึ่งสามารถสร้างการเรียนรู้ให้บุคคลได้โดยใช้แรงขับเคลื่อน (Drive) สิ่งกระตุ้น (Stimuli) สิ่งชี้แนะ (Cue) การตอบสนอง (Response) และการบังคับ (Reinforcement) ตามแต่ละสถานการณ์แตกต่างกันออกไป

4.4) ทักษะ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกซึ่งเป็นองค์รวมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผู้บริโภคจะมีทัศนคติต่อสินค้า หรือ บริการต่าง ๆ ได้จากการรับรู้ และการเรียนรู้ ทักษะที่มีต่อสินค้า หรือ บริการจะมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อด้วยความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นทางบวกหรือทางลบ ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดจะประสบความสำเร็จได้จะต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคให้ได้ เพื่อให้เกิดการยอมรับได้ การให้ข้อมูลมาก ๆ พร้อมตัวอย่าง หรือสาริตทดลองซ้ำ ๆ จะช่วยเปลี่ยนทัศนคติได้ ทักษะของผู้บริโภคจึงเป็นความรู้สึก และ ทัศนคติในการในด้านความชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งมีผลต่อการแสดงออกได้

ทัศนคติต่อสินค้าหรือบริการ อาจเกิดจากปัจจัยหลาย ๆ ด้าน เช่น คุณภาพ ราคา ความสะดวก บรรจภัณฑ์ และการสื่อสารต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคได้รับ ดังแสดงในภาพประกอบ 2.3 รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค (แอนนา จุมพลเสถียร, 2547)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการตลาด ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการด้านการตลาด ในส่วนของวางแผนการตลาด การส่งเสริมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงการพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน ของสภาพแวดล้อมภายในชุมชน และพิจารณาถึงโอกาส อุปสรรค จากสภาพแวดล้อมภายนอกชุมชน



ภาพประกอบ 2.3 รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่มา : รัชยาพร เสมอใจ (2549 : 56)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

2.4.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

วิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการผลิต (Production Factor) การผลิตถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินวิสาหกิจชุมชน การผลิตที่ดีควรเป็นการผลิตที่ตรงเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งในการผลิตของชุมชนนั้นหากเป็นการผลิตที่อาศัยวัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น จะทำให้ต้นทุนอันเกิดจากการจัดหาวัตถุดิบลดลง ดังนั้นชุมชนจึงจำเป็นต้องพิจารณาให้ได้ว่าชุมชนของตนเองนั้นมีความได้เปรียบในการผลิตสินค้าใด ความได้เปรียบนี้มีได้หมายความว่าความเฉพาะความได้เปรียบในการจัดหาวัตถุดิบเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความได้เปรียบในด้านทักษะในการผลิตด้วย ชุมชนจึงต้องคำนึงถึงระดับของเทคโนโลยีในการผลิตที่ชุมชนมีอยู่ ซึ่งโดยปกติแล้วการผลิตในระดับชุมชนนั้นมักเป็นไปโดยอาศัยเทคโนโลยีอย่างง่ายไม่สลับซับซ้อน

2) ปัจจัยด้านการตลาด (Marketing Factor) การตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญและสัมพันธ์กับปัจจัยการผลิต ทำให้ปัจจัยด้านการตลาดมีส่วนสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน การจัดการตลาดนั้นมิได้เป็นหน้าที่ของคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ หากแต่เป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนที่จะช่วยเหลือกันในการแสวงหาช่องทางการตลาดเมื่อมีโอกาส ยิ่งสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถหาตลาดรองรับที่แน่นอนได้ ไม่เพียงแต่จะเป็นผลดีต่อการผลิตที่ไม่ทำให้สินค้าเหลือค้างสต็อก แต่ยังเป็นการสร้างมูลค่าในตัวเองให้แก่สินค้าได้อีกด้วย กิจกรรมด้านการตลาดทั้งในส่วนของการตั้งราคาที่เหมาะสม การจัดการในเรื่องของตัวสินค้าให้มีสินค้าเพียงพอต่อความต้องการ และได้มาตรฐานตามที่ตลาดต้องการ การมีสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดเก็บสินค้าและพิจารณาถึงต้นทุนที่จะเกิดขึ้นจากการขนส่งในการดำเนินการตลาด การประชาสัมพันธ์กลุ่มและสินค้าให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปอย่างกว้างขวาง ทั้งหมดล้วนแล้วแต่จะเป็นประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสิ้น

3) ปัจจัยที่เกี่ยวกับความเป็นผู้นำ (Leadership Factor) ผู้นำชุมชนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดบทบาทของสมาชิกในชุมชนและนโยบายของการดำเนินกิจกรรม ดังนั้นการที่ชุมชนใด ๆ มีผู้นำชุมชนที่มีความพร้อมในการเป็นผู้นำและความพร้อมที่จะสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น รวมถึงการเผชิญหน้าและต่อสู้กับปัญหา จึงเป็นสิ่งสำคัญ ผู้นำที่สามารถสร้างแรงจูงใจและสามารถทำให้ชาวบ้านรวมพลังกันในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนให้สำเร็จลุล่วงไปได้จึงเป็นฟันเฟืองในกลไกที่สำคัญที่จะขับเคลื่อนการดำเนินวิสาหกิจชุมชนให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น ผู้นำที่ดีจะต้องมีจุดมุ่งหมาย มีเป้าหมาย มีการวางแผนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว มีความเสียสละและ

อดทน ต้องรู้จักการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และสร้างให้เกิดความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น ซึ่งหากชาวบ้านมีความมั่นใจในตัวผู้นำแล้ว โอกาสที่ชาวบ้านจะเข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ก็มีความเป็นไปได้สูง นอกจากนั้นผู้นำที่ดีต้องยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น และเพิ่มโอกาสในการแสวงหาความรู้ใหม่ในอันที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยนำความรู้และเทคนิคหรือทักษะใหม่ที่ได้รับนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ

4) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก (External Interactive Factor) ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ชุมชนไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ไม่ว่าจะเป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานจากภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน นักวิชาการ หรือบุคคลอื่น ซึ่งในการมีปฏิสัมพันธ์นี้มีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทั้งนี้ชุมชนต้องเรียนรู้และประเมินให้ได้ว่า การเข้ามามีปฏิสัมพันธ์นั้นเป็นไปในลักษณะใด ชุมชนควรมีการประชุมปรึกษาหารือกับสมาชิกถึงการเข้ามามีปฏิสัมพันธ์จากภายนอกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อมิให้หน่วยงานหรือองค์กรที่เข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนใช้จุดอ่อนของชุมชนเป็นตัวทำลายชุมชน หรือทำให้เกิดความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกัน จะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนได้ และในทางกลับกันการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ แล้วพัฒนาไปสู่การวางแผนร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน ทำให้กิจกรรมนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม (Participation Factor) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมนี้พิจารณาทั้งการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชน และการมีส่วนร่วมของสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานภายนอก สำหรับการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนถือเป็นหัวใจหลักในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากเป้าหมายสำคัญของการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนก็คือการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เน้นให้ชาวบ้านหรือคนในชุมชนเป็นเจ้าของหลัก นับตั้งแต่การสมัครเป็นสมาชิก การมีส่วนร่วมในการถือหุ้นซึ่งมีส่วนสำคัญต่อกระบวนการระดมทุน ยิ่งชาวบ้านให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมมากเท่าใด ความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมก็มีโอกาสขยายมากขึ้น การร่วมแสดงความคิดเห็น การร่วมคัดเลือกประธานและคณะกรรมการดำเนินงาน นอกจากนี้การมีส่วนร่วมจากสถาบันภายนอกก็มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน สถาบันภายนอกนี้จะเข้ามาช่วยเหลือชุมชนในกรณีชุมชนต้องการระดมทุนเพิ่ม หรือต้องการถ่ายทอดความรู้และเทคนิคต่าง ๆ ในการบริหารงานซึ่งชาวบ้านหรือสมาชิกวิสาหกิจชุมชนอาจไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมด้านนั้น ๆ มาก่อน

6) ปัจจัยด้านการจัดการ (Management Factor) การจัดการนี้มีได้ครอบคลุมเฉพาะในส่วน of โครงสร้างและรูปแบบการจัดการเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการจัดให้มีการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชน ในส่วนของการจัดการนี้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องดำเนินการอย่างโปร่งใส สามารถตรวจสอบ การบริหารงานได้ตลอดเวลา การให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นในการกำหนด นโยบาย ตลอดจนการแก้ปัญหาต่าง ๆ จะช่วยให้สมาชิกรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของ ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น การจัดการนั้นเป็นการดำเนินการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและมีความ ราบรื่นที่สุด

7) ปัจจัยด้านการเงิน (Financial Factor) ปัจจัยด้านการเงินถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อ อุปสรรคแห่งความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน การไม่สามารถระดมทุนจาก ชาวบ้านได้เพียงพอ ทำให้ชุมชนต้องใช้นิยทุนจากการกู้ยืมเงิน ทำให้ธุรกิจมีหนี้สินสะสมพอกพูน ไปเรื่อย ๆ จนเป็นเหตุให้วิสาหกิจชุมชนบางแห่งต้องล้มเลิกกิจการไป นอกจากนี้การวางแผน โครงการที่ต้องใช้นิยทุนที่มากเกินไปนั้น เท่ากับเป็นปัจจัยที่ช่วยผลักดันให้การดำเนินกิจกรรม วิสาหกิจชุมชนนั้นต้องประสบกับปัญหาเร็วขึ้น ดังนั้นในการวางแผนทำการผลิต ชุมชนจำเป็นต้อง มีการศึกษางบประมาณที่ใช้ในโครงการอย่างละเอียดและจะต้องมั่นใจในแหล่งที่มาของเงินทูลนั้น มากพอ

8) ปัจจัยด้านแรงงาน (Labour Factor) การมีความพร้อมด้านแรงงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วน ทำให้การดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากต้นทุนในการจัดหา แรงงานจะน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการดำเนินวิสาหกิจชุมชนที่ไม่มีแหล่งแรงงานเป็นของตนเอง ทำให้ ต้องมีการจ้างแรงงานจากท้องถิ่นอื่นเข้ามา ซึ่งนอกจากต้องเสียค่าจ้างเพิ่มขึ้นแล้วยังทำให้การตกลง หรือพูดคุยกันยากกว่าแรงงานในท้องถิ่นเดียวกัน ซึ่งจะส่งผลเสียต่อการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจ ชุมชนได้

9) ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวสมาชิก (Membership Factor) การเข้าร่วมดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจ ชุมชน สมาชิกที่เข้าร่วมจำเป็นต้องมีคุณสมบัติพื้นฐานที่เอื้อประโยชน์ต่อกลุ่ม ซึ่งสามารถปรับปรุง และพัฒนาตนเองเพื่อให้เกิดผลต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการดำเนินกิจกรรมได้อย่างราบรื่น ซึ่งคุณสมบัติของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องมี คือ

- 9.1) เป็นผู้มีความหมายเดียวกับกลุ่มวิสาหกิจ
- 9.2) เป็นผู้มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
- 9.3) มีความพร้อมในการเข้าร่วมกิจกรรม ตลอดจนร่วมแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น
- 9.4) มีความซื่อสัตย์ในกิจการงานที่ได้รับมอบหมาย
- 9.5) มีความพยายามเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายนั้น ๆ
- 9.6) มีความอดทนรอคอยความสำเร็จด้วยจิตใจที่มุ่งมั่น
- 9.7) มีความเชื่อมั่นทั้งต่อตัวผู้นำและกลุ่มวิสาหกิจ

9.8) ให้ความช่วยเหลือเมื่อองค์กรหรือธุรกิจต้องการ

หากสมาชิกมีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้น ปัญหาที่เกิดจากตัวสมาชิกวิสาหกิจชุมชนก็จะมีย่อยลงหรือไม่มีปัญหาจากตัวสมาชิกเลย และยังช่วยให้การดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนสามารถเติบโตและดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องไปได้

10) ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร (Information Factor) ปัจจัยเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารนี้มีได้ครอบคลุมเฉพาะการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานให้แก่สมาชิกรับทราบหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่มเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการที่กลุ่มจำเป็นต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องอื่น ๆ จากภายนอกด้วย เช่น ตลาดมีความต้องการสินค้าใด แบบใด แนวโน้มของสินค้าที่ชุมชนผลิตได้เป็นอย่างไร ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของการผลิตได้ทันกับความต้องการ หรือมีการนำเทคนิคใหม่ ๆ ใดบ้างมาใช้ในการผลิต เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงภายนอก

2.4.2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน

กัญญามน อินทวงศ์และคณะ (2554) กล่าวว่า การพัฒนาเครือข่ายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของชุมชน การผลิต ตลอดจนธุรกิจชุมชน เนื่องจากในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของชุมชนยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ซึ่งจะต้องได้รับการพัฒนาอย่างมาก ดังนั้นการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้นำกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับนำไปสนับสนุนการดำเนินงานเครือข่ายที่มีศักยภาพและมีความพร้อมจะทำให้การดำเนินงานของเครือข่ายนั้นเป็นไปอย่างราบรื่น ในขณะเดียวกันเครือข่ายที่มีเงินทุนน้อยก็ควรได้รับการสนับสนุนจากองค์กรพันธมิตรอื่น ๆ อีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้ลักษณะการดำเนินงานของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนคือการแลกเปลี่ยนทรัพยากรระหว่างกันหรือการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ร่วมกันเพื่อให้เกิดการผสมผสานระหว่างกันขึ้น เป็นการแลกเปลี่ยนที่ก่อให้เกิดคุณภาพในระยะยาว

นอกจากนั้น กระบวนการพัฒนาเครือข่ายของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องเลือกวิธีการที่เหมาะสม ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงต้องสร้างกระบวนการพัฒนาเครือข่ายให้เหมาะสมทั้งวิธีการ ลักษณะการดำเนินงาน ตลอดจนแนวทางการพัฒนาเครือข่ายในแบบต่าง ๆ เช่น การสร้างกระบวนการ ขั้นตอนการพัฒนา เช่น ตามหลักการ วัตถุประสงค์การพัฒนา ดังนั้น การนำไปใช้ที่จะสามารถสำเร็จได้ ควรพัฒนาระบบการประเมินผลให้เหมาะสมกับวิธีการและกิจกรรม ตลอดจนลักษณะของกลุ่มวิสาหกิจประเภทต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแต่ละชุมชนจะต้องประกอบด้วย ทรัพยากรและทุนชุมชนซึ่งต้องอาศัยการจัดการการเรียนรู้ที่จะพัฒนากลุ่มได้อย่างยั่งยืน โดยมีการผลิต การแปรรูป การลงทุน การตลาด และการบริโภค ต่อไป รวมทั้งการพัฒนา

เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนจะต้องอาศัยลักษณะการดำเนินงานของเครือข่ายและกระบวนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ขาดการติดตามผล ดังนั้น ควรมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่องและร่วมแก้ปัญหากับชุมชน โดยผู้นำกลุ่มจะต้องสร้างความเข้าใจและประสานความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่ในระดับพื้นที่เพื่อให้ชุมชนเกิดความศรัทธาและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรพัฒนาเครือข่ายและดำเนินกิจกรรมผลักดันแผนงานโครงการที่กลุ่มวางไว้เพื่อขอรับการสนับสนุนจากองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น หรือจากภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนกลุ่ม ตลอดจนในการคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมโครงการควรคัดเลือกวิสาหกิจชุมชนที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการพึ่งพาตนเองได้ในระดับหนึ่ง จะทำให้วิสาหกิจชุมชนนั้นสามารถขับเคลื่อนไปได้และมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง

จากแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้นำปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมาประยุกต์ใช้เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสู่ชาวดี โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการจัดการกลุ่ม ได้แก่ ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด เงินทุน การจัดการความรู้และข้อมูล สมาชิกและชุมชน และการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก เพื่ออธิบายถึงศักยภาพในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนขึ้น

2.5 บริบทชุมชน ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

2.5.1 ขนาดพื้นที่และอาณาเขต

องค์การบริหารส่วนตำบลปริก มีพื้นที่ 164.20 ตารางกิโลเมตร หรือ 102,619.50 ไร่ ห่างจาก อำเภอสะเดา 9 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลและอำเภอใกล้เคียงดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ องค์การบริหารส่วนตำบลพังงา อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ทิศใต้ ติดต่อกับ เทศบาลเมืองสะเดา และองค์การบริหารส่วนตำบลสำนักควั อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ องค์การบริหารส่วนตำบลคลองทราย และองค์การบริหารส่วนตำบลปลักหนู อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งหมอ และองค์การบริหารส่วนตำบลปาดังเบซาร์ อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

2.5.2 เขตการปกครอง

แบ่งการปกครองออกเป็น 11 หมู่บ้าน โดยมีพื้นที่เดิมทั้งหมู่บ้าน จำนวน 5 หมู่บ้าน ได้แก่

หมู่ที่ 1 บ้านใหม่

หมู่ที่ 8 บ้านหัวถนน

หมู่ที่ 9 บ้านยางเกาะ

หมู่ที่ 10 บ้านควนเสม็ด

หมู่ที่ 11 บ้านบางแห้ง

และมีพื้นที่บางส่วนอีกจำนวน 6 หมู่บ้าน (เนื่องจากพื้นที่บางส่วนติดเขตเทศบาลตำบลปริก) ได้แก่

หมู่ที่ 2 บ้านลุ่มอ้อย

หมู่ที่ 3 บ้านป่าง่าม

หมู่ที่ 4 บ้านตะเคียนเกา

หมู่ที่ 5 บ้านสวนหม่อม

หมู่ที่ 6 บ้านต้นเลียบ

หมู่ที่ 7 บ้านต้นสะท้อน

2.5.3 ลักษณะภูมิประเทศ

มีลักษณะภูมิประเทศเป็นพื้นที่ราบร้อยละ 70 และที่ราบเชิงภูเขาร้อยละ 30 ในบริเวณพื้นที่ราบเชิงภูเขามีป่าไม้ลุ่มน้ำและป่าชุมชน ด้วยปัจจัยเหล่านี้จึงเกิดแหล่งน้ำลักษณะลำคลองหลายสาย ประกอบด้วย คลองอุตะเกา คลองพังลา คลองปริก คลองแค และคลองลำบนไหลผ่าน ซึ่งเอื้อต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดินมีลักษณะเป็นดินเหนียวปนทราย สมรรถนะทางการเกษตรมีศักยภาพในการผลิตปานกลางเหมาะสำหรับปลูกยางพาราและสวนไม้ผล ในช่วงฤดูฝนมักจะมีน้ำฝนท่วมขังโดยเฉพาะพื้นที่ทางการเกษตร

2.5.4 สภาพทางเศรษฐกิจ

ด้านอาชีพ ประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลปริก มีอาชีพเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 70 รับจ้างในโรงงานอุตสาหกรรมและอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 20 ค้าขายคิดเป็นร้อยละ 5 และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5

ด้านประชากร องค์การบริหารส่วนตำบลปริก มีประชากรทั้งสิ้น 9,999 คน แยกเป็นเพศชาย 4,994 คน เพศหญิง 5,005 คน ดังแสดงในตาราง 2.1 ประชากร องค์การบริหารส่วนตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ตาราง 2.1 ประชากร องค์การบริหารส่วนตำบลปริก อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	ประชากร		ประชากรในหมู่บ้าน	
		ชาย	หญิง	ครัวเรือน	คน
1	บ้านใหม่	1,026	1,042	695	2,068
2	บ้านลุ่มอ้อย	205	210	173	405
3	บ้านป่าง่าม	247	225	203	472
4	บ้านตะเคียนเกา	803	795	400	1,598
5	บ้านสวนหม่อม	97	97	80	194
6	บ้านต้นเลียบ	109	100	64	209
7	บ้านต้นสะทอน	200	228	227	428
8	บ้านหัวถนน	700	707	704	1,407
9	บ้านยางเกาะ	584	607	338	1,191
10	บ้านควนเสม็ด	746	758	491	1,504
11	บ้านบางแห้ง	277	236	187	513
รวมทั้งสิ้น		4,994	5,005	3,562	9,999

หมายเหตุ : ข้อมูล ณ วันที่ 2 เดือนตุลาคม 2557

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลปริก (2558)

2.5.5 การรวมกลุ่มชุมชนในพื้นที่

1) กลุ่มอาชีพ

- 1.1) กลุ่มทำเครื่องแกง จำนวน 1 กลุ่ม
- 1.2) กลุ่มแปรรูปสมุนไพร (สุขาวดี) จำนวน 1 กลุ่ม
- 1.3) กลุ่มผลิตน้ำสมุนไพร จำนวน 1 กลุ่ม
- 1.4) กลุ่มทำดอกไม้จันทน์ จำนวน 1 กลุ่ม
- 1.5) กลุ่มแม่บ้านหรือคณะกรรมการพัฒนาสตรีประจำตำบล จำนวน 1 กลุ่ม
- 1.6) กลุ่มทำขนมหมาก จำนวน 1 กลุ่ม

2) กลุ่มออมทรัพย์

- 2.1) ธนาคารหมู่บ้าน หมู่ที่ 10
- 2.2) กลุ่มออมทรัพย์ หมู่ที่ 1, 4, 9, 10, และหมู่ที่ 11
- 2.3) กองทุนหมู่บ้าน จำนวน 11 หมู่บ้าน

2.6 ความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

2.6.1 ความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

นางสมบุรณ์ ทวีใจ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี เล่าว่า เมื่อปี พ.ศ.2544 ตนและกลุ่มแม่บ้านหมู่ 11 (บ้านบางแห้ง) ตำบลปริก อำเภอเสนา จังหวัดสงขลา ได้รวมตัวตั้งกลุ่มรวมใจภักดิ์ เพื่อออมเงิน ต่อมาคิดว่าควรทำผลิตภัณฑ์ตำบลเพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มขึ้น จึงทำยาสมุนไพรสมุนไพร จากย่านสะบ้า มะกรูด อัญชัน ต่อมาปี พ.ศ.2545 ทางกลุ่มได้รับงบประมาณจาก องค์การบริหารส่วนตำบลปริก ซึ่งมีนางปริศนา หมัดเลียด เป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลปริก และงบกระตุ้นเศรษฐกิจโดยกำนันตำบลปริก โดยผ่านเวทีประชาคมหมู่บ้าน จำนวน 300,000 บาท ได้นำไปซื้อเครื่องกวนแชมพู ทำให้เหลืองบอยู่แสนกว่าบาท จึงขออุดหนุนเพิ่มจากองค์การบริหารส่วนตำบลปริก อีก 50,000 บาท เพื่อนำไปจัดซื้ออุปกรณ์ทำสบู่ก้อน จากนั้นเริ่มผลิตสบู่ก้อนออกจำหน่ายด้วย

ในปี พ.ศ.2546 ทางกลุ่มได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรผลิตภัณฑ์ตำบล (OTOP) ในระดับประเทศ ได้ 3 ดาว เนื่องจากขณะนั้น สบู่ยังไม่มีตรา มพช. (มาตรฐานสินค้าชุมชน) ปีต่อมาทางกลุ่มได้พัฒนาต่อยอดผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้น มีทั้งสบู่เหลว และโลชั่น โดยสูตรที่ทำสินค้าเป็นที่รู้จักของลูกค้าคือ สูตรนมแพะ

“ขณะนั้นกระแสนมแพะกำลังมาแรง ดิฉันจึงนำความต้องการของตลาดมาใช้ผลิตสินค้าของกลุ่ม นมแพะมีโมเลกุลที่เล็ก และมีไลโปโซมธรรมชาติ สามารถซึมลึกถึงผิวชั้นล่าง จึงเป็นที่นิยมของลูกค้า และได้รับการพัฒนาสูตรจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ด้วย ทำให้ลูกค้ามั่นใจในผลิตภัณฑ์ของเรามากยิ่งขึ้น โดยปีนี้โลชั่นนมแพะของเราได้รับการคัดสรรในระดับประเทศเป็นผลิตภัณฑ์ตำบล 4 ดาวด้วย” นางสมบุรณ์ ทวีใจ กล่าว

สำหรับกลุ่มแปรรูปสมุนไพรรวมใจภักดิ์ ได้ผลิตสินค้าชุมชนภายใต้ชื่อแบรนด์ “สุชาวดี” จากการไปออกบูธทั่วประเทศ ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก และนิยมอย่างมากจากผู้บริโภค ปัจจุบันได้วางขายไปทั่วประเทศ โดยเฉพาะเมืองใหญ่ ๆ ได้แก่ เชียงใหม่ หาดใหญ่ กรุงเทพฯ และมีผู้สนใจเป็นตัวแทนจำหน่ายอีกหลายจังหวัด เช่น นครพนม แพร่ ร้อยเอ็ด เป็นต้น

ปัจจุบันนี้ ถือว่าเป็นความสำเร็จในระดับหนึ่งของกลุ่ม ซึ่งยังต้องมีการพัฒนาสินค้ากันต่อไป ขณะนี้ทางกลุ่มยังขาดอุปกรณ์ในการผลิต รวมทั้งเงินทุนหมุนเวียน และการตลาดที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร รายได้ต่อเดือนขณะนี้อยู่ที่ประมาณ 20,000 – 50,000 บาท

นางสมบุรณ์ ทวีใจ ฝากว่า จุดเด่นของสินค้าภายใต้แบรนด์ “สุชาวดี” คือการใช้สารธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมีและเป็นสินค้าที่เกิดจากชุมชน อยากฝากให้คนในตำบลช่วยกันสนับสนุนสินค้าของตำบลเรา เพื่อเป็นกำลังใจและสร้างรายได้ให้คนในตำบลปริกอีกด้วย

รางวัลที่ได้สร้างความภาคภูมิใจให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตกา จังหวัดสงขลา ได้แก่ โลชน้ำมันมะพร้าว ได้รับการคัดสรรในระดับประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว ประจำปี 2553 ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) จังหวัดสงขลา ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

2.6.2 คณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

คณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรณญิก ประชาสัมพันธ์ และกรรมการ รวม 11 คน ดังนี้

1) นางสาวบุรณ์	ทวีใจ	ประธานกลุ่ม
2) นางสาวน้อย	บุญเยี่ยม	รองประธานกลุ่ม
3) นางสาวไธ	หนูไธ	เหรัญญิก
4) นางสาวภรณ์	มหาพรหม	ประชาสัมพันธ์
5) นางสาวสรดา	อินทร์นาค	กรรมการและผู้ใหญ่บ้าน
6) นางสาวพร	แก้วจรัส	กรรมการ
7) นางสาวพรวน	ศรีชัย	กรรมการ
8) นางสาวปราณี	ศรีชัย	กรรมการ
9) นางสาวปิ่นนุช	ทวีใจ	กรรมการ
10) นางสาวเพ็ญศิริ	บุญเยี่ยม	กรรมการ
11) นางสาวมยุรี	เพชรศรี	เลขานุการ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทิวา แก้วเสริม (2551) ศึกษาเรื่องปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บบันทึกข้อมูล ทำการคิดวิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 93 คน (ร้อยละ 82.30) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 44 คน (ร้อยละ 38.90) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรในปี 2549 ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 3 ดาว จำนวน 46 ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 40.70) รองลงมาคือ 4 ดาว จำนวน 30 ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 26.50) ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่นิยมผลิตจะเป็นประเภทอาหาร จำนวน 38 ผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 33.60) มีกำลังการผลิตใน 1 ครั้ง น้อยกว่า 1,000 กิโลกรัม ต่อชิ้น/กล่อง/ถุง/ จำนวน 85 ผลิตภัณฑ์ สถานที่จำหน่าย

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าของตนเอง จำนวน 61 สถานที่ (ร้อยละ 54.00) ในการผลิตมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 50 ผลิตภัณฑ์ รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 1,001-5,000 บาท จำนวน 29 คน (ร้อยละ 25.70) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องทักษะการบริหารจัดการกลุ่มอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการมีศักยภาพในการจัดการด้านการบริหารจัดการกลุ่มและเครือข่ายทำให้การบริหารจัดการกลุ่มดำเนินไปด้วยดีไม่ประสบปัญหา ปัญหาในเรื่องของการสร้างและพัฒนาเครือข่ายและความต้องการให้มีผู้แทนจำหน่ายทำการตลาดให้อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถดำเนินการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์ออกมาจำหน่ายให้กับผู้บริโภคโดยประสบปัญหาเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังต้องการคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องขอให้เข้ามาช่วยในการให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการในเรื่องนี้โดยตรงและผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานทางภาครัฐในเรื่องการออกแบบและสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากที่สุด มีจำนวน 55 คน (ร้อยละ 48.67) รองลงมาคือเรื่องความต้องการสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 30 คน (ร้อยละ 26.54) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลาย มีจำนวน 15 คน (ร้อยละ 13.27) การจัดให้มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าในกลุ่ม จำนวน 11 คน (ร้อยละ 9.73)

นางนุช อิ่มเรืองและคณะ (2554) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิมเกิดขึ้นจากการรวมตัวของสตรีที่มีฝีมือในการทอผ้าไหมเพื่อหารายได้เสริมจากฤดูทอผ้า ประกอบกับชุมชนมีสภาพพื้นที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำเกษตรกรรมเท่าที่ควรส่งผลให้ประชาชนหันมาทอผ้าไหมเป็นอาชีพเสริมเพิ่มมากขึ้น การบริหารจัดการกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นด้านการดำเนินงาน ด้านการผลิต ด้านการตลาดและด้านเงินทุน เป็นไปอย่างมีระบบ ส่วนด้านเงินทุนมีข้อจำกัดของแหล่งเงินทุนที่มีผลต่อปัจจัยการผลิต ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มจะมาจากการบริหารจัดการกลุ่มที่มีประสิทธิภาพในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะขั้นตอนการผลิตที่กลุ่มมีสมาชิกที่มีทักษะฝีมือการผลิตที่ได้มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาจึงมีคุณภาพ พร้อมกันนั้นกลุ่มก็มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการบันทึกผลผลิตผ้าไหมมัดหมี่ลายต่าง ๆ ลงในสื่อ เพื่อเป็นหลักฐาน ถ่ายทอดให้ลูกหลานได้ศึกษาเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาอันล้ำค่าของบรรพบุรุษ ประกอบกับการพัฒนาความรู้ของคณะกรรมการกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม ในด้านการผลิต การตลาด ให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะพัฒนาและสามารถแข่งขันกับวิสาหกิจกลุ่มอื่นได้อย่างยั่งยืน

พนิดา ไพรนารี (2554) ศึกษาเรื่อง การจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการบริหารงาน 1-3 ปี ผลผลิตของกลุ่มที่บรรจุภัณฑ์ไม่มีตราสัญลักษณ์ ยี่ห้อ ไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง จำนวนพนักงานทั้งหมด (ทั้งแบบรายเดือน และรายวัน) จำนวนพนักงาน 10-30 คน มูลค่ารวมของสินทรัพย์ถาวร (รวมที่ดิน) โดยประมาณ 1,000,001-2,000,000 บาท ยอดขายรวมต่อปี ในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ 300,001-500,000 บาท ผลกำไรก่อนหักภาษีในปีที่ผ่านมา โดยประมาณ 400,001-600,000 บาท แหล่งที่มาของเงินทุนของสมาชิกในกลุ่ม สถาบันการเงิน หรือหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือหรือกู้ยืมกองทุนหมู่บ้าน ซึ่งได้รับความช่วยเหลือหรือสนับสนุนจากหน่วยงานกรมพัฒนาชุมชน เช่น OTOP ผลผลิตของกลุ่มได้รับการรับรองจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน

รัสมนต์ คำศรี (2557) ศึกษาเรื่อง ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผ้าทอเกาะขอม: กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะขอม ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะขอม มีลักษณะการดำเนินการที่เป็นระบบ และมีศักยภาพด้านการธำรงรักษาสืบสานและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

สมบุญณ์ ชันธิโชติ และชัชวาลย์ รอดยิ้ม (2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี: กรณีศึกษากลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสังเกต ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ประกอบด้วยผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จังหวัดนนทบุรี จำนวน 8 คน การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผลผลิต OTOP กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จังหวัดนนทบุรี ส่วนใหญ่เป็น ประเภทสมุนไพร ครีมนวด เป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปทั้งภายในจังหวัดและต่างจังหวัด ผลผลิตเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้วัตถุดิบทรัพยากรในพื้นที่มีเพียงพอ ปัญหาที่พบ คือ ผู้ประกอบการ OTOP ขาดความรู้ความเข้าใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์-บรรจุภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์ ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด เครือข่าย OTOP ไม่เข้มแข็งขาดความร่วมมือของบุคคลในเครือข่าย ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน การได้รับการส่งเสริม สนับสนุนจากรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนจากส่วนกลาง และภายในจังหวัดยังไม่ต่อเนื่อง การพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการร่วมกันจัดตั้งเครือข่ายผู้ประกอบการกลุ่ม OTOP ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองกับผู้จัดจำหน่ายและหน่วยงานต่าง ๆ ที่จัดกิจกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ OTOP สินค้าของกลุ่มมีลักษณะคล้ายกัน ต้องมีการคัดเลือกสินค้าเด่นของกลุ่มเพื่อทำการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของกลุ่มหรือ

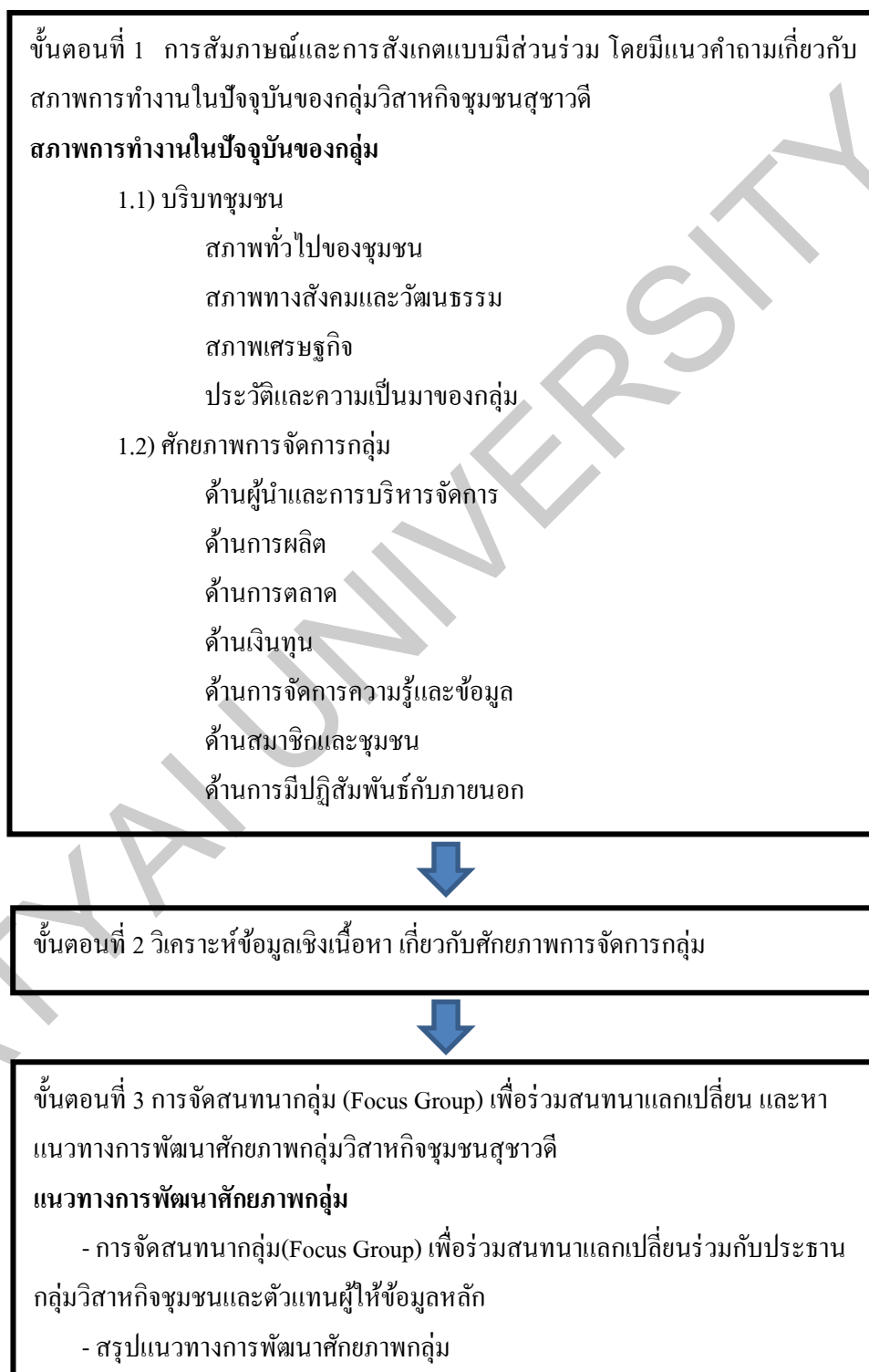
เครือข่าย โดยสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันต้องเลือกสินค้าที่เด่นที่สุดในการนำเสนอ จัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการ OTOP สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารของจังหวัดนนทบุรีเพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการปรึกษาหารือ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งในการจำหน่ายสินค้าต้องสร้างตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักกับผู้บริโภค

สุธีรา ไชยเทพ (2548) ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนแตกต่างจากธุรกิจชุมชน เพราะเป้าหมายคือ รอด ส่วนธุรกิจชุมชนเป้าหมายคือ กำไร เพื่อให้ชุมชนมีความสุขและพอเพียง มีชีวิตครอบครัวและชุมชนเป็นที่ตั้ง ช่วยเหลือเกื้อกูลกันไม่ใช่การแข่งขัน ซึ่งทางรัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญของวิสาหกิจชุมชน จึงให้ความช่วยเหลือต่อกลุ่มชุมชนผ่านหน่วยงานสนับสนุนภาครัฐมาโดยตลอด วิสาหกิจชุมชนมีเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาดำเนินการเพื่อให้เกิดการพึ่งตนเองเป็นอันดับแรกแต่สามารถดำเนินการสัมพันธ์กับตลาดได้ หากมีเหลือกินเหลือใช้ มีการเรียนรู้ด้านการจัดการเมื่อต้องเข้าสู่การแข่งขันทางการตลาด ใช้ความเป็นกลุ่ม เป็นเครือข่าย ภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจ (Competitive Advantage) ดังที่ทำกันในนามของ OTOP หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีทั้งกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มพัฒนาสตรี และกลุ่มแปรรูปอาหาร ซึ่งต่างก็เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยได้พิจารณาแนวคิดและผลการวิจัย เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่ม ศักยภาพการจัดการกลุ่ม และแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการจัดการกลุ่ม ได้แก่ ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด เงินทุน การจัดการความรู้และข้อมูล สมาชิกและชุมชน และการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก เพื่ออธิบายถึงศักยภาพในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนขึ้น

2.8 กระบวนการวิจัย

แผนผังแสดงลำดับกระบวนการวิจัยและวิธีการเก็บข้อมูล ดังแสดงในภาพประกอบ 2.4



ภาพประกอบ 2.4 แผนผังแสดงลำดับกระบวนการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งศึกษาสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่ม และศึกษา ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา โดยทำการ เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม เพื่อร่วมสนทนา แลกเปลี่ยนร่วมกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและตัวแทนผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก ในประเด็นของการศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย คือ ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ(ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เภรัญญิก) ผู้นำกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือบุคคลที่เป็นที่เคารพ ของหมู่บ้าน) สมาชิกกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ของรัฐ (นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปริก ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานพัฒนาชุมชน) ซึ่งประกอบด้วย รายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มหรือบุคคลที่มีส่วนสำคัญ และผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในการพัฒนาและดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัด สงขลา โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คน เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ หมายถึง ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เภรัญญิก จำนวน 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพการทำงานในปัจจุบัน และศักยภาพการจัดการของกลุ่ม เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการจัดการด้านต่าง ๆ

กลุ่มที่ 2 ผู้นำกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง ผู้ใหญ่บ้าน และ/หรือบุคคลที่เป็นที่เคารพ ของหมู่บ้าน ซึ่งเป็นที่ปรึกษาของกลุ่ม จำนวน 2 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายในการมอง ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

กลุ่มที่ 3 สมาชิกกลุ่ม หมายถึง คณะกรรมการกลุ่มและผู้มีส่วนร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่ม การให้ความ ร่วมมือและขวัญกำลังใจของสมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนร่วม จำนวน 22 คน

กลุ่มที่ 4 เจ้าหน้าที่ของรัฐ หมายถึง เจ้าหน้าที่ทางราชการที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบและ ดูแลชุมชน ได้แก่ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปริก ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก และ

เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานพัฒนาชุมชน จำนวน 3 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ผู้วิจัยมีการตั้งประเด็นคำถามโดยมีแนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มซึ่งแบ่งออกเป็นบริบทชุมชน และศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการจัดการกลุ่มเพื่ออธิบายถึงศักยภาพในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนขึ้น ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1) ประเภทของผู้ให้ข้อมูล

- สัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และเหรัญญิก
- สัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ จำนวน 2 คน ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน และ/หรือ บุคคลที่เป็นที่เคารพ
- สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนร่วม จำนวน 22 คน
- สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 3 คน ประกอบด้วย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปริก ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานพัฒนาชุมชน

2) สภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา

2.1) บริบทชุมชน

- สภาพทั่วไปของชุมชน
- สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม
- สภาพเศรษฐกิจ
- ประเพณีและความเป็นมาของกลุ่ม

2.2) ศักยภาพการจัดการกลุ่ม

- ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ
- ด้านการผลิต

- ด้านการตลาด
- ด้านเงินทุน
- ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล
- ด้านสมาชิกและชุมชน
- ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

สำหรับการเข้าไปพูดคุยและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งในส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดีและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้วิจัยได้ยึดหลักความเป็นกลาง ไม่เอาทัศนคติของผู้วิจัย เข้าไปชี้นำแต่อย่างใด หากแต่ใช้กระบวนการในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล แล้วนำมาพิจารณาและวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่ม และศักยภาพการจัดการกลุ่ม เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสระเค็ด จังหวัดสงขลา ให้ดียิ่งขึ้น

3.2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาร่วมจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ตัวแทนผู้นำกลุ่ม จำนวน 2 คน ตัวแทนสมาชิกกลุ่ม จำนวน 6 คน และตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 2 คน เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติ เกี่ยวกับสภาพการทำงานและศักยภาพการจัดการกลุ่ม และทำผลสรุปขั้นสุดท้าย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสระเค็ด จังหวัดสงขลา ต่อไป

3.3 การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

3.3.1 ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการจัดการวิสาหกิจชุมชน เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.3.2 สร้างแบบสัมภาษณ์ฉบับร่างและนำเสนอคนที่ปรึกษาวิจัย เพื่อทำการตรวจสอบและแก้ไขแบบสัมภาษณ์ ให้มีความถูกต้องเหมาะสม สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการศึกษาครั้งนี้

3.3.3 นำแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์มาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะให้สมบูรณ์ และให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหาต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมผู้วิจัย ต้องการข้อมูลแบบเจาะลึกในประเด็นเกี่ยวกับสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่ม ซึ่งแบ่งออกเป็น บริบทชุมชน และศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัด สงขลา โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการจัดการกลุ่ม เพื่ออธิบายถึงศักยภาพ ในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนขึ้น จึงต้องขอข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งในส่วน ของ ผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ของรัฐ ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อเป็นการสร้างความคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูลหลัก อีกทั้งต้องอาศัยช่วงเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเสร็จสิ้น จากภารกิจหลักในแต่ละวัน จึงนัดวันและเวลาทั้งในส่วนของผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ ของรัฐ เพื่อเข้าไปสังเกตการณ์ ทำความรู้จัก พูดคุย สันทนา ดูขั้นตอนการผลิต และสัมภาษณ์ตาม แบบสัมภาษณ์เป็นระยะ ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกต่อไป และตรงกับสภาพการทำงานปัจจุบัน และศักยภาพการจัดการกลุ่มมากที่สุด

3.4.2 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ที่มีการตั้งประเด็น คำถามและผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว สำหรับการเข้าไปพูดคุยและสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งในส่วนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี และเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้วิจัยได้ยึดหลัก ความเป็นกลาง ไม่เอาทัศนคติของผู้วิจัย เข้าไปชี้นำแต่อย่างใด หากแต่ใช้กระบวนการในการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูล แล้วนำมาพิจารณาและวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่ม และศักยภาพการจัดการกลุ่ม เพื่อหาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ให้มีความเข้มแข็งที่ดี ยิ่งขึ้น

3.4.3 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนาและร่วมปรึกษารื้อกับ ตัวแทนผู้นำกลุ่ม จำนวน 2 คน ตัวแทนสมาชิกกลุ่ม จำนวน 6 คน และตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 2 คน รวมจำนวน 10 คน เพื่อร่วมสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนคติ เกี่ยวกับสภาพการทำงานและ ศักยภาพการจัดการกลุ่ม และทำผลสรุปขั้นสุดท้าย เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา และนำองค์ความรู้ไปถ่ายทอดแก่กลุ่ม วิสาหกิจชุมชนสุชาวดี และหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ทำหน้าที่ให้การส่งเสริม สนับสนุนกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนต่อไป

3.4.4 แผนการดำเนินงานตลอดการวิจัย ผู้วิจัยได้จัดทำแผนการดำเนินงานตลอดการวิจัย ดังแสดงในตาราง 3.1 แผนการดำเนินงานวิจัย

ตาราง 3.1 แผนการดำเนินงานวิจัย

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	วิธีการเก็บข้อมูล/ เครื่องมือ	สถานที่	ผลที่ได้รับ
1. เพื่อศึกษา สภาพการทำงาน ในปัจจุบันของ กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี	- ศึกษาข้อมูลจาก เว็บไซต์องค์การ บริหารส่วนตำบล ปริก - ติดต่อองค์การ บริหารส่วนตำบล ปริกเพื่อขอข้อมูล เบื้องต้นและ สัมภาษณ์ นายก อบต. , ปลัด อบต. และเจ้าหน้าที่ที่ เกี่ยวข้อง - ติดต่อผู้นำกลุ่ม เพื่อลงพื้นที่และ นัดสัมภาษณ์กลุ่ม วิสาหกิจชุมชน สุชาวดี เกี่ยวกับ ข้อมูลสภาพการ ทำงานปัจจุบันของ กลุ่ม	- ข้อมูลจาก http://tambonprik.go.th - ลงพื้นที่เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์กับกลุ่ม - ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมี โครงสร้าง สัมภาษณ์ แบบเชิงลึก เกี่ยวกับ สภาพการทำงานใน ปัจจุบันของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ซึ่งแบ่งออกเป็นบริบท ชุมชนและศักยภาพการ จัดการกลุ่มทั้ง 7 ด้าน	- องค์การ บริหารส่วน ตำบลปริก - กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี	ได้ข้อมูลสภาพการ ทำงานในปัจจุบัน ของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี ซึ่งแบ่งออกเป็น บริบทชุมชนและ ศักยภาพการ จัดการกลุ่มทั้ง 7 ด้าน
2. เพื่อศึกษา ศักยภาพการ จัดการกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน สุชาวดี	วิเคราะห์ข้อมูลเชิง เนื้อหา จากการลง พื้นที่สัมภาษณ์	วิเคราะห์ข้อมูลเชิง เนื้อหาที่ได้จากการลง พื้นที่เพื่อสร้าง ความสัมพันธ์กับกลุ่ม และจากแบบสัมภาษณ์ กึ่งมีโครงสร้าง สัมภาษณ์ แบบเชิงลึก เกี่ยวกับ สภาพการทำงานใน ปัจจุบันของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ซึ่งแบ่งออกเป็นบริบท	- องค์การ บริหารส่วน ตำบลปริก - กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี	ได้ข้อมูลศักยภาพ การจัดการกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน สุชาวดี ทั้ง 7 ด้าน

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	วิธีการเก็บข้อมูล/ เครื่องมือ	สถานที่	ผลที่ได้รับ
		ชุมชนและศักยภาพการจัดการกลุ่มทั้ง 7 ด้าน		
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนา ศักยภาพกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน สุชาวดี	ใช้วิธีการสนทนากลุ่มและร่วม ปรึกษาหารือกับ ตัวแทนผู้นำกลุ่ม ตัวแทนสมาชิก กลุ่ม และตัวแทน เจ้าหน้าที่ของรัฐ เพื่อแลกเปลี่ยน ทัศนคติ เกี่ยวกับ สภาพการทำงาน และศักยภาพการ จัดการกลุ่ม และ ทำผลสรุปขึ้น สุดท้าย เพื่อหา แนวทางการพัฒนา ศักยภาพกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน สุชาวดี	ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับ ตัวแทนผู้นำกลุ่ม จำนวน 2 คน ตัวแทนสมาชิก กลุ่ม จำนวน 6 คน และ ตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 2 คน รวม จำนวน 10 คน	- องค์การบริหารส่วน ตำบลปริก - กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี	ได้ข้อมูลแนว ทางการพัฒนา ศักยภาพกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน สุชาวดี
4. สรุป ผลการวิจัยและ เขียนรายงานการ วิจัย	สรุปผลการวิจัย และเขียนรายงาน การวิจัย	ทบทวนข้อมูล วิเคราะห์ ข้อมูลและเขียนรายงาน การวิจัย	- องค์การบริหารส่วน ตำบลปริก - กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี	ได้รายงานการวิจัย
5. นำผลงานวิจัย ไปใช้ประโยชน์ กับองค์กรและ ชุมชน	ส่งมอบผลงานวิจัย เพื่อนำไปใช้ ประโยชน์ แก่ องค์กรบริหาร ส่วนตำบลปริก และกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี	ติดต่อทำหนังสือส่งมอบ ผลงานวิจัยให้แก่องค์กร บริหารส่วนตำบลปริก และกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สุชาวดี	- องค์การบริหารส่วน ตำบลปริก - กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี	องค์ความรู้ถูก นำไปถ่ายทอดแก่ กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนสุชาวดี และ องค์กรบริหาร ส่วนตำบลปริก เพื่อให้หน่วยงาน

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	วิธีการเก็บข้อมูล/ เครื่องมือ	สถานที่	ผลที่ได้รับ
				ได้นำไปใช้ ประโยชน์ในเชิง พาณิชย์ และ เชิงนโยบายต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Credibility) ของผลการวิจัยที่ได้จากประเด็นการศึกษาข้อมูล การตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่มตัวแทนผู้ให้ข้อมูลหลัก และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และหลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาใช้ในการวิเคราะห์สภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่ม ซึ่งแบ่งออกเป็นบริบทชุมชนและศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา โดยครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จของการจัดการกลุ่ม ได้แก่ ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด เงินทุน การจัดการความรู้และข้อมูล สมาชิกและชุมชน และการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก เพื่ออธิบายถึงศักยภาพในการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนขึ้น และหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา โดยทำการตรวจสอบความถูกต้องและนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐ ช่วยตรวจสอบ และทำผลสรุปขั้นสุดท้าย เพื่อนำผลการวิเคราะห์ และองค์ความรู้ไปถ่ายทอดแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี และหน่วยงานภาครัฐและองค์กรที่ทำหน้าที่ให้การส่งเสริม สนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ในการกำหนดแนวทางการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งสรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

4.1 สภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

4.2 ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

4.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

4.1 สภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

4.1.1 บริบทชุมชน ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

1) สภาพทั่วไปของชุมชน

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบ และที่ราบเชิงเขา มีแหล่งน้ำ เช่น คลองอู่ตะเภา คลองพังลา คลองปริก เอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา สวนมังคุด และสวนลองกอง ซึ่งประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจราคาพืชผลตกต่ำ ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ชาวบ้านจึงได้รวมกลุ่มกันก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนเพื่อการแก้ไขปัญหาาร่วมกันของกลุ่ม โดยมีเงินออมทรัพย์ของทางกลุ่ม ในช่วงแรกมีการระดมทุนเพิ่มจากสมาชิกกลุ่มจำนวน 30 คน หุ้่นละ 100 บาท รวมเป็น 12,000 บาท และได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนอำเภอสะเตา และองค์การบริหารส่วนตำบลปริก ในด้านงบประมาณ เครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต และเริ่มผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทบำรุงผิวและความงาม และใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น เช่น ดินมะหาด มังคุด และน้ำมันมะพร้าว นำมาสกัดสารสำคัญที่อยู่ในสมุนไพรมาใช้บำรุงผิวพรรณเพื่อความงาม เริ่มแรกผลิตสินค้าจำพวกยาสระผมและสบู่ นำออกวางขายในงานโอท็อปจังหวัดและที่อื่น ๆ สินค้าเริ่มขายดี เป็นที่รู้จัก และนิยมอย่างมากจากผู้บริโภค ปัจจุบันได้วางขายไปทั่วประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ สงขลา กรุงเทพฯ และมีผู้สนใจเป็นตัวแทนจำหน่ายอีกหลายจังหวัด เช่น นครพนม แพร่ ร้อยเอ็ด เป็นต้น

2) สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

ชาวบ้านช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่มแม่บ้าน แต่ช่วงหลังมีการแข่งขันด้านการเลือกตั้งผู้ใหญ่บ้าน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ส่งผลให้ชาวบ้านบางกลุ่มแบ่งพรรคแบ่งพวกกัน แต่การทำงานในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็ยังคงขับเคลื่อนต่อไปได้ เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่ยังคงรวมกลุ่มกันมีการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในหมู่บ้าน เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก และประเพณีสำคัญทางศาสนา เป็นต้น

3) สภาพเศรษฐกิจ

ชาวบ้าน หมู่ 11(บ้านบางแห้ง) ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ สวนยางพารา สวนมังคุด และสวนลองกอง รายได้ในครัวเรือนค่อนข้างดี มีการจับจ่ายซื้อสินค้า มีหนี้สินน้อยมาก มีการตั้งกลุ่มออมทรัพย์ของหมู่บ้าน แต่ปัจจุบันราคาสินค้าทางการเกษตรและยางพาราคงต่ำ ส่งผลให้ชาวบ้านมีหนี้สินจากการผ่อนชำระสินค้ามากขึ้น แต่ยังคงมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่ผลิตสินค้าทั้งขายปลีกและขายส่ง และร่วมออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามงานเทศกาลต่าง ๆ ช่วยเพิ่มรายได้เสริมให้แก่ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกกลุ่ม เฉลี่ย 3,000 – 5,000 บาทต่อเดือน และผลกำไรบางส่วนนำมาจัดกิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์ปีใหม่ และกิจกรรมวันเด็กในหมู่บ้าน

4) ประวัติและความเป็นมาของกลุ่ม

นางสมบูรณ์ ทวีใจ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี เล่าว่า เมื่อปี พ.ศ.2544 ตนและกลุ่มแม่บ้านหมู่ที่ 11 หมู่บ้านทุ่งหลุมนก (บ้านบางแห้ง) ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ได้รวมตัวตั้งกลุ่มรวมใจรักดี เพื่อออมเงิน ต่อมาคิดว่าควรทำผลิตภัณฑ์ตำบลเพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มขึ้น จึงทำยาสระผมสมุนไพร จากย่านสะบ้า มะกรูด อัญชัน ต่อมาปี พ.ศ.2545 ทางกลุ่มได้รับงบประมาณจาก องค์การบริหารส่วนตำบลปริก ซึ่งมีนางปริศนา หมัดเลียด เป็นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลปริก และงบกระตุ้นเศรษฐกิจโดยกำนันตำบลปริก โดยผ่านเวทีประชาคมหมู่บ้าน จำนวน 3 แส่นบาท ได้นำไปซื้อเครื่องกวนแชมพู ทำให้เหลืองบอยู่แสนกว่าบาท จึงขออนุมัติเพิ่มจากองค์การบริหารส่วนตำบลปริก อีก 5 หมื่นบาท เพื่อนำไปจัดซื้ออุปกรณ์ทำสบู่ก้อน จากนั้นเริ่มผลิตสบู่ก้อนออกจำหน่ายด้วย

ในปี พ.ศ.2546 ทางกลุ่มได้ส่งผลิตภัณฑ์เข้าคัดสรรผลิตภัณฑ์ตำบล (OTOP) ในระดับประเทศ ได้ 3 ดาว เนื่องจากขณะนั้น สบู่ยังไม่มีตรา มผช.(มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) ปีต่อมาทางกลุ่มได้พัฒนาต่อยอดผลิตสินค้าเพิ่มมากขึ้น มีทั้งสบู่เหลว และโลชั่น โดยสูตรที่ทำสินค้าเป็นที่รู้จักของลูกค้าคือ สูตรนมแพะ

“ขณะนั้นกระแสนมแพะกำลังมาแรง ดิฉันจึงนำความต้องการของตลาดมาใช้ผลิตสินค้าของกลุ่ม นมแพะมีโมเลกุลที่เล็ก และมีไลโปโซมธรรมชาติ สามารถซึมลึกถึงผิวชั้นล่าง จึงเป็นที่นิยมของลูกค้า และได้รับการพัฒนาสูตรจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ด้วย ทำให้ลูกค้านั่นใจในผลิตภัณฑ์ของเรามากยิ่งขึ้น โดยปีนี้โลชั่นนมแพะของเราได้รับการคัดสรรในระดับประเทศเป็นผลิตภัณฑ์ตำบล 4 ดาวด้วย” นางสาวบุรณ ทวีใจ กล่าว (วารสารองค์การบริหารส่วนตำบลปริก, 2558)

สำหรับกลุ่มแปรรูปสมุนไพรรวมใจภักดิ์ ได้ผลิตสินค้าชุมชนภายใต้ชื่อแบรนด์ “สุชาวดี” จากการไปออกบูธทั่วประเทศ ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จัก และนิยมอย่างมากจากผู้บริโภค ปัจจุบันได้วางขายไปทั่วประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ สงขลา กรุงเทพฯ และมีผู้สนใจเป็นตัวแทนจำหน่ายอีกหลายจังหวัด เช่น นครพนม แพร่ ร้อยเอ็ด เป็นต้น ปัจจุบันทางกลุ่มมีผลิตภัณฑ์จำนวน 17 ชนิด ได้แก่ โลชั่นนํ้านมแพะ สบู่เหลวผสมนํ้านมแพะ สบู่ก้อนผสมนํ้านมแพะ สบู่ก้อนเปลือกมังคุด-นํ้านมแพะ สบู่เหลวและสบู่ก้อนมะหาด โลชั่นนมแพะผสมมะหาด โทนเนอร์ ครีมบำรุงผิวสูตรกลางวัน ครีมบำรุงผิวสูตรกลางคืน ครีมบำรุงรอบดวงตา เซรั่มผสมทองคำ กลี้อัดผิวธรรมชาติ สมุนไพรพอกหน้า-ขัดผิว มาร์คหน้าทองคำ นํ้ามันมะพร้าวสกัดเย็น นํ้าแร่ธรรมชาติ และแชมพูผสมครีมเนวดผสม โดยผลิตภัณฑ์ทุกชนิดได้ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) องค์การอาหารและยา (อย.) และเครื่องหมายรับรองฮาลาล เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

นางสาวบุรณ ทวีใจ ฝากว่า จุดเด่นของสินค้าภายใต้แบรนด์ “สุชาวดี” คือการใช้สารธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมีและเป็นสินค้าที่เกิดจากชุมชน อยากฝากให้คนในตำบลช่วยกันสนับสนุนสินค้าของตำบลเราเพื่อเป็นกำลังใจและสร้างรายได้ให้คนในตำบลปริกอีกด้วย

รางวัลที่ได้สร้างความภาคภูมิใจให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตง จังหวัดสงขลา ได้แก่ โลชั่นนํ้านมแพะ ได้รับการคัดสรรในระดับประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว ประจำปี 2553 ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) จังหวัดสงขลา ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ดังแสดงในภาพประกอบ 4.1 รางวัลและผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งจากรางวัลสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) องค์การอาหารและยา (อย.) และเครื่องหมายรับรองฮาลาล เป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่ยังคงต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์กันต่อไป ขณะนี้ทางกลุ่มยังขาดอุปกรณ์ในการผลิต รวมทั้งเงินทุนหมุนเวียน และการตลาดที่ยังไม่ดีเท่าที่ควร รายได้ต่อเดือนขณะนี้อยู่ที่ประมาณ 2-5 หมื่นบาท



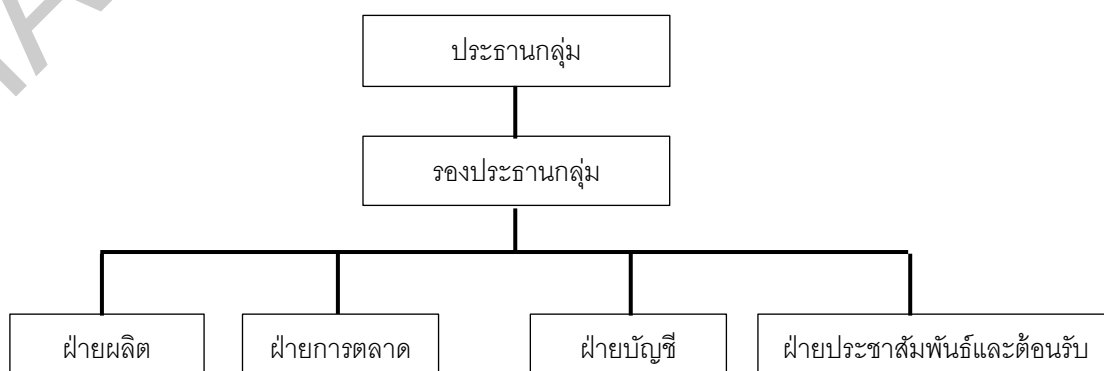
ภาพประกอบ 4.1 รางวัลและผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

4.1.2 การจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสระเตา จังหวัดสกล

1) ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิกซึ่งเป็นคณะกรรมการบริหารกลุ่ม จำนวน 11 คน และผู้มีส่วนร่วมในชุมชน ประมาณ 20 คน โดยสมาชิกมีการลงหุ้น หุ้นละ 100 บาท มีการบริหารจัดการกลุ่มแบบสมาชิกมีส่วนร่วมในลักษณะของกรรมการ ซึ่งประกอบด้วย

- 1.1) โครงสร้างการทำงาน คณะกรรมการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ประกอบด้วย ประธาน รองประธาน คณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ รวม 11 คน ดังแสดงในภาพประกอบ 4.2 โครงสร้างการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี



ภาพประกอบ 4.2 โครงสร้างการทำงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

1) นางสาวบุรณ	ทวิใจ	ประธานกลุ่ม
2) นางคล้อย	บุญเลียม	รองประธานกลุ่ม
3) นางอุไร	หนูอุไร	เหรัญญิก
4) นางจิราภรณ์	มหาพรหม	ประชาสัมพันธ์
5) นางลภัสรดา	อินทร์นาค	กรรมการและผู้ใหญ่บ้าน
6) นางอวยพร	แก้วจรัส	กรรมการ
7) นางสาวพรวน	ศรีชัย	กรรมการ
8) นางสาวปภาณี	ศรีชัย	กรรมการ
9) นางสาวปวิณัฐ	ทวิใจ	กรรมการ
10) นางเพ็ญศิริ	บุญเลียม	กรรมการ
11) นางมยุรี	เพชรศรี	เลขานุการ

บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการกลุ่ม มีดังนี้

1. รับผิดชอบด้านการผลิต ควบคุมการผลิต และตรวจสอบคุณภาพการผลิต
2. รับผิดชอบด้านการตลาด จัดหาสถานที่จำหน่าย และนำผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย
3. จัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของกลุ่ม
4. ร่วมประชุมปรึกษาหารือและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของกลุ่ม
5. ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และแหล่งเงินทุน
6. ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสาธารณประโยชน์

การดำเนินงานกลุ่มที่ทำให้มีประสิทธิภาพ และกลุ่มประสบความสำเร็จ มีการดำเนินการต่าง ๆ ดังนี้

1. มีการแบ่งแยกหน้าที่การดำเนินงานที่ชัดเจน โดยมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามโครงสร้างการทำงาน
2. กลุ่มจะมีการประชุมและปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ เมื่อมีปัญหา คณะกรรมการกลุ่มจะแจ้งให้สมาชิกทราบเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา
3. กลุ่มจะมีการปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับอย่างเคร่งครัด

1.2) ผู้นำ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขชาติ มีนางสมบุรณ ทวิใจ เป็นประธานกลุ่ม โดยผู้นำกลุ่มมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงานในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และผู้นำกลุ่มมีการติดตามให้ดำเนินการตามแผน และกฎระเบียบหรือข้อบังคับ จากการเข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขชาติ ทำให้สมาชิกมีรายได้เสริมเฉลี่ย 3,000 – 5,000 บาทต่อเดือน และทางกลุ่มฯ มีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี หุ้นละ 10 บาท

นอกจากนี้ผลกำไรบางส่วนจะแบ่งไปช่วยเหลือสังคม จัดกิจกรรมสังสรรค์ปีใหม่ และกิจกรรมวันเด็กของหมู่บ้าน ซึ่งแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสาธารณะและลูกค้า ดังคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“ผู้นำเป็นคนมีความสามารถ ดูแลและพัฒนากลุ่มได้ดี มีความคิด มีความเป็นนักผลิต นักขาย เป็นคนเก่ง เข้มแข็ง ต่อสู้ มีความสามารถพิเศษ เนื่องจากการจะรวมกลุ่มแม่บ้านเพื่อก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นเรื่องยาก เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพสวนยางพารา และสมัยนั้นยางมีราคาสูง แต่ประธานกลุ่มสามารถรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และพัฒนาต่อยอดสินค้าให้เป็นที่รู้จักและติดระดับ 4 ดาวได้” (ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปรก, 12 มกราคม 2558)

“การบริหารจัดการกลุ่ม กลุ่มค่อนข้างเป็นอิสระในตัวเอง การจัดการเป็นเรื่องภายในกลุ่มเอง แต่มีองค์การบริหารส่วนตำบลปรก และพัฒนาชุมชนอำเภอสะเตาะ คอยให้การสนับสนุน เช่น เงินทุนโครงการเศรษฐกิจชุมชน (โครงการหมู่บ้านละแสน)” (นักพัฒนาชุมชน, 12 มกราคม 2558)

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีศักยภาพด้านผู้นำและการบริหารจัดการ เนื่องจากทางกลุ่ม มีโครงสร้างการทำงาน แบ่งแยกหน้าที่การดำเนินงานที่ชัดเจน สมาชิกมีส่วนร่วมในลักษณะของกรรมการ และกลุ่มจะมีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อแก้ไขปัญหา ร่วมกัน และด้านผู้นำกลุ่มมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงานในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

2) ด้านการผลิต

วิสาหกิจชุมชนสุชาวดีได้มีการวางแผนการผลิต ซึ่งประกอบด้วยวัตถุดิบหลัก วัตถุดิบรอง วัสดุ อุปกรณ์ และเครื่องจักรในการผลิต การบริหารการผลิตของกลุ่ม จะควบคุมโดยประธานกลุ่ม และคณะกรรมการกลุ่ม เมื่อมีรายการสั่งซื้อจากลูกค้า การเตรียมออกงานเทศกาลต่าง ๆ และสินค้าที่ผลิตไว้ใกล้จะหมดสต็อก ทางประธานกลุ่มและคณะกรรมการกลุ่ม จะกระจายรายการสั่งซื้อให้สมาชิกกลุ่มผลิตสินค้า เพื่อส่งสินค้าให้ลูกค้า และนำสินค้าออกจำหน่ายตามงานเทศกาลต่าง ๆ โดยมีค่าแรงของสมาชิกที่ทำผลิตภัณฑ์ ดังนี้ ค่าบรรจุหีบห่อ 1 บาทต่อชิ้น ค่าทำผลิตภัณฑ์ 5 บาทต่อชิ้น และจำนวนการผลิตโดยเฉพาะสินค้าขายดี เช่น สบู่ก้อนเปลือกมังคุด-น้ำมันแพะ ผลิตครั้งละ 1,000 ชิ้น ส่วนสินค้าชนิดอื่น ๆ ผลิตครั้งละ 100 ชิ้น ซึ่งมีรายละเอียดและกระบวนการผลิต ดังนี้

2.1) วัตถุดิบ มีแหล่งวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตในท้องถิ่น เช่น มังคุด ต้นมะหาด บอระเพ็ด และน้ำมันแพะ ซึ่งเป็นสารธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมี และเป็นการลดต้นทุนในการผลิต ทั้งนี้มีการควบคุมกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามสูตรเพื่อป้องกันความผิดพลาด โดยมีต้นทุนวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิต ดังนี้

เม็ดสบู่ และหัวน้ำหอม ปอนด์ละ 900 บาท

เปลือกมังคุดแห้ง กิโลกรัมละ 1 บาท

น้ำมันมะพร้าว กิโลกรัมละ 80 บาท

ต้นมะหาด มะกรูด และบอระเพ็ด สามารถหาได้ในชุมชนและทางกลุ่มได้ปลูกไว้พอสำหรับการผลิต

2.2) กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีการควบคุมกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามสูตรเพื่อป้องกันความผิดพลาด ปัจจุบันทางกลุ่มมีผลิตภัณฑ์จำนวน 17 ชนิด การควบคุมคุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดได้ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) องค์การอาหารและยา (อย.) และ เครื่องหมายรับรองฮาลาล เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้รับการคัดสรรในระดับประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีจำนวนมาก ขอยกตัวอย่างกระบวนการผลิตสบู่ก้อนเปลือกมังคุด-น้ำมันมะพร้าว ซึ่งเป็นสินค้าขายดีของทางกลุ่ม ดังนี้

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสบู่ก้อนเปลือกมังคุด-น้ำมันมะพร้าว ประกอบด้วย เม็ดสบู่ หัวน้ำหอม น้ำสมุนไพร เปลือกมังคุดแห้ง น้ำมันมะพร้าว

อุปกรณ์การผลิต ประกอบด้วย กะละมัง ถังน้ำ เครื่องอบแห้ง เครื่องอัดเส้น เครื่องอัดแท่ง เครื่องอัดก้อน ถูพลาสติก กล่องบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนการผลิตสบู่ก้อนเปลือกมังคุด-น้ำมันมะพร้าว ดังนี้

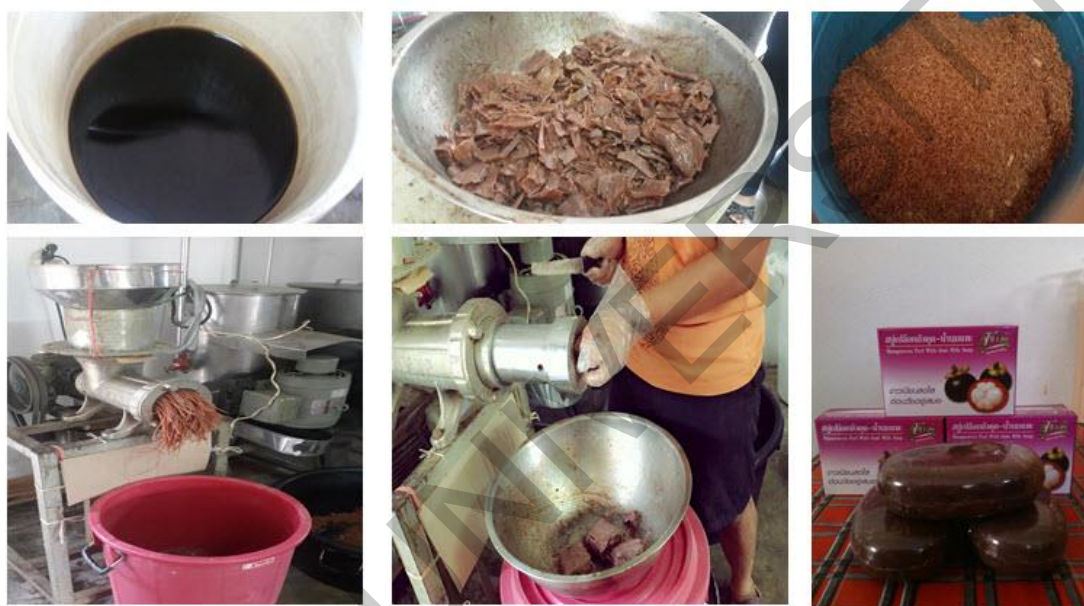
1. นำเปลือกมังคุดแห้ง มาตากแดด และเข้าเครื่องอบแห้ง
 2. จากนั้นนำเปลือกมังคุดที่ผ่านการอบแห้งแล้ว มาต้มกับน้ำสมุนไพร และนำมาผสมกับเม็ดสบู่ และน้ำมันมะพร้าว ให้เป็นเนื้อเดียวกัน
 3. เมื่อส่วนผสมทั้งหมดรวมเป็นเนื้อเดียวกัน นำเข้าเครื่องอัดเส้น จำนวน 4-5 รอบ
 4. นำเส้นสบู่ที่ผสมเป็นเนื้อเดียวกัน มาผสมกับน้ำหอม และนำเข้าเครื่องอัดแท่ง
 5. จากนั้นนำแท่งสบู่มาเข้าเครื่องอัดก้อน เป็นรูปวงรี และตัดแต่งทรงให้สวยงามซึ่งส่วนผสม 25 กิโลกรัม ได้สบู่ประมาณ 250 ก้อน
 6. นำสบู่ที่ได้มาห่อพลาสติกใส และใส่กล่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแบรนด์สุชาวดี
- ดังแสดงในภาพประกอบ 4.3 ขั้นตอนการผลิตสบู่ก้อนเปลือกมังคุด-น้ำมันมะพร้าว

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีศักยภาพในด้านการผลิต เนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นสารจากธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมี ซึ่งเป็นการลดต้นทุนในการผลิต และกระบวนการผลิตไม่ได้มีพิษ ที่เป็นมลพิษใดๆ มีการควบคุมกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามสูตรเพื่อป้องกันความผิดพลาด ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่ม มีการควบคุมคุณภาพสินค้าผ่านมาตรฐานชุมชนทุกชิ้น ดังคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“วัตถุดิบ และสมุนไพรต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตหาได้ในท้องถิ่นเราเอง เช่น มังคุด ต้นมะหาด บอระเพ็ด และน้ำมันมะพร้าว และแรงงานการผลิตก็มาจากคนในหมู่บ้านเราเอง ”

(ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ, 25 มีนาคม 2558)

“สมาชิกก็มีรายได้เสริมอีกทาง ในการขายมังคุด และสมุนไพรที่ปลูกไว้กับทางกลุ่ม เพื่อใช้ในการผลิต” (สมาชิกกลุ่ม, 25 มีนาคม 2558)



ภาพประกอบ 4.3 ขั้นตอนการผลิตสบู่อ่อนเปลือกมังคุด-น้ำมันมะพร้าว

3) ด้านการตลาด

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านการตลาด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลปริก พัฒนาชุมชนอำเภอสะเดา ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 เป็นต้น เป็นผู้แนะนำและสนับสนุนการร่วมออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามงานเทศกาลต่าง ๆ โดยในปี 2553 ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของสุชาวดี ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) จังหวัดสงขลา ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

3.1) ผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีผลิตภัณฑ์จำนวน 17 ชนิด มีการสร้างความแตกต่างของสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาด มีการแปรรูปสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โลชั่น สบู่เหลว สบู่ก้อน โทเนอร์ ครีมบำรุงผิว เซรั่ม แก๊สขัดผิวธรรมชาติ สมุนไพรพอกหน้า-ขัดผิว มาร์คหน้าทองคำ น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น น้ำแร่ธรรมชาติ และแชมพูผสมครีมนวดผม เป็นต้น การควบคุมคุณภาพสินค้า ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดได้ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) องค์การอาหารและยา (อย.) และเครื่องหมายรับรองฮาลาล เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้รับการคัดสรร

ในระดับประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว ประจำปี 2553 ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) จังหวัดสงขลา ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร อีกด้วย

3.2) การตั้งราคา ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี จะตั้งราคาขายปลีก เป็น 3 เท่าของต้นทุนในการผลิต และราคาขายส่ง เมื่อสั่งซื้อจำนวน 200 ชิ้น ขึ้นไป ลด 35 - 40% ต่อชิ้นจากราคาขายปลีกแต่ละชนิด ดังแสดงในตาราง 4.1 การตั้งราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ดังนี้

ตาราง 4.1 การตั้งราคาขายปลีกผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี จำนวน 17 ชนิด

ผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ	ขนาด	ราคา(บาท)
1. โลชั่นนํ้านมแพะ 	บำรุงผิวกายให้ขาวเนียนนุ่ม ชุ่มชื้น สามารถซึมลึกถึงผิวชั้นล่าง ช่วยฟื้นฟูสภาพผิวที่มีปัญหา กระ ริวรอย จุดด่างดำ ผื่นคันให้ดีขึ้น สารสำคัญในนํ้านมแพะ ช่วยผลิตเซลล์ผิวเก่าเผยผิวใหม่ กระชับ สดใสอ่อนวัยขึ้น	250 มล.	199
2. สบู่เหลวผสมนํ้านมแพะ 	ทำความสะอาดผิวหน้าและผิวกายได้อย่างสะอาดหมดจด พร้อมการบำรุงผิวในขณะเดียวกันผิว จึงเนียน นุ่ม ละมุนละไมเหมือนอาบนํ้านม	500 มล.	220
3. สบู่ก้อนนํ้านมแพะ 	สบู่ นํ้านมแพะ คุณสมบัติทำความสะอาด ผิวหน้า ผิวกาย พร้อมการบำรุงผิวในขั้นตอนเดียว ผิวดูเกลี้ยงเกลา กระจางใส คืนความอ่อนวัยให้ผิวอีกครั้ง	100 กรัม	59
4. สบู่ก้อนเปลือกมังคุด - นํ้านมแพะ 	สบู่เปลือกมังคุด ทำความสะอาดผิวกาย และผิวหน้าอย่างล้ำลึก ขจัดคราบเหงื่อไคล กลิ่นตัว พร้อมการบำรุงผิวให้กระจางใส เต่งตึง ลดสิ่ว ฝ้า กระ จุดด่างดำ ริวรอย กระชับรูขุมขน แก้ผดผื่นคัน	100 กรัม	49

ผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ	ขนาด	ราคา(บาท)
5. สบู่เหลวผสมมะหาด 	คุณสมบัติช่วยทำความสะอาดผิวหนัง ผิว กาย สารสำคัญ จากแก่นมะหาดช่วยให้ ผิวขาวเนียน อ่อนนุ่ม คืนความอ่อนเยาว์ ให้คุณอีกครั้ง	1000 มล.	900
6. โลชั่นนํ้านมแพะผสม มะหาด 	คุณสมบัติยกกำลังสองในการบำรุงผิว ด้วยนํ้านมแพะและแก่นมะหาด ที่ช่วยให้ ผิวคุณขาวกระจ่างใส ไร้ริ้วรอย ฝ้า กระ จุดด่างดำ พร้อมผิวที่กระชับอ่อนเยาว์ ไม่ เหนียว เหนอะหนะ	300 มล.	290
7. โทเนอร์ 	คุณสมบัติช่วยสมานผิว กระชับรูขุมขน ลดความมัน ผิวกระชับ เรียบเนียน พร้อม สำหรับการบำรุงในขั้นตอนต่อไป	100 มล.	500
8. ครีมบำรุงผิวหน้าสูตร กลางวัน 	คุณสมบัติปกป้องผิวคุณจากมลภาวะ พร้อมบำรุงล้ำลึก ผิวกระจ่างใส เนียนนุ่ม กระชับ อ่อนวัย เนื้อครีมบางเบา ไม่ เหนียวเหนอะหนะ	30 กรัม	500
9. ครีมบำรุงผิวหน้าสูตร กลางคืน 	คุณสมบัติบำรุงลึกถึงผิวชั้นล่าง ช่วยให้ ผิวสวยจากข้างใน คืนความกระจ่างใส ไร้ ริ้วรอย ความหมองคล้ำ ผิวดูกระชับ เปล่งปลั่ง เรียบเนียน มีน้ำมีนวล คืนผิว อ่อนเยาว์ให้คุณอีกครั้ง	30 กรัม	500
10. ครีมบำรุงรอบดวงตา 	คุณสมบัติชะลอการเกิดริ้วรอย และฟื้นฟู สภาพผิวรอบดวงตาให้ยืดหยุ่น ลดริ้วรอย ความหมองคล้ำ คืนความเรียบเนียน กระชับตาดูใส อ่อนวัยอยู่เสมอ	20 กรัม	500

ผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ	ขนาด	ราคา(บาท)
11. เซรั่มผสมทองคำ 	คุณสมบัติพิเศษห้ศรรย้แห่งทองคำทองคำ ซึมซาบเข้าบำรุงผิวอย่างล้ำลึกถึงชั้นผิว ข้างใน เพิ่มคอลลาเจนในผิว ช่วยให้ผิว กระชับ เรียบเนียน กระจ่างใส ช่วยลด เลือนริ้วรอยความหมองคล้ำ	20 กรัม	500
12. แชมพูผสมครีมνωค สมุนไพรมะกรูดผสม บอระเพ็ด 	ลดผมร่วง รังแค คันศีรษะ สร้างผมงอก ใหม่ ป้องกันผมหงอกก่อนวัย ช่วยให้ผม นุ่มสลวย มีน้ำหน้กตกค้ำเป็นเงางาม	250 มล.	150
13. เกลือ้ขัดผิวธรรมชาติ 	คุณสมบัติช่วยขจัดเซลล์ผิวเก่า เผยผิว ใหม่ขาวเนียน กระชับอ่อนวัย ช่วยให้คุณ รู้สึกสบาย	150 กรัม	150
14. สมุนไพรรพอกหน้า- ขัดผิว 	คุณสมบัติขจัดเซลล์ผิวเก่า ลดสิ่ว ฝ้า กระ ร้วรอยหมองคล้ำ จุดด่างดำ ลดความมัน ช่วยให้ผิวดูเรียบเนียนขาวใส เปล่งปลั่ง กระชับอ่อนวัย อยู่เสมอ	50 กรัม	50
15. มาร์คหน้าทองคำ 	คุณสมบัติทองคำแท้บริสุทธิ์พร้อม คอลลาเจนและคิวเทน ช่วยกระตุ้นผิว ด้วยคุณค่าของทองคำ จะซึมลงผิวและทำ ใ้หน้าขาวใส เนียนนุ่ม เต่งตึง ลดริ้วรอย จนคุณสัมผัสได้	15 กรัม	150

ผลิตภัณฑ์	คุณสมบัติ	ขนาด	ราคา(บาท)
16. น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น 	คุณสมบัติเป็นน้ำมันธรรมชาติ ไม่ผ่านความร้อน ใช้ดื่มเพื่อสุขภาพหรือใช้ทาผิว เส้นผม ป้องกันแสงแดด ช่วยให้ผิวชุ่มชื้น	500 มล.	300
17. น้ำแร่ธรรมชาติ 	คุณสมบัติมอบความเย็นสดชื่น ผ่อนคลาย พร้อมสมานผิวเรียบเนียน	100 กรัม	300

3.3) การจัดจำหน่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งปลีกและส่ง ได้นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ร้านสุชาวดี เลขที่ 83 ถนนดวงใจ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นหน้าร้านของทางกลุ่มเอง ดังแสดงในภาพประกอบ 4.4 และส่งขายร้านผลิตภัณฑ์สุขภาพทั่วไป ปัจจุบันได้วางขายไปทั่วประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ สงขลา กรุงเทพฯ และมีผู้สนใจเป็นตัวแทนจำหน่ายอีกหลายจังหวัด เช่น นครพนม แพร่ ร้อยเอ็ด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าโอท็อปต่าง ๆ ตามคำเชิญของหน่วยงานราชการในแต่ละปี สำหรับกลุ่มลูกค้าของวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี คือ กลุ่มคนที่มีความสนใจด้านสุขภาพ แบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ 1) กลุ่มลูกค้าทั่วไป ลูกค้ากลุ่มนี้จะซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้เองและซื้อเพื่อเป็นของฝาก 2) กลุ่มลูกค้าธุรกิจ ลูกค้ากลุ่มนี้จะสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อในร้านสุขภาพต่าง ๆ ด้านการติดตามข้อมูล ความต้องการของลูกค้าและตลาด ทางกลุ่มได้มีการสอบถามผลการใช้ผลิตภัณฑ์จากลูกค้า เมื่อออกงานแสดงสินค้าโอท็อปตามที่ต่าง ๆ ซึ่งลูกค้าให้ผลตอบรับในทางที่ดี ส่วนใหญ่มักเป็นลูกค้าที่ซื้อสินค้าต่อเนื่องกันมายาวนาน แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้า ดังคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดีเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ 4 ดาว เป็นที่ยอมรับ อาจจะมองแล้วเหมือนดังสุภาษิตที่ว่า “ใกล้เกลือกินด่าง” คือ คนใกล้ไม่ค่อยได้ใช้ ส่วนมากคนที่ได้ใช้มักเป็นคนไกล ๆ” (ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก, 12 มกราคม 2558)

“สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขชาติ มีการนำไปจำหน่ายหรือออกบูธ ทั่วประเทศ ในจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เมืองทองธานี กรุงเทพฯ เป็นต้น หรือประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย เป็นต้น” (นักพัฒนาชุมชน, 12 มกราคม 2558)

“จากการนำผลิตภัณฑ์ไปออกบูธตามที่ต่าง ๆ ลูกค้าให้ผลตอบรับในทางที่ดี เป็นลูกค้าต่อเนื่องมายาวนาน” (ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ, 25 มีนาคม 2558)

“อยากให้ทางรัฐส่งเสริมด้านการตลาดและหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้น และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น” (สมาชิกกลุ่ม, 25 มีนาคม 2558)



ภาพประกอบ 4.4 ร้านสุขชาติ

4) ด้านเงินทุน

4.1) แหล่งเงินทุน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุขชาติ มีเงินออมทรัพย์ของทางกลุ่ม เริ่มต้น 12,000 บาท จากนั้นมีการระดมทุนโดยการลงหุ้นเพิ่มจากสมาชิกกลุ่ม หุ้นละ 100 บาท และกู้ยืมเงิน โครงการเศรษฐกิจชุมชน และได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนอำเภอสะเดา และองค์การบริหารส่วนตำบลปริง ในด้านงบประมาณ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต และปัจจุบันการจะกู้เงินลงทุน จากแหล่งเงินกู้อื่น ๆ มีอัตราดอกเบี้ยค่อนข้างสูง และต้องใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกัน ส่งผลต่อเงินลงทุน เพื่อการผลิต การตลาด และการซื้อเครื่องจักรใหม่ๆ ของทางกลุ่มวิสาหกิจเป็นอย่างมาก

4.2) การจัดทำบัญชี ทางกลุ่มมีการจดบันทึกการเงินและบัญชี โดยทีมสหกรณ์จังหวัด สงขลา จัดอบรมสอนการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย ซึ่งทางกลุ่มส่งนางปวีณนุช ทวีใจ ไปอบรมและมาถ่ายทอดแก่คณะกรรมการกลุ่ม อีกทั้งมีการจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ และมีการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินและข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก ดังคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“ทางกลุ่มเริ่มรวมตัวกัน และมีเงินออมทรัพย์ของทางกลุ่มบางส่วน จากนั้นมีการระดมทุน และเริ่มของบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบลปริก ใ้ห้บไป 2-3 ครั้ง รวม 250,000 บาท เพื่อไปพัฒนาต่อยอดออกไปสู่ข้างนอก และสร้างความเข้มแข็งให้กับทางกลุ่ม รายได้กลุ่ม 20,000 – 50,000 บาทต่อเดือน ซึ่งยังถือว่าไม่ดีเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มเครื่องแกงของหมู่ที่ 10” (ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก, 12 มกราคม 2558)

5) ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีการรวบรวม ถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการหาความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ เช่น การอบรมจากเจ้าหน้าที่ส่วนกลาง การศึกษาดูงาน วิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เช่น การดูงานวิสาหกิจชุมชน ที่อำเภอคีรีวงค์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ตัวอย่างเป็นแนวทางในการทำผลิตภัณฑ์จากเปลือกมังคุด และทางกลุ่มนำเปลือกมังคุด มาคัดแปลงคู่กับน้ำนมแพะ จึงได้เป็น “สบู่เปลือกมังคุดผสมน้ำนมแพะ” ซึ่งเป็นการต่อยอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้ผลิตภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

อีกทั้งประธานกลุ่มและสมาชิกไปอบรมเพิ่มเติมด้านการผลิตสูตรเครื่องสำอางเพื่อทำ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ เช่น อบรมโครงการสมุนไพรท้องถิ่น ที่มหาวิทยาลัยทักษิณ และ มหาวิทยาลัยรังสิต และองค์การบริหารส่วนตำบลปริกมีการทำวารสาร และสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน และบุคคลภายนอก อีกทาง ดังคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“ ประธานกลุ่มและสมาชิก จะแสวงหาข้อมูล และที่อบรม เกี่ยวกับสมุนไพรไทยเพื่อนำมา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่ม บางครั้งไปอบรมด้วยเงินตัวเองก็มี ” (ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ, 25 มีนาคม 2558)

“ การผลิตจะเน้นใช้สมุนไพรธรรมชาติในท้องถิ่นทั้งสิ้น ซึ่งมีสรรพคุณที่สามารถนำมา ทำเครื่องสำอางพวก แชมพู ครีมหาผิวได้ เช่น ย่านสะบ้า มะกรูด มะหาด มังคุด ” (ผู้นำกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ, 25 มีนาคม 2558)

6) ด้านสมาชิกและชุมชน

ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก มีการปันผลให้กับสมาชิก เป็นรายปี หุ้นละ 10 บาท และผลกำไรบางส่วน นำมาทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ เช่น กิจกรรมสังสรรค์ปีใหม่ และกิจกรรมวันเด็กของหมู่บ้าน เป็นต้น และมีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยต้องเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น วัตถุประสงค์หลักในการผลิต ส่วนใหญ่ เช่น มังคุด น้ำนมแพะ จะรับซื้อจากชาวบ้านในชุมชนและสมาชิกกลุ่มเป็นหลัก เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน และมีการสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งสมาชิกกลุ่มให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีเสมอมา ดังคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“นอกจากรายได้ในการผลิตแล้ว ทางกลุ่มมีการปันผลค่าหุ้น จัดงานวันปีใหม่ วันเด็ก และ จะแจกสบูให้กับโรงเรียนในชุมชนด้วย” (สมาชิกกลุ่ม, 25 มีนาคม 2558)

7) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

หน่วยงานพัฒนาชุมชน อำเภอสะเดา และองค์การบริหารส่วนตำบลปริก เข้ามามีส่วนช่วย ในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนร่วมกับชุมชนอื่น ๆ ครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐ และ ภาคเอกชน เช่น การส่งเสริมการศึกษาดูงานวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ การติดต่อกับทาง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ในการทดลองการผลิตเครื่องสำอางจากน้ำนมแพะ และทางกลุ่มเองก็ มีการสร้างเครือข่ายระหว่างวิสาหกิจชุมชนด้วยกันจากการไปอบรมหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ อีกทั้ง ยังมีกลุ่มลูกค้าทางธุรกิจที่รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากการไปออกงานแสดงสินค้า โอท็อปตามที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ดังคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ว่า

“พัฒนาชุมชน ส่งเสริมให้คนภายนอกมาดูงานที่ทางกลุ่ม ล่าสุดสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ 30,000 บาท จากการที่มีคนภายนอกมาดูงาน ” (ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ, 25 มีนาคม 2558)

4.2 ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัด สงขลา

จากการศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด เงินทุน การจัดการความรู้และข้อมูล สมาชิก และชุมชน และการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จากผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้ข้อมูลดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอเสนา จังหวัดสงขลา

1) จุดเด่น

ด้านผู้นำ

- มีองค์ความรู้เกี่ยวกับสรรพคุณของวัตถุดิบหลักจากธรรมชาติที่ใช้ในการผลิต เนื่องจากมีการใฝ่รู้ แสวงหาข้อมูลแหล่งอบรมเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ
- ผู้นำมีคุณสมบัติเป็นนักคิด นักวางแผน และนักการตลาด สามารถพูดโน้มน้าว สมาชิกให้เกิดความร่วมมือกันในกลุ่ม และติดต่อประสานงานหาลูกค้าเพื่อทำการตลาด
- มีการแบ่งแยกหน้าที่การดำเนินงานที่ชัดเจน โดยมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามโครงสร้างการทำงาน และเมื่อเกิดปัญหา ทางกลุ่มจะมีการประชุมและปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ

ด้านการผลิต

- มีแหล่งวัตถุดิบหลักเพียงพอที่ใช้ในการผลิต ส่วนใหญ่เป็นสมุนไพรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น มังคุด ต้นมะหาด บอระเพ็ด และน้ำนมแมว ซึ่งเป็นสารธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมี และเป็นการลดต้นทุนในการผลิต
- มีการควบคุมกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามสูตรเพื่อป้องกันความผิดพลาด
- แรงงานการผลิตเป็นสมาชิกกลุ่มและชาวบ้านในชุมชนทั้งสิ้น
- ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ดิระดับ 4 ดาว ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) , เครื่องหมายรับรองฮาลาล และองค์การอาหารและยา (อย.) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ด้านสมาชิกและชุมชน

- สมาชิกมีความรู้และทักษะในการผลิต จากประสบการณ์ การถ่ายทอดของผู้นำ และจากการศึกษาดูงาน
- มีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก เช่น มีการปันผลยอดขายให้กับสมาชิกเป็นรายปี หักละ 10 บาท
- มีการทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ร่วมกัน เช่น กิจกรรมสังสรรค์ปีใหม่ และกิจกรรมวันเด็กของหมู่บ้าน เป็นต้น

2) จุดด้อย

ด้านการตลาด

- การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ให้เป็นที่รู้จักทั้งในระดับจังหวัด ระดับประเทศ และต่างประเทศยังมีน้อย
- ขาดการส่งเสริมและหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ที่หลากหลายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ
- วิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ มักทำผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกันมาแข่งขันกันเอง ส่งผลต่อรายได้กลุ่มที่ลดน้อยลง
- ทางกลุ่มยังไม่มีแผนธุรกิจ ในการขยายการผลิตและการตลาด เพื่อแข่งขันกับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ

ด้านเงินทุน

- อัตราดอกเบี้ยจากแหล่งเงินกู้ค่อนข้างสูง และต้องใช้หลักทรัพย์ในการค้ำประกัน ส่งผลต่อเงินลงทุน เพื่อการผลิต การตลาด และการซื้อเครื่องจักรใหม่ ๆ ของทางกลุ่มวิสาหกิจเป็นอย่างมาก

ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

- ยังขาดการจัดการความรู้ เช่น การผลิต ฐานลูกค้าทางการตลาด ข้อมูลสรรพคุณสมุนไพร เพื่อถ่ายทอดไปยังสมาชิกรุ่นหลัง

3) อุปสรรค

- ปัจจุบันมีคู่แข่งทางการตลาด ไม่เฉพาะวิสาหกิจด้วยกันเอง แต่ยังมีบริษัทที่ขายวัตถุดิบ ลงมาทำผลิตภัณฑ์ขายแข่งกับวิสาหกิจชุมชนด้วย และสามารถตั้งราคาขายให้ต่ำกว่าได้อีก
- ปัญหาเศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลต่อกำลังซื้อของประชาชน และยังส่งผลต่อรายได้ของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วย

4) โอกาส

- ปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศอยู่ในขั้นชะลอตัว เช่น ราคายางตกต่ำ อนาคตอาจส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนกลายเป็นอาชีพหลักของชาวบ้าน
- นโยบายรัฐบาลหันมาให้ความสนใจและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีงบประมาณในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนหลายด้าน เช่น งบประมาณการทำวิจัย การส่งเสริมให้มีที่ปรึกษาธุรกิจ เพื่อผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนสร้างรายได้ให้กับประเทศ และประชาชนอยู่รอด

4.2.2 ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ที่เด่นชัด มี 3 ด้าน ดังนี้

1) ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีการจัดการกลุ่มแบบสมาชิกมีส่วนร่วมในลักษณะของ กรรมการ ทางกลุ่มจะมีการประชุมปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อแก้ไขปัญหาาร่วมกัน โดยผู้นำกลุ่มมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงาน ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผู้นำเป็นคนมีความสามารถ ดูแลและพัฒนากลุ่มได้ดี สมาชิกมีรายได้เสริม และมีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี ดังนั้นการที่กลุ่มใด ๆ มีผู้นำที่มีความพร้อมในการจัดการ จะสามารถสร้างแรงจูงใจทำให้ชาวบ้านรวมพลังกันในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชนให้สำเร็จลุล่วงไปได้อย่างรวดเร็ว โอกาสที่ชาวบ้านจะเข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ก็มีความเป็นไปได้สูง

2) ด้านการผลิต

การผลิตที่ดีควรเป็นการผลิตที่ตรงเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งในการผลิตของชุมชนนั้นหากเป็นการผลิตที่อาศัยวัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น จะทำให้ต้นทุนอันเกิดจากการจัดหาวัตถุดิบลดลง ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นสารจากธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมี ซึ่งเป็นการลดต้นทุนในการผลิต และกระบวนการผลิตไม่ได้มีขยะ ที่เป็นมลพิษใด ๆ

ทางกลุ่มมีการสร้างความแตกต่างของสินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งในในพื้นที่อำเภอสะเดา ยังไม่มีสินค้าที่ใกล้เคียงกับสินค้าของทางกลุ่มสุชาวดี มีการแปรรูปสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โคลชั่น สบู่เหลว สบู่ก้อน ครีมบำรุง แชมพูผสมครีมนวดผม เป็นต้น ปัจจุบันทางกลุ่มมีผลิตภัณฑ์จำนวน 17 ชนิด ผลิตภัณฑ์ทุกชนิดได้ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มพช.), เครื่องหมายรับรองฮาลาล และองค์การอาหารและยา (อย.) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้รับการคัดสรรในระดับประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว ประจำปี 2553 ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) จังหวัดสงขลา

3) ด้านสมาชิกและชุมชน

ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก มีเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี และผลกำไรบางส่วน นำมาทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น กิจกรรมสังสรรค์ปีใหม่ และกิจกรรมวันเด็กของหมู่บ้าน เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิก มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก โดยต้องเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน ซึ่งการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในชุมชนถือเป็นหัวใจหลักในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจ ที่จะต้องเน้นให้ชาวบ้านหรือคนในชุมชนเป็นเจ้าของหลัก ยิ่งชาวบ้านให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมมากเท่าใด ความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมก็มีโอกาสขยายมากขึ้นเท่านั้น อีกทั้งมี

หน่วยงานภายนอกเข้ามาศึกษาดูงานจากวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี แสดงถึงความสำเร็จของกลุ่ม เพราะสินค้าก็จะจำหน่ายได้ไปในตัว

4.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม 2558 เวลา 13.00 – 16.00 น. กับตัวแทนผู้นำ สมาชิก และเจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ตัวแทนผู้นำกลุ่ม จำนวน 2 คน ตัวแทนกรรมการและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 6 คน และตัวแทนเจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 2 คน เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติ เกี่ยวกับศักยภาพการจัดการ กลุ่ม และหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ดังแสดงในภาพประกอบ 4.5 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ดังนี้

1) นางสาวบุญ	ทวีใจ	ประธานกลุ่ม
2) นางคล้อย	บุญเยี่ยม	รองประธานกลุ่ม
3) นางลภัสรา	อินทร์นาค	กรรมการและผู้ใหญ่บ้าน
4) นางสาวดี	ศิริมูสิกะ	กรรมการและสมาชิกกลุ่ม
5) นางปรีฉัตร	สุวรรณศิริ	กรรมการและสมาชิกกลุ่ม
6) นางอวยพร	แก้วจรัส	กรรมการและสมาชิกกลุ่ม
7) นางสาวพรวน	ศรีชัย	กรรมการและสมาชิกกลุ่ม
8) นางมยุรี	เพชรศรี	กรรมการและสมาชิกกลุ่ม
9) ว่าที่ รต. ธนกร	บุญศิริธนา	ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก
10) นายจุมพต	บุญสุวรรณ	นักพัฒนาชุมชน



ภาพประกอบ 4.5 การสนทนากลุ่ม (Focus Group)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอเสฉะ จังหวัดสงขลา

1) ด้านการตลาด

1.1 หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อเสนอแนะการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

1.2 ส่งเสริมด้านการตลาด จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ ของชุมชน

1.3 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมให้หน่วยงานต่าง ๆ มาดูงานกับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือให้ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมาออกบูธจำหน่ายสินค้า

1.4 หน่วยงานภาครัฐควรจัดหาสถานที่สำหรับจำหน่ายสินค้าโอท็อป ของตำบลปริก อำเภอเสฉะ จังหวัดสงขลา ไว้ในแหล่งชุมชน ผู้คนผ่านไปมาซื้อหาสะดวก

1.5 ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกระจายการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และเป็นการส่งเสริมด้านการตลาดต่อไปในอนาคต

2) ด้านเงินทุน

2.1 หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์ และเครื่องจักรในการผลิตสมัยใหม่ อาจดูจากผลการดำเนินงานของกลุ่มในปีที่ผ่านมา เพื่อประกอบการอนุมัติวงเงินกู้

3) ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

3.1 การสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการอบรมเพิ่มพูนความรู้ ในการผลิตด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

3.2 การส่งเสริมและจัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีขั้นพื้นฐาน จนถึงขั้นสูง ให้แก่สมาชิกหรือตัวแทนกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ

3.3 การส่งเสริมและอบรมให้ความรู้แก่เด็ก เยาวชน และผู้สนใจในชุมชน เกี่ยวกับ สมุนไพรท้องถิ่น การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การผลิตสูตรต่าง ๆ การทำการตลาด เพื่อถ่ายทอด ไปยังสมาชิกรุ่นต่อไป

4) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

4.1 การส่งเสริมการศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรม และสร้างความร่วมมือระหว่าง วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันทั่วประเทศ ให้มากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี และศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา โดยทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม จากผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ(ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เภรัญญิก) ผู้นำกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือบุคคลที่เป็นที่เคารพของหมู่บ้าน) สมาชิกกลุ่ม และเจ้าหน้าที่ของรัฐ (นายกองค์การบริหารส่วนตำบลปริก ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก และเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับงานพัฒนาชุมชน) ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

1) บริบทชุมชน ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

สภาพทั่วไปของชุมชน

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบ และที่ราบเชิงเขา มีแหล่งน้ำ เช่น คลองอู่ตะเภา คลองพังลา คลองปริก เอื้ออำนวยต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวนยางพารา สวนมังคุด และสวนลองกอง

สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

ชาวบ้านมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่มแม่บ้าน แต่ช่วงหลังมีการแข่งขันการเลือกตั้งผู้ใหญ่บ้าน และ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ส่งผลให้ชาวบ้านบางกลุ่มแบ่งพรรคแบ่งพวกกัน แต่ชาวบ้านส่วนใหญ่ยังคงรวมกลุ่มกันอยู่ มีการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในหมู่บ้าน เช่น วันปีใหม่ วันเด็ก และประเพณีสำคัญทางศาสนา เป็นต้น

สภาพเศรษฐกิจ

ชาวบ้าน หมู่ 11(บ้านบางแห้ง) ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ สวนยางพารา สวนมังคุด และสวนลองกอง รายได้ในครัวเรือนค่อนข้างดีมีการ

จับจ่ายซื้อสินค้า มีหนี้สินน้อยมาก มีการตั้งกลุ่มออมทรัพย์ของหมู่บ้าน แต่ปัจจุบันราคาสินค้าทางการเกษตรและยางพาราลดต่ำ ส่งผลให้ชาวบ้านมีหนี้สินจากการผ่อนชำระสินค้ามากขึ้น

2) การบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอเสนา จังหวัดสงขลา

ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี เป็นการรวมกลุ่มกันของสมาชิก จำนวน 11 คน และผู้มีส่วนร่วมในชุมชน ประมาณ 20 คน โดยสมาชิกมีการลงหุ้น หุ้นละ 100 บาท มีการบริหารจัดการกลุ่มแบบสมาชิกมีส่วนร่วมในลักษณะของกรรมการ โดยมีนางสมบูรณ์ ทวีใจ เป็นประธานกลุ่ม โดยผู้นำกลุ่มมีการสนับสนุนให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และแผนการดำเนินงานในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และผู้นำกลุ่มมีการติดตามให้ดำเนินการตามแผน จากการเข้าร่วมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ทำให้สมาชิกมีรายได้เสริมเฉลี่ย 3,000 – 5,000 บาทต่อเดือน

ด้านการผลิต

วิสาหกิจชุมชนสุชาวดีมีการวางแผนการผลิต มีแหล่งวัตถุดิบหลักเพียงพอในท้องถิ่น ซึ่งเป็นสารธรรมชาติ ลดการใช้สารเคมี และเป็นการลดต้นทุนในการผลิต การควบคุมคุณภาพสินค้าได้ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) องค์การอาหารและยา(อย.) และเครื่องหมายรับรองฮาลาล เป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้รับการคัดสรรในระดับประเทศ เป็นผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว ประจำปี 2553

ด้านการตลาด

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีผลิตภัณฑ์จำนวน 17 ชนิด มีการจัดจำหน่ายทั้งปลีกและส่ง นอกจากการนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในงานแสดงสินค้าโอท็อปต่าง ๆ แล้ว ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายที่ร้านสุชาวดี และร้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ ปัจจุบันได้วางขายไปทั่วประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดใหญ่ ๆ แต่ยังมีข้อด้อยในช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

ด้านเงินทุน

มีการระดมทุนโดยการลงหุ้นจากสมาชิกกลุ่ม หุ้นละ 100 บาท และกู้ยืมเงินโครงการเศรษฐกิจชุมชน และได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ในด้านงบประมาณ เครื่องจักร และอุปกรณ์การผลิต ทางกลุ่มมีการจัดบันทึกบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างง่าย อีกทั้งมีการจัดสรรรายได้ ผลประโยชน์ การเปิดเผยข้อมูลทางการเงิน และข้อมูลอื่น ๆ แก่สมาชิก

ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีการรวบรวม ถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการหาความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มี

การเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ เช่น การอบรมจากเจ้าหน้าที่ส่วนกลาง และศึกษาดูงานวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ เป็นต้น มีการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และองค์การบริหารส่วนตำบลปริกมีการทำวารสาร และสื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิก เครือข่ายฯ และบุคคลภายนอก

ด้านสมาชิกและชุมชน

ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก มีการปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี หุ้นละ 10 บาท และผลกำไรบางส่วน นำมาทำกิจกรรมเพื่อสาธารณประโยชน์ เช่น กิจกรรมสังสรรค์ปีใหม่ และกิจกรรมวันเด็กของหมู่บ้าน เป็นต้น และมีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยต้องเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

หน่วยงานพัฒนาชุมชน อำเภอสะเตาะ และองค์การบริหารส่วนตำบลปริก เข้ามามีส่วนช่วยในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนร่วมกับชุมชนอื่น ๆ ครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน และทางกลุ่มเองก็มีการสร้างเครือข่ายระหว่างวิสาหกิจชุมชนด้วยกัน และกลุ่มลูกค้าทางธุรกิจที่รับเป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จากการไปออกงานแสดงสินค้าโอท็อปตามท้องที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ

5.1.2 ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา

สงขลา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี มีจุดเด่นในศักยภาพการจัดการกลุ่มที่เด่นชัด ดังนี้

1) ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ

ผู้นำกลุ่มมีคุณสมบัติเป็นนักคิด ใฝ่รู้ นักวางแผน และนักการตลาด สนับสนุนให้สมาชิกเกิดความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และการดำเนินงานกลุ่ม มีการบริหารจัดการกลุ่มแบบสมาชิกมีส่วนร่วมในลักษณะของกรรมการ มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามโครงสร้างการทำงาน และเมื่อเกิดปัญหา ทางกลุ่มจะมีการประชุมและปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ

2) ด้านการผลิต

แหล่งวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นสมุนไพรธรรมชาติ ในท้องถิ่น เช่น มังคุด ต้นมะหาด บอระเพ็ด และน้ำนมพะยอม ซึ่งเป็นการลดต้นทุนในการผลิต มีการควบคุมกระบวนการผลิต และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ดิระดับ 4 ดาว ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มพช.) เครื่องหมาย

รับรองฮาลาล และองค์การอาหารและยา(อย.) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว อีกทั้งแรงงานในการผลิตเป็นสมาชิกกลุ่มและชาวบ้านในชุมชนทั้งสิ้น

3) ด้านสมาชิกและชุมชน

มีการจัดสวัสดิการแก่สมาชิก มีเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี และผลกำไรบางส่วนนำมาทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เช่น กิจกรรมสังสรรค์ปีใหม่ และกิจกรรมวันเด็กของหมู่บ้าน เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิก มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก โดยต้องเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น เพื่อเป็นการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้คนในชุมชน

5.1.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตา จังหวัดสงขลา

1) ด้านการตลาด

หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ และส่งเสริมการขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อกระจายการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และเป็นการส่งเสริมการตลาดในอนาคต

2) ด้านเงินทุน

หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรในการผลิตสมัยใหม่ อาจดูจากผลการดำเนินงานของกลุ่มในปีที่ผ่านมา เพื่อประกอบการอนุมัติวงเงินกู้

3) ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

ส่งเสริมการอบรมเพิ่มพูนความรู้ในการผลิตด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การจัดทำบัญชีขึ้นพื้นฐานจนถึงขั้นสูง และอบรมให้ความรู้แก่เด็ก เยาวชน และผู้สนใจในชุมชน เกี่ยวกับสมุนไพรท้องถิ่น การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น การผลิตสูตรต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดไปยังสมาชิกรุ่นต่อไป

4) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

ส่งเสริมการศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรม และสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันทั่วประเทศ ให้มากขึ้น

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเคา จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นกลุ่มแปรรูปสมุนไพรบำรุงผิวจากสารสกัดธรรมชาติ ภายใต้แบรนด์ “สุชาวดี” แบ่งออกเป็นบริบทชุมชน และการบริหารจัดการกลุ่ม เพื่ออธิบายถึงศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนขึ้น พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดีมีศักยภาพด้านผู้นำและการบริหารจัดการกลุ่มอย่างเป็นระบบ สนับสนุนให้สมาชิกเกิดความร่วมมือและมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง และการดำเนินงานกลุ่ม มีการบริหารจัดการกลุ่มแบบสมาชิกมีส่วนร่วมในลักษณะของกรรมการ มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามโครงสร้างการทำงาน ด้านการผลิตมีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นการลดต้นทุนในการผลิต มีการควบคุมคุณภาพสินค้าผ่านตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.) เครื่องหมายรับรองฮาลาล และองค์การอาหารและยา(อย.) จนผลิตภัณฑ์ได้ระดับ 4 ดาว ด้านสมาชิกและชุมชนมีรายได้เสริมและมีการจัดสรรเงินปันผลให้กับสมาชิกเป็นรายปี และผลกำไรบางส่วนนำมาทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ มีการกำหนดเงื่อนไขการรับสมาชิก โดยต้องเป็นชาวบ้านในชุมชนเท่านั้น ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนร่วมกับหน่วยงานและชุมชนอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของวิสาหกิจชุมชนที่ดีคนในชุมชนต้องเป็นเจ้าของหลัก ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด มีการริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน ซึ่งมาจากการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก และมีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายหลัก (กัญญามน อินหวาง, 2554) และสอดคล้องกับผลวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม พบว่า ด้านการดำเนินงาน และด้านการผลิต จะเป็นไปอย่างมีระบบ และปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่ม ส่วนใหญ่จะเกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม คณะกรรมการมีความเสียสละ สมาชิกมีทักษะฝีมือในการผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาจึงมีคุณภาพได้มาตรฐาน พร้อมกันนั้นกลุ่มก็มีกระบวนการเรียนรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา มีการเชื่อมโยงเครือข่ายในด้านต่าง ๆ ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ (นงนุช อิ่มเรือง, 2554) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีรูปแบบการดำเนินงานภายใต้การบริหารงานและกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งได้กำหนดโครงสร้างและรูปแบบการบริหารงานไว้อย่างชัดเจนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ โดยมีปัจจัยหลักที่สำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินกิจกรรมวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ ปัจจัยเกี่ยวกับการ

มีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยเกี่ยวกับการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ปัจจัยเกี่ยวกับตัวสมาชิก ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ และปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร (วิทยา จันทะวงศ์ศรี, 2547)

แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเตาะ จังหวัดสงขลา พบว่า หน่วยงานภาครัฐควรให้การส่งเสริมด้านการตลาดสนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น ด้านเงินทุนควรสนับสนุนแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ เพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์และเครื่องจักรในการผลิตสมัยใหม่ ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล ส่งเสริมการอบรมเพิ่มพูนความรู้ในการผลิต การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น สมุนไพรท้องถิ่น ให้แก่ผู้สนใจในชุมชน เพื่อถ่ายทอดไปยังสมาชิกรุ่นต่อไป ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ส่งเสริมการศึกษาดูงาน การจัดกิจกรรม และสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันทั่วประเทศ ให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัย เรื่อง ปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานทางภาครัฐในเรื่องการออกแบบและสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากที่สุด รองลงมาคือเรื่องความต้องการสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ (ทิวา แก้วเสริม, 2551) และยังสอดคล้องกับผลวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร พบว่าผลิตภัณฑ์เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้วัตถุดิบทรัพยากรในพื้นที่ ปัญหาที่พบ คือ ผู้ประกอบการ OTOP ขาดความรู้ ความเข้าใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์-บรรจุภัณฑ์ และการสร้างแบรนด์ ขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด เครือข่าย OTOP ไม่เข้มแข็งขาดความร่วมมือของบุคคลในเครือข่าย ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐบาล หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนจากส่วนกลางและภายในจังหวัดยังไม่ต่อเนื่อง (สมบุญรณ์ ขันธิโชติ และคณะ, 2558)

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

- 1) หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักผ่านสื่อต่าง ๆ
- 2) หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนเงินทุน และแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- 3) ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดีควรพัฒนาในด้านการสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ แล้วพัฒนาไปสู่การวางแผนร่วมกัน ดำเนินกิจกรรมบางอย่างร่วมกัน จะทำให้กิจกรรมนั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการจัดการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นการส่งเสริมการตลาดในอนาคต

บทบรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2555). *คู่มือการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน* (ปรับปรุง ปี 2555).

พิมพ์ครั้งที่ 1. โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

กัญญามน อินทวงศ์และคณะ. (2554). *การจัดการวิสาหกิจชุมชน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

นิตยาพร เสมอใจ. (2549). *การบริหารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชัยเสกฐ์ พรหมศรี. (2557). *ภาวะผู้นำร่วมสมัย Contemporary Leadership*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. (2552). *วิสาหกิจชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไทยตำบล ดอม ดอม. (2557). *ข้อมูลโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*.

สืบค้นจาก <http://www.thaitambon.com/OTOP/Info/Info1A.htm> [2 ตุลาคม 2557].

ชนกร บุญศิริธนา. (2558, 12 มกราคม). ตำแหน่งปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลปริก. สัมภาษณ์.

ธิวา แก้วเสริม. (2551). *ปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดเพชรบูรณ์*. เพชรบูรณ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

นงนุช อิ่มเรือง. (2554). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม*. วารสารการบริหารท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน 2554).

บุตรี จารุโรจน์ และคณะ. (2549). *หลักการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ปริศนา หมัดเลียด. (2558, 12 มกราคม). ตำแหน่งนายกองค์การบริหารส่วนตำบลปริก. สัมภาษณ์.

พนิดา ไพรนารี. (2554). *การจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์.

รัตมนต์ คำศรี. (2557). *ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผ้าทอเกาะยอ : กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าเกาะยอ*. การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 ณ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, วันที่ 16 พฤษภาคม 2557.

วิทยา จันทะวงศ์ศรี. (2547). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม*. รายงานการศึกษานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วิรัช วิรัชนิการวรรณ. (2550). การบริหารจัดการตามแนวทางคุณธรรมและแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ฟอร์เพช.

วิรัช วิรัชนิการวรรณ. (2550). แนวคิดและความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ. สืบค้นจาก : www.wiruch.com [8 พฤษภาคม 2558].

สมคิด บางโม. (2551). องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒน์.

สมบูรณ์ ชันธิโชติ และชัชสรณ รอดยี่ม. การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่ม OTOP จังหวัดนนทบุรี : กรณีศึกษากลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร. วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 เลขหน้า : 120-130 ปี พ.ศ. 2558.

สมบูรณ์ ทวีใจ. (2558, 12 มกราคม). ตำแหน่งประธานกลุ่ม. สัมภาษณ์.

สุธีรา ไชยเทพ. (2548). การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎมนตรี. (2549).

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554). กรุงเทพฯ.

องค์การบริหารส่วนตำบลปริก. (2558). ข้อมูลพื้นฐานองค์การบริหารส่วนตำบลปริก.

สืบค้นจาก : www.tambonprik.go.th [29 เมษายน 2558].

แอนนา จุมพลเสถียร. (2547). เข้าใจผู้บริโภคด้วย Focus Groups. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : กลุ่มแอดวานซ์ รีเสิร์ช.

ภาคผนวก ก
เครื่องมือวิจัย (แบบสัมภาษณ์)

แบบสัมภาษณ์

ประเด็นคำถามเชิงคุณภาพ

โครงการวิจัย เรื่อง ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี

ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

(Management Potential of Suchawadee Community Enterprise in Prik, Sadao District, Songkhla)

แนวคำถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง “ศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา” ของ นางสาวกณิดา ไกรสันติ และนางรศมนต์ คำศรี อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาสภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา
2. ศึกษาศักยภาพการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

ในการนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านผู้ร่วมสนทนา ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง โดยบทสนทนาท่านจะเป็นความลับ และจะถูกใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

1) ประเภทของผู้ให้ข้อมูล

- ☐ ผู้นำกลุ่มอย่างเป็นทางการ (ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เภรัญญิก)
- ☐ ผู้นำกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ (ผู้ใหญ่บ้าน หรือบุคคลที่เป็นที่เคารพของหมู่บ้าน)
- ☐ สมาชิกกลุ่มและผู้มีส่วนร่วม
- ☐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ

2) สภาพการทำงานในปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

2.1 บริบทชุมชน

2.1.1 สภาพทั่วไปของชุมชน

2.1.2 สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

2.1.3 สภาพเศรษฐกิจ

2.1.4 ประวัติและความเป็นมาของกลุ่ม

2.2 ศักยภาพการจัดการกลุ่ม

2.2.1 ด้านผู้นำและการบริหารจัดการ

2.2.2 ด้านการผลิต

2.2.3 ด้านการตลาด

2.2.4 ด้านเงินทุน

2.2.5 ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล

2.2.6 ด้านสมาชิกและชุมชน

2.2.7 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสุชาวดี ตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา

3.1 แนวทางการพัฒนาที่วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้

1)

2)

3)

3.2 แนวทางการพัฒนาที่วิสาหกิจชุมชนต้องการขอรับการส่งเสริมสนับสนุน

1)

2)

3)

วัน/เดือน/ปี ที่บันทึก.....

ภาคผนวก ข
ประมวลภาพการลงพื้นที่การวิจัย
และการสนทนากลุ่ม



ภาพประกอบ ข.1 ประมวลภาพการลงพื้นที่การวิจัยและการสนทนากลุ่ม

ประวัติผู้วิจัย

1. หัวหน้าโครงการ

ชื่อ สกุล นางสาวคณิดา ไกรสันติ
วัน เดือน ปีเกิด วันที่ 19 เดือนเมษายน พ.ศ. 2525

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2551
วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2547

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ผลงานวิจัยหรือการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

1. การศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา

2. ผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ สกุล นางรัสมนต์ คำศรี
วัน เดือน ปีเกิด วันที่ 28 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2522

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วท.ม. (การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2550
บธ.บ. (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2544

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

อาจารย์ประจำสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ผลงานวิจัยหรือการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

1. การศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณเขตพื้นที่คลองแดน อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา