

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการจัดการกลุ่มตั้งเมกรอบ บ้านน้ำเขียว ตำบลน้ำเขียว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นความสำคัญของการศึกษาภาคสนามเป็นหลัก โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ เพื่อศึกษาบริบทชุมชนด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ศึกษาการจัดการกลุ่มตั้งเมกรอบ บ้านน้ำเขียว ในด้านการบริหารจัดการและการตลาดของกลุ่มตั้งเมกรอบ บ้านน้ำเขียว ศึกษาปัญหาและอุปสรรค ในการจัดการกลุ่ม

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่ง โครงสร้างสำหรับสมาชิกกลุ่ม และแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้นำและคณะกรรมการกลุ่ม การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้มาจัดลำดับและเสนอแนะผลการศึกษาการจัดการกลุ่มตั้งเมกรอบ บ้านน้ำเขียว เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. บริบทของชุมชนบ้านน้ำเขียว
2. การบริหารจัดการกลุ่มตั้งเมกรอบ บ้านน้ำเขียว
3. การจัดการด้านการตลาด
4. ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของกลุ่ม

1. บริบทของชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว

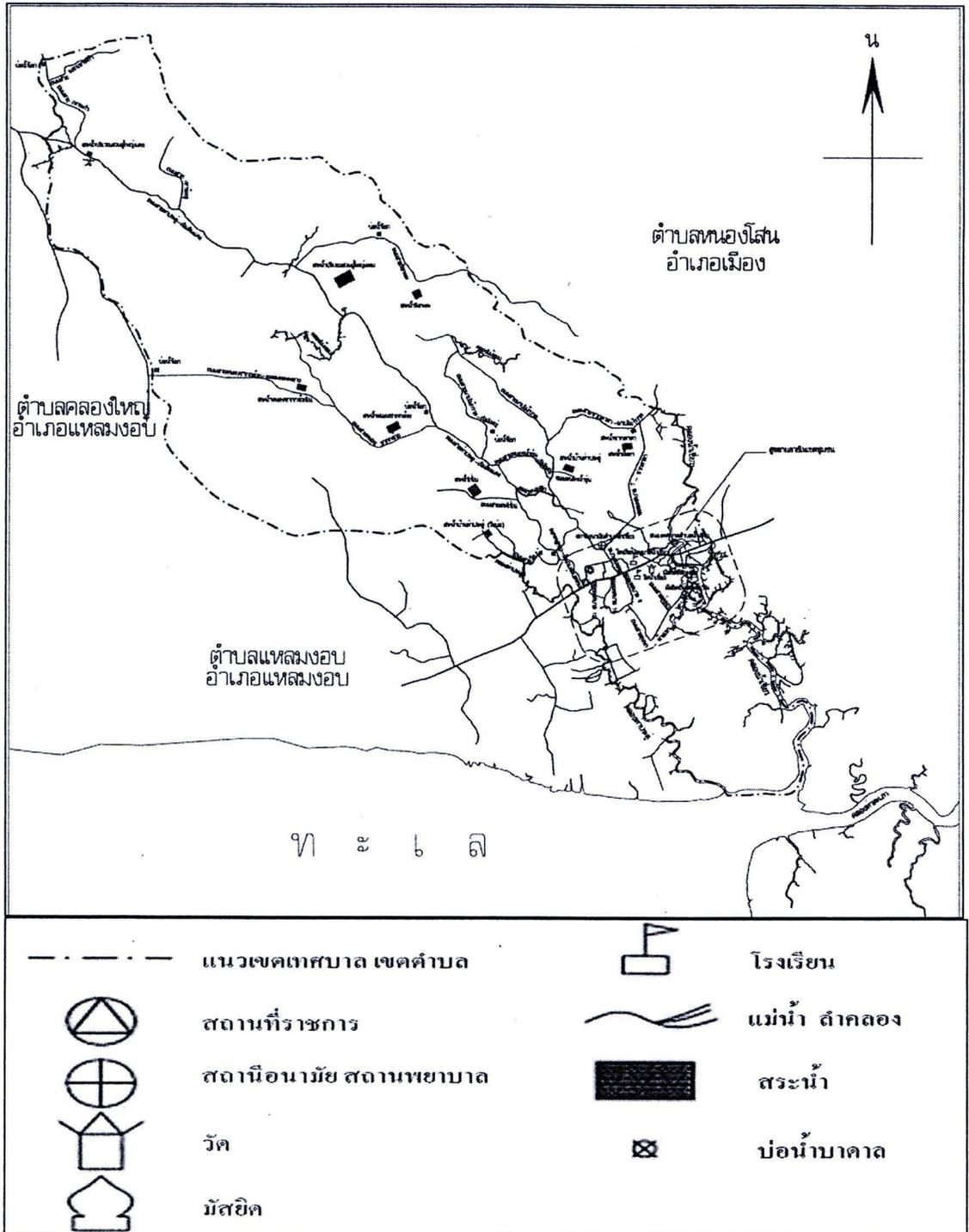
1.1 ประวัติความเป็นมา

ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยวเป็นชุมชนแห่งหนึ่งที่อยู่ในตำบลน้ำเชี่ยว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดตั้งอยู่ริมสองฝั่งคลอง เป็นชุมชนดั้งเดิมที่ประกอบอาชีพประมงเป็นหลัก เนื่องจากคลองนี้ชาวบ้านใช้เป็นแหล่งประมงพื้นบ้านและใช้เป็นเส้นทางออกทะเล เมื่อถึงฤดูฝน ช่วงน้ำหลากน้ำในคลองจะไหลเชี่ยวและแรงมาก ชาวบ้านจึงเรียกชื่อว่า คลองน้ำเชี่ยว โดยเรียกชุมชนบริเวณนี้ว่า ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว ซึ่งมีประชาชนนับถือศาสนาพุทธและอิสลาม อย่างละ 50 % อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข



ภาพที่ 4.1 บ้านเรือนริมคลองน้ำเชี่ยว

1.2 ลักษณะทางกายภาพของชุมชน



ภาพที่ 4.2 แผนที่ตำบลน้ำเขียว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำเขียว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด. 2552

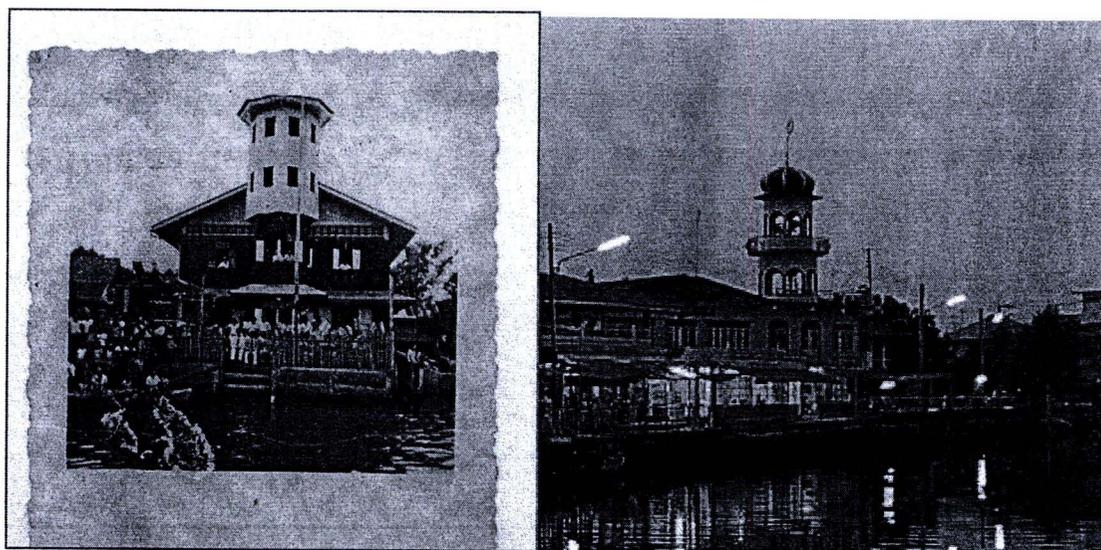
ตำบลน้ำเชี่ยว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด อยู่ห่างจากตัวจังหวัดตราด ประมาณ 8 กิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 323 กิโลเมตร สามารถเดินทางมาได้โดยใช้เส้นทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 3148 มีพื้นที่ทั้งหมด 14.15 ตารางกิโลเมตร มีคลองน้ำเชี่ยวไหลผ่านกลางชุมชน ลงสู่อ่าวไทย ที่บ้านปากคลองน้ำเชี่ยว ตำบลหนองโสน อำเภอเมือง จังหวัดตราด สภาพภูมิอากาศเป็นแบบร้อนชื้น ช่วงฤดูฝนยาวนาน ซึ่งชาวบ้านเรียกว่า ฝนแปด แดดสี่ จำนวนประชากรตามสถิติงานทะเบียนราษฎร ณ เดือนพฤษภาคม พ.ศ.2552 จำนวนครัวเรือน 1,157 ครัวเรือน ประชากรรวมทั้งสิ้น 3,377 คน แยกเป็น ประชากรชาย จำนวน 1,678 คน ประชากรหญิง จำนวน 1,699 คน

1.3 ลักษณะทางเศรษฐกิจของชุมชน

ประชากรส่วนใหญ่ของตำบลน้ำเชี่ยวประกอบอาชีพ ประมง เกษตรกรรม รับจ้าง ผู้ที่ประกอบอาชีพประมง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นมุสลิม ในอดีตมีรายได้สูง แต่ปัจจุบันทรัพยากรทางทะเลลดน้อยลง ทำให้ต้องหาอาชีพเสริมมาเลี้ยงดูครอบครัว การทำตังเมกรอบเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยเพิ่มรายได้ที่ดีและเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาจสรุปได้ว่าการรวมตัวกันเป็นกลุ่มทำตังเมกรอบของชุมชนกลายเป็นรายได้เสริมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความเป็นอยู่แบบเรียบง่ายพอเพียง สามารถสานความสัมพันธ์ของคนในชุมชนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในรูปแบบของสังคมชนบทที่มีความสัมพันธ์ลักษณะเครือญาติ จะเห็นได้ว่าการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมความเป็นอยู่เหล่านี้ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ชุมชนขึ้นเองอย่างสมดุล โดยภาพรวมแล้วประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีไม่ผันแปรไปตามระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศในปัจจุบัน

1.4 ลักษณะด้านสังคมและวัฒนธรรม

วิถีชีวิตของประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชนน้ำเชี่ยวมีทั้งชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิม ในสัดส่วนเท่า ๆ กัน อาศัยอยู่ร่วมกันอย่างปกติสุข ชาวไทยมุสลิมส่วนใหญ่ตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณคลองน้ำเชี่ยว มีศาสนสถานที่สำคัญคือมัสยิดอัลกุบรอ มีอายุเก่าแก่กว่า 200 ปี มีประวัติความเป็นมาตามหลักฐานเอกสารเชื่อว่า ก่อสร้างในสมัยรัชการที่ 3 เป็นศูนย์รวมของมุสลิมชุมชนน้ำเชี่ยวมาเป็นเวลานาน ชาวไทยพุทธมีศาสนสถานที่สำคัญคือ วัดน้ำเชี่ยว เดิมชื่อวัดอินทาราม ตามหลักฐานเอกสารเป็นวัดที่รัชกาลที่ 5 เคยเสด็จมาประทับ เป็นศูนย์รวมของพุทธศาสนิกชน



ภาพที่ 4.3 มัสยิดอัลกุบรอในอดีต (ขวา) และมัสยิดอัลกุบรอในปัจจุบัน (ซ้าย)
ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำเซียว อำเภอแหลมทอง จังหวัดตราด. 2552



ภาพที่ 4.4 วัดอินทาราม (วัดน้ำเซียว)



ภาพที่ 4.5 พระบรมสารีริกธาตุภายในวัดน้ำเชี้ยวหรือวัดอินทาราม

ในวันสำคัญทางศาสนาของทั้งสองศาสนา ชาวบ้านจะพากันไปทำบุญกันอย่างพร้อมเพรียง โดยเฉพาะโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น ชาวไทยมุสลิมมาร่วมกันในวันตรุษอีดีลฟีตรี และตรุษอีดีลอัฎฮา ชาวไทยพุทธมาร่วมกันในวันสำคัญทางศาสนาและงานบุญต่างๆ

1.5 ระบบบริการพื้นฐานของชุมชน

1) การคมนาคม ตำบลน้ำเชี้ยวอยู่ห่างจากตัวเมืองตราดประมาณ 8 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางตราด – แหลมงอบ เส้นทางคมนาคมเป็นแหล่งชุมชน ได้รับการปรับปรุงพัฒนาเป็นถนนลาดยาง และคอนกรีตเสริมเหล็ก

2) การโทรคมนาคม ในปัจจุบันนี้มีโครงข่ายโทรศัพท์ของทุกโครงข่าย

3) การไฟฟ้า คราวเรือนในตำบลมีไฟฟ้าใช้

4) การประปา มีระบบประปาของการประปาภูมิภาค

2. การบริหารจัดการกลุ่มต้งเมกรอบ บ้านน้ำเขียว

2.1 ประวัติความเป็นมาของต้งเมกรอบ บ้านน้ำเขียว

มีคนเฒ่าคนแก่ของชุมชนบ้านน้ำเขียว เล่าให้ฟังว่า เมื่อประมาณกว่า 200 ปีมาแล้ว มีเรือสินค้าของชาวจีนได้ล่องมาค้าขายในแถบแหลมงอบและได้เข้ามาหลบลมหลบฝนในคลองน้ำเขียว ซึ่งพ่อค้าได้นำสินค้ามาขายเช่น เครื่องปั้นดินเผา ถ้วยชาม น้ำตาล แป๊ะแซ และสินค้าอื่นๆ มาค้าขายกับชาวบ้านในแถบนี้ ซึ่งชาวบ้านก็นำสินค้ามาขายให้พ่อค้าชาวจีน เช่น มะพร้าว อาหารทะเล อาหารทะเลแปรรูป ซึ่งมีมาก ชาวชุมชนบ้านน้ำเขียวซึ่งมีมะพร้าวอยู่แล้วได้คิดแปรรูปมะพร้าว (น้ำกะทิ) กับน้ำตาล แป๊ะแซ ที่แลกเปลี่ยนหรือซื้อมาจากพ่อค้าชาวจีนมาผสมเข้าด้วยกันให้เป็นอาหารหลากหลายประเภท ต่อมาได้มีการพัฒนาค้นคิดพลิกแพลงวิธีการทำขนมต่างๆ ซึ่งขนมต้งเมกรอบก็เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งที่ได้จากการพัฒนาจนเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีขั้นตอนการทำ อาทิ เช่น การตีน้ำตาล คือ การนำเนื้อน้ำตาลที่ได้จากการเคี้ยวมาหล่อให้เป็นก้อน จากนั้นก็นำมาซัก ซึ่งการซักน้ำตาลต้องอาศัยศิลปะความชำนาญเฉพาะตัว รวมทั้งเครื่องมือที่ใช้ในการซักน้ำตาลต้องทำขึ้นเอง ไม่มีขายตามท้องตลาด

“ต้งเมกรอบ”หรือคนสมัยก่อนเรียกว่า “ขนมน้ำตาลซัก/น้ำตาลเม” มีรูปร่างคล้ายแท่งไม่มีสีน้ำตาลอ่อน มีรสชาติหอมหวาน กรอบอร่อย รับประทานเป็นของหวาน ของว่าง ของขบเคี้ยว หรือปัจจุบันรู้จักเป็นที่แพร่หลายในชื่อ “ไม้หวานเมืองตราด”

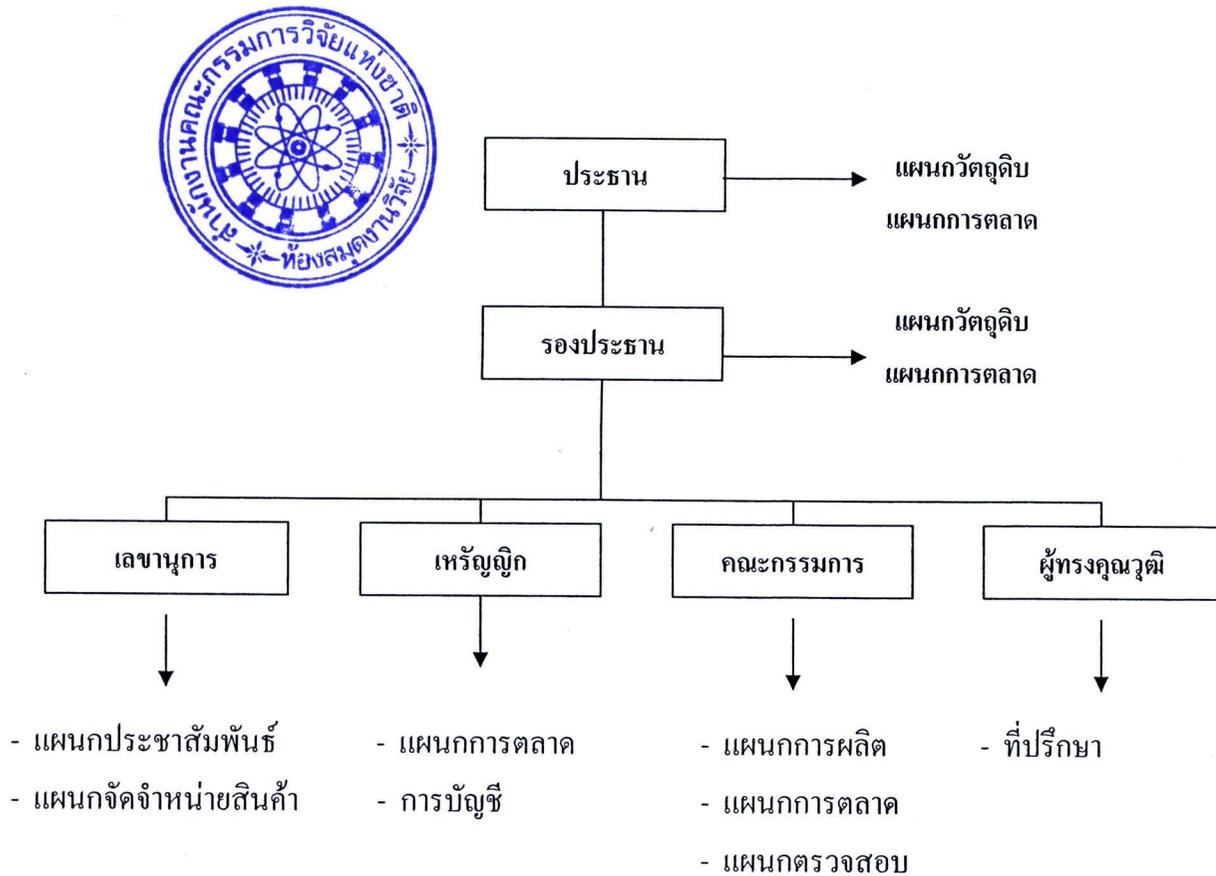
2.2 มีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม

- 1) เพื่อสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวและคนในชุมชน
- 2) เพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่อย่างยั่งยืน
- 3) เพื่อสร้างความสามัคคีและความเข้มแข็งในชุมชน

สถานที่ทำการตั้งอยู่เลขที่ 130 หมู่ 3 ตำบลน้ำเขียว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด

2.3 โครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่ม

มีระบบการบริหารจัดการกลุ่มในรูปแบบของคณะกรรมการ ซึ่งประกอบด้วยประธานกลุ่ม รองประธาน เหนรัญญิก เลขานุการ ประชาสัมพันธ์ และสมาชิกในกลุ่ม รวมทั้งสิ้นจำนวน 24 คน



ภาพที่ 4.5 แผนผังการจัดการกลุ่มตั้งเมกรอบ

2.4 การดำเนินงาน / กิจกรรม การบริหารจัดการกลุ่ม

2.4.1 ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการกลุ่มเริ่มจากการจัดการในรูปของการผลิตภายในครอบครัวซึ่งสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นภายหลังจากที่รัฐบาลได้มีโครงการ OTOP เข้ามา จึงได้เกิดการรวมกลุ่มกันขึ้น โดยเริ่มจากเครือข่าย และเพื่อนบ้านใกล้เคียง

2.4.2 เงินทุนที่ใช้ในช่วงแรก ใช้เงินทุนที่มาจากการสะสมของตนเองและครอบครัว ต่อมารัฐบาลได้มีโครงการกองทุนหมู่บ้านหมู่บ้านละ 1 ล้านบาท กลุ่มได้ยืมมาเป็นทุนในการดำเนินการ

2.4.3 วัตถุดิบที่ใช้ในการกระบวนการผลิตที่สำคัญ ประกอบด้วย น้ำตาลทราย กะทิ แป๊ะแซ ซึ่งหาซื้อได้โดยทั่วไป

2.4.4 การแบ่งงานตามบทบาทหน้าที่ มีการแบ่งหน้าที่ตามบทบาทอย่างไม่เป็นทางการ กลุ่มมีลักษณะการแบ่งงานเป็น 4 แผนก คือ แผนกจัดซื้อวัตถุดิบ แผนกดำเนินการผลิต แผนกการตลาด แผนกจัดจำหน่ายสินค้า ในขณะที่ผู้บริหารมีหน้าที่ในการบริหารสั่งการ ขณะเดียวกันก็มี

หน้าที่ในการผลิตสินค้าเหมือนสมาชิกคนอื่น ๆ หรือற்றுญิกที่มีหน้าที่จัดทำบัญชี ก็ยังทำหน้าที่ นำสินค้าออกร้านแสดงสินค้าตามงาน

2.4.5 การมีส่วนร่วม

1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ กลุ่มได้มีการประชุมร่วมกันเดือนละ 1 ครั้ง หรือบางครั้งก็สองเดือนครั้ง แล้วแต่โอกาส ส่วนมากการตัดสินใจจะอยู่ที่ประธานกลุ่ม

2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ มีภาครัฐเข้ามาส่งเสริมและช่วยเหลืออบรมให้ความรู้ ในเรื่องการทำบรรจุภัณฑ์จากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดตราดและพัฒนาชุมชนอำเภอแหลมงอบ การอบรมเรื่องการตลาดจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดตราด อบรมหลักสูตรกลยุทธ์กระบวนการตลาดและการบริหารความเสี่ยงเพื่อการส่งออกจากสำนักงาน SME การปรับปรุงวิธีการจัดทำบัญชีจากเกษตรอำเภอแหลมงอบ และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอแหลมงอบ ฯลฯ

สมาชิกภายในกลุ่ม มีส่วนร่วมในการปฏิบัติการโดยทุกคนสามารถทำงานแทนกันได้ในทุกหน้าที่ เพื่อให้ทันกับคำสั่งซื้อ และการออกจำหน่ายในงาน เทศกาลต่างๆ ทั้งในระดับจังหวัดและในระดับภูมิภาค และระดับชาติ

3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีการแบ่งรายได้เป็นค่าจ้างรายวัน โดยจ่ายสัปดาห์ละครั้ง รายได้จะได้รับตามปริมาณการจำหน่าย มีการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งให้กับสาธารณกุศล มีการรวมหุ้นของสมาชิก หุ้นละ 100 บาท สมาชิกทุกคนต้องมีการร่วมหุ้นอย่างน้อยคนละหนึ่งหุ้นแต่ไม่เกิน 5 หุ้น มีการแบ่งผลกำไรจากหุ้นทุก 6 เดือน และมีการปันผลทุกสิ้นปี

4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ในทุกสิ้นปีจะมีการประชุมประเมินผลการดำเนินงาน และเป็นวันที่มีการปันผลในวันเดียวกัน

ผลของการจัดการกลุ่มที่เห็นเป็นรูปธรรม ได้อย่างชัดเจน จากผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มระดับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ในการเข้าร่วมคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย จากระดับ 3 ดาว สู่ระดับ 4 ดาวได้ภายในระยะ 3 ปี (ปี 2549 – 2552)

3. การจัดการด้านการตลาด

3.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มมีความภาคภูมิใจในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และต้องการสืบทอดไปยังรุ่นลูก รุ่นหลาน กลุ่มมีความรู้ความเข้าใจในการผลิตเป็นอย่างดี และได้รับการ เสนอแนะและส่งเสริมจากภาครัฐในด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการบันทึกเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ในตัวสินค้าให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

3.2 กลยุทธ์ด้านราคา จากรูปแบบการขาย เดิมมีการขายสินค้าเป็นรายชิ้น/อัน ต่อมาได้มีการเพิ่มปริมาณการขายให้ได้ราคาเพิ่มขึ้น โดยบรรจุผลิตภัณฑ์ในรูปแบบรวมเป็นถุง ถุงละ 20 ชิ้น สะดวกในการซื้อเป็นของฝาก ทำให้ขายสินค้าได้ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม มีการลดขนาดของผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดที่กะทัดรัด บรรจุหีบห่อได้ง่าย สะดวกในการพกพา และมีความสวยงาม

3.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย กลุ่มได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยมีการจำหน่ายในแหล่งผลิต คือที่ทำการของกลุ่ม มีทั้งการขายส่งและขายปลีก และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยออกร้านจำหน่ายร่วมกับผลิตภัณฑ์ของจังหวัดตราด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ และตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่สำคัญในระดับชาติ ที่ เมืองทองธานี เป็นต้น และมีการขายส่งตามร้านของฝากชั้นนำของจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง และตามศูนย์ OTOP ต่าง ๆ รวมทั้งมีพ่อค้าแม่ค้ามารับไปจำหน่าย และมีการสั่งซื้อขายกันทางโทรศัพท์โดยมีการโอนเงินผ่านธนาคารครอบคลุมทุกภาคของประเทศ

3.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าทางทีวี ทางอินเทอร์เน็ตด่าบล มีการติดต่อขายกับร้านสะดวกซื้อที่มีเครือข่ายอยู่ทั่วประเทศ เช่น เซเว่นฯ มีการประชาสัมพันธ์โดยส่งทีมเข้าร่วมการแข่งขันในกีฬาประเพณีต่าง ๆ ในระดับตำบลและจังหวัด เช่น ฟุตบอลประเพณี การแข่งขันเรือพายด้วยลำไม้ไผ่ของตำบลน้ำเชี่ยว กีฬาตกปลาของจังหวัดตราด

4. ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการดำเนินงาน

เดิมกลุ่มตั้งเมกรอบบ้านน้ำเชี่ยว มีปัญหาในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสม ไม่มีการบันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และไม่มีการจัดทำระบบบัญชี และทางกลุ่มได้รับการแก้ไข สามารถพัฒนาศักยภาพของกลุ่มและยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้อยู่ในระดับ 4 ดาวได้ นับได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ประสบความสำเร็จได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังคงพบว่ากลุ่มยังมีอุปสรรคอื่น ๆ ในด้าน การบริหารการจัดการด้านการตลาด ในเรื่องของการสั่งซื้อ พบว่า มีปัญหาภาวะหนี้สูญที่เกิดจากการส่งสินค้าไปให้ลูกค้าด้วยความไว้วางใจ และเป็นข้อตกลงทางวาจา ขาดเอกสารหลักฐานที่เป็นพันธะสัญญาซื้อขายระหว่างกัน ส่งผลให้เกิดปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มตามมา และยังพบว่า มีชาวต่างประเทศสนใจในผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศมุสลิม แต่ทางกลุ่มยังไม่สามารถดำเนินการติดต่อค้าขายในระดับต่างประเทศได้ เนื่องจากยังขาดองค์ความรู้ในด้านการค้าระหว่างประเทศ เงินทุน และสมาชิกยังมีไม่มากพอที่จะรับการสั่งซื้อสินค้าจากต่างประเทศ