

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเด็นเป้าหมายยุทธศาสตร์ของชาติและยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาความยากจน ประกอบด้วยประชาชนในชนบทได้รับการพัฒนาอาชีพในระบบเศรษฐกิจพอเพียง ประชาชนในชนบทที่มีรายได้น้อยได้รับการยกระดับรายได้ให้พ้นจากความยากจน ประชาชนในทุกตำบลได้รับการส่งเสริมการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และผลผลิตอย่างมีคุณภาพ และประชาชนเข้าถึงแหล่งทุนของชุมชนและตำบล ได้อย่างทั่วถึง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวรัฐบาลจึงได้มีการดำเนิน โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อีกทั้งยังต้องการส่งเสริมทางการตลาด และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้มาตรฐาน จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้นำอาชีพและสมาชิก ในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้า ตลอดจนการดำเนินงานด้านการตลาดด้วยส่วนหนึ่ง หรือที่สำคัญก็คือ กลุ่มที่ผลิตสินค้า จำเป็นต้องมีการพัฒนาตนเองด้วยส่วนหนึ่ง โดยการผลิตหรือการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีจุดเด่นและจุดขายได้ในอนาคต ดังนั้น แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เป็นนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตและทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นสำคัญ และให้เชื่อมโยงกับศูนย์บริการ และถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรชุมชน เป็นการส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพดีขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยในปัจจุบันมีสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ทั้งสิ้น 37,443 รายการ (กรมการพัฒนาชุมชน. 2550. 21 สิงหาคม 2550.) จากการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-7 มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลักภายใต้แนวทางทุนนิยมภาคอุตสาหกรรมที่เติบโตขึ้น ในขณะที่ทรัพยากรธรรมชาติของประเทศลดลงอย่างรวดเร็ว เกิดปัญหาเรื่องความเหลื่อมล้ำของรายได้ เกิดช่องว่างระหว่างคนจนกับคนรวย คนที่รวยก็มีมากจนเกินพอดี ส่วนคนที่จนก็แทบจะไม่สามารถดำรงชีพอยู่ได้ ซึ่งความยากจนของประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 จึงเป็นแผนที่มุ่งเน้น การปฏิรูปความคิด และคุณค่าใหม่ของสังคมไทยที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน ต่อเนื่องถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ได้น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็น

ปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศ เป็นปรัชญาที่ชี้แนวทางการดำรงอยู่และการปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับประเทศ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศ ให้อยู่ดีมีสุข เสริมสร้างให้คนมีความรู้มีภูมิปัญญาโดยอาศัยพลังของการมีส่วนร่วมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เป็นแนวคิดที่ต้องการให้ทุกตำบลมีผลิตภัณฑ์เป็นของตนเองผลิตเอง ร่วมมือกันทำเอง และจำหน่ายเองอย่างน้อยตำบลละหนึ่งผลิตภัณฑ์ การดำเนินงาน โครงการนี้อยู่บนหลักพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเอง และคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) ทำให้ความฝันเป็นจริงได้ด้วยกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โดยสร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) พุ่มพอกประชาชนให้สู้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งความสร้างสรรค์

จากหลักการพื้นฐานดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นในทุก ๆ หมู่บ้าน และตำบล ประชาชนมีโอกาสนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตน ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่นของตนเอง ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2540 เป็นต้นมา ซึ่งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 9 ข้อ 3.1 (4) ระบุว่า “เพื่อแก้ปัญหาความยากจนและเพิ่มศักยภาพ และเพิ่มโอกาสในการศึกษา และบริการทางสังคมอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง สร้างอาชีพ เพิ่มรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาและปรับกลไกภาครัฐให้เอื้อต่อการแก้ไขปัญหา” เพื่อสนองต่อแผนพัฒนาฯ ดังกล่าว รัฐบาลจึงกำหนดนโยบายเร่งด่วน ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. 2545 : 8-9) รัฐบาลจะจัดให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตและพัฒนาสินค้า โดยรัฐบาลพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการ เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาด ทั้งในและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต จากนโยบายดังกล่าว จึงดำเนินงานโดยมีกรอบความคิดในการที่จะให้คนในชุมชนพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ สินค้า และบริการที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเข้าร่วมโครงการ แต่ต้องผลิตและเป็นเจ้าของโดยชุมชน

เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาด้วยเทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หลักทั้งด้านคุณภาพ และปริมาณ สร้างโอกาสทางการตลาด และที่สำคัญ สร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ของคนในชุมชนในที่สุด (กิตติ ลิมสกุล. 2544 : 11)

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีอาชีพประมง และเกษตรกรรมเป็นหลัก ดังนั้นจึงมีการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพขึ้น ในส่วนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีกลุ่มอาชีพจำนวนทั้งสิ้น 34 กลุ่มอาชีพ ซึ่งกลุ่มอาชีพแต่ละกลุ่ม ได้ดำเนินกิจกรรมของตนเอง ในด้านการนำความรู้ที่ได้รับจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งให้ความรู้ในด้านการถนอมอาหาร/แปรรูปอาหาร หัตถกรรม/ ศิลปะ-ประดิษฐ์ มาผลิตสินค้าตามที่กลุ่มของตนเองสนใจและมีความถนัดโดยคำนึงถึงทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก มีการจัดเจ้าหน้าที่มาตั้งแต่ก่อตั้งกลุ่ม ในกรณีภาครัฐให้การสนับสนุนกลุ่มอาชีพ ซึ่งเดิมเป็นการรวมตัวกันขนาดเล็ก มีเงินทุนเล็กน้อยจากสมาชิก ต่อมาผลผลิตเป็นที่นิยม และมีคุณภาพประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือชุมชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น เพื่อให้ประชาชนพ้นจากความยากจน และมีเงินทุนหมุนเวียน สำหรับธุรกิจชุมชน พี่นฟู สังคม พัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามและภูมิปัญญาท้องถิ่น และยังมีหน้าที่ในการส่งเสริมการผลิต การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ รวมทั้งส่งเสริมธุรกิจการตลาดให้ขยายอย่างกว้างขวาง ทั้งภายในและต่างประเทศได้อย่างเป็นรูปธรรม

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมการพัฒนาสินค้าในด้านการส่งเสริมการตลาด และพฤติกรรมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ และยอมรับในสินค้า โดย การโฆษณา การขายในการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และแนวทางพฤติกรรมการพัฒนาสินค้าของผู้นำอาชีพ
2. เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด ในรูปของลักษณะหรือรูปร่างของผลิตภัณฑ์ รูปแบบ ตราสินค้า การหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเพื่อจะศึกษาพฤติกรรมส่งเสริมการตลาด และพฤติกรรมพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาถึงพฤติกรรมส่งเสริมการตลาด และพฤติกรรมพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาในด้านข้อมูลทั่วไป และแนวทางที่สนับสนุนการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นของผู้นำอาชีพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของผู้นำอาชีพ

2. ขอบเขตด้านประชากร โดยมีกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ จำนวน 21 กลุ่มอาชีพ ได้แก่ กลุ่มผู้นำอาชีพ จำนวนประชากร 40 คน และกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ จำนวนประชากร 50 คน
3. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Kregcie and Morgan. 2513 : 608-609) ได้แก่ กลุ่มผู้นำอาชีพ จำนวนประชากร 32 คน และกลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ จำนวนประชากร 41 คน
4. ขอบเขตด้านตัวแปร ได้แก่
 - 1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป และแนวทางสนับสนุน ดังนี้
 - 1.1 ข้อมูลทั่วไป
 - 1.1.1 เพศ
 - 1.1.2 อายุ
 - 1.1.3 ระดับการศึกษา
 - 1.1.4 ระยะเวลาในการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์
 - 1.1.5 รายได้ต่อเดือน
 - 1.2 แนวทางสนับสนุน
 - 1.2.1 ผู้นำอาชีพ
 - 1.2.2 การบริหารจัดการกลุ่ม
 - 1.2.2 การส่งเสริมการตลาด
 - 1.2.3 การได้รับการสนับสนุนจากผู้นำอาชีพ
 2. ตัวแปรตาม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของผู้นำอาชีพ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 - 2.1 การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
 - 2.2 ผลิตภัณฑ์ที่มีตลาดรองรับ
 - 2.3 ความพึงพอใจของชุมชน

สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปส่งผลต่อแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของผู้นำอาชีพ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. แนวทางสนับสนุนส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของผู้นำอาชีพ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. ข้อมูลทั่วไปและแนวทางสนับสนุนสามารถพยากรณ์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของผู้นำอาชีพ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการกำหนดนิยาม ที่ใช้ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น หมายถึง โครงการที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นการสร้างรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเองได้มุ่งเน้นที่การเพิ่มมูลค่าผลผลิตและทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นสำคัญ และให้เชื่อมโยงกับศูนย์บริการ และถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรชุมชน เป็นการส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพดีขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อให้สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ของชุมชน

2. ผู้นำอาชีพ หมายถึง ลักษณะหรือคุณสมบัติของผู้นำที่บุคคลหนึ่งได้เป็นที่ยอมรับให้เป็นผู้นำในกลุ่มและมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มคนที่มาร่วมตัวกันเพื่อทำงานหรือประกอบอาชีพตามที่ตนเองถนัด ตามแนวทางของกรมส่งเสริมการเกษตร อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3. กลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์ หมายถึง กลุ่มปลาหนึ่ง กลุ่มน้ำพริกสตีส์ตรีหนองพลับ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านเนินตะเคียน กลุ่มสตรีตกตะกั่ว-หนองคร้า กลุ่มเพาะเห็ดหูหนูบ้านหนองตาแวว กลุ่มผลิตภัณฑ์ดอกไม้เกล็ดปลา กลุ่มบุญกาญจน์ กลุ่มหัตถกรรมของจิว บ้านหัวหิน กลุ่มสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรวมใจพัฒนา กลุ่มแป๊ะ-ดินประดิษฐ์อำเภอหัวหิน กลุ่มผ้าบาติกเขาตะเกียบ กลุ่มผลิตภัณฑ์ป่านศรนารายณ์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาหอย กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหัวนา กลุ่มสตรีทอผ้าหมู่บ้านเขาเต่า กลุ่มสุรากลั่น Rum Thai กลุ่มอนุรักษ์ผ้าฝ้ายทอมือ กลุ่มผ้าบาติกบ้านหัวหิน กลุ่มผลิตภัณฑ์บ้านหอย และกลุ่มสตรีแม่บ้านชุมชนพุดสุข

4. แนวทางสนับสนุน หมายถึง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นของผู้นำอาชีพ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งประกอบไปด้วยแนวทาง 3 ด้าน คือ ด้านผู้นำอาชีพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการได้รับการสนับสนุนจากผู้นำอาชีพ

5. การมีผลิตภัณฑ์ที่ตลาดรองรับ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับในชุมชน ผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาคุณภาพ และมีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เช่น มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าสูงขึ้น มีการประกวดผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับสินค้า ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นจุดนำ ส่งเสริมการนิยมนไทยเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

6. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน หมายถึง ชุมชนที่มีศักยภาพโดยพิจารณาได้จากศักยภาพโดยรวมมีความสามารถในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจของชุมชนเป็นหลัก

7. พฤติกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การที่ผู้นำกลุ่มอาชีพได้พยายามที่จะปรับปรุงคุณภาพสินค้า ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าของตนให้ได้รับการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ

8. **พฤติกรรมการตลาด** หมายถึง การที่ผู้นำกลุ่มอาชีพ ได้พยายามที่จะพึ่งตนเองทางด้านการตลาด การพยายามขยายตลาด การประชาสัมพันธ์สินค้า และการรักษาลูกค้าเก่า และการแสวงหาลูกค้ารายใหม่

9. **การสนับสนุนจากรัฐ** หมายถึง การที่ผู้นำอาชีพ ได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ในด้านการอบรมต่างๆ การได้รับการสนับสนุนทางการเงิน การได้รับการสนับสนุนทางด้านการตลาด และการประเมินประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการได้รับการสนับสนุนดังกล่าว

10. **ความรู้ด้านการพัฒนาสินค้า** หมายถึง ความรู้พื้นฐานของผู้นำอาชีพในด้านการพัฒนาคุณภาพสินค้า การส่งเสริมทางด้านการตลาด

11. **ทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์** หมายถึง จิตลักษณะของผู้นำอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด อยู่ในรูปความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ การตระหนักและมองเห็นประโยชน์ของการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด และการมองเห็นโทษของการละเลยการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ช่วยเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ ในการค้นหาปัจจัยทางด้านสถานการณ์ และพฤติกรรม การพัฒนาสินค้าของผู้นำอาชีพ ที่มีความสัมพันธ์กัน
2. เป็นพื้นฐานงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของผู้นำอาชีพ
3. เป็นแนวทางในการพัฒนาและกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการค้าเนิน โครงการแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในโอกาสต่อไป