

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์
ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

Guideline for The Community Product Development for Export of Artificial
Flowers Community Business Group at Mae Tha Sub-District, Mae Tha District,
Lampang Province

กรรณิการ์ สายเทพ^{1*} พิชญา เพิ่มไทย¹
Kannika Saitep^{1*} Pitchaya Permtai¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาปัญหาและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อค้นหาแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อให้ได้มาตรฐานการส่งออก โดยทำการสำรวจ และสัมภาษณ์เชิงลึกได้แก่สมาชิกในกลุ่ม พนักงาน และลูกค้า วิธีการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม การสังเกตแบบมีส่วนร่วมควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบปัญหาที่มีความสำคัญ คือปัจจุบันมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเล็กๆ เพื่อประดิษฐ์ดอกไม้ส่วนมากเป็นดอกไม้ที่ทำมาจากกระดาษและมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อภายในหมู่บ้านเพื่อนำไปขายต่อ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะเน้นการที่ประดิษฐ์ดอกไม้เพื่อประดับพวงหรีด เชิงเทียน มีปริมาณผลผลิตที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้า อีกทั้งยังไม่มีรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นรูปธรรม แนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่ม 1) ต้องมีการรวมกันเป็นเครือข่ายและจัดพบปะกันเป็นระยะ อาทิ เป็นรายเดือนหรือไตรมาส 2) ต้องมีการกำหนดมาตรฐานสินค้าและการควบคุมระบบการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ และ 3) ต้องมีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของลูกค้าและเพื่อการส่งออก

คำสำคัญ : ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น, การส่งออก, ดอกไม้ประดิษฐ์, การพัฒนาผลิตภัณฑ์

Abstract

This research aims to study the problems and the capability of the community product of artificial flowers to find out guideline and format product development of artificial flowers community business group for export standards. It was a survey research and in-depth interview with the committee members, employees, and customers. The research method of this study was questionnaires, the participatory observation gathering with the in-depth interview.

The outcomes of the research revealed that the key important problems that entrepreneurs still gather in a small group for artificial flowers. Most of the products are made from mulberry paper and there are middle men coming to buy the products in the village. The group's products are focused on artificial flowers to decorate the wreaths and candles, unstable yields depend on customer orders, unclear concrete format of product development. The development method was split into 3 directions as 1) participating with community on having joint meetings i.e. monthly or quarterly, 2) specifying product standard and production control system for uniformity, 3) developing product models is required by customers and for export.

Keywords : Community Product, Export, Artificial Flowers, Product Development

^{1*} อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Lecturer of Management Science Faculty, Lampang Rajabhat University



บทนำ

สังคมในศตวรรษที่ 21 มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากทั้งในประเทศไทยรวมถึงประเทศอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านวิทยาศาสตร์ สังคมและเทคโนโลยี ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับสังคมไทยในปัจจุบัน ที่กำลังเผชิญกับปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับ ประสบปัญหาต่างๆ ปัญหาที่สำคัญคือเกิดจากประชาชนในระดับรากหญ้าซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ รัฐบาลได้มองเห็นความสำคัญของปัญหานี้จึงได้มีการพัฒนาประเทศที่เน้นไปที่การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในประเทศ อยู่ดี กินดี มีอาชีพและรายได้รวมทั้งมีสุขภาพร่างกายที่ดี มีการส่งเสริมผ่านทางโครงการต่างๆ โดยมีหน่วยงานของรัฐ เป็นผู้กำกับดูแล อาทิ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า เพื่อเพิ่มรายได้ อีกทั้งยังมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่มุ่งเน้นไปที่กระบวนการพัฒนาชุมชนเพื่อเป็นการสร้างเครือข่าย ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย เพื่อสร้างสินค้าให้มีคุณภาพและมีมูลค่าสูง (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549)

การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งเพื่อช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจสังคมและชุมชนให้มีความยั่งยืนเพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่นทำให้สามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้ซึ่ง วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ small and micro community enterprise) กรมส่งเสริมการเกษตร (2549) ได้ให้ความหมายว่าเป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรืออื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคล ในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน กล่าวคือวิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเองซึ่งทุนของชุมชนนั้นหมายรวมถึงทรัพยากรผลผลิตทางการเกษตรความรู้ภูมิปัญญาวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น

อีกทั้งรัฐบาลพร้อมที่จะเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้สมัยใหม่ และมีการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศ สร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเชียงใหม่, 2556) ซึ่งส่งผลให้ชุมชนที่มีศักยภาพ รวมทั้งมีองค์ความรู้ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านต่างๆ สามารถรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างโอกาสในการทำงานร่วมกันในลักษณะของกลุ่มอาชีพ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่มาสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าที่สามารถจำหน่ายทั้งภายในและนอกพื้นที่ตลอดจนสามารถพัฒนาเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศอีกทั้ง อมรรรัตน์ อนันต์วรพจน์ (2557) พบว่า การรวมกลุ่มกันสามารถนำเอาองค์ความรู้ที่ได้รับไปเป็นวิทยากร การศึกษานอกระบบ ถ่ายทอดให้กับชุมชนอื่นที่สนใจ เป็นการแบ่งปันระหว่างชุมชนและสร้างเครือข่ายเพื่อความยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์ (2556) พบว่า แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทั้งในด้านการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ การสนับสนุนด้านการตลาด และการกำหนดระเบียบต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน

จากการส่งเสริมดังกล่าว ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพต่างๆ ส่งผลให้ประเทศไทยมีการรวมตัวกันของชุมชนในแต่ละชุมชนในการสร้างอาชีพและสร้างงานในอัตราที่สูงขึ้นตามลำดับ โดยมีจำนวนกลุ่มอาชีพและจำนวนสมาชิก โดยในปี 2556 มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนรวมทั้งประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 72,911 แห่ง และมีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำนวนทั้งสิ้น 283 แห่งจังหวัดลำปาง มีจำนวนวิสาหกิจชุมชน 1,473 ราย และมีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 แห่ง (สำนักงานเลขาธิการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2556) เช่นเดียวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นการรวมตัวของชาวบ้านชุมชนตำบลแม่ทะ ที่ทำดอกไม้ประดิษฐ์ พบว่า ดอกไม้ประดิษฐ์เป็นสินค้าที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ มีมูลค่าทางการตลาดของอุตสาหกรรมดอกไม้ประดิษฐ์ถึง 15 ล้านบาทต่อปี (เทศบาลตำบลแม่ทะ,



2559) และจากลงพื้นที่สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง มีการประดิษฐ์สินค้าโดยใช้มือ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท สินค้ายังไม่มีจุดเด่นและไม่มีรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและสมาชิกในกลุ่มไม่มีความรู้ด้านการผลิตเพื่อการส่งออก ดังนั้น นักวิจัยมีความตระหนักในปัญหาดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อมุ่งค้นหาแนวทางในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์อันนำไปสู่การสร้างจุดเด่นและจุดขายของสินค้าที่มีอัตลักษณ์และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง
2. เพื่อค้นหาแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะทะ จังหวัดลำปาง ให้ได้ตามมาตรฐานการส่งออก

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ผู้วิจัยสรุปประเด็นได้ดังนี้

แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) McCarthy & Pereault, Jr. (1991) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ที่ใช้สำหรับกิจการ อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีแนวคิดใหม่ๆ หรือมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์สินค้าหรือที่มีอยู่แล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สินค้า จะต้องให้ผลลัพธ์หรือลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าให้มากที่สุดกล่าวคือควรมีความพึงพอใจมากกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้า ชนิดเดิม หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ๆ ซึ่งปัจจุบันสภาพทางการตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้นตลอดจนมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้มีผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ๆ ในตลาดจำนวนมากที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและไปเร็ว ดังนั้นจึงส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สินค้าสั้นลง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ออกสู่ตลาดใหม่ จะอยู่รอดได้ในตลาด จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่มี “ความใหม่” ที่แตกต่างและเป็นสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค หรือลูกค้าเท่านั้น อีกทั้ง ประณีตพลกรัง (2547) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อเพิ่มมูลค่าการแข่งขัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่ง

อาจจำแนกผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ได้ 3 ลักษณะคือ (McCarthy & Pereault, Jr. 1991)

1. ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดนำเสนอในตลาดมาก่อนหรือเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึง
2. ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยน ดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น
3. ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการแต่ไม่ใหม่ในท้องตลาดเกิดจากการที่กิจการเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลักทำให้กิจการมีโอกาสทำกำไรสูง จึงเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ เพื่อเข้าสู่ท้องตลาดโดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดขององค์กรหรือบริษัท



แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศ

ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) นิพัทธ์ จิตรประสงค์ (2531) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่าเป็นธุรกิจของเอกชนหรือของรัฐบาลที่ดำเนินงานข้ามประเทศแต่ถ้าเป็นธุรกิจเอกชนการประกอบธุรกิจก็เพื่อหวังผลกำไรแต่ถ้าเป็นธุรกิจของรัฐบาลมีเป้าหมายที่จะหวังผลกำไรหรือไม่ก็ได้ ในขณะที่ กัตถัญญ หิรัญญสมบุรณ์ (2547) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่าเป็นธุรกิจต่างๆในภาคเอกชนและภาครัฐบาลเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในประเทศต่างๆ ตั้งแต่สองประเทศขึ้นไปโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งหวังกำไรและไม่มุ่งหวังกำไรจากการดำเนินการธุรกิจระหว่างประเทศซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากทั่วโลกและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคตแต่ขอบเขตของธุรกิจระหว่างประเทศจะเน้นเฉพาะองค์การธุรกิจที่มุ่งหวังกำไรจากการประกอบการซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543) ว่าเป็นกิจกรรมองค์การที่เกิดขึ้นในขอบเขตมากกว่าหนึ่งประเทศซึ่งผูกมัดกับการค้าระหว่างประเทศหรือการลงทุนข้ามเขตแดนหรือข้ามประเทศ อีกทั้ง ศินีย์ สังข์ศรี (2549) ได้ให้ความหมายของธุรกิจระหว่างประเทศว่าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่างๆที่เกิดขึ้นในขอบเขตมากกว่า 1 ประเทศ ที่ทำการค้าด้วยตลอดจนสภาพการแข่งขันระหว่างประเทศและการแข่งขันระหว่างบริษัทผู้ธุรกิจระหว่างประเทศต้องเข้าใจความซับซ้อนต่างๆ เพื่อวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่าธุรกิจระหว่างประเทศเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างประเทศจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งมีการดำเนินกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการโดยเริ่มตั้งแต่การผลิต การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง การทำสัญญาการค้าระหว่างประเทศ การดำเนินการในการส่งออก การทำประกันภัยสินค้า การชำระเงินข้ามประเทศและการดำเนินการพิธีการทางศุลกากรในการนำเข้าสินค้าหรือส่งออกสินค้าไปยังอีกประเทศหนึ่ง

แนวคิดการส่งออก

การดำเนินงานของกิจการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศมีหลายระดับไม่ว่าจะเป็นระดับพื้นฐานได้แก่การส่งออกจำหน่ายในต่างประเทศ (Export) จนถึงการลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment หรือ FDI) การส่งออก (Exporting) (ชนงภรณ์ กุณฑลบุตร, 2547) ซึ่งเป็นวิธีการพื้นฐานที่สุดของการดำเนินงานของธุรกิจระหว่างประเทศและเป็นวิธีการที่มีความเสี่ยงน้อยเพราะเพียงแต่จัดส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศมิใช่การลงทุนสร้างโรงงานหรือฐานการผลิตที่ต้องการระยะเวลาในการผูกพันที่จะได้ทุนคืนมี 2 วิธีดังนี้ 1. การส่งออกทางอ้อม (Indirect Exporting) คือการขยายตลาดผ่านคนกลางหรือตัวแทนจำหน่ายภายในประเทศที่ซื้อสินค้าเพื่อการส่งออกวิธีการนี้จะช่วยลดเงินลงทุนทั้งทางด้านบุคลากรและทรัพยากรอื่น ๆ รวมทั้งลดความเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดที่ผู้ประกอบการขาดความรู้ความเข้าใจในลักษณะตลาดพฤติกรรมผู้บริโภคสภาพทางเศรษฐกิจกฎหมายและการเมืองตลอดจนสภาพการณ์แข่งขันและอัตราแลกเปลี่ยนอย่างไรก็ตามวิธีการขยายตลาดสู่ต่างประเทศวิธีการนี้มีข้อด้อยตรงที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมเหนือนโยบายการทำธุรกิจของตัวแทนจำหน่ายซึ่งอาจส่งผลกระทบโดยตรงกับกลยุทธ์ทางการตลาดของกิจการในอนาคตเช่นการวางตำแหน่งตราผลิตภัณฑ์ (Brand Positioning) นโยบายราคาเป็นต้นและ 2. การส่งออกทางตรง (Direct Exporting) คือวิธีการนี้ธุรกิจจะมีแผนกขายระหว่างประเทศ (Exporting Department) ซึ่งแผนกดังกล่าวจะทำหน้าที่รับผิดชอบในการหาลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศวิธีการดังกล่าวทำให้ธุรกิจจะต้องแบกรับความเสี่ยงเพิ่มมากยิ่งขึ้นแต่ในขณะเดียวกันธุรกิจก็มีอำนาจในการควบคุมนโยบายการทำการตลาดในต่างประเทศมากยิ่งขึ้นเช่นกันโดยมากกิจการจะใช้วิธีการขยายตลาดด้วยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและใช้อินเตอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขายเป็นหลัก



ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

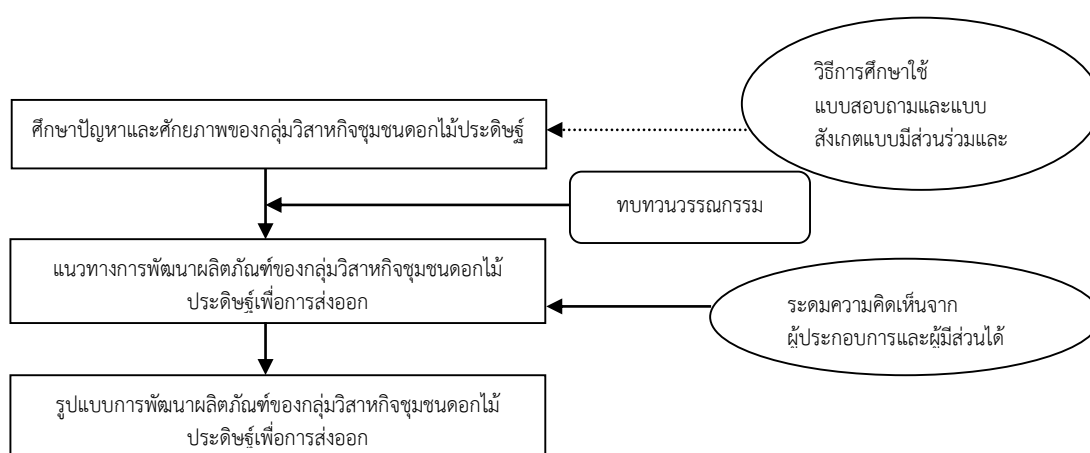
พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้ความหมายของคำว่าวิสาหกิจชุมชนไว้ว่าหมายถึงกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน (สำนักงานเลขาธิการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) ในขณะที่ เสรี พงศ์พิศ (2552) ให้ความหมายว่า วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนมารวมมือกันทำอะไรบางอย่างที่เกี่ยวกับการผลิตการแปรรูปการจัดการทรัพยากรการจัดการทุนการจัดการตลาด โดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ ซึ่งวิสาหกิจชุมชน เน้นการแบ่งปันการช่วยเหลือกันมากกว่าการแข่งขัน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจ ไม่แตกแยกแบ่งพวกและไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตนและพวกพ้องการเน้นการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

โดยหลักการของวิสาหกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียงและจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริมด้านความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นการสร้างรายได้การช่วยเหลือซึ่งกันและกันการพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนาารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนให้กลายเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้นต่อไป เสรี พงศ์พิศ (2548) ได้อธิบายว่าวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีลักษณะสำคัญ 7 ประการคือ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการ 2) ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน 3) ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน 4) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากล 5) ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆให้เป็นระบบ 6) มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ และ 7) มีการพึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย

กรอบแนวคิดการวิจัย

รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะเข จัหวัดลำปาง โดยการให้กลุ่มวิเคราะห้ตัวเอง เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพและสภาพปัญหาอันจะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดยมีจุดเน้นที่การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ ศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ นำไปสู่รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์เพื่อการส่งออก สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังแสดงดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์
ตำบลแม่ทะ อำเภอมะเข จัหวัดลำปาง





ระเบียบวิธีวิจัย

เชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรการวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง จำนวน 125 ราย (เทศบาลตำบลแม่ทะ, 2559) ซึ่งจากการลงพื้นที่ที่มีจำนวนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ จังหวัดลำปาง มีจำนวน 30 กลุ่ม

เชิงคุณภาพ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก มีบางรายที่ยินดีให้ข้อมูลอย่างเปิดเผย ตรงไปตรงมา ทีมผู้วิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 7 ราย ทีมผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสัมภาษณ์และการประเมินความพร้อมทางด้านผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์ กระบวนการในการผลิต และความความต้องการในการส่งออกดอกไม้ประดิษฐ์ และร่วมมือในการเข้าร่วมโครงการจากทีมงานวิจัย อีกทั้งต้องเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ที่ยินดีจะให้ความร่วมมือในการวิจัยในครั้งนี้

วิธีการศึกษา ใช้การสังเกตอันเกิดจากการเข้าไปพูดคุย การสำรวจ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - Depth - Interview) เพื่อหาศึกษาปัญหาและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ รวมถึงแนวทางและรูปแบบการพัฒนาลักษณะของกลุ่มในตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1. ใช้แบบสอบถาม การสังเกต เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง และข้อมูลศักยภาพการผลิตและการส่งออก
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อค้นหาแนวทางและรูปแบบการพัฒนาลักษณะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามและตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลโดยวิธี นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบเชิงเนื้อหาความถูกต้องในพฤติกรรมที่ต้องการวัดก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายปรากฏว่ามีค่า IOC (Index Of Objective Congruence) ที่ 0.67 ถึง 1.00 โดยใช้สูตร IOC เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของคำถามของพฤติกรรมที่ต้องการวัด ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญผู้ให้ข้อมูลหลักจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการเปรียบเทียบข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยข้อมูลที่รวบรวมมาได้ทำการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติซึ่งประกอบด้วยความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญโดยมีการจัดทำข้อมูลคือ การจำแนกกลุ่มข้อมูลพร้อมตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูลที่รวบรวมมาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและการเรียบเรียงข้อมูลและการจัดลำดับตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษาวิจัย
3. นำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้นำมาผนวกกับแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้ให้เกิดแนวทาง เพื่อสร้างให้เป็นแนวทางในการจัดการกับสภาพปัญหาต่อไป

ผลการวิจัย

จากข้อมูลสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งประกอบด้วย

6.1 ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 90.00) มีอายุเฉลี่ย มากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพทำไร่ (ร้อยละ 70.00) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 40.00) ส่วนใหญ่ศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 90.00) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 70.00) แหล่งเงินทุนหมุนเวียนมาจากทุน



ส่วนตัว (ร้อยละ 100.00) แหล่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมาจากภายในจังหวัด (ร้อยละ 90.00) และ มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี (ร้อยละ 75.00)

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ จังหวัดลำปาง แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

ด้านปัญหา

ปัญหาศักยภาพด้านการผลิต มีระดับความเห็นด้วยมาก โดยสินค้าไม่ได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา ไม่ได้รับการอบรมด้านการผลิตสินค้าอย่างสม่ำเสมอและไม่อุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.17 ไม่มีการบริหารจัดการด้านการผลิตอย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ และ ไม่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.10 ส่วนปัญหาศักยภาพด้านการส่งออกมีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด คือ ไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการส่งออก มีค่าเฉลี่ย 4.58 รองลงมา มีระดับความเห็นด้วยมาก คือ ไม่ได้รับการส่งเสริมการส่งออกจากหน่วยงานของรัฐบาลไม่เป็นสมาชิกเครือข่ายการส่งออก ไม่ได้รับทุนสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งออกสินค้า และไม่สามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้เอง มีค่าเฉลี่ย 4.50

ด้านศักยภาพ

ศักยภาพด้านการผลิตมีระดับความเห็นด้วยมาก โดย สินค้าส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมา มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.17 สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.74 และมีสินค้าได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.10 ส่วนศักยภาพด้านการส่งออกมีระดับความเห็นด้วยมาก โดย มีลูกค้าเป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 และ สินค้ามีคู่แข่งจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 มีศักยภาพด้านการส่งออกมีระดับความเห็นด้วยน้อย โดยมีการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการส่งออกและสินค้าเป็นที่ต้องการและนิยมในตลาดต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.58

และจากการสัมภาษณ์สมาชิกในกลุ่มเพื่อการค้นหารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ให้ได้ตามมาตรฐานการส่งออกค้นพบข้อมูลสำคัญ ดังนี้

1. การบริหารจัดการการทำงานของของกลุ่มพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนมีน้อยมาก ไม่มีการพบปะกันเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันต่างคนต่างทำงานของตนจึงส่งผลทำให้การกำหนดมาตรฐานของการทำงานไม่ชัดเจน ไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์หรือแนวปฏิบัติที่ชัดเจนจึงทำให้ยากต่อการควบคุมขาดแผนการทำงานที่ชัดเจน โดยไม่มีการกำหนดแผนการดำเนินงานในระยะยาว แต่มีแผนการทำงานระยะสั้นโดยใช้ข้อมูลคำสั่งซื้อจากลูกค้ามากำหนดกำลังการผลิต

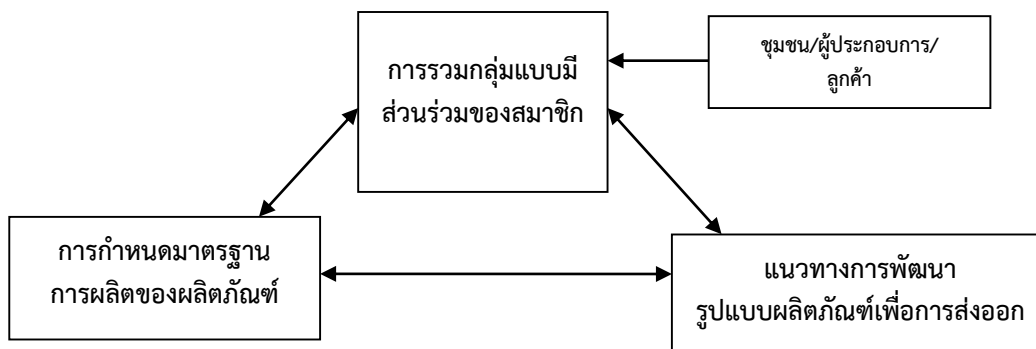
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มยังไม่ได้มีการพัฒนา โดยผลิตผลิตภัณฑ์ตามความถนัดของตนเองเป็นหลัก รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่มีความโดดเด่น ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐาน ไม่ได้รับการอบรมด้านผลิตอย่างสม่ำเสมอและส่วนใหญ่ผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นหลัก ส่งผลให้สินค้ายังไม่เป็นที่ต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดส่งออก รวมถึงยังไม่มีความรู้ด้านการส่งออก

แนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ จังหวัดลำปาง

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้ศึกษาวิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากสมาชิกในกลุ่มจำนวน 7 ราย โดยนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาวิเคราะห์และสามารถสรุปข้อมูลแสดงเป็นตัวแบบได้ดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบและแนวทางเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์



จากภาพที่ 2 สามารถอธิบายแนวทางการพัฒนา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 แนวทาง ดังนี้

ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วม และการทำงานร่วมกันของสมาชิก ต้องจัดให้มีการพบปะกันเป็นรายเดือนหรือรายไตรมาสโดยประกอบไปด้วยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตัวแทนชุมชน และตัวแทนลูกค้าเพื่อแลกเปลี่ยนพูดคุยปัญหา อุปสรรคและร่วมกันเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาและนำเสนอความคิดเห็นในเชิงการพัฒนาาร่วมกัน ดังนี้

1. ด้านการดำเนินการ ควรส่งเสริมให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพ การดำเนินงานของกลุ่ม โดยมีการแต่งตั้งให้ผู้นำกลุ่มย่อยเป็นคณะกรรมการจัดทำแผนร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องอันประกอบไปด้วย สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตัวแทนลูกค้า ซึ่งถือเป็นการสร้างเครือข่ายในการดำเนินการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น

2. มีการติดตามและประเมินผลผู้นำกลุ่มควรส่งเสริมให้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานของกลุ่ม โดยให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบความโปร่งใสของการบริหารงานโดยสมาชิกทุกคนสามารถตรวจสอบการติดตามและประเมินผล ซึ่งการประเมินผลต้องมีการกำหนดแนวทางและวิธีการติดตามและประเมินผล โดยมีการกำหนดระยะเวลาหรือช่วงเวลาในการติดตามและประเมินผลที่ชัดเจนและเหมาะสมต้องมีการรายงานผลการติดตามและประเมินผลให้สมาชิกทุกคนทราบเพื่อปรับปรุงและแก้ไข ในส่วนที่บกพร่องอันนำไปสู่ประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่าย

การกำหนดมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ ควรส่งเสริมให้สมาชิกได้รับการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะในการผลิตก่อให้เกิดความชำนาญในการผลิต รวมถึงการควบคุมการซื้อปัจจัยที่ใช้ในการผลิตและวัตถุดิบในการผลิตที่ได้มาตรฐาน ควรมีการดูแลติดตามเอาใจใส่และให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการผลิตให้ดียิ่งขึ้น

แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมือนกันกับผลิตภัณฑ์อีกหลายกลุ่ม ก่อให้เกิดการแข่งขันที่สูง ดังนั้นควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากกลุ่มอื่น อาทิ ใช้วัตถุดิบที่ทำได้ในท้องถิ่น สินค้าต้องมีอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มแตกต่างจากกลุ่มอื่น เป็นต้น อีกทั้ง ปัจจุบันลูกค้ายังไม่รู้จักกลุ่มหรือสินค้าของกลุ่ม จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลแก่ลูกค้า รวมถึงมีการเข้าร่วมกับสมาชิกเครือข่ายการส่งออกและขอรับการสนับสนุนการให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์จากรัฐบาล อาทิ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก เป็นต้น



สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง เรื่อง รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะเข จังหวัดลำปาง สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผล โดยแบ่งตามหัวข้อการอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัญหาและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะเข จังหวัดลำปาง

ซึ่งสรุปการอภิปรายผล ได้ดังนี้ ศักยภาพด้านการผลิต โดย สินค้าส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบภายในจังหวัดลำปาง มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สินค้ามีรูปแบบที่หลากหลายตรงตามความต้องการของลูกค้า และ มีการพัฒนาสินค้าอย่างสม่ำเสมอซึ่งสอดคล้องกับ ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่หาได้จากภายในจังหวัดลำปาง และภายในท้องถิ่น และกระบวนการผลิตสินค้าเป็นการผลิตโดยใช้มือเป็นหลักจึงไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และมีสินค้าที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า แต่สินค้ายังไม่ได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่ สินค้ายังไม่มีความรู้ด้านการส่งออกแม้ว่าจะมีลูกค้าเป็นจำนวนมาก แต่สินค้ามีคู่แข่งจำนวนมาก ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการส่งออกและสินค้ายังไม่เป็นที่ต้องการและนิยมในตลาดต่างประเทศ สอดคล้องกับ ธงพล พรหมสาขา ณ นคร และ อุทิศ สังขรัตน์ (2556) ที่กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านการผลิต และการตลาด เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของวิสาหกิจชุมชนหน่วยงานภาครัฐเป็นหน่วยงานสำคัญของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั้งในด้านการให้ความรู้การพัฒนาทักษะด้านต่างๆการสนับสนุนด้านการตลาดและการกำหนดระเบียบต่างๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน

ส่วนปัญหาศักยภาพด้านการผลิตสินค้าไม่ได้รับมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้รับการอบรมด้านการผลิตสินค้าอย่างสม่ำเสมอและไม่อุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย ไม่มีการบริหารจัดการด้านการผลิตอย่างสม่ำเสมอ และ ไม่มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตซึ่งสอดคล้องกับ ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่าสินค้าที่ผลิตยังไม่มีการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเนื่องจาก สินค้ายังไม่ชัดเจน หรือมีเอกลักษณ์เฉพาะ ตลอดจนยังไม่มีการนำเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัยสินค้าส่วนใหญ่ผลิตโดยใช้มือทำให้สินค้าไม่มีมาตรฐาน อีกทั้งปัญหาศักยภาพด้านการส่งออก ไม่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินการส่งออก ไม่ได้รับการส่งเสริมการส่งออกจากหน่วยงานของรัฐบาล ไม่เป็นสมาชิกเครือข่ายการส่งออก ไม่ได้รับทุนสนับสนุนจากรัฐบาลในการส่งออกสินค้า และ ไม่สามารถกำหนดราคาขายสินค้าได้เอง สอดคล้องกับ อัจฉรา หล่อตระกูล (2555) ที่กล่าวว่าผู้ผลิตไม่ใช่ผู้กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของตนเองแต่ราคาซื้อขายเป็นราคาตามกลไกตลาดนอกจากนี้ประเด็นลูกค้าไม่รู้จักร้านหรือสินค้าของร้านอยู่ในเกณฑ์ปัญหามากเช่นกันกลุ่มจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์และต้องมีการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อค้นหาแนวทางและรูปแบบแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอมะเข จังหวัดลำปาง ให้ได้ตามมาตรฐานการส่งออก

ปัจจุบันไม่มีการรวมกลุ่มกันอย่างชัดเจน มีเพียงชาวบ้านบางกลุ่มที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มเล็กๆ ประมาณ 5 - 10 คน รวมตัวกันเพื่อประดิษฐ์ดอกไม้ส่วนมากเป็นดอกไม้ที่ทำมาจากกระดาษสาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะเน้นที่ประดิษฐ์ดอกไม้เพื่อประดับพวงหรีด เชิงเทียน ปริมาณการผลิตผลิตเป็นช่วง ๆ ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับคำสั่งซื้อของลูกค้า แต่ช่วงปี 2559 มีปริมาณคำสั่งซื้อจากลูกค้าจำนวนมากจึงทำให้การผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้าจากปัญหาดังกล่าวจึงส่งผลให้ยังไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้มาตรฐานการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับ อัจฉรา หล่อตระกูล (2555) ที่กล่าวว่าอาจเป็นเพราะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกันกับผลิตภัณฑ์อีกหลายกลุ่มแสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีการแข่งขันกันสูง นอกจากนี้ประเด็นลูกค้าไม่รู้จักร้านหรือสินค้าของร้านกลุ่มจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์และต้องมีการให้ข้อมูลแก่ลูกค้าเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกลุ่ม



ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในทางปฏิบัติและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ในงานวิจัยนี้ได้สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการผลิตและการส่งออกของกลุ่มโดยใช้แบบสอบถามผลิตผลผลิตกันดั้มนั้นจึงควรต้องจัดประเมินเป็นระยะๆ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้กลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มดำเนินงานและพัฒนาตนเองต่อไปอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผลการประเมินศักยภาพเป็นในด้านรูปแบบเชิงปริมาณอย่างชัดเจนซึ่งจะสามารถใช้ผลการประเมินดังกล่าวนี้ไปขอรับการสนับสนุนโครงการพัฒนาต่างๆ ได้

2. ผลการวิจัยพบว่า ทางกลุ่มยังไม่สามารถพึ่งตนเองได้ โดยที่ยังไม่ได้มีการรวมกลุ่มกันอย่างสมบูรณ์แต่สามารถเป็นพื้นฐานในการพัฒนาต่อไปได้ ดังนั้นเกี่ยวกับศักยภาพการผลิตการส่งออกและปัญหาอุปสรรคที่พบชุมชนยังต้องการความช่วยเหลือในการพัฒนาอีกมากอาทิควรมีหน่วยงานร่วมมือช่วยพัฒนาส่งเสริมให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านงบประมาณรัฐบาลหรือองค์การเอกชนต้องเข้ามามีบทบาทที่จะช่วยเหลือสนับสนุนเพื่อให้กลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มชุมชนทำธุรกิจได้อย่างเป็นระบบและยังต้องทำวิจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มชุมชนด้านต่าง ๆ ต่อไป

3. การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มมีข้อจำกัดด้านบุคลากรของกลุ่มที่จะพัฒนาตนเองจึงควรให้รวมกันเป็นเครือข่ายและจัดพบปะกันเป็นระยะ อาทิ เป็นรายเดือนหรือไตรมาสและควรจะมีการเชิญหน่วยงานหรือวิทยากรมาช่วยพัฒนาหรือสอนงาน

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จำกัดเฉพาะในเขตอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ที่คณะผู้วิจัยปฏิบัติงานอยู่เนื่องจากเป็นพื้นที่ชุมชนตามประกาศของคณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางและมีข้อจำกัดด้านระยะเวลา จึงทำให้การอ้างอิงไปสู่กลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มชุมชนอื่นจึงอาจไม่เหมาะสม ดังนั้นในการศึกษาต่อไปในอนาคตควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบผลการวิจัยเช่นนี้ในเขตอำเภออื่น ๆ หรือจังหวัดอื่น ๆ ด้วย

2. กลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มชุมชนที่ศึกษาครั้งนี้จำกัดเฉพาะในเขตอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ศึกษาเฉพาะกลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ในการศึกษาต่อไปในอนาคตควรมีการศึกษากลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มอื่นๆ ให้มากขึ้นครอบคลุมทุกผลิตผลกันดั้มเพื่อทราบว่ากลุ่มผลิตผลผลิตกันดั้มชุมชนสามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตและการส่งออกได้มากน้อยเพียงใดอันจะนำไปสู่การพัฒนาความเป็นอยู่ของคนในชุมชนท้องถิ่นได้อยู่ดีมีสุขซึ่งส่งผลให้ได้ตัวชี้วัดการพัฒนาอย่างแท้จริง

รายการอ้างอิง

กัตถัญญ์ หิรัญญสมบุญ. (2547). *การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลพับลิเคชั่น จำกัด.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2549). *ข้อควรรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน 2*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์แห่งประเทศไทยจำกัด

ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2547). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เทศบาลตำบลแม่ทะ. (2559). *รายงานประจำปี 2558*. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2559,

จาก <http://www.maethacity.go.th/>



- ธงพล พรหมสาขา ณ นคร และ อุทิศ สังข์รัตน์. (2556). *แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา*. รายงานวิจัย ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นิพัทธ์ จิตรประสงค์. (2531). *ธุรกิจระหว่างประเทศ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประสงค์ ประณีตพลกรัง. (2547). *การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ*. กรุงเทพฯ : ธนัการพิมพ์.
- ศินีย์ สังข์ศรี. (2549). *ธุรกิจระหว่างประเทศและเอกสารการค้า*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2556). สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2558, จาก http://www.m-society.go.th/ewt_news.php?nid=11062.
- สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดเชียงใหม่. (2556). *รายงานข้อมูลหมู่บ้านหัวทุ่ง หมู่ 14 ตำบลเชียงดาว อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่*. (เอกสารอัดสำเนา)
- สำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548*. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (อัดสำเนา).
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554)*. สืบค้นเมื่อ 8 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.ddd.go.th/Thai-html/05022007/PDF/PDF01/index.htm>.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). *ฐานคิดจากแผนแม่บทวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์.
- เสรี พงศ์พิศ. (2552). *คู่มือทำวิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ : พลังปัญญา.
- อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์. (2557). *รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง*. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัยและงานสร้างสรรค์ราชภัฏธนบุรี. ปีที่ 1, ฉบับที่ 2 (ก.ค. – ธ.ค. 2557), หน้า 126-151.
- อัจฉรา หล่อตระกูล (2555). *การศึกษาศักยภาพเพื่อการส่งออกของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. วารสารมจร.สังคมศาสตร์ปริทรรศน์. ปีที่ 1, ฉบับที่ 3 (ก.ย. – ธ.ค. 2555), หน้า 104 -117.
- Mccathy & Pereault, Jr. (1991). *Basic Marketing*. New York : Mc Graw-Hill.