



ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



โดย
นางสาวสุธินี ศรีอัมพร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

COMPETITIVENESS OF DOWNRUANGHOUSEWIFE FARMERS' COMMUNITY ENTERPRISE
IN BANG KHAN TAEK SUB-DISTRICT, MYEANG DISTRICT, SAMUTSONGKHRAM
PROVINCE UNDER 'ONE TAMBON ONE PRODUCT' SCHEME



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Arts Program in Public and Private Management
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2015
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ความสามารถทางการ
แข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก อำเภอเมือง จังหวัด
สมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เสนอโดย นางสาวสุธินี ศรีอัมพร เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและ
ภาคเอกชน

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.สรวรรยา ธรรมอภิพล)

...../...../.....

..... กรรมการ

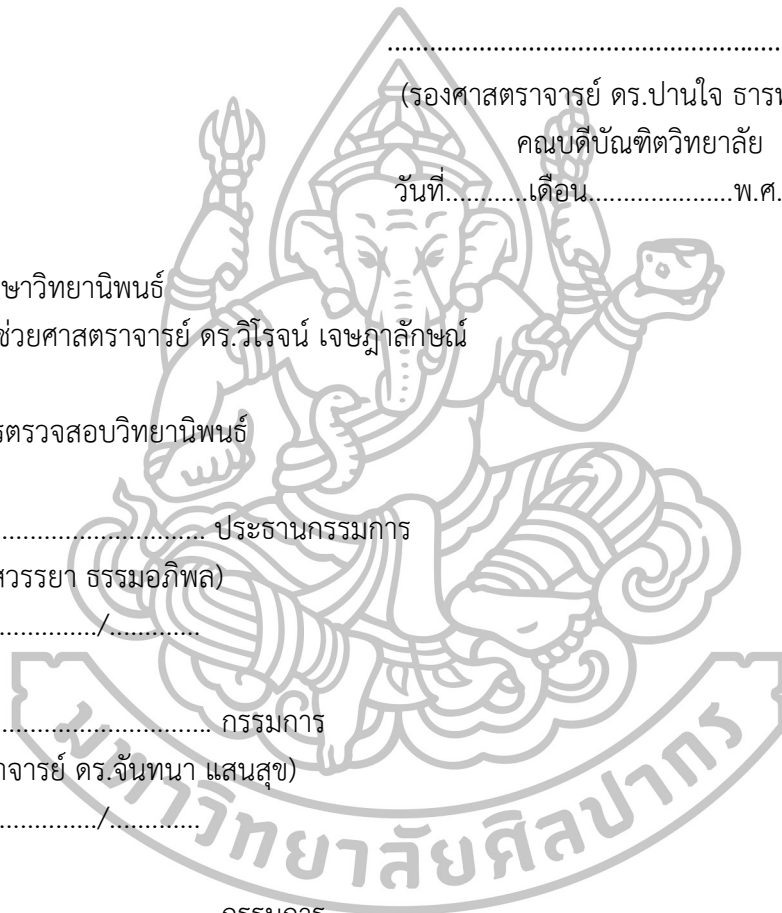
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา แสนสุข)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์)

...../...../.....



57601318: สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ : รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม / การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน / การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน

สุทิน ศรีอัมพร : ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงครามในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ.ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. 68 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง 2. ศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง 3. ศึกษาการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยวิธีสังเกตและสัมภาษณ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขันแตก และลูกค้าใน และนอกตำบล

ผลการวิจัย พบว่า 1.รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก มีการทำงานของกลุ่มประสบผลดีเท่าที่ควร ทางกลุ่มดำเนินการของบประมาณสนับสนุน โครงการแปรรูปน้ำตาลมะพร้าว จากสมัชชาอาหารปลอดภัย จากบัญชีทะเบียนสมาชิกและการระดมเงินทุน มีการทุนระดมทุนเงินคนละ 100 บาท เก็บครั้งเดียวใช้ได้ตลอดชีพ จะใช้วิธีสะสมเรื่อยมา 2.การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันพบว่า กลุ่มมีความสามารถขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นจากเดิมได้อีก เพราะผู้ที่รับผิดชอบเรื่องการตลาดคือ ประธานกลุ่ม และรองประธานกลุ่ม มีทักษะในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และทักษะในการติดต่อประสานงานกับช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น เช่น ห้างสรรพสินค้าเป็นต้นช่องทางการจำหน่ายจึงเป็นตลาดเดิม ๆ สินค้าของทางกลุ่มมีชื่อเสียง มีคุณภาพดี ใช้ไปแล้วนำไปบอกต่อ ๆ กัน เนื่องจากทางกลุ่มมีการคัดเลือกและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี มีการสร้างความแตกต่างไม่เหมือนใคร มีจุดเด่นที่หาจากแหล่งอื่นได้ยาก มีการแปรรูปอาหารให้สามารถเก็บและบริโภคได้นานสำหรับในด้านงานบริการลูกค้า เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราไปนานๆ และเลือกที่จะใช้บริการกับเราต่อไป 3. การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันมีการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความซ้ำซากและจำเจ มีสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอมีการลดต้นทุน ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2558

57601318: MAJOR : PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEYWORDS : CORPORATE AND NATURE OPERATING ACTIVITIES / COMPETITIVE ENVIRONMENT ANALYSIS/DEVELOPMENT OF COMPETITIVENESS

SUTHINEE SRI-AMPHORN : COMPETITIVENESS OF DOWNRUANGHOUSEWIFE FARMERS' COMMUNITY ENTERPRISE IN BANG KHAN TAEK SUB-DISTRICT, MYEANG DISTRICT, SAMUTSONGKHRAM PROVINCE UNDER 'ONE TAMBON ONE PRODUCT' SCHEME. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.VIROJ JADESADALUG, Ph.D. 68 pp.

The purposes of this research were to 1. study patterns and characteristics of how housewife farmers in Downruang community enterprise operate their business, 2. examine how they perform the competitive environment analysis, and 3. study competitive competency development of Downruang housewife farmers' community enterprise. This study was done by the use of interviewing and observing.

The results of this research were that 1. Patterns and characteristics of housewife farmers in Downruang community enterprise rather successfully operated their business. The community had requested budget from Safe Food Assembly for coconut sugar transformation project. For fund raising, every member was asked to donate 100 baht for lifetime membership. 2. For competitive environment analysis, this community could expand more market as the responsible persons are the president and vice president of the community who are skillful in advertising and coordinating with channel of distribution such as department stores. According to the well selection, goods distribution, unique quality product and exceptional service mind, the customers always impressed with the community business 3. In terms of competitive competency development, the community was continuously creating and bringing difference and uniqueness to their products such as cost reduction, in order to meet the customers' need.

Program of Public and Private Management

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2015

Thesis Advisors' signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าชี้แนะแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.สรวรยา ธรรมอภิพล ประธานการสอบวิทยานิพนธ์และอาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา แสนสุข ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และ ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาการศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยศิลปากรแห่งนี้ ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำความรู้มาประยุกต์ใช้ และเป็นพื้นฐานในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขันแตก ลูกค้าข้างนอก และในตำบลบางขันแตก ที่ให้ความร่วมมือและเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจนกระทั่งได้ข้อมูลและข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณครอบครัว ซึ่งเป็นแรงสนับสนุนและกำลังใจอันสำคัญยิ่งของผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ และผู้ที่สนใจ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบและการดำเนินธุรกิจ แนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน แนวทางในการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันและเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป นับเป็นความปิติยินดีอย่างยิ่งที่ได้ทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยกราบขออภัยมา ณ ที่นี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
รูปแบบและลักษณะการดำเนินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขัน แดก อำเภอมือเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม.....	5
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	25
ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและเกณฑ์การคัดเลือก.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
การบันทึกข้อมูลภาคสนาม.....	27
การตรวจสอบข้อมูล.....	27
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและบทบาทผู้วิจัย.....	28
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
ส่วนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม.....	30
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน.....	35
ส่วนที่ 3 การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน.....	42

บทที่	หน้า
5 สรุปลผลการวิจัย.....	44
สรุปลผลการวิจัย.....	44
อภิปรายผลจากการวิจัย.....	50
ประโยชน์จากการวิจัย.....	58
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	58
รายการอ้างอิง.....	60
ภาคผนวก.....	63
ประวัติผู้วิจัย.....	68



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 “**วิสาหกิจชุมชน**” กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกับประกอบกิจกรรมดังกล่าว ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่ เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ “**เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน**” หมายความว่า คณะบุคคลที่รวมตัวกัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจกรรมอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในของส่วนเครือข่าย เจตนาารมณ์ของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 เพื่อให้มีการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และการพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง พร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าใน อนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับที่ สูงขึ้นต่อไป (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2548)

การดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นี้ รัฐบาลได้มอบหมายให้กรมการพัฒนาชุมชนดำเนินการโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น ซึ่งจะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับฐานรากให้แก่ชุมชน และนำไปสู่ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ของประเทศได้ในที่สุด ในปี 2555 คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้กำหนดให้มีการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีการแบ่งสินค้าที่คัดสรร ออกเป็น 6 ประเภท ประเภทอาหาร ประเภทเครื่องดื่ม ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทเครื่องใช้ ประเภทศิลปะ ประดิษฐ์ และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา สินค้าที่คัดสรรในแต่ละประเภทจะแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือตั้งแต่ระดับหนึ่งดาว จนถึง ระดับห้าดาว กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Equity) ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistant) ความมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction) และมีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product) (กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, 2554)

สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (The competitive environment) ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับงานหรืออุตสาหกรรม (Task or industry environment) ความสามารถในการสร้างกำไรของธุรกิจ และลักษณะของการแข่งขันในอุตสาหกรรมมีทิศทางโดยตรงต่อการพัฒนา สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ประกอบด้วยปัจจัยที่มีความสำคัญต่อ กลยุทธ์ของธุรกิจประกอบด้วยคู่แข่ง (ที่มีอยู่เดิมและที่มีศักยภาพ) ลูกค้า และผู้ขายปัจจัยการผลิต ตัวอย่าง ประกอบด้วย ความคิดในการประสมประสานไปข้างหน้า (Forward integration) เช่น ผู้ผลิตอุตสาหกรรมรถยนต์ต้องการขยายตัวโดยขยายสาขาจำหน่ายรถยนต์หรือบริษัทที่ให้เช่ารถยนต์ หรือธุรกิจที่แตกต่างกันในอุตสาหกรรมอย่างสิ้นเชิงในการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งใช้ เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผู้บริหารที่ต้องการประสบความสำเร็จในอนาคต จะต้องเริ่มต้นด้วยการศึกษาการบริหารเชิงกลยุทธ์ เพราะโลกในการบริหารธุรกิจมีความสลับซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งธุรกิจจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงนั้น ถ้าผู้บริหารขาดความชำนาญในการกำหนดกลยุทธ์และการปฏิบัติตามกลยุทธ์จะทำให้ธุรกิจต่อสู้กับคู่แข่งไม่ได้ ดังนั้นผู้บริหารในระดับองค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรับผิดชอบในการกำหนดกลยุทธ์ และกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ที่มีรูปแบบ แม้แต่ผู้เชี่ยวชาญตามหน้าที่ ก็จะต้องเข้าใจแนวความคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์พื้นฐานด้วยเช่นกัน

จังหวัดสมุทรสงครามมีจำนวนผลิตภัณฑ์เข้าร่วมคัดสรร ปี 2555 ระดับ 3-5 ดาว ผ่านกระบวนการ KBO รวม 71 ผลิตภัณฑ์ (KBO : Knowledge – Based OTOP) การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่เครือข่ายองค์ความรู้ ดังนี้ โดยจำแนกเป็นประเภทดาวจำนวน 62 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 3 ดาว 17 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 4 ดาว 26 ผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว 19 ผลิตภัณฑ์ และ KBO 9 ผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ อาหาร 45 ผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่ม 2 ผลิตภัณฑ์ ผ้าและเครื่องแต่งกาย 3 ผลิตภัณฑ์ ของใช้ 14 ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรที่ไม่อาหาร 7 ผลิตภัณฑ์

ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการดำเนินโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ได้รับผลสำเร็จ จึงควรที่จะได้มีการศึกษาวิจัยถึงความสามารถทางการแข่งขันของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนี้มีน้ำตาลมะพร้าว แชมพู ครีมนวด สบู่ น้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างจาน น้ำมันเหลือง พิมเสน และผ้ามัดย้อมซึ่งจะทำการศึกษาจากกลุ่มอาชีพที่ผ่านโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย และได้รับการจัดระดับผลิตภัณฑ์ห้าดาวเพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาใช้เป็นข้อเสนอแนะและแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดสมุทรสงคราม ให้เพิ่มมากขึ้น และเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนากลุ่มผู้ผลิตอื่นที่ยังไม่ประสบความสำเร็จให้สามารถดำเนินงานประสบความสำเร็จในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
3. เพื่อศึกษาการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองที่มีวิธีการบริหารจัดการที่จะนำพากลุ่มให้ประสบความสำเร็จในการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการคัดสรรเป็นหนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ในการวางแผนกลยุทธ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การวางแผนกลยุทธ์จะไม่ประสบความสำเร็จหากปราศจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ความรุนแรงของการแข่งขัน และอุตสาหกรรมหรือตลาดเป้าหมาย การวิเคราะห์แรงกระทบทั้ง 5 จะช่วยให้เข้าใจถึงโครงสร้าง แนวโน้มหลัก และแรงกระทำต่าง ๆ ที่จะมามีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรในอุตสาหกรรมหรือตลาดเป้าหมาย และศึกษาถึงการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน ความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากการเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งทำให้ประเทศมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ประชากรมีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ลงพื้นที่ศึกษาที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองบ้านเลขที่ 32 บ้านบางดินเป็ด หมู่ 10 ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

3. ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

1. ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
2. สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
3. เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขันแตก
4. ลูกค้า โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้าภายใน และภายนอกตำบลที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ และจากการแนะนำบอกต่อของลูกค้าที่ใช้สินค้าแล้วได้ผลลัพธ์ที่ดีจึงกลับมาซื้อใหม่

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ.2559 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2559 และระยะเวลาในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ.2559 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2559

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ได้แนวทางการศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
2. ทำให้ได้แนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
3. ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

นิยามศัพท์

1. รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (The form and nature of its activities of the One Tambon One Product) หมายถึง ขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ริเริ่มก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน สมาชิกเมื่อเริ่มก่อตั้ง การระดมทุนจากสมาชิก การดำเนินงานด้านการตลาด การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (Competitive Environment Analysis) หมายถึง ปัจจัยผลการผลิต การแข่งขันระหว่างธุรกิจเดิม ด้านลูกค้า ด้านผู้จำหน่าย ปัจจัยการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ทดแทน ด้านคู่แข่งรายใหม่ การได้รับการสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ กลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ และการติดตามและประเมินผล เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบและโอกาสการสร้างกำไรในการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

3. การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน (Development of Competitiveness) หมายถึง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการสร้างเสริมโอกาสของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ใช้หลักกลยุทธ์สำหรับการแข่งขันทางการตลาด กลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านการลดต้นทุน และกลยุทธ์ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เพื่อให้โครงการได้ต่อสู้กับภัยคุกคามจากการแข่งขัน

4. วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) หมายถึง กิจกรรมของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพัฒนาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวม แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมจากตำรา วารสาร เอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. รูปแบบและลักษณะการดำเนินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. รูปแบบและลักษณะการดำเนินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจชุมชน” แทนได้ อันเนื่องมาจากว่าชุมชนไม่ใช่รัฐ ดังนั้นสถาน-ประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็ต้องจัดว่าเป็นของภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วถ้าหากใช้คำว่าธุรกิจนั้นก็หมายถึงการแสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง แต่สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของนั้นก็กลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ดังนั้น จึงควรใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่หลายคนรู้จัก โดยวิสาหกิจชุมชนนั้นจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนคิดได้จากการเรียนรู้ ไม่ใช่กิจกรรมเดี่ยว ๆ ที่ทำเพื่อมุ่งสู่ตลาดใหญ่ และไม่ใช่กิจกรรมที่ซับซ้อนอะไร ล้วนแล้วแต่เป็นการทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อจากตลาดได้ และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริการที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาสระผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่น ๆ ที่ชุมชนทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากนัก การทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อเป็นการลดรายจ่ายและยังช่วยยให้ระบบเศรษฐกิจใหญ่เข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ กระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเปรียบเศรษฐกิจพอเพียงเหมือนเสาเข็มของตึกที่ทำให้ตึกมั่นคง

แข็งแกร่งเศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้มแข็งและอยู่ได้ ที่ผ่านมาระบบเศรษฐกิจในประเทศเปรียบเหมือนการสร้างตึกที่มีฐานแคบ ถ้าฐานไม่แข็งแรง ตึกก็พังลงมา ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐานมั่นคงให้กับประเทศได้ โดยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็งและกระจายโอกาสการประกอบอาชีพให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

“วิสาหกิจชุมชน” จัดเป็นองค์กรภาคประชาชนที่ไม่มีรูปแบบ ไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาในการดำเนินงานเพราะวิสาหกิจชุมชนบางแห่งไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน และบางครั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จึงได้ถูกประกาศใช้อย่างเป็นทางการและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2548 เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

ได้ให้คำนิยามคำว่า วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro community Enterprise--SMCE) หมายถึง “การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน ทุน ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่น้องไว้ใจกัน) ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืนยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก”

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอนโดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อการสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย

วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ ด้านสังคม คือ การยึดโยงร้อยรัดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบแบ่งทุกข์แบ่งสุขซึ่งกันและกันโดยผ่านการประกอบกระบวนการของชุมชน

สำหรับความหมายของวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 นั้น วิสาหกิจชุมชน หมายความว่า “กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด”

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้ให้ความหมายของคำว่าวิสาหกิจชุมชนไว้ว่าหมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของ ครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548)

โดยหลักการของวิสาหกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจแบบพอเพียง และจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริมด้านความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการและพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชนให้กลายเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยธุรกิจที่สูงขึ้นต่อไป

ความแตกต่างของวิสาหกิจชุมชนกับสิ่งที่ชุมชนทำมาก่อน

วิสาหกิจชุมชนนั้นเป็นเรื่องเก่าแต่นำมาคิดใหม่ มีการทำอย่างมีแบบแผน มีระบบ มีขั้นตอน เริ่มต้นจากการเรียนรู้ การคิดก่อนแล้วค่อยลงมือทำ วิสาหกิจชุมชนเน้นความร่วมมือในการทำกิจกรรมเพื่อให้สามารถพึ่งพาตนเองได้แตกต่างจากอุตสาหกรรมชุมชนและธุรกิจชุมชนซึ่งเน้นที่กระบวนการผลิตการแปรรูป

วิสาหกิจชุมชนเป็นระบบที่มีความหลากหลายของกิจกรรม เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เป็นการประกอบการบนพื้นฐานของการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชน โดยมุ่งประโยชน์ทางสังคมแก่ชุมชนมากกว่าการแสวงหากำไรสูงสุด และมุ่งต่อการรักษาระบบนิเวศน์ของสังคมโดยรวม ถ้าเปรียบกับอุตสาหกรรมชุมชนและธุรกิจชุมชนกับการทำการเกษตร ก็คล้ายกับการปลูกพืชเชิงเดี่ยวขณะที่วิสาหกิจชุมชนจะคล้ายกับการปลูกพืชผสมผสาน

นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนจะเน้นในเรื่องของวิถีคิดและกระบวนการเรียนรู้มากที่สุด ปัญหาที่ผ่านมาจากชุมชนนั้นเป็นปัญหาวิถีคิดมากกว่าวิถีทำ ชุมชนสามารถผลิตได้มากมาย แต่ขายไม่ออก ขาดทุน หาดตลาดไม่ได้ เพราะเริ่มต้นจากวิถีทำ จากสูตรสำเร็จ จากการเลียนแบบ การทำวิสาหกิจชุมชนนั้น จึงควรเริ่มต้นจัดทำเพื่อให้พอกินพอใช้ก่อนแล้วค่อยพัฒนาไปสู่การจัดการเชิงธุรกิจเมื่อพอเพียงและพึ่งตนเองได้ก็สามารถผลิตให้เหลือเพื่อตลาดได้ และการคิดจะนำผลผลิตออกสู่ตลาดนั้นต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่มาจากความรู้จักใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางด้านชีวภาพหรือทรัพยากรในท้องถิ่นบวกกับความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสม โดยควรเริ่มจากเล็กไปหาใหญ่เพื่อที่จะสร้างรากฐานเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็งก่อน ทำกินทำใช้ก่อน ทำทดแทนสิ่งที่จะต้องซื้อให้ได้มากที่สุด หากต้องการที่จะนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ก็ควรเรียนรู้การจัดการ และกลไกทางการตลาดให้ดี ไม่หวังพึ่งพาลาดเป็นหลัก แต่ควรพึ่งตนเองและพึ่งพากันเองให้ได้มากที่สุด

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์

จากความสำคัญและเป้าหมายของโครงการ OTOP ดังกล่าว และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ.2556 ได้กำหนดวัตถุประสงค์ การดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไว้ 5 ประการ คือ สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมในท้องถิ่น

แนวคิดและหลักการ

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ชุมชน หรือตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้นำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมา พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่เป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชน และรัฐ พร้อมทั้งจะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังเป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละท้องถิ่นมีผลิตภัณฑ์หลักอย่างน้อย 1 ประเภท ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ การดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องนั้นเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่ต้องอาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้น

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพที่มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่น จุดขาย ที่รู้จักกันแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ

หลักการพื้นฐาน

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self - Reliance - Creativity) สร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้สิ่งที่ดีที่สุด เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนไม่ซ้ำแบบกันและเป็นที่ยอมรับทั่วไป
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) สร้างบุคลากรที่มีความคิดกว้างไกลมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการผลิตและบริการมีจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค

หลักการดังกล่าวไม่ได้เน้นการให้เงินสนับสนุนแก่ท้องถิ่น เพราะอาจไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนด้านความรู้ เทคโนโลยีที่จะพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ตลอดจนด้านการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจำหน่ายสินค้าสู่ตลาดต่างๆ เพื่อไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการ คือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับสากล มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก มีการรวมกลุ่มกันทำสบู่ แชมพู น้ำยาล้างจาน ผ้ามัดย้อม และน้ำตาลมะพร้าว สมาชิกหลายคนได้รวมกันทำกิจกรรมโดยได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่เกษตร จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เมื่อปี 2549 โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อให้แม่บ้านเกษตรกร และสมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้นเพื่อให้แม่บ้านเกษตรกรได้รับความรู้ในการพัฒนาด้านการเกษตรและเคหะกิจเกษตรเพื่อให้แม่บ้านเกษตรกรใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์

หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP

กรมการพัฒนาชุมชน ได้ให้ความหมายของหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ไว้ดังนี้

1. กรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Equity) ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous & Consistent) และควมมีมาตรฐาน (Standardization) โดยมีคุณภาพ (Quality) สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction) และประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product)

2. คุณสมบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ที่สามารถสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ

2.1 เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่มีชื่ออยู่ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2557-2558 ของจังหวัด หรือกรุงเทพมหานคร

2.2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจ และลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ปี พ.ศ. 2557-2558

2.3 ผลิตภัณฑ์ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด เช่น อย. และหากผลิตภัณฑ์ใดไม่มีข้อกำหนดของกฎหมายระบุไว้ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานอย่างไร้ข้อสงสัย ก่อนวันสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน, มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, ฮาลาล, มาตรฐานคุณภาพบริการขนส่งด้วยรถบรรทุก, การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี, ข้อกำหนดพื้นฐานที่จำเป็นในการผลิตและควบคุม, มาตรฐานการผลิตที่มีมาตรการป้องกันอันตราย และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น ทั้งนี้ กรณีผลิตภัณฑ์เครื่องประดับอัญมณีหากไม่มีมาตรฐานใดรับรองให้สามารถส่งเข้ารับการคัดสรรฯ ได้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระหว่างขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้ถือปฏิบัติดังนี้

2.3.1 กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายใหม่สามารถใช้หนังสือรับรองจากหน่วยงานที่ยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นหลักฐานแทนใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ จะถือว่าขาดคุณสมบัติและไม่ประกาศผลการจัดระดับผลิตภัณฑ์

2.3.2 กรณีเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP รายเก่า ซึ่งใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์หมดอายุสามารถใช้ใบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุสมัครรับการคัดสรรฯได้ ทั้งนี้ ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใหม่ จะนำผลคะแนนที่ได้ คุณด้วย 1 แต่หากยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใหม่ ในห้วงเวลาดังกล่าวผลคะแนนที่ได้จะคูณด้วย 0.75

2.3.3 กรณีที่ไม่อยู่ในคุณสมบัติตามข้อ 2.3.1 และ 2.3.2 ให้ใช้หนังสือรับรองการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เช่น สิทธิบัตร อนุสิทธิบัตร และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ได้ ทั้งนี้ในระหว่างก่อนประกาศผลการคัดสรรฯ หากไม่ได้รับหนังสือรับรองการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา จะถือว่าขาดคุณสมบัติและไม่ประกาศผลการจัดระดับผลิตภัณฑ์

3. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการสามารถส่งเข้าคัดสรรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถส่งผลิตภัณฑ์ ที่ได้แจ้งไว้ในการสำรวจและลงทะเบียนผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2557-8 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่ผ่านการรับรองมาตรฐานที่กำหนดไว้ ตามข้อ 2.3 ส่งสมัครเข้ารับการคัดสรรฯ ได้รายละเอียด 1 ผลิตภัณฑ์ (กรณีผลิตภัณฑ์เดียว) หรือ 1 ชุด (กรณีชุดผลิตภัณฑ์)

4. ประเภทผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรฯ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ตามนิยามความหมายที่ระบุ ต่อไปนี้ ได้แก่ อาหาร, เครื่องดื่ม, ผ้า เครื่องแต่งกาย, ของใช้ ของแต่ง ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

5. องค์ประกอบ เกณฑ์การคัดสรรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

5.1 ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (ด้านการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน)

5.2 ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (ด้านการตลาด ด้านความเป็นมาของผลิตภัณฑ์)

5.3 ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (การตรวจสอบ/วิเคราะห์คุณภาพตามประเภทผลิตภัณฑ์ โอกาสทางการตลาดสู่สากล)

6. การจัดระดับผลิตภัณฑ์

การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2559 ผลการดำเนินการคัดสรรฯ จัดระดับผลิตภัณฑ์มีระดับเดียว คือ ระดับประเทศเท่านั้น โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละ

ประเภทผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดคะแนนรวมไว้ 100 คะแนน ประกอบด้วยหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้าน คือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามค่าคะแนนดังนี้

1. ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 -100 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานหรือมีศักยภาพในการส่งออก
2. ระดับ 4 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 80 -89 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล
3. ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 70 -79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลางที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้
4. ระดับ 2 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 50 -69 คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
5. ระดับ 1 ดาว (ได้คะแนนต่ำกว่า 50 คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมาก และพัฒนายาก

7. การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ดำเนินการ 2 ปี ต่อ 1 ครั้ง โดยมีระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ ในเรื่องของการดำเนินงานให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และผู้สนใจทั่วไปทราบตั้งแต่เดือนตุลาคม - เดือนกุมภาพันธ์ และทั้งนี้ แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คณะกรรมการอำนาจการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) และกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย อาจพิจารณากำหนด รายละเอียดเป็นครั้ง ๆ ไป (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนกระทรวงมหาดไทย, 2558)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีศักยภาพ ด้วยการสนับสนุนให้ชุมชน วิสาหกิจชุมชนใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสานกับองค์ความรู้สมัยใหม่เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพบริการ การเข้าถึงแหล่งทุนและการตลาดเชิงรุกทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีแนวคิดพื้นฐาน 3 ประการ คือภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคง

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นโดย อัลเบิร์ต ฮัมฟรีย์ (Albert Humphrey) ได้นำเทคนิคนี้มาแสดงในงานสัมมนาที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ในช่วงทศวรรษที่ 1960-1970

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพอุตสาหกรรมหรือหน่วยงานในปัจจุบันเพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่อาจส่งผลต่อการดำเนินงาน คำว่า SWOT ย่อมาจาก

ประเด็นที่ต้องมีการวิเคราะห์ ได้แก่ S-Strength (จุดแข็ง), W-Weakness (จุดอ่อน), O-Opportunity (โอกาส) และ T-Threat (อุปสรรค)

หลักการสำคัญของ SWOT Analysis คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จักสภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ ในการวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารในอุตสาหกรรมนั้นๆ ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจของตน

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง (Strength) คือ ผลกระทบทางด้านบวกที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในขององค์กรหรือเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานภายในองค์กรที่สามารถกระทำได้ดี กล่าวโดยทั่วไปแล้ว ธุรกิจทุกแห่งควรต้องทราบถึงความสามารถที่เป็นจุดเด่นของตนเอง ซึ่งต้องมีการพิจารณาในทุกๆ องค์ประกอบ เช่น การตลาด การบริหาร การเงิน การผลิต การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็งเพื่อนำมาากำหนดเป็นกลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินงานต่างๆ ให้ตนเอง มีความโดดเด่นหรือสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง

จุดอ่อน (Weakness) คือ ผลกระทบทางด้านลบที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในขององค์กรหรือข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานภายในองค์กรที่ไม่สามารถกระทำได้ดี และส่งผลให้องค์กรเกิดความเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจได้

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส (Opportunity) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร หรืออาจหมายถึงผลกระทบด้านลบของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมภายนอกอยู่เสมอเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

อุปสรรค (Threat) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามหรือมีผลเสียต่อการดำเนินงานขององค์กร หรืออาจหมายถึงผลกระทบด้านลบของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องระมัดระวังในสิ่งที่เป็นข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดผลเสียได้ เราไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อจำกัดหรืออุปสรรคเพื่อไม่ให้เกิดขึ้นได้ แต่ถ้าเรามีการวิเคราะห์และคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เราก็จะสามารถหาทางป้องกันผลเสียที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลงไปได้

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ จะช่วยให้เข้าใจได้ว่าปัจจัยแต่ละอย่างเหล่านี้มีอิทธิพลต่อองค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจทำลายผลการดำเนินงาน โอกาสภายนอกจะเป็นสถานการณ์ที่ส่งเสริมโอกาสให้บรรลุเป้าหมายและในทางกลับกันอุปสรรคจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมาย

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิเคราะห์ SWOT

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และการพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรในทุกๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือ ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารครอบคลุมทุกด้านทั้งในด้านโครงสร้าง ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงาน และทรัพยากรในการบริหารงาน ซึ่งได้แก่ คน เงิน วัสดุ การจัดการ รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัท เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์และผลของกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ก่อนหน้านี้ด้วย

จุดแข็งขององค์กร คือการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในบริษัทนั่นเอง ว่าปัจจัยใดที่เป็นข้อได้เปรียบหรือเป็นจุดเด่นที่นำมาพัฒนาได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งขององค์กร ส่วนจุดอ่อนขององค์กรนั้นเป็นปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ในองค์กร ว่าปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสียเปรียบ ซึ่งจำเป็นต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น จะทำให้สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจซึ่งได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจทั้งในระหว่างประเทศ เช่น ด้านเศรษฐกิจ (เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน งบประมาณ) ด้านสังคม (เช่น ระดับการศึกษาและอัตราการรู้หนังสือประชาชน ลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี) ด้านการเมือง (เช่น พระราชบัญญัติ มติคณะรัฐมนตรี นโยบายทางการเมือง) ด้านเทคโนโลยี (เช่น นวัตกรรมการผลิตพัฒนาการด้านเครื่องมือและอุปกรณ์) เป็นต้น

โอกาสจากสภาพแวดล้อมจะเป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินธุรกิจ และสามารถนำข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้องค์กรเข้มแข็งขึ้น สำหรับอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมจะเป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบและก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งบริษัทจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งและมีความพร้อมที่จะเผชิญกับผลกระทบดังกล่าว

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่

1. สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ Internal Environment คือ สภาพแวดล้อมที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้หมายถึงการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของธุรกิจในการนำไปเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
2. สภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ External Environment ภาวะแวดล้อมที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ คือ คือสร้างโอกาสหรืออุปสรรคแก่ธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมจุลภาคและสิ่งแวดล้อมมหภาค

สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจระดับจุลภาค (Micro External Environment) คือ ภาวะแวดล้อมภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถ ควบคุมได้ แต่สามารถเลือก ที่จะติดต่อและเปลี่ยนแปลงได้

ตามความเหมาะสมแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ตลาด หรือลูกค้า (Market) ผู้ขายปัจจัยการผลิตหรือ วัตถุดิบ (Suppliers) คนกลางทางการตลาด (Marketing Intermediaries) และสาธารณชนและ กลุ่มผลประโยชน์ (Publics)

สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจระดับมหภาค (Macro External Environment) คือ สภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ และต่อระบบการตลาดเป็นอย่างมาก แต่ละหน่วยงาน และองค์กรธุรกิจไม่สามารถควบคุมการเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ แบ่งออกได้เป็น 4 ประการ ได้แก่ ด้าน การเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี

สภาพแวดล้อมทางการตลาด หมายถึง สภาพแวดล้อมทางการตลาดที่ส่งผลทำให้เกิด โอกาสหรือข้อได้เปรียบในทางธุรกิจ โดยมีกระบวนการและวิธีที่ช่วยทำการวิเคราะห์เพื่อตอบสนองต่อ การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ด้วยการสร้างกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจ (อลงกรณ์ โอบาสศรีวิศาล, 2554)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขัน แสดงให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กรส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อการแข่งขันในเชิงธุรกิจ นำไปสู่ การสร้างความได้เปรียบและโอกาสการสร้างกำไร โดยทำให้ปัญหาหรืออุปสรรคลดน้อยมากที่สุด (รัตติยา ไกรสัย, 2554)

นอกจากนี้ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555: 34-35) ยังได้ให้ความหมายไว้ว่า การ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะส่งผลธุรกิจจะมีปัจจัยที่สำคัญอีก 2 ระดับ ได้แก่ ปัจจัยระดับมหภาค และปัจจัยระดับจุลภาค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยที่สำคัญและส่งผลต่อกระทบโดยตรงต่อการดำเนิน ธุรกิจซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อตั้งแต่ขนาดใหญ่มากจนถึงธุรกิจขนาดเล็กหรือท้องถิ่น ส่งผลในแง่ของ ภาวะต้นทุนที่สูงขึ้นหากเศรษฐกิจในประเทศหรือระดับโลกขาดสภาพคล่อง เป็นปัจจัยภายนอกที่ ส่งผลเป็นวงกว้างและมีระยะยาวในการฟื้นตัว อาทิเช่น ราคาน้ำมันเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อ วัตถุดิบหรือกระบวนการผลิต ด้านเศรษฐกิจนั้นมีผลทำให้อำนาจในการซื้อลดลง เพื่อปรับค่าใช้จ่ายให้ ลดลง

ปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ ความผันผวนของอัตรา แลกเปลี่ยนเงิน ส่งผลในระดับมหภาคหากจำเป็นในการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ อัตราการ ว่างงาน เป็นผลกระทบด้านเศรษฐกิจในด้านของมวลรวมที่จะทำให้ประเทศขาดการพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง อัตราค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาทต่อวันและค่าแรงของผู้จบการศึกษาปริญญาตรี 15,000 บาทต่อ เดือน ระดับเพดานของราคาสินค้า ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าจากผู้บริโภคระดับสินค้ามีราคาสูง จะ เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นการวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจ ทั้งในระยะ สั้นและระยะยาว จำเป็นอย่างยิ่งในการนำเอาข้อมูลสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยในการ กำหนดนโยบายธุรกิจ

สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม และ วัฒนธรรม ในการดำเนินชีวิตประจำวัน มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยแตกต่างจากในอดีต ส่งผลต่อ สภาพแวดล้อมทางการตลาด ที่มีแนวโน้มละทิศทางที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อตามสนองต่อความต้องการ ของผู้บริโภค วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของแต่ละชุมชน อายุ เพศ ทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรม ดั้งเดิมมาจนถึงปัจจุบัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางกายภาพที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ความก้าวหน้าทางสังคมมีมากขึ้น ความสะดวกสบายสามารถเข้าถึงประชากรได้ในทุกระดับชั้น มีผลต่อ การเลือกบริโภคสินค้า ลักษณะนิสัยการดำเนินชีวิตประจำวันเปลี่ยนแปลงไป โดยปัจจัยที่จะส่งผลต่อ การเปลี่ยนแปลง มีดังนี้

การเจริญเติบโตของธุรกิจที่มีมากขึ้น เมื่อความเจริญทางธุรกิจมีความเจริญเติบโตมาก ขึ้นส่งผลต่อประชากรที่จะสามารถเข้าถึงแหล่งธุรกิจ หรือแหล่งบริโภคได้มากขึ้น มีความสะดวกสบาย ในการเลือกซื้อสินค้า และมีธุรกิจบริการมากขึ้นตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคจึงทำให้เกิด สภาพการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมทางการตลาด

สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้สภาพแวดล้อม ทางการตลาดนั้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความง่าย มากขึ้น การสื่อสารมีความรวดเร็วมากขึ้น และในการตลาดยุคใหม่ การมีโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อม เพื่อทำให้รู้ทันคู่แข่งทางการตลาด และเป็น การทำการตลาดเชิงรุก ที่มีผลและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เร็วที่สุด โดยลักษณะ โซเชียลที่มีผลและเป็นที่ยอมรับในทุก ๆ ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีบทบาทในการดำเนินชีวิตทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิต ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram ในบางประเภทธุรกิจได้นำเอาเครื่องสื่อสารเหล่านี้มาทำ การตลาดในการเป็นสื่อโฆษณา นำเอาช่องทางที่มีประโยชน์มาใช้เพื่อให้เกิดผลกำไร และเข้าถึง ผู้บริโภคได้อย่างเร็วที่สุดสามารถสร้างสื่อและความน่าเชื่อถือเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคนั้นมีมากขึ้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยียังส่งผลต่อกระบวนการผลิตที่มีความรวดเร็วมากขึ้น สามารถลดต้นทุน และเพิ่มความสามารถการผลิตให้ดีขึ้น ได้มาตรฐาน ผลิตได้เร็วขึ้น ช่องทางการทำผลกำไรจึงมีมากขึ้น ตามไปด้วย สามารถลดกำลังการผลิตในแบบของการจ้างแรงงาน

ผู้ประกอบการที่มีความรู้ความเข้าใจเทคโนโลยี ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากขึ้น มีช่องทางการดำเนินธุรกิจมากขึ้น เป็นการพัฒนาศักยภาพตัว ผู้ประกอบการเองให้มีประสิทธิภาพในการบริหารงานมากขึ้น เป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการ เติบโตของธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบและทราบถึงสภาพแวดล้อมของทั้งตนเองและคู่แข่งได้

สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

5 Forces Model นั้นเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการวิเคราะห์การตลาดของ Michael Potter ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก ซึ่งเจ้าเครื่องมือชิ้นนี้มีถูกใช้เพื่อ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตลาดเพื่อเตรียมรับมือกับสภาพของตลาดที่สินค้าและบริการของเรานั้น เข้าไปอยู่ว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร และมีความเสี่ยงแค่ไหนในการทำธุรกิจ ซึ่ง 5 forces เครื่องมือชิ้นนี้

เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นคงของธุรกิจได้เช่นกัน ซึ่ง 5 แรงงุม สำหรับ 5 Forces Model มีดังนี้

1. อำนาจการต่อรองจากผู้บริโภค (Bargaining power of customers)
2. อำนาจในการต่อรองของซัพพลายเออร์ (The bargaining power of suppliers)
3. การคุกคามของผู้ประกอบการใหม่ (Threat of new entrants)
4. การคุกคามของสินค้าทดแทน (Threat of substitutes)
5. การแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่มีอยู่ (Rivalry among existing competitors)

ในบางครั้งผู้ซื้อก็มีอำนาจที่จะกำหนดราคาของสินค้าให้ลดลง หรือกำหนดคุณภาพของสินค้าและบริการให้สูงขึ้นได้ตามที่พวกเขาต้องการ ซึ่งสำหรับผู้ประกอบการอย่างเราๆ แล้วนั้น ทั้งการลดราคาขายก็ทำให้รายได้ลดลง ส่วนการเพิ่มคุณภาพก็ทำให้ต้นทุนนั้นสูงขึ้น และปัจจัยเหล่านี้ก็นำไปสู่ผลกำไรที่ลดลงอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจที่มีกลุ่มลูกค้าให้ความสนใจน้อยและไม่เป็นที่ต้องการของตลาดลูกค้าก็จะมีอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้น และจะยิ่งสูงขึ้นไปอีกถ้าหากลูกค้ามีการรวมกลุ่มกันเพื่อซื้อในปริมาณมาก เพราะลูกค้านั้นจะมีสิทธิในการเลือกที่จะไปเสนอซื้อกับผู้ประกอบการเจ้าอื่น ๆ ที่สามารถให้ราคาและคุณภาพได้ในแบบที่พวกเขาต้องการ

ดังนั้น การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการที่ขายสินค้าหรือให้บริการชนิดเดียวกันในการกำหนดฐานราคาขั้นต่ำที่สุดที่จะขายให้กับลูกค้าได้ เพราะเมื่อเราทำข้อตกลงกับกับร้านค้าอื่น ๆ ในเรื่องราคาแล้ว ลูกค้าก็ไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้มากนัก เนื่องจากในแต่ละร้านก็จะมีราคาของสินค้าที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อลดการแข่งขันการตัดราคาของผู้ประกอบการทุกฝ่าย แต่ทั้งนี้บรรดาผู้ประกอบการก็สามารถเลือกที่จะแข่งขันธุรกิจกันได้นอกเหนือด้านราคาอย่างเช่น ด้านการบริการ แพคเกจของสินค้า หรือชื่อเสียงแบรนด์โดยไม่ต้องลดมูลค่าของสินค้าและบริการลง

Force ที่ต้องเผชิญในหัวข้อนี้ก็คือกลุ่มซัพพลายเออร์ที่รวมกลุ่มกันเพื่อลดอำนาจในการต่อรองกับลูกค้าเพื่อตัวเองนั้นขายสินค้าได้ในราคาที่สูงขึ้นหรือมีคุณภาพที่น้อยลงโดยที่เราไม่มีสิทธิเลือกมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการที่ต้องเจอกับซัพพลายเออร์ที่มีจำนวนน้อยแล้วยิ่งเสี่ยงที่จะเผชิญกับเหตุการณ์ได้ยากเพราะทางเลือกเราย่อมน้อยลงตามไปด้วย และแน่นอนว่าเมื่อเรากำหนดราคาเองไม่ได้ก็จะส่งผลให้ต้นทุนในการทำธุรกิจของเรานั้นสูงขึ้น

ซึ่งวิธีรับมือกับอำนาจต่อรองของซัพพลายเออร์นั้นก็คือการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการสินค้าและบริการเดียวกันเพื่อไปต่อรองราคา หรือรวมกลุ่มกันเพื่อสั่งซื้อสินค้าทีละมากๆ เพื่อลดราคาของวัตถุดิบให้ถูกลงไม่เช่นนั้นจะไปเลือกใช้บริการของเจ้าอื่นแทน ซึ่งนอกจากกลุ่มซัพพลายเออร์นี้จะมีอำนาจต่อรองที่เพิ่มขึ้นแล้ว ยังเป็นการสร้างสัมพันธ์ไมตรีอันดีกับบรรดาคู่แข่งที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับลูกค้าในอนาคตได้อีกด้วย

อุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดของสินค้าและบริการนั้นๆ หากธุรกิจที่ผู้ประกอบการกำลังทำอยู่นั้นมียอดขายสูง มีกำไรดี แต่มีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดที่ต่ำ ก็จะทำให้มีคู่แข่งหน้าใหม่ ๆ เข้ามาลงทุนอีกมากมายภายในเวลาไม่ช้า ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อมีการแข่งขันในตลาดเดียวกันแล้ว ส่วนแบ่ง

การตลาดและกำไรที่เคยมีสูงก็ต้องลดลงเป็นเรื่องปกติ โดยปกติแล้วธุรกิจใหญ่ๆ อาจยังไม่ค่อยได้รับผลกระทบในเรื่องในเรื่องนี้สักเท่าไร เพราะสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่แล้วนั้นมักมีวัตถุดิบมาในราคาที่ถูกลง ทำให้สามารถกำหนดราคาในราคาที่ต่ำกว่า รวมไปถึงระบบงานทั้งวิธีการจัดส่งและกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพจนยากที่เจ้าใหม่จะเข้ามาตัดเทียมได้

แต่สำหรับแบรนด์เล็กนั้นก็เชื่อว่าไม่มีทางออกเลยเพราะแบรนด์เล็กนั้นก็สามารสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าจนเกิดเป็นความจงรักภักดีได้เช่นกัน การสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับของผู้คนก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ว่าแม้ว่าจะมีผู้ประกอบการหน้าใหม่เปิดตัวมา ลูกค้าก็ยังคงใช้บริการสินค้าและบริการของเราต่อไป ดังนั้นหากเราปรับตัวแล้วธุรกิจที่ทำอยู่นั้นสามารถมีคู่แข่งใหม่ๆ เข้ามาในตลาดในตลาดก็ควรจะทำให้ความสำคัญกับคุณค่าของแบรนด์ และสร้างความโดดเด่นที่เลียนแบบได้ยากเข้าไว้ก็จะกลายเป็นอุปสรรคที่ยากขึ้นสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ไม่น้อย

การคุกคามนี้มักจะเกิดเมื่อลูกค้าของเราสามารถหาสินค้าที่มาจากแหล่งอื่นที่ต่ำกว่าหรือมีคุณภาพบางส่วนที่ดีกว่าของเรา จนตัดสินใจที่จะเลิกซื้อสินค้าและบริการของเราแล้วหันไปเลือกซื้อสินค้าทดแทนแทน เช่น กล้องคอมแพคที่ก่อนหน้านี้เป็นนิยมสำหรับคนที่อยากมีกล้องเล็กๆ ติดตัวไว้สักอัน แต่ในปัจจุบันกลับถูกแทนที่ด้วยสมาร์ตโฟนที่มีฟังก์ชันในการถ่ายรูป ซึ่งนอกจากจะมีราคาที่ใกล้เคียงกันแล้ว สมาร์ตโฟนยังมีฟังก์ชันต่าง ๆ อีกมากมาย อีกทั้งยังเป็นอุปกรณ์ที่พกติดตัวตลอดอยู่แล้วทำให้ผู้คนเลือกที่จะใช้สมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นและใช้กล้องคอมแพคลดลง ซึ่งเมื่อเกิดเหตุการณ์เช่นนี้ขึ้นเราจึงต้องมั่นใจว่าสินค้าและบริการของเรานั้นจะมีจุดเด่นอะไรบางอย่างที่โดดเด่นจนไม่สามารถหาสินค้าทดแทนมาใช้ได้ หรืออาจใช้รูปลักษณะของแพคเกจที่ทำให้สินค้าของเราดูมีคุณค่าและน่าซื้อมากกว่าสินค้าทดแทนก็ได้

ความรุนแรงในการแข่งขันในหัวข้อนี้นั้นประกอบไปด้วยปัจจัยใน 4 หัวข้อข้างต้นทั้งอำนาจของผู้ซื้อ อำนาจของซัพพลายเออร์ การคุกคามของผู้ประกอบการหน้าใหม่ การคุกคามจากการมีสิ่งทดแทนได้ นั้นล้วนส่งผลต่อการอัตราความรุนแรงในการแข่งขันแทบทั้งสิ้น และยังตลาดไหนที่มีอัตราการแข่งขันที่รุนแรงแล้วนั้นธุรกิจก็จะมีความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมที่สูงตาม ดังนั้นเมื่อตัดสินใจที่จะเข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันที่รุนแรงแล้วก็ควรที่จะเตรียมพร้อมรับมือให้ดี และรีบทำให้องค์กรแข็งแกร่งเพื่อที่จะได้อยู่รอดในตลาดได้

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันหมายถึง แสดงให้ทราบถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เครื่องมือ 5 Forces Model เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบและโอกาสการสร้างกำไร โดยทำให้ปัญหาหรืออุปสรรคลดน้อยมากที่สุด ผู้ประกอบการที่มีความรู้ความเข้าใจเทคโนโลยี ช่วยสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมากขึ้น มีช่องทางการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน

โอกาสและผลกระทบของ OTOP กับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” โดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้นภายในปี 2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทยไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจส่งออก นำเข้า หรือผู้ที่ทำธุรกิจภายในประเทศ ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำท้ายความสำเร็จ

สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรม ก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีดังกล่าวได้ เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่าง ๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชน และใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการ ในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน อาจจะได้รับผลกระทบจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากสินค้าที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนต่ำ หรือสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายในประเทศได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคสินค้าที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองสูง ซึ่งนำไปสู่การกดดันทางราคา จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันผู้บริโภคในประเทศต่างๆ กำลังอยู่ในกระแสบริโภคนิยมสินค้าที่เป็นธรรมชาติ สินค้าที่อิงกับวัฒนธรรม สินค้าที่ส่งเสริมสุขภาพ การมีส่วนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสินค้าที่ช่วยสนับสนุนชุมชน รวมถึงกระแสความนิยมในความเป็นเอเชีย ดังนั้น สินค้า OTOP สามารถได้รับประโยชน์จาก การมีโอกาสส่งสินค้าไปขายในตลาดอาเซียนได้มากขึ้นจากการที่มีประชากรรวมกว่า 590 ล้านคน รวมถึงมีโอกาสในการขยายช่องทางตลาดไปยัง ASEAN+3 (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้) และ ASEAN+6 (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และอินเดีย) รวมไปถึงสามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานและวัตถุดิบการผลิตที่มีความหลากหลายให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้ โดยเฉพาะสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกรวมถึงสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดประเทศเพื่อนบ้าน

ดังนั้น จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรม ภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอความโดดเด่น เรื่องราวของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าในตัวสินค้า สามารถเพิ่ม

มูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางด้านราคา ให้ความสำคัญและตระหนักถึงการสร้างตราฮือสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ ผู้ผลิตจำเป็นต้องกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของสินค้าและลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ศึกษาสนิยมและพฤติกรรมผู้บริโภค และผลิตสินค้าให้สอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตที่ยังไม่มีความชำนาญอาจแลกเปลี่ยนความรู้กับนักการตลาดและนักพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อพัฒนาตนเองจากผู้ผลิตที่ตอบสนองต่อความต้องการระดับท้องถิ่นให้ยกระดับไปสู่ผู้ผลิตที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในระดับสากล และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ผลิต OTOP คือ การพัฒนาศักยภาพในการดำเนินธุรกิจที่สร้างความน่าเชื่อถือแก่ลูกค้า คู่สัญญา หรือแม้กระทั่งสถาบันการเงิน โดยพัฒนาการบริหารจัดการให้มีมาตรฐานและเป็นระบบ มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย พัฒนาความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อที่มีปริมาณมาก โดยเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตทั้งในรูปแบบกลุ่มที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน และกลุ่มที่ผลิตสินค้าสนับสนุนในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้อาจเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและเป็นช่องทางการเข้าถึงลูกค้าและเข้าสู่ตลาดอาเซียน อาทิ เครือข่ายนักประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการท่องเที่ยว เครือข่ายผู้ส่งออกสินค้า สมาคมการค้าต่าง ๆ เป็นต้น

การสร้างเสริมโอกาสของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในอีกทางหนึ่งซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศ นั่นคือ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในเอเชีย การเติบโตของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ทำให้สินค้าเชิงสัญลักษณ์ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและยังมีโอกาสทางการตลาด และมากยิ่งขึ้นไปกว่านั้น ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังมีความโดดเด่นด้านความแข็งแกร่งทางวัฒนธรรม ดังนั้น การส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาคอาเซียนในการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ เอกลักษณ์ งานศิลปหัตถกรรมรวมถึงยกระดับสินค้าหัตถกรรมของประเทศสมาชิกอาเซียนให้มีคุณภาพสากล ทำให้เกิดศูนย์กลางการค้าขายสินค้าหัตถกรรมของภูมิภาคอาเซียนขายในตลาดโลกได้

ในปัจจุบัน มีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย จากข้อมูลล่าสุด ปี 2553 รวมทั้งสิ้น 33,228 ราย และมีสินค้า OTOP ที่ขึ้นทะเบียนไว้กว่า 85,173 รายการ ซึ่งการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP และการพัฒนาสินค้า OTOP จึงไม่เพียงแต่จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและสร้างการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการรักษามรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบต่อไปด้วย ทั้งนี้ในงบประมาณ 2555 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้จัดทำโครงการยกระดับผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ หรือในชื่อ “OTOP PLUS” มีวัตถุประสงค์ของโครงการมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP โดยใช้เอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า และเสริมสร้างโอกาสทางการตลาดเข้าสู่กลุ่มประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย 1. เสริมสร้างความสามารถในการดำเนินธุรกิจและพัฒนาผู้ประกอบการ OTOP ไม่น้อยกว่า 200 ราย และ 2. ส่งเสริมให้ใช้ระบบออนไลน์ เว็บไซต์ และ social network เพื่อการตลาด โดยมีเป้าหมายดำเนินการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP ไม่น้อยกว่า

800 ราย ระยะเวลาดำเนินงานโครงการ ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนกันยายน 2555 (ยุทธศักดิ์ สุภสร, 2557)

การเลือกกลยุทธ์ทางการตลาด

จากปัญหาการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นในปัจจุบัน ธุรกิจจึงได้รับผลกระทบจากภัยคุกคามการแข่งขันในด้านต่าง ๆ Micheal E. Porter ได้เสนอกกลยุทธ์หลักสำหรับการแข่งขันทางการตลาด เพื่อให้ธุรกิจต่อสู้กับภัยคุกคามจากการแข่งขันได้มี 3 ประการ คือ

1. กลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation Strategy) คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง หรือมีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) มากกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างเหนือคู่แข่งถือเป็นการสร้างจุดเด่น (Unique) ให้ผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ดีที่สุด เพราะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ง่ายที่สุด เหมาะสำหรับธุรกิจที่มีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง หรือใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง ในปัจจุบันวิธีการนี้การสร้าง ความแตกต่างด้านกายภาพให้ผลิตภัณฑ์ (Physical Differentiation) ทำได้ยากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีต่าง ๆ สามารถตามกันทันได้ในเวลาที่รวดเร็ว ดังนั้นธุรกิจควรมีการจดทะเบียนลิขสิทธิ์ทางปัญญา เช่น ยาไวอากร้าที่มีการจดสิทธิบัตร หรือรูปทรงของรถยนต์ไฟกสวาเกินที่มีการจดสิทธิบัตรไว้ เป็นต้น

2. กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ (Low Cost Marketing Strategy) คือ การควบคุมต้นทุนทางการผลิตให้ต่ำ เพื่อให้ธุรกิจสามารถขายสินค้าหรือบริการได้ในราคาถูกกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์นี้ธุรกิจจะทำการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่เหมือนคู่แข่ง แต่ธุรกิจต้องสามารถหาวิธีลดต้นทุนทางการผลิตให้ได้ต่ำกว่าคู่แข่ง โดยการใช้เครื่องจักรแทนแรงงานคน โดยการผลิตสินค้าจำนวนมาก (Economy of Scale) หรืออาจไปตั้งโรงงานในเขตที่มีค่าแรงงานต่ำ เพื่อให้ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าคู่แข่ง ธุรกิจก็จะได้เปรียบคู่แข่ง เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าของจีนยี่ห้อไฮเออร์ที่มีต้นทุนต่ำและขายในราคาถูก หรือธุรกิจเสื้อผ้าก็จะใช้คอมพิวเตอร์และเครื่องจักรอัตโนมัติ (Automatic Machine) มาช่วยในการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตมากและต้นทุนต่ำลง

ในธุรกิจค้าปลีกจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันนี้มี Discount Store และ Super Store ที่ใช้กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ เพื่อสามารถขายสินค้าอุปโภคบริโภคได้ในราคาถูก แต่ลดบริการบางอย่าง เช่น ไม่มีบริการห่อของขวัญ ไม่มีถุงสำหรับใส่สินค้า มีพนักงานให้บริการน้อย และไม่ใช้งบโฆษณา เพื่อให้ต้นทุนทางการตลาดต่ำลงทำให้ธุรกิจสามารถขายสินค้าได้ถูกกว่าธุรกิจค้าปลีกทั่วไป

3. กลยุทธ์ตลาดย่อย (Niche Marketing Strategy) สำหรับธุรกิจขนาดเล็กและมีเงินทุนจำกัด ไม่สามารถทำการผลิตสินค้าจำนวนมากเพื่อให้มีต้นทุนต่ำ หรือลงทุนวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง ธุรกิจขนาดเล็กอาจต้องเลือกตลาดย่อย และเจาะจงตลาดใดตลาดหนึ่ง ซึ่งเป็นตลาดที่ไม่มีคู่แข่งรายใหญ่ แต่มีลูกค้า (หรือ Demand) ที่มากเพียงพอที่จะทำธุรกิจมียอดขายและมีกำไรได้ กลยุทธ์ตลาดย่อยเหมาะสำหรับเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่สามารถ

ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจบริการเฉพาะด้าน เช่น คลินิกรักษา ผิว รักษาสิ่ว ลดความอ้วน ทั้วสุขภาพ บริการดูแลเด็กเล็ก หรือคนชรา เป็นต้นธุรกิจบริการเฉพาะ เขต เช่น ร้านค้าปลีกสะดวกซื้อที่ขายเฉพาะคนในเขตนั่น เป็นต้นธุรกิจผลิตสินค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น ผลิตเสื้อสำหรับคนอ้วน คนสูง คนท้อง เสื้อผ้าสำหรับสุนัข อาหารแคลอรีต่ำนิตยสารสำหรับผู้สนใจ กีฬาเทนนิสว่ายน้ำหรือกอล์ฟสำหรับนักธุรกิจหน้าใหม่ การศึกษากลยุทธ์หลักที่ Michael E. Porter กล่าวถึง จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้ธุรกิจใหม่สามารถแข่งขัน และมีกำไรได้ถ้าธุรกิจใหม่ สามารถสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ธุรกิจนี้จะเป็นผู้นำในด้านผลิตภัณฑ์ถ้าธุรกิจสามารถลด ต้นทุนได้ต่ำ ธุรกิจนี้จะเป็นผู้นำด้านราคาต่ำถ้าธุรกิจมีข้อจำกัดด้านเงินทุนและกำลังคนธุรกิจนี้ควร เลือกลงตลาดNicheหรือตลาดย่อยเพื่อลดการแข่งขันจากคู่แข่งรายใหญ่

แนวคิดกลยุทธ์หลักของ Michael E. Porter ช่วยให้ธุรกิจสามารถลดภัยคุกคามจากการ แข่งขันได้ แม้จะไม่ทั้งหมดแต่จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันในตลาด และมีกำไรได้จากสภาพปัจจุบัน การแข่งขันทางธุรกิจสูงมากขึ้น จึงเป็นเรื่องยากที่จะเลือกใช้กลยุทธ์หลักเพียงกลยุทธ์เดียว Philip Kotler ได้กล่าวเสริมกลยุทธ์หลักของ Michael E. Porter ว่า สำหรับธุรกิจขนาดเล็กควรใช้กลยุทธ์ Niche แต่ธุรกิจต้องสร้างผลิตภัณฑ์ และธุรกิจที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งด้วย ไม่ว่าจะ เป็นในด้าน ผลิตภัณฑ์หรือราคาเพื่อให้ธุรกิจมีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น

ดังนั้น การตลาดในปัจจุบันธุรกิจต้องมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เจาะจงมาก ขึ้น ธุรกิจใดสามารถมองเห็นความแตกต่างของบุคคล และสามารถพัฒนาในสิ่งที่แตกต่าง เพื่อ ตอบสนองความต้องการเหล่านั้นได้ก่อน ธุรกิจนั้นย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จมาก หรืออาจ เรียกว่าการตลาดสมัยใหม่ควรเป็นการตลาดที่มุ่งสร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และนำเสนอให้แก่ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ซึ่งจะเห็นได้จากความสำเร็จ ของบริษัท Dell Computer ที่ให้ผู้บริโภคให้ข้อมูลความต้องการ และช่วยออกแบบคอมพิวเตอร์ที่ เหมาะสมกับตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

กล่าวอย่างสรุปได้ว่า แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการ แข่งขันหมายถึง การสร้างเสริมโอกาสของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้พัฒนาความสามารถ ทางการแข่งขันโดยนำหลักกลยุทธ์มาใช้ในการแข่งขันทางการตลาด กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ให้ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์ตลาดย่อย เพื่อให้ธุรกิจได้ต่อสู้กับภัยคุกคามจาก การแข่งขัน

จากการพิจารณาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน สรุปได้ว่า คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันนั้นมีสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายในและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อให้รู้จักตนเองและรู้จัก สภาพแวดล้อมในการทำธุรกิจ ในการวิเคราะห์นี้จะช่วยให้ผู้บริหารในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ทราบถึงการ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งที่เกิดขึ้นแล้ว และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงผลกระทบของ การเปลี่ยนแปลงที่มีต่อธุรกิจ เพื่อให้เห็นได้ว่าเมื่อธุรกิจเกิดอุปสรรคต่าง ๆ ขึ้นมาแล้วนั้น การร่วมมือ

กับคู่แข่งมักจะเป็นทางออกของอุปสรรคเหล่านั้นเสมอ ทั้งการรวมตัวกันเพื่อมีอำนาจในการต่อรองราคากับซัพพลายเออร์ เพื่อลดอำนาจของลูกค้า รวมถึงการสร้างอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อป้องกันภัยคุกคามจากผู้ประกอบการหน้าใหม่ที่จะเข้ามาในตลาดได้อีกด้วย และยังพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ได้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สรุปได้ว่า โอกาสทางธุรกิจของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาสินค้า ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานสากล โดยมีการเลือกกลยุทธ์ให้ธุรกิจเพื่อต่อสู้กับภัยคุกคามจากการแข่งขันได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกกลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์ตลาดย่อย

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรธิรา ผลงาม (2551) ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP : กรณีศึกษาในกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองนาด้วงอำเภอนาด้วงจังหวัดเลย การวิจัยครั้งนี้ศึกษามีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนและบริบทกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองนาด้วงอำเภอนาด้วงจังหวัดเลย 2. เพื่อศึกษากระบวนการทอผ้าปัญหาและความต้องการในการพัฒนากระบวนการทอผ้า 3. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองนาด้วงวิธีดำเนินการวิจัยใช้การผสมผสานวิธีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพโดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลักโดยใช้กระบวนการ PAR การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและใช้เทคนิคการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยประชาชนและคณะกรรมการหมู่บ้านผู้ใหญ่บ้านในหมู่บ้านนาด้วงเพื่อตอบแบบสำรวจชุมชนผู้ทอผ้าและตัวแทนจากเทศบาลนาด้วง พัฒนาการอำเภอนาด้วงเพื่อสนทนากลุ่มและประชุมระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการทอผ้าพาณิชย์จังหวัดเลยอุตสาหกรรมจังหวัดเลยพัฒนาการจังหวัดเลยเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รวมทั้งผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองประกอบด้วยสมาชิกในกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองนาด้วงและกลุ่มทอผ้าฝ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านหนองนาคำจังหวัดขอนแก่น และผู้นำชุมชนร่วมกับตัวแทนจากเทศบาลและพัฒนาการอำเภอนาด้วงส่วนการศึกษาช่องทางการตลาดโดยการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผ้าทอมือและการตัดสินใจซื้อผ้า

สุภัทรธร ทวีจันทร์ (2551) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาการค้าในธุรกิจใส่กรอกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านโนนปลัดตำบลสุขสวัสดิ์อำเภอน้ำพอง จังหวัดศรีสะเกษ ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคลูกค้าส่วนใหญ่ซื้อสินค้าอาหารแปรรูปใส่กรอกมากที่สุด ปัจจัยต่อการซื้อหลัก ๆ คือ ความสะอาด และจะซื้อในปริมาณที่ไม่แน่นอนเหตุผลในการรับประทานใส่กรอกคือ ความสะอาด ซึ่งส่วนใหญ่ซื้อมารับประทานเองจากร้านค้าผู้ประกอบการและตลาดสด ซึ่งได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากงานประจำปีและต้องการให้ผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายที่ร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใส่กรอกซึ่งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ โดยให้ความสำคัญกับการที่ผู้ขาย

ให้บริการด้วยความสุภาพมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิมผู้ขายให้บริการด้วยความรวดเร็วมีความหลากหลายด้านการประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่ายมีขายในงานเทศกาลโอกาสพิเศษต่าง ๆ ตามลำดับ

ณัฐินี ทองดี (2552) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาและถ่ายทอดความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นบนพื้นฐานของความปลอดภัยของหมู่บ้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของหมู่บ้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในพื้นที่เป้าหมายเกิดการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มและเกิดเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่มีทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์ รวมทั้งแผนปฏิบัติการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือของภาคีทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ ผสานภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ตลอดจนยกระดับการแข่งขันเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้

พัชรี ชัญญาวรร (2553) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ตำบลเมืองบัว อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์ ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้าชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ด้านประเภทผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ที่เลือกซื้อ ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ประเภทหมวก ด้านเหตุผลในการเลือกซื้อ ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่เพราะความต้องการใช้เองโดยซื้อแยกชุด ด้านจำนวนครั้งที่เคยซื้อ มีความถี่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มากกว่า 5 ครั้ง ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับโดยวิธีการโฆษณาทางด้านวิทยุ ด้านสถานที่ที่เลือกซื้อจักสานไม้ไผ่จากกลุ่มผู้ผลิต โดยคิดว่าสถานที่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อและผู้บริโภคเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีหลายชนิด ตรงกับความต้องการกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่เข้าชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ มีกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ด้านการตระหนักถึงปัญหา ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์จักสาน ไม้ไผ่เพื่อใช้เอง ด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารจากลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มาก่อน ด้านการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคเห็นว่าฝีมือการผลิตมีความละเอียด ประณีต ด้านการตัดสินใจซื้อ มีการตัดสินใจซื้อโดยมีคู่ครองเป็นคนช่วยตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาจากคุณภาพมาก ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ผู้บริโภคคิดว่าจะแนะนำให้กับบุคคลอื่นได้รู้จักผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่มากขึ้น มีความพึงพอใจและคิดว่าจะยังคงใช้ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่อีกต่อไป

พวงเกสร วงศ์อนุพรกุล (2553) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1. ศึกษาการดำเนินงานและสภาพปัญหาด้านการตลาด 2. กำหนดแนวทางการพัฒนาด้านการตลาด 3. ประเมินความเหมาะสมของแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัด

พิษณุโลก แหล่งข้อมูล ได้แก่ สมาชิกกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนาที่ปฏิบัติหน้าที่ ผลิต ขาย ประชาสัมพันธ์ คณะกรรมการกลุ่มและสมาชิก รวมจำนวน 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ประเด็นในการอภิปรายกลุ่ม แบบบันทึก การสัมภาษณ์ และแบบประเมินความเหมาะสมของแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

จุฑามาส ชโลธร (2554) ศึกษาเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่นในอำเภอบ่อทองจังหวัดชลบุรี : กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านคลองมือไพรจากการศึกษาพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านคลองมือไพร (กิจกรรมน้ำพริกแกง) ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม คือ 1. มีการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกในกลุ่มและชุมชนคือมีการรับซื้อเข้าตะไคร้ลูกมะกรูดพริกซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตสร้างผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 2. มีส่วนในการเพิ่มรายได้เสริมให้กับสมาชิกในกลุ่มคือมีการจ้างสมาชิกเด็ดขั้วพริกปอกหัวหอมปอกกระเทียมโดยให้ผลตอบแทนต่อกิโลกรัมที่ทำได้และเวลาผสมพริกแกงจะใช้แรงงานที่เป็นสมาชิกคราวละ 2-3 คน 3. เมื่อมีการจ้างสมาชิกทำงานจึงได้มีส่วนทำให้สมาชิกได้ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ 4. มีการอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกันนั้นหมายถึงว่ามีส่วนสร้างความสามัคคีให้กับชุมชนซึ่งผลสำเร็จทั้ง 4 ข้อที่กล่าวข้างต้นนี้ก็เป็นส่วนประกอบมิติหนึ่งในองค์ประกอบรวมในการที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนได้ในระดับหนึ่งเนื่องจากตลาดของกลุ่มยังไม่สามารถแข่งขันตลาดมาเพิ่มได้วัตถุดิบในการผลิตที่รับซื้อจากเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มยังมีไม่มากพอแรงงานที่จ้างสมาชิกทำในกระบวนการผลิตแต่ละขั้นตอนถือว่าอย่างน้อยก็กับศักยภาพที่กลุ่มมีอยู่ ดังนั้นการที่จะเพิ่มประสิทธิภาพของกลุ่มต้องเริ่มต้นที่การหาช่องทางตลาดเพิ่มขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยดังกล่าวข้างต้น เรื่องการพัฒนาและถ่ายทอดความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านการท่องเที่ยววัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นบนพื้นฐานของความพอเพียงของหมู่บ้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อ กระตุ้นให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของหมู่บ้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในพื้นที่เป้าหมายเกิดการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มและเกิดเครือข่ายทางการท่องเที่ยวที่มีทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์ รวมทั้งแผนปฏิบัติการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือของภาคีทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง และเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ ผลิตภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยความสามารถทางการแข่งขันของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ศึกษาถึงรูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน เพื่อให้เกิดประโยชน์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ได้ศึกษาเป็นต้นแบบของผลิตภัณฑ์ OTOPI ต่อไป

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและเกณฑ์การคัดเลือก
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การบันทึกข้อมูลภาคสนาม
6. การตรวจสอบข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล
8. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและบทบาทผู้วิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP และความสามารถทางการแข่งขัน โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structural Interview) เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน โดยตั้งประเด็นในการสัมภาษณ์ไว้แล้วเพื่อใช้สอบถามผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาจากเอกสาร ข้อมูลทางวิชาการ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์มากที่สุด

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลและเกณฑ์การคัดเลือก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลมี 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1 ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน และการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

2.2 สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน และการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

2.3 เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขันแตก โดยใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อศึกษาถึงการให้ความร่วมมือในการรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชน

2.4 ลูกค้า โดยใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อศึกษาถึงเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า

ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุตามจุดประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลหลักจนกว่าข้อมูลที่ได้จะอิ่มตัว ผู้วิจัยก็จะหยุดทำการเก็บข้อมูล แต่หากผู้วิจัยพบว่ามีประเด็นใหม่ๆ เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยก็จะเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ครบถ้วนตามประเด็นที่ต้องการศึกษา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments) คือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งนำไปใช้เก็บข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์แล้วสรุปออกมาเป็นผลของการวิจัย เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) แบ่งออกเป็น 3 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์สำหรับประธาน และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน และศึกษาการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

ชุดที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง โดยจะมีเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขันแตก ประกอบด้วยการให้ความร่วมมือในการรวมกลุ่ม

ชุดที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์ลูกค้า โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างลูกค้าภายใน และภายนอกตำบลที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ และจากการแนะนำบอกต่อของลูกค้าที่ใช้สินค้าแล้วได้ผลลัพธ์ที่ดีจึงกลับมาซื้อใหม่ ประกอบด้วยเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ 2 ส่วน ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เอกสารจากหน่วยงานของเอกชน และหน่วยงานราชการ และข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากภาคสนาม ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) และสังเกต (Observation) โดยมีวิธีการดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้หลักในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลในพื้นที่ศึกษา โดยการสร้างแนวคำถามอย่างกว้างๆ เพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งข้อคำถามต่าง ๆ สามารถยืดหยุ่นได้ไม่กำหนดตายตัว การซักถามในประเด็นและข้อคำถามต่าง ๆ จะมีการปรับเปลี่ยนลำดับไปได้ตลอดเวลาตามสถานการณ์หรือความเหมาะสม โดยการสัมภาษณ์ผู้วิจัยการซักถาม พูดคุยสนทนาแบบกันเอง เพื่อให้บุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูลเกิดความกังวลใจ

2.2 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้หลักการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ถูกสังเกตกระทำอยู่ นอกจากนี้จะใช้การสังเกตในระหว่างการสัมภาษณ์โดยจะร่วมสังเกตน้ำเสียง พฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลทั้งทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูลด้วย

5. การบันทึกข้อมูลภาคสนาม

การบันทึกจะช่วยให้การศึกษาในการวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์หรือมีคุณภาพ เนื่องจากถ้าใช้การจำเพียงอย่างเดียว อาจจะทำให้ข้อมูลขาดหาย ตกหล่น หรือคลาดเคลื่อนไปได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ขออนุญาตกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการใช้เครื่องบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ซึ่งการบันทึกเสียงจะช่วยเก็บข้อมูลให้ไม่ขาดหายหรือตกหล่น และได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด และสามารถนำมาทบทวนซ้ำในภายหลังได้

6. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลเลือกเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) เทคนิคนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท (ศุภกิจ วงศ์วิวัฒน์นุกิจ, 2550) ได้แก่

6.1 ต่างวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (method triangulation) เป็นการใช้หลาย ๆ วิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การเก็บข้อมูลในเรื่องเดียวกันจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน ด้วยวิธีการสังเกต สัมภาษณ์ และเก็บข้อมูลจากเอกสาร แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยัน ผู้วิจัยได้ใช้การศึกษาจาก

ข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้แก่ การสำรวจเอกสาร สังเกต ข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมนำความรู้และข้อมูลที่ได้มาถ่วงกรอง วิเคราะห์และเปรียบเทียบกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล หากข้อมูลที่ได้มีการขัดแย้งหรือขาดความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจะดำเนินการค้นคว้าและตรวจสอบเพิ่มเติม เพื่อเป็นการยืนยันและหาข้อสรุปเพื่อให้เกิดความชัดเจนและถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูลต่อไป

6.2 ต่างกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (data source triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่ต่างกันนั้นด้วยวิธีการเก็บข้อมูลเหมือนกัน หรือใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกันแต่ต่างเวลา สถานที่ และบุคคล แล้วนำข้อมูลมาตรวจสอบยืนยันกัน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางชั้นแตก และลูกค้าทั้งในและนอกตำบลบางชั้นแตก

ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลกระบวนการวิจัย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย โดยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า โดยเริ่มตั้งแต่การเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์ การสังเกต แล้วนำมาบันทึกบุคลิกภาพ พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูล เพื่อนำมาประกอบการแปลความหมายร่วมกับการถอดเทปและการบันทึกภาคสนามในหลาย ๆ วิธี และมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยนำกลับไปอ่านซ้ำไปซ้ำมาเพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามความเป็นจริง

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาภาคสนามมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ มีการวิเคราะห์ไปพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูล โดยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึก และการถอดเทปบันทึกเสียง มาจัดแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อทำให้ทราบว่าข้อมูลอะไรบ้างที่ยังต้องตรวจสอบเพิ่มเติม และข้อมูลด้านใดที่ยังขาดหายไป ซึ่งทำให้สามารถศึกษาเจาะจงในระดับลึกต่อไปได้

8. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลและบทบาทผู้วิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงจรรยาบรรณผู้วิจัยและการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ตั้งแต่เริ่มต้นเก็บข้อมูล จนกระทั่งผลการวิจัยมีความครบถ้วน สมบูรณ์ โดยมีวิธีการดังนี้ ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยต้องแนะนำตัวแก่ผู้ให้ข้อมูลว่า เป็นนักศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร พร้อมทั้งบอกวัตถุประสงค์ของการวิจัย แนวคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ รวมทั้งบอกระยะเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยต้องขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายรวมทั้งขออนุญาตในการบันทึกข้อมูล โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์ โดยต้องบอกผู้ให้ข้อมูลทราบว่า ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำไปใช้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนเท่านั้น ผู้วิจัยจะไม่นำไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ดังกล่าวโดยเด็ดขาด โดยการนำเสนอข้อมูลจะไม่มีผลกระทบในทางลบ หรือสร้างความเสียหายต่อผู้ให้ข้อมูลทั้งในส่วนตัวบุคคลและองค์กร และหากผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกที่จะตอบในคำถามใด ผู้ให้ข้อมูลสามารถปฏิเสธในการตอบคำถามดังกล่าวได้ตลอดเวลา



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมไปถึงการลงภาคสนามเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คุณสุรินทร์ แก้วมณี เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก คุณอรุณ ศรีพุ่ม สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตกเพื่อศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนศึกษาการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน คุณสรวิทย์ ตาเดอิน เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขันแตก เพื่อศึกษาถึงการให้ความร่วมมือในการรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชน และลูกค้าจำนวน 4 ท่าน เพื่อศึกษาถึงเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าและจากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

ส่วนที่ 3 การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน

ส่วนที่ 1 รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม

เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายเพื่อลดปัญหาความยากจนของประชาชน โดยให้มีการรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพด้านต่าง ๆ และชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม ได้มีการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย เพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่ครอบครัวก่อให้เกิดความสามัคคี มีการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน ในปี พ.ศ. 2537 มีการรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมร่วมกัน โดยสำนักงานเกษตรอำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงครามได้ให้ความรู้เรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ซึ่งคุณสุรินทร์ แก้วมณี ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก ได้เล่าให้ฟังถึงความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก ว่าความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกประธานกลุ่มวิสาหกิจมีรูปแบบลักษณะการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1.1 ประวัติความเป็นมา

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 32 หมู่ที่ 10 ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง สมุทรสงครามเริ่มแรกทางกลุ่มเริ่มทำผลิตภัณฑ์ได้ให้สมาชิกลงหุ้นกันจนกลุ่มมีรายได้มากขึ้นมีการจัดให้อบรมถ่ายทอดให้ความรู้โดยให้แต่ละหมู่ส่งตัวแทนไปอบรม และในวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2537 สมาชิกได้มีการรวมตัวกันทำกิจกรรมร่วมกันตามที่เจ้าหน้าที่เกษตรได้แนะนำ และขอขึ้นทะเบียน เมื่อวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2540 ต่อมากรมส่งเสริมแนะนำจากเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลให้ทางกลุ่มมีการรวมตัวกัน แต่เดิมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีการทำกิจกรรมกระจายภายในหมู่บ้าน เจ้าหน้าที่เกษตรจึงได้จัดการประชุมกลุ่มและได้หากิจกรรมมาให้ดำเนินการและนำกลุ่มไปศึกษาดูงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จหลายๆกลุ่ม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษากลุ่มวิสาหกิจต้นแบบและต่อมาปี พ.ศ. 2549 ทางกลุ่มได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนจนได้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

“กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก มีการทำงานของกลุ่มประสบผลดีเท่าที่ควรมีผลิตภัณฑ์หลายอย่าง เช่น น้ำตาลมะพร้าว น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า แชมพูสระผม ครีมนวดผม สบู่สมุนไพร น้ำมันเหลือง พิมเสนน้ำทางกลุ่มจัดให้มีการอบรมถ่ายทอดความรู้โดยให้แต่ละหมู่ส่งตัวแทน

กลุ่มไปอบรมแต่บางกลุ่มพอได้รับการอบรมถ่ายทอดความรู้แล้วไม่ได้ดำเนินการทำกิจกรรม ในวันที่ 21 ธันวาคม 2537 สมาชิกหลายคนได้รวมกันทำกิจกรรมโดยได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่เกษตร ซึ่งขณะนั้นยังไม่มีเจ้าหน้าที่เคหกิจ

เกษตรของสำนักงานเกษตรอำเภอและขอขึ้นทะเบียน วันที่ 25 มีนาคม 2540 มีการพากลุ่มไปศึกษาดูงานกลุ่มวิสาหกิจอื่นๆที่ประสบความสำเร็จและใน พ.ศ. 2549 ได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

“กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง มีสินค้าผลิตภัณฑ์หลายประเภท ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ได้แก่ น้ำตาลมะพร้าว ปลาทุเค็ม ทอพีถั่ว ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร ได้แก่ แชมพูประคำดีควาย ครีมนวดผม สบู่สมุนไพร น้ำมันเหลือง พิมเสนน้ำ ตอนที่ทางกลุ่มเริ่มก่อตั้ง ป้าเป็นตัวแทนกลุ่มหมู่ที่ 10 ไปอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอย่างไร เพื่อให้เป็นที่ติดตลาดจำหน่ายลูกค้าได้จำนวนมาก จากนั้นพออบรมเสร็จป้าก็นำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาถ่ายทอดให้สมาชิกคนอื่น ๆ ฟัง และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ให้กับทางกลุ่ม” (อรุณ ศรีพุ่ม, 2559)

1.2 ผู้ริเริ่มก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน

จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ริเริ่มก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจตอนแรก มีกรมส่งเสริมแนะนำจากคุณรังสรรค์ จันทรสมวงศ์ เจ้าหน้าที่การเกษตรเมื่อในปี พ.ศ. 2540 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตั้งอยู่บ้านเลขที่ 32 หมู่ที่ 10 ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดย คุณสุรินทร์ แก้วมณี เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำหน้าที่บริหารงานทั้งหมด ในช่วงแรกบริหารงานแบบกิจการในครัวเรือนต่อมาก็ขยายกิจการครัวเรือนเป็นกลุ่มวิสาหกิจในปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองมีการทำกิจกรรมกระจายในหมู่บ้าน จัดรวมกลุ่มในการแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ทำให้ทางกลุ่มสามารถเริ่มก่อตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน

“กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ผู้ที่เป็นคนเริ่มต้นจัดตั้งกลุ่มเป็นแกนนำและให้มีการก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจ คือ คุณรังสรรค์ จันทรสมวงศ์ เป็นเจ้าหน้าที่เกษตร ในปี 2540 เขาเห็นว่าทางกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและน่าสนใจมีสินค้ามีคุณภาพที่ดีขายในราคาย่อมเยา ทำให้ลูกค้าเลือกที่จะซื้อสินค้าของทางกลุ่ม โดยกลุ่มนี้ป่าเป็นประธานกลุ่มบริหารงานเองทั้งหมด ตั้งแต่กระบวนการผลิตถึงนำออกสู่ตลาดให้ผู้บริโภค” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

1.3 สมาชิกเมื่อเริ่มก่อตั้ง

เมื่อเริ่มก่อตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก มีขนาดเล็ก โครงสร้างองค์กรประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 15 คน ตำแหน่งประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์เลขานุการ และเหรัญญิกต่อมาขยายใหญ่ขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิก 23 คน การแบ่งหน้าที่ให้แต่ละคนตามความเหมาะสม ความถนัดของแต่ละบุคคล มีแบบฉลาก ต้ม กิน บรรจุภัณฑ์ พกสินค้ามี แชมพู ครีมนวด น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า และสบู่ทำเก็บไว้ที่ละมาก ๆ เพื่อสต็อกสินค้าให้แก่ลูกค้าทั้งใน และนอกตำบล น้ำตาล มะพร้าว ให้แต่ละบ้านมาส่ง เวลาออกบูทต่างจังหวัดจะสั่งที่ละมากๆ ส่วนผ้าผืนด้อม ช่วงหลังนี้ไม่ได้ทำแล้ว

“ตอนเริ่มก่อตั้งมีสมาชิกอยู่ 15 คน ประกอบไปด้วย ประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์เลขานุการ และเหรัญญิกต่อมาขยายใหญ่ขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็น 23 คนแล้ว ซึ่งสมาชิกแต่ละคนจะปะปนไปเกือบทุกหมู่แต่ละคนแบ่งหน้าที่ตามความเหมาะสม โดยดูว่าใครเหมาะกับตำแหน่งไหน ก่อนอื่นจะถามสมาชิกทุกคนก่อนว่าใครถนัดอะไร ซึ่งถ้าให้คนที่ถนัดอะไรสิ่งไหน งานที่ให้ทำก็จะออกมาดี ความถนัดของแต่ละบุคคลทั้งแบบ ฉลาก ต้ม กิน บรรจุภัณฑ์ พกสินค้ามีแชมพู ครีมนวด น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า สบู่สมุนไพรเวลาทำที่จะทำไว้มาก ๆ 2-3 เดือน ทำเก็บไว้ทีหนึ่งเพื่อสต็อกสินค้าจะได้เก็บไว้ขายได้นานให้แก่ลูกค้า ทั้งในและนอกตำบล ถ้าเป็นน้ำตาล มะพร้าว จะให้แต่ละบ้านทำมาเป็นปี บ้านละ 2-3 ปีบ ประมาณ 4 บ้าน ขึ้นอยู่กับว่าจะนำไปขายออกบูท

ต่างจังหวัดก็ต้องทำไว้มาก ๆ แต่ถ้าขายลูกค้าเฉพาะคนในตำบล จะสั่งมาที่ละน้อยๆ ขึ้นอยู่กับจำนวนคนที่สั่ง ส่วนผ้ามัดย้อมเมื่อก่อนทำขายได้เยอะ แต่พอช่วงหลัง ๆ ไม่ค่อยได้ทำแล้ว ขึ้นอยู่กับสมัยนิยม เพราะเดี๋ยวนี้หันมาแต่งแบบผ้าขึ้นกันแล้ว รสนิยมคนในปัจจุบันจะเปลี่ยนไป” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

“สมาชิกเมื่อตอนเริ่มก่อตั้ง 15 คน ต่อมาสมาชิกเพิ่มมากขึ้นเป็น 23 คน ประธานกลุ่มจะเป็นคนแบ่งหน้าที่ให้แต่ละคน โดยดูว่าใครถนัดอะไรก็ให้ทำหน้าที่นั้น มีแผนกลาก ต้ม กิน และบรรจุภัณฑ์ อย่างตัวเองก็อยู่ในแผนกบรรจุภัณฑ์ จะมีหน้าที่คอยตรวจสอบผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณภาพสมบูรณ์แบบ สามารถออกไปขายได้ไหม จากนั้นก็นำผลิตภัณฑ์มาบรรจุใส่ถุง ใส่ขวด ใส่กล่องตามแบบของผลิตภัณฑ์” (อรุณ ศรีพุ่ม, 2559)

1.4 การระดมทุนจากสมาชิก

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีการระดมทุนจากสมาชิกคนละ 100 บาท เก็บสะสมเรื่อยมา จนได้กำไรเยอะ ๆ และถึงจะมีเงินเป็นหมื่น ๆ แต่ช่วงตอนแรก ๆ ทางกลุ่มยังไม่ค่อยมีเงิน ใช้งบประมาณจากหน่วยงานนอกมาสนับสนุนทางกลุ่ม ได้รับเงินสนับสนุนค่าที่ทำการกลุ่มและอุปกรณ์จากกรมส่งเสริมการเกษตร ค่าบรรจุภัณฑ์จากอุตสาหกรรมสมุทรสงคราม ค่าอุปกรณ์แจกสมาชิกและปรับปรุงโรงเรือนจากสมัชชาสมุทรสงคราม และค่ากล่องบรรจุภัณฑ์จากงบสมัชชาสมุทรสงครามและองค์การบริหารส่วนตำบล

“ทางกลุ่มดำเนินการของงบประมาณสนับสนุนโครงการแปรรูปน้ำตาลมะพร้าวจากสมัชชาอาหารปลอดภัย จากบัญชีทะเบียนสมาชิกและการระดมเงินทุน มีการหุ้นระดมทุนเงินคนละ 100 บาท บัญชีต้นทุนอุดหนุนบุคคลหน่วยงานหรือองค์กรอื่น 2546 ได้รับเงินสนับสนุนค่าที่ทำการกลุ่มและอุปกรณ์ จากกรมส่งเสริมการเกษตร 2547 ได้รับเงินสนับสนุน ค่าบรรจุภัณฑ์ จากอุตสาหกรรมสมุทรสงคราม 2548-2550 ได้รับเงินสนับสนุนค่าอุปกรณ์แจกสมาชิกและปรับปรุงโรงเรือน จากสมัชชาสมุทรสงคราม 2552 ได้รับเงินสนับสนุนค่ากล่องบรรจุภัณฑ์ จากงบสมัชชาสมุทรสงครามและองค์การบริหารส่วนตำบล” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม“มีการหุ้นระดมทุนเงินคนละ 100 บาท เก็บครั้งเดียวใช้ได้ตลอดชีพ จะใช้วิธีสะสมเรื่อยมา มีการรวมทุนกันบ่อยจนได้กำไรเยอะ ๆ ถึงจะมีเงินเป็นหมื่น ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ กรมส่งเสริมการเกษตร อุตสาหกรรมสมุทรสงคราม สมัชชาสมุทรสงคราม และ อบต. เข้ามาช่วยสนับสนุนด้านอุปกรณ์ในการจัดทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ค่าจัดทำที่ทำการกลุ่ม ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าปรับปรุงโรงเรือน และค่าทำกล่องใส่ผลิตภัณฑ์” (อรุณ ศรีพุ่ม, 2559)

1.5 การดำเนินงานด้านการตลาด

ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก มีการดำเนินงานด้านการตลาดแบบออกบูทไปขายของตามต่างจังหวัด ไปพร้อมกับกลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ กรมพัฒนาชุมชนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่จัดการแสดง OTOP ให้ ซึ่งน้ำตาลมะพร้าวของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรดาวเรือง ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสี่ดาว ประเภทอาหาร และแชมป์สมุนไพรประจำดีควาย ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสามดาว ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2555

“ออกขายตามงานจำหน่ายสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าที่จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี มุกดาหาร งานเพชรบูรณ์ศรีจันทร์ จัดงานคนละรอบ คนละจังหวัด วันที่ 1-2 มีนาคม ไปงานที่ขอนแก่น ซึ่งเป็นของพาณิชย์ วันที่ 10 มีนาคม ไปงานที่แม่สาย ซึ่งเป็นของกรมพัฒนาชุมชน โดยทางกรมการพัฒนาชุมชน และกระทรวงพาณิชย์ เป็นผู้คัดเลือกตัวแทนจำหน่าย โดยวิธีจับสลาก หรือบางครั้งก็แจ้งทางไลน์ผ่านเจ้าหน้าที่ว่ามีใครไปบ้างจับฉลากกว่าใครได้บ้างออกค่าใช้จ่ายเยอะ ทางขอนแก่นมีไป 2 กลุ่มเป็นกลุ่มเกษตรกร และกลุ่มไอศกรีมมัจฉา โดยสินค้าที่นำออกไปจำหน่ายได้แก่พวกกะปิ น้ำตาลมะพร้าว เกลือ ส้มโอ ปลาทุเค็ม” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

“การดำเนินด้านการตลาด ทางกลุ่มเกษตรกรดาวเรืองนำผลิตภัณฑ์ไปขายที่ตลาดนัดงานแสดงสินค้าเกษตรกรของกลุ่มส่งเสริมเกษตร โดยจะนำสินค้าไปขาย 2 ประเภท ผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร ได้แก่ น้ำตาลมะพร้าว ทอพีฟี่ถั่ว ปลาทุเค็ม ผลิตภัณฑ์ ด้านสมุนไพร ได้แก่ แชมพูประจำดีควาย ครีมนวด น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า พิมเสนน้ำ น้ำมันเหลือง กรมการพัฒนาชุมชน และกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้จัดหา ให้ โดยวิธีจับสลาก” ให้ โดยวิธีจับสลาก”

1.6 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างชัดเจนโดยเฉพาะการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความง่ายมากขึ้น การสื่อสารที่มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และในตลาดยุคใหม่ การมีโซเชียลเน็ตเวิร์ค เป็นสิ่งจำเป็น ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหาบริษัทออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ แล้วต้องการแบบไหนก็ให้บอกกับทางบริษัทไปว่าต้องการรูปแบบไหน มีข้อความอะไรบ้าง ใส่รูปภาพอะไร ตัวอักษรขนาดเท่าไร ใช้สีอะไรแล้วทางบริษัทจะไปออกแบบมาให้ โดยจะคิดตารางเมตรละ 250 บาท

“เวลาจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่หนึ่งเราหาบริษัทออกแบบ เวลาเลือกบริษัทเค้าจะเสนอราคามาแล้วบอกความต้องการของเราไปว่าต้องการอะไรบ้าง รูปแบบไหน มี

ข้อความอะไรบ้าง ใส่รูปภาพอะไร ตัวอักษรขนาดเท่าไร ใช้สีอะไร ซึ่งทางบริษัทจะคิดค่าทำตารางเมตรละ 250 บาท”(สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

1.7 ผลิภัณฑ์ของกลุ่ม

ผลิภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงครามผลิภัณฑ์ด้านอาหาร มีน้ำตาลมะพร้าว ทอฟฟี่ถั่ว ปลาทุเค็ม ผลิภัณฑ์ด้านสมุนไพร มีแชมพู น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า ครีมนวด น้ำมันเหลืองไหล พิมเสนน้ำ สบู่สมุนไพร แชมพู ประคำดีควาย ผลไม้ ส้มโอสวนของสมาชิกกลุ่ม คือ สวนพุทิตา และผ้ามัดย้อม

“ผลิภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีหลากหลายประเภท พวกอาหารก็จะมีน้ำตาลมะพร้าว ทอฟฟี่ถั่ว ปลาทุเค็ม ส่วนพวกสมุนไพร จะมีน้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า ครีมนวด น้ำมันเหลืองไหล พิมเสนน้ำ แชมพูประคำดีควาย สบู่สมุนไพร และผลไม้ก็มีส้มโอสวนพุทิตา เมื่อก่อนทำผ้ามัดย้อมด้วย แต่ตอนนี้เลิกทำแล้ว” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

1.8 ระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม

ข้อมูลระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่ได้จากเอกสารแผ่นพับของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ได้ระบุระเบียบข้อบังคับของกลุ่มไว้ดังนี้ รับสมัครสมาชิกทุกเพศทุกวัย ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบางขันแตก โดยบุคคลอื่นจะขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของคณะกรรมการคุณสมบัติของสมาชิก เป็นทายาทของเกษตรกรยื่นใบสมัครต่อคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้ความร่วมมือประสานงานของกลุ่มและทางราชการมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรงนำความรู้และเผยแพร่กิจกรรมกลุ่มแก่ผู้อื่น เข้าร่วมประชุม และทำกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ช่วยเหลือเพื่อนสมาชิกและกลุ่ม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีแก่บุคคลทั่วไป ประชาสัมพันธ์งานกลุ่มแม่บ้าน ต้องถือหุ้นคนละ 480 บาทเท่าสมาชิกเก่า ต้องเข้าร่วมประชุมอย่างสม่ำเสมอ ขาดการประชุมติดต่อกัน ให้พ้นจากการเป็นสมาชิกกลุ่ม และไม่คืนเงินลงทุน การตัดสินใจจะอยู่ที่ประธานกลุ่ม

สมาชิกทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ สมาชิกที่ทำพวกแชมพู สบู่ น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้าและสมาชิกที่ทำพวกน้ำตาลมะพร้าว จะแบ่งออกเป็นบ้านๆ เมื่อพ้นสภาพการเป็นสมาชิกด้วยการตายลาออก และกรรมการพิจารณาออก โดนที่ไม่คืนเงินลงทุน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันพบว่าการจัดการจำหน่ายมีทั้งขายส่งและขายปลีก จากการสัมภาษณ์ คุณสุรินทร์ แก้วมณี เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน

เกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตกกล่าวว่า การขายส่งมีร้านค้ารับซื้ออยู่จำนวน 5 ร้านปริมาณการส่งขายอยู่ที่ประมาณ 100 กิโลกรัมต่อ 1 สัปดาห์ ส่วนการขายปลีกนอกจากจะนำไปจำหน่ายที่ตลาดนัดงานแสดงสินค้าเกษตรของกรมส่งเสริมการเกษตรยังนำไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่ส่วนราชการจัดขึ้นในส่วนนี้มีปริมาณการจัดจำหน่ายประมาณ 300-400 กิโลกรัม ต่อเนื่องจากไม่มีคู่แข่งในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันช่องทางการจัดจำหน่ายมีมากกว่านี้มาตลอดระยะเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา รวมไปถึงสินค้ามีความเป็นอัตลักษณ์ในเรื่องของสูตรการผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาปรับปรุงให้ถูกปากและถูกใจผู้ซื้อสินค้าของวิสาหกิจชุมชน โดยได้มีการให้ลูกค้าเขียนแสดงความคิดเห็นใส่ลงในกล่องช่องรับความคิดเห็นอย่างต่อเนื่อง

จากการวิเคราะห์พบว่าทางกลุ่มมีความสามารถขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นจากเดิมได้อีก เพราะผู้ที่รับผิดชอบเรื่องการตลาดคือ ประธานกลุ่มและรองประธานกลุ่มมีทักษะในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และทักษะในการติดต่อประสานงานกับช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น เช่น ห้างสรรพสินค้าตลาดนัดงานแสดงสินค้าของกรมส่งเสริมเกษตร เป็นต้นช่องทางการจำหน่ายจึงเป็นตลาดเดิม ๆ

2.1 ปัจจัยการผลิต

จากการศึกษาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ในการผลิตสินค้าจะใช้เครื่องจักรในการย่อยวัตถุดิบและจะใช้เครื่องจักรที่มีความพร้อมใช้งานง่าย ส่วนวัตถุดิบมีทั้งซื้อจากสมาชิกของกลุ่มและซื้อจากตลาดนอกกลุ่ม จากการศึกษพบว่า การบริหารการผลิตของกลุ่มเป็นหน้าที่ของ คุณสุรินทร์ แก้วมณี เป็นประธานกลุ่มในการวางแผนการผลิตจัดหาปัจจัยการผลิตและควบคุมการผลิตเนื่องจากวัตถุดิบบางส่วนจัดซื้อจากสมาชิกในกลุ่มด้วยตนเองและบางส่วนที่จัดซื้อจากแหล่งอื่นจะเป็นวัตถุดิบแห้งเก็บรักษาได้นาน ดังนั้นการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบจึงไม่ยุ่งยากซับซ้อนส่วนการควบคุมการผลิตประธานกลุ่มเป็นผู้ควบคุมอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีรสชาติที่ได้มาตรฐานส่วนแรงงานเป็นสมาชิกกลุ่มทั้งหมด

จากการวิเคราะห์พบว่าในขั้นตอนการผลิตจะไม่พบปัญหาอุปสรรคใด ๆ เนื่องจากเครื่องจักรที่มีสามารถรองรับการผลิตได้มากพอวัตถุดิบหาซื้อได้ทุกฤดูกาลแรงงาน

“ในการผลิตผลิตภัณฑ์โดยปกติแล้วในการจัดซื้อวัตถุดิบจะไม่ค่อยนำมากักตุนไว้มาก เนื่องจากถ้าเก็บไว้นานอาจจะหมดอายุเกิดความเสียหายให้สมาชิกในกลุ่มทุกคนช่วยกันผลิต โดยใช้ระบบหมุนเวียนกันในขั้นตอนการเตรียมการผลิตจะให้สมาชิกในกลุ่มรับวัตถุดิบ นำกลับไปทำที่บ้าน” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

“ส่วนมากทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง จะซื้อวัตถุดิบที่หาซื้อได้ง่ายตามท้องตลาด การควบคุมการผลิตทางประธานกลุ่มเป็นผู้ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ออกมาได้เป็นมาตรฐานส่งออกขายตามตลาดนัดแสดงสินค้า OTOP” (อรุณ ศรีพุ่ม, 2559)

2.2 การแข่งขันระหว่างธุรกิจเดิม

ในพื้นที่ตำบลบางขันแตก แบ่งออกเป็น 10 หมู่ ซึ่งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองอาศัยอยู่ในบ้านเลขที่ 32 หมู่ที่ 10 ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งแต่ละหมู่มีร้านที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันอยู่ประมาณ 10 ร้าน อย่างน้ำตาลมะพร้าวในตำบลบางขันแตกมี 17 ร้าน ส่วนพวกแชมพู สบู่ ก็จะมีอยู่ประมาณ 5 ยี่ห้อ น้ำยาล้างจานมีประมาณ 3 ยี่ห้อ น้ำยาซักผ้าประมาณ 2 ยี่ห้อ แต่ละร้านขายสินค้าราคาไม่เท่ากัน ทำให้เกิดคู่แข่ง สภาพการแข่งขันที่จุดจำหน่ายอยู่ที่จุดเดียวกัน คือตลาดนัดงานแสดงสินค้าเกษตรกร สินค้าอุตสาหกรรมเดียวกัน นอกพื้นที่ ภาครัฐก็เป็นหน่วยงานที่พาไป เมื่อผู้บริโภคเดินในงานจะเห็นได้ว่าสินค้าไม่ได้มีความแตกต่าง วิธีการตลาดก็ใกล้เคียงกันทำให้เกิดสภาพการแข่งขันเดิม

“ในตำบลบางขันแตกมี 10 หมู่ซึ่งมีร้านที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ประมาณ 10 ร้าน อย่างน้ำตาลมะพร้าวในตำบลบางขันแตกมีอยู่ 17 ร้าน ส่วนพวกแชมพู สบู่ ก็จะมีอยู่ประมาณ 5 ยี่ห้อ น้ำยาล้างจานมี 3 ยี่ห้อ น้ำยาซักผ้า 2 ยี่ห้อ แต่ละยี่ห้อขายราคาไม่เท่ากัน ทางกลุ่มจะเน้นออกไปขายสินค้าตลาดนัดงานแสดงสินค้าเกษตรของกรมส่งเสริมการเกษตรมากกว่า คู่แข่งก็จะเป็นคนนอกพื้นที่” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

2.3 ด้านลูกค้า

สินค้าทุกอย่างในท้องตลาดล้วนแต่มีการแข่งขันกันทั้งสิ้น จะทำอย่างไรเพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการ เป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ของลูกค้า ต้องวิเคราะห์ถึงเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าเสียก่อน จึงจะทำให้เราสามารถทำการตลาดได้อย่างตรงจุดจากการสัมภาษณ์พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้ว ซื้อสินค้าที่คุณภาพ ถ้าคุณภาพดีก็กลับมาซื้ออีก

ลูกค้าพร้อมที่จะซื้อสินค้าของเรา ในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ผู้บริโภคเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ลูกค้าของทางกลุ่มไม่เปลี่ยนใจไปซื้อของกลุ่มอื่นได้ง่ายๆ เพราะทางกลุ่มมีน้ำตาลมะพร้าวที่รสชาติไม่หวานแหลมจนเกินไป ราคาเมื่อเทียบกับร้านที่ขายในตำบลบางขันแตก ซึ่งในตำบลบางขันแตกมีอยู่ทั้งหมด 17 เจ้า แต่ละเจ้าขายกิโลกรัมละ 50 บาท บางเจ้าก็ 60 บาท บางเจ้าก็ 70 บาท ซึ่งทางประธานกลุ่มกล่าวว่าลูกค้าของใครของมันไม่ไปแย่งลูกค้ากัน ส่วนมากลูกค้าที่มาซื้อจะเป็นลูกค้าประจำ

สินค้าของทางกลุ่มมีหลากหลายประเภท ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อน้ำตาลมะพร้าวอาหารแปรรูปเพื่อนำไปปรุงอาหารในครัวเรือน และนำไปเป็นส่วนผสมในการทำขนมขาย

สินค้าและผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มมีมากมาย จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่าถ้าสินค้ามีคุณภาพดีใช้ไปแล้วนำไปบอกต่อกัน ทางกลุ่มมีการคัดเลือกและจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี มีการสร้างความแตกต่างไม่เหมือนใคร มีจุดเด่นที่หาจากแหล่งอื่นได้ยาก

ด้วยสภาพที่มีการแข่งขันที่สูงของพวกกลุ่มวิสาหกิจ การตลาดเป็นตัวกำหนดทำให้รู้ว่าสินค้าจะขายดี การเลือกใช้จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก โดยจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคพบว่าสินค้าที่มีคุณภาพ ใช้แล้วดี งานบริการลูกค้า เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราไปนาน ๆ และเลือกที่จะใช้บริการกับเราต่อไป เพราะถึงแม้ว่าตัวสินค้าเองนั้นจะมีคุณภาพมากเพียงใด แต่หากบริการระหว่างขาย หรือแม้แต่หลังการขายเองนั้นไม่มีคุณภาพ ลูกค้าก็จะไม่ใช้บริการกับเราอีกต่อไป ดังนั้นการบริการลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ จากการสัมภาษณ์พบว่า การบริการที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีลดแลกแจกแถม เป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ทำให้กลับมาใช้บริการต่ออีก

เนื่องจากระดับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันตามลักษณะและกำลังซื้อ จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภค พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ผู้บริโภคจะเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก และส่วนมากก็นิยมซื้อน้ำตาลมะพร้าว เพราะน้ำตาลมะพร้าวของทางกลุ่มมีรสชาติที่ไม่หวานจนเกินไป และมีคุณภาพดี

“สินค้าของทางกลุ่มมีชื่อเสียง มีคุณภาพดี ทางกลุ่มวิสาหกิจมีส้มโอ ปลายุน้ำตาลมะพร้าว ทอफीถั่วกะทิ อย่างน้ำตาลมะพร้าวเป็นน้ำตาลที่มีรสชาติดีไม่หวานแหลมจนเกินไป ซื้อมาหลายกิโลกรัมคะ ชอบซื้อไปฝากเพื่อนที่ต่างจังหวัด 5-10 กิโลกรัม ทางกลุ่มมีการแปรรูปอาหารทำเป็นปลาสามรส ปลาหมึกสามรส เอาไปขายต่อตามต่างจังหวัด ตั้งบูทขาย และน้ำตาลมะพร้าวใช้ในครัวเรือน เอาไปเป็นอาหารขนม ส้มตำ ต้มส้มเน้นรสชาติ อร่อย คุณภาพสินค้าดีก็บอกต่ออย่างการซื้อแชมพูประจำดีควาย ใช้แล้วรู้สึกว่เส้นผมนุ่มสลวย ผมเงางาม และน้ำยาล้างจาน ใช้แล้วดี ขจัดคราบได้หมดจดคนขายตามใจลูกค้า มนุษย์สัมพันธ์ดี ขายในราคาย่อมเยา” (จำเรียง ไตรยาง, 2559)

“น้ำตาลมะพร้าวของทางกลุ่มนี้เป็นน้ำตาลมะพร้าวแท้ รสชาติดี พวกแชมพูสมุนไพรก็ใช้ดี ผมนุ่ม น้ำยาล้างจานไม่กัดมือเพราะผลิตมาจากสมุนไพรส่วนใหญ่ จะอย่างละ 1-2 ชิ้นครับ เวลาสินค้าหมดก็จะมาซื้อที่นี่ใช้เป็นประจำครับ ส่วนใหญ่เอาน้ำตาลมะพร้าวไปปรุงอาหาร ทำขนม เพราะตนเองเปิดร้านขายขนมหวานอยู่ จะซื้อน้ำตาลมะพร้าวที่หลาย ๆ กิโลกรัม น้ำตาลมะพร้าวซื้อไปแล้วไม่หวานจนเกินไปเวลาทำขนมทำให้ไม่หวานแหลมมาก ลูกค้าก็จะชอบ ผลิตภัณฑ์พวกแชมพูใช้ดีก็กลับมาซื้ออีก น้ำตาลมะพร้าวนำไปทำขนมหวานขาย บริการดี คนขายใจดี เวลาซื้อเยอะ ๆ มีของแถม” (ประเทือง เศรษฐวัฒน์, 2559)

“ชอบซื้อสบู่สมุนไพรซื้อที่นี้ก็ประมาณ 5 ก้อน ทั้งครอบครัวใช้สบู่นี้ฟอกหน้าและตัวเป็นประจำคะ กลิ่นหอม และไม่ทำให้ระคายเคืองผิวด้วยคะใช้สบู่สมุนไพรแล้วรู้สึกว่ สิว ฝ้า ลดลงพอใช้แล้วรู้สึกดีขึ้นจากที่เคยมีรอยสิว ก็จางลง ใช้ดีแล้วบอก

ต่อเพื่อน ๆ นำสบู่มาล้างหน้า หรือฟอกตัวก็ได้ป่าบริการดี ใจดี ถ้าซื้อเยอะ ๆ ป้าก็จะแถมให้” (เกสร พุ่มพิบูลย์, 2559)

“สินค้าของทางกลุ่มนี้มีคุณภาพดี น้ำตาลมะพร้าวทางกลุ่มนี้จะขึ้นชื่อมาก เพราะมีรสชาติที่ไม่หวานจนเกินไปก็สั่งสินค้าเรื่อยๆนะค่ะ ถ้าสินค้าหมดก็สั่งนำน้ำตาลมะพร้าวไปทำขนมหวานน้ำตาลมะพร้าวไม่หวานแหลมมากไป ทำให้เวลาไปผสมกับขนมทำให้ขนมหวานอร่อยด้วยน้ำตาลมะพร้าวแทนน้ำตาลทรายขาวไปทำขนมขายการบริการเอาใจใส่ลูกค้า บางทีถ้าสินค้าไม่ดีก็รับเปลี่ยนคืน” (ยุภา อินทร์แสง, 2559)

2.4 ด้านผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต

สินค้าของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองส่วนใหญ่จะมีแหล่งผลิตมาจากที่เดียวกัน เช่น น้ำตาลมะพร้าวที่มาจากแต่ละบ้านจัดส่งจำหน่าย หรือส้มโอที่มาจากสวนพุทิตา ซึ่งเอามาจากบ้านเหมือนกัน ดังนั้น ผู้ผลิตจะมีอำนาจการต่อรองมากกว่าเพราะว่าแหล่งผลิตสินค้าประเภทนี้มีไม่มากนัก แต่ก็ยังมีวิธีการที่สามารถนำมาใช้เพื่อลดอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตได้หลายวิธี วิธีการที่จะลดอำนาจของผู้ผลิต ก็คือ ผู้ขายน้ำตาลมะพร้าวจะต้องรวมกลุ่มกันไปต่อรองราคา ในกรณีที่ตำบลบางชันแต่ก็มีผู้จำหน่ายน้ำตาลมะพร้าวอยู่ 17 ร้านที่อยู่ในตำบลเดียวกัน ต้องรวมกลุ่มกันสั่งซื้อสินค้าคราวเดียวกันครั้งละมาก ๆ โดยเข้าไปต่อรองกับผู้ผลิตว่าต้องการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากและให้ลดราคาขายส่งให้กับกลุ่มวิสาหกิจนี้ จะทำให้ต้นทุนราคาของลดลง ผู้ค้าก็สามารถได้กำไรมากขึ้นโดยไม่ต้องเพิ่มราคาสินค้า หรือหาโปรโมชั่นอื่น ๆ มาเป็นจุดดึงดูดลูกค้า

“ในตำบลบางชันแต่ มีผู้ที่ขายน้ำตาลมะพร้าวประมาณ 17 ร้าน แหล่งที่ผลิตสินค้าอย่างน้ำตาลมะพร้าวรับซื้อจากตามบ้าน ส่วนส้มโอรับซื้อจากสวนพุทิตาขายน้ำตาลมะพร้าวจะต้องรวมกลุ่มกันไปต่อรองราคา ในกรณีที่ตำบลบางชันแต่ก็มีผู้จำหน่ายน้ำตาลมะพร้าวอยู่ 17 ร้านที่อยู่ในตำบลเดียวกัน ต้องรวมกลุ่มกันสั่งซื้อสินค้าคราวเดียวกันครั้งละหลายๆแต่ส่วนใหญ่จะกำหนดราคาตายตัว แต่ถ้าซื้อน้ำตาลมะพร้าว 10 กิโลกรัมขึ้นไป ถึงจะลด จาก 70 บาท เป็น 60 บาท ปลาทุเค็ม ตัวใหญ่ตัวละ 15 บาท ถ้าตัวเล็กตัวละ 10 บาท แต่ถ้าสองตัว 25 บาท” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

2.5 ด้านผลิตภัณฑ์ทดแทน

สินค้าประเภทน้ำตาลมะพร้าวเป็นสินค้าที่มีจุดประสงค์เพื่อนำไปเป็นส่วนผสมในการปรุงอาหาร ทำขนมหวาน เพื่อเป็นการลดอำนาจจากสินค้าทดแทน ให้ใช้น้ำตาลโตนดแทน ซึ่งก็ให้ความหวานเหมือนกันสินค้าที่นำมาเป็นส่วนผสมในการปรุงอาหารสามารถใช้ได้ทั้งน้ำตาลมะพร้าวและน้ำตาลโตนด จะเห็นได้ว่าลูกค้าไม่สามารถผลิตขึ้นเองได้จะต้องไปสั่งตามแต่ละบ้านที่รับทำ ซึ่งในบางชันแต่ก็มีทั้งหมด 17 ร้านแต่ละร้านขายในราคาไม่เท่ากัน

“ถ้าน้ำตาลมะพร้าวหมด จะใช้น้ำตาลโตนดแทนได้ ซึ่งทำให้มีรสหวานเหมือนกัน แต่รสชาติของน้ำตาลมะพร้าวจะไม่หวานแหลมจนเกินไป หวานหอม แต่มีข้อจำกัดคือ น้ำตาลโตนดจะหาซื้อได้ที่จังหวัดเพชรบุรีเท่านั้น ราคาจะแพงกว่าน้ำตาลมะพร้าว” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

2.6 ด้านคู่แข่งรายใหม่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มที่เริ่มทำตั้งแต่ก่อตั้ง จนมาถึงทุกวันนี้ สามารถทำเงินได้ไม่ยากนัก เนื่องจากคนไทยนิยมบริโภคอาหารเป็นหลัก ใช้ผลิตภัณฑ์พวกขนมพุด น้ำยาล้างจาน เพื่อใช้ในการอุปโภค ดังนั้นอาจเป็นไปได้ยากที่จะมีผู้ค้ารายใหม่ที่เข้ามาลงทุน วิธีการป้องกันภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ สำหรับขายน้ำตาลมะพร้าวในตำบลบางขันแตกมีอยู่ 17 ร้าน (เฉพาะในแหล่งกลุ่มเดียวกัน) ต้องรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อสร้าง Brand อาจจะโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองอยู่ที่ไหน โดยปกติลูกค้าต้องการดูและเปรียบเทียบสินค้าที่มีจำนวนมาก เพื่อเลือกสรรสิ่งที่ดีที่สุด เมื่อรวมตัวกันได้แล้วก็จะทำให้ลูกค้าติดและทางกลุ่มออกบูทจำหน่ายสินค้าเกษตรออกต่างจังหวัดด้วย เช่น ขอนแก่น เชียงใหม่ ลูกค้าติดก็จะตามไปซื้อ ลูกค้านี้มีคนนอกพื้นที่ด้วย สินค้าของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองเป็นที่รู้จัก ส่วนกลุ่มอื่นที่ไม่ได้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ โอกาสที่จะขายสินค้าได้นั้นจะน้อยกว่า เพราะว่า Brand ที่กลุ่มได้สร้างขึ้นมานั้นแข่งพอที่จะดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาอุดหนุนได้

“น้ำตาลมะพร้าวในตำบลบางขันแตกมีอยู่ 17 ร้าน ต้องรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อสร้าง Brand อาจจะโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองอยู่ที่ไหนถ้าลูกค้าต้องการเปรียบเทียบสินค้าจำนวนมากเพื่อเลือกที่ดีที่สุด เวลาออกบูทต่างจังหวัด ลูกค้าที่ติดจะตามไปด้วย อย่างเช่นที่ผ่านมาไปขอนแก่น เชียงใหม่ ลูกค้าบางกลุ่มก็มีบ้านอยู่ที่นั่น ส่วนลูกค้าบางกลุ่มที่ไม่ได้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ขายสินค้าได้น้อยกว่า” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

2.7 การได้รับการสนับสนุน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ก่อตั้งก่อนที่จะมี อบต. เมื่อปี พ.ศ. 2537 รวมตัวกันตั้งแต่เป็นกลุ่มมีขนาดเล็ก โครงสร้างองค์กรประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 15 คน ตำแหน่ง ประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์เลขานุการ และற்றுญิกต่อมาขยายใหญ่ขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิก 23 คน จนกระทั่งพอมี อบต. เกิดขึ้นได้ให้ความช่วยเหลือเท่าที่พอทำได้ เช่น มีพาไปเที่ยวดูงานจากกลุ่มวิสาหกิจที่อื่นๆ เพื่อทางกลุ่มดาวเรืองจะได้ดูเป็นแบบอย่างได้ ดูพวกการบรรจุภัณฑ์ การขาย การบริการ การรวมกลุ่ม เช่น การทำยาสระผม การทำน้ำยาล้างจาน

“ทางกลุ่มวิสาหกิจดาวเรืองเกิดขึ้นก่อน อบต. ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนี้ก่อตั้งขึ้น เมื่อ ปี พ.ศ.2537 รวมตัว ทำเป็นกลุ่มเล็กๆ เรื่อยมา ทางกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มแม่บ้าน

เกษตรกรดาวเรืองได้ยื่นหยัดด้วยตนเองก่อนจนพอมี อบต. เกิดขึ้นได้ให้ความช่วยเหลือเท่าที่พอทำให้ได้มีพาไปเที่ยวดูงานจากกลุ่มวิสาหกิจที่อื่น ๆ ให้ดูการทำงานของกลุ่มเพื่อทางกลุ่มดาวเรืองจะได้ดูเป็นแบบอย่างได้ ดูพวกการบรรจุภัณฑ์ การขาย การบริการ การรวมกลุ่ม เช่น การทำยาสระผม การทำน้ำยาล้างจาน” (สรวิทย์ ตาเดอิน, 2559)

2.8 การประชาสัมพันธ์กลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ทาง อบต.ไม่ได้ประชาสัมพันธ์กลุ่มผ่านสื่อ แต่ทางกลุ่มนี้ก็เป็นที่รู้จักของลูกค้าในตำบลอย่างดี เพราะทางกลุ่มมีการสร้าง Brand ดึงลูกค้าให้เข้ามาอุดหนุนได้

ส่วนใหญ่ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงพาณิชย์ แหล่งข้อมูลสินค้าโอท็อปที่ใหญ่ที่สุดในโลก

“ทาง อบต. ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์กลุ่มผ่านสื่อเลย แต่จะมีในเว็บไซต์ของกรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงพาณิชย์ เว็บไซต์ตำบล ดอท คอม แหล่งข้อมูลสินค้าโอท็อปที่ใหญ่ที่สุดในโลกจะมีผลิตภัณฑ์โอท็อปของทางกลุ่มประชาสัมพันธ์น้ำตาลมะพร้าว แชมพูประคำดีควาย สบู่สมุนไพรน้ำมันเหลือง พิมเสน” (สรวิทย์ ตาเดอิน, 2559)

2.9 การติดตามและประเมินผล

อบต. บางขันแตก เป็นหน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ไม่ได้ทำการตรวจติดตาม และประเมินผลของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม คือทางกลุ่มถ้ายื่นหยัดได้ด้วยตนเองแล้ว สามารถบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจเองได้ทางอบต. ก็จะปล่อยให้ดำเนินกิจการเอง ให้มีการบริหารจัดการกันเอง โดยที่มีประธานกลุ่มเป็นผู้ควบคุมดูแล เมื่อปี พ.ศ. 2546 เคยให้เงินงบประมาณมาสนับสนุนการทำบรรจุภัณฑ์จำนวน 50,000 บาท เพื่อแจกจ่ายให้กลุ่มวิสาหกิจในตำบลบางขันแตก

“ทาง อบต. ไม่ได้ตรวจติดตามและประเมินผล ถ้าทางกลุ่มยื่นด้วยตนเองได้แล้วก็ปล่อยให้มีการบริหารจัดการเอง แต่ทาง อบต.ได้เคยให้งบประมาณมา 50,000 บาท เมื่อปี พ.ศ. 2546 ให้เงินงบประมาณมาเพื่อสนับสนุนในการทำพวกกล่องบรรจุภัณฑ์ แจกตามกลุ่มวิสาหกิจในตำบลบางขันแตก ทาง อบต. ได้ติดต่อประสานกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เวลาที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองไปขายผลิตภัณฑ์ตามตลาดนัดงานแสดงสินค้าตามต่างจังหวัด” (สรวิทย์ ตาเดอิน, 2559)

ส่วนที่ 3 การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน

3.1 ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

อย่างแรกเลยที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องเข้าใจก็คือพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าในปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่ไม่ต้องการความซ้ำซากและจำเจ ที่สำคัญลูกค้าส่วนใหญ่มักสนใจกับสิ่งที่แปลกใหม่ อยู่เสมอ และนี่ก็คือเหตุผลหนึ่งที่ยืนยันได้ว่า ผู้ประกอบการจะต้องไม่หยุดนิ่งในการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เช่น คุณภาพที่แตกต่าง ราคาแตกต่าง และบริการแตกต่าง พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่าง จากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง หรือมีมูลค่าเพิ่ม มากกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างเหนือคู่แข่งถือเป็นการสร้างจุดเด่น ให้ผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ดีที่สูดน้ำตาล มะพร้าวมีหลากหลายรูปแบบพิมพ์รูปต่าง ๆ เช่น รูปพิมพ์ดอกกุหลาบ รูปถ้วยเล็ก ๆ รูปชาม

“กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีการสร้างความแตกต่างความแปลกใหม่อยู่เสมอพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม อย่างน้ำตาลมะพร้าวมีหลากหลายรูปแบบ แบบพิมพ์รูปต่าง ๆ เช่น รูปดอกกุหลาบ วงกลม วงรี ของน้ำตาลมาทำใหม่ ส่วนพวกแซมพู มีการออกแบบรูปแบบขวด ฉลากบรรจุภัณฑ์สบู่มุนไพร์ มีการออกแบบกล่อง ราคาแต่ละบรรจุภัณฑ์ก็จะไม่เท่ากัน พวกแบบพิมพ์รูปต่าง ๆ จะมีราคาแพงกว่ารูปแบบทั่วไป แต่ลูกค้าก็พร้อมที่จะซื้อด้วยเหตุผลที่ว่ารูปลักษณ์สวยงามก็ยินดีที่จะจ่ายค่าบริการมีการบริการจัดส่งไปรษณีย์ให้แก่ลูกค้า ถ้าสินค้าคุณภาพไม่ดียินดีคืนเงิน” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

3.2 ด้านการลดต้นทุน

จากปัญหาในเรื่องการลดต้นทุนในสถานประกอบการพบว่าการลดต้นทุนในสถานประกอบการเป็นเรื่องที่สำคัญมากและสามารถทำได้หลายด้าน ทางกลุ่มมีการลดต้นทุน ด้านแรงงาน คือ ใช้เครื่องจักรแทนคน ในการทำแซมพูครีมมุนไพร์ น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า จะมีเครื่องช่วยในการทำ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ลดการใช้แรงงานคน เพื่อให้ธุรกิจสามารถขายสินค้าหรือบริการได้ในราคาถูกลงกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์นี้ธุรกิจจะทำการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่เหมือนคู่แข่ง แต่ธุรกิจต้องสามารถหาวิธีลดต้นทุนทางการผลิตให้ได้ต่ำกว่าคู่แข่ง

“การลดต้นทุนของกลุ่มวิสาหกิจ ด้านแรงงานคน การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ เน้นระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อพัฒนาฝีมือแรงงานการลดต้นทุนด้านอุปกรณ์และเครื่องจักร ลดเวลาสูญเสียในการทำงาน และช่วยทำให้เพิ่มความเร็วในการทำงาน สามารถใช้ทุนแรงได้เยอะ ทำให้เหนียวน้อยหน้อย ลดต้นทุนด้านวัตถุดิบในการผลิต ในการใช้วัสดุต่างๆ มีการบริหารจัดการพัสดุคงคลังให้เหมาะสม ลดความสูญเสียทางด้านเวลา วางแผนการทำงานให้เหมาะสมกับเวลา เพิ่มความเร็วในการ

ทำงานอย่างเวลาทำแชมป์ ครีมนวด สบู่สมุนไพร น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า ใช้เครื่องจักรในการทำงานเพื่อลดเวลาสูญเสียในการทำงาน ทำให้ได้สินค้าส่งถึงมือลูกค้าในเวลารวดเร็ว”(สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

3.3 ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันลูกค้ามีความรวดเร็ว เน้นความสะดวกรวดเร็ว จุดเด่นที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตกอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม เวลาที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าทางกลุ่มดาวเรืองสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเรียบร้อยภายใน 1 วัน หากลูกค้ามีความต้องการด่วนลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้า และสามารถรับสินค้าได้ในตอนเย็นวันนั้น ซึ่งหากลูกค้ายินดีจ่ายตามราคาที่เรียกได้ แต่หากลูกค้าไม่ได้เร่งรีบ หรือไม่มีความจำเป็นต้องการเร่งด่วน ลูกค้าก็สามารถรับผลิตภัณฑ์ได้ภายในระยะเวลา 2 วัน หากเปรียบเทียบกับคู่แข่งแล้ว ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นอย่างมาก และสิ่งนี้เป็นที่ประทับใจของลูกค้า มีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว

“เวลาที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเรียบร้อยภายใน 1 วัน หากลูกค้ามีความต้องการด่วน ลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้า และสามารถรับสินค้าได้ในตอนเย็นวันนั้นจึงสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้ามีความสะดวก รวดเร็ว” (สุรินทร์ แก้วมณี, 2559)

“ถ้าลูกค้าสั่งซื้อสินค้า แล้วลูกค้าต้องการด่วน ทางกลุ่มสามารถส่งของถึงมือลูกค้าให้ได้ภายในเย็นวันนั้นเลย ไม่ต้องรอนาน หากลูกค้ายินดีจ่ายตามราคาที่เรียกได้ แต่ถ้าไม่ลูกค้าไม่รีบ ทางกลุ่มจะดำเนินการส่งสินค้าในเวลา 2 วันถึงมือลูกค้า” (อรุณ ศรีพุ่ม, 2559)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางชันแตก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรมศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และศึกษาการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้คือ ทำให้ได้แนวทางการศึกษารูปแบบและลักษณะการดำเนินของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทำให้ได้แนวทางในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และทำให้ได้แนวทางการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันโดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) โดยผู้ที่ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ 1. ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 1 คน 2. สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 1 คน 3. เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางชันแตก จำนวน 1 คน 4. ลูกค้าทั้งในและนอกตำบล จำนวน 4 คน

สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก อำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ได้มีการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย เพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้แก่ครอบครัวก่อให้เกิดความสามัคคี มีการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน ในปี พ.ศ. 2537 มีการรวมกลุ่มดำเนินกิจกรรมร่วมกัน โดยสำนักงานเกษตรอำเภอมือง จังหวัดสมุทรสงครามได้ให้ความรู้เรื่องการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ซึ่งคุณสุนทร แก้วมณี ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชันแตก ได้เล่าให้ฟังถึงความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางชันแตก ว่าความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางชันแตก โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกประธานกลุ่มวิสาหกิจมีรูปแบบลักษณะการดำเนินกิจกรรม ดังนี้

1.1 ประวัติความเป็นมา

จากกการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 32 หมู่ที่ 10 ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง สมุทรสงคราม มีการจัดให้อบรม ถ่ายทอดให้ความรู้ และในวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ.2537 สมาชิกได้มีการรวมตัวกันทำกิจกรรมร่วมกัน ตามที่เจ้าหน้าที่เกษตรได้แนะนำและขอขึ้นทะเบียน เมื่อวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2540 ต่อมากรมส่งเสริมแนะนำจากเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลให้ทางกลุ่มมีการรวมตัวกัน แต่เดิมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีการทำกิจกรรมกระจายภายในหมู่บ้าน เจ้าหน้าที่เกษตรจึงได้จัดการประชุมกลุ่ม นำกลุ่มไปศึกษาดูงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จหลาย ๆ กลุ่ม เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษากลุ่มวิสาหกิจต้นแบบ และต่อมาปี พ.ศ. 2549 ทางกลุ่มได้จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนจนได้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

1.2 ผู้ริเริ่มก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน

จากกการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ริเริ่มก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจตอนแรกมีกรมส่งเสริมแนะนำจากคุณรังสรรค์ จันทร์สมวงศ์ เจ้าหน้าที่การเกษตร เมื่อในปี พ.ศ.2540 กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตั้งอยู่บ้านเลขที่ 32 หมู่ที่ 10 ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง สมุทรสงคราม โดยคุณสุรินทร์ แก้วมณี เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำหน้าที่บริหารงานทั้งหมด ในช่วงแรกบริหารงานแบบกิจการในครัวเรือนต่อมาก็ขยายกิจการครัวเรือนเป็นกลุ่มวิสาหกิจในปัจจุบันกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองมีการทำกิจกรรมกระจายในหมู่บ้าน

1.3 สมาชิกเมื่อเริ่มก่อตั้ง

เมื่อเริ่มก่อตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก มีขนาดเล็ก โครงสร้างองค์กรประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 15 คน ตำแหน่ง ประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์ เลขานุการ และเหรัญญิกต่อมาขยายใหญ่ขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิก 23 คน การแบ่งหน้าที่ให้แต่ละคนตามความเหมาะสม ความถนัดของแต่ละบุคคล มีแบบฉลาก ต้ม กิน บรรจุภัณฑ์

1.4 การระดมทุนจากสมาชิก

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีการระดมทุนจากสมาชิกคนละ 100 บาท เก็บสะสม จนได้กำไรเยอะๆ ใช้งบประมาณจากหน่วยงานนอกมาสนับสนุนทางกลุ่ม มีกรมส่งเสริมการเกษตร ค่าที่ทำารกลุ่มและอุปกรณ์ อุตสาหกรรมสมุทรสงคราม ค่าบรรจุภัณฑ์ สมัชชาสมุทรสงคราม ค่าอุปกรณ์แจกสมาชิกและปรับปรุงโรงเรือน งบประมาณสมุทรสงครามและองค์การบริหารส่วนตำบล มีการปรับปรุงโรงเรือน จากสมัชชาสมุทรสงคราม พ.ศ. 2552 ได้รับเงินสนับสนุนค่ากล่องบรรจุภัณฑ์

1.5 การดำเนินงานด้านการตลาด

ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก มีการดำเนินงานด้านการตลาดแบบออกบูทไปขายของตามต่างจังหวัด ไปพร้อมกับกลุ่มวิสาหกิจอื่นๆ กรมพัฒนาชุมชนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่จัดการแสดง OTOP ให้ ซึ่งน้ำตาลมะพร้าวของทางกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนเกษตรกรดาวเรือง ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสี่ดาว ประเภทอาหาร และชมพู สมุนไพรประจำตีควาย ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสามดาว ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2555

1.6 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความง่ายมากขึ้น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีของทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดทางกลุ่มหาบริษัทออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ แล้วต้องการแบบไหนก็ให้บอกกับทางบริษัทไปว่าต้องการรูปแบบไหน แล้วทางบริษัทจะไปออกแบบมาให้ โดยจะคิดตารางเมตรละ 250 บาท

1.7 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงครามผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร มีน้ำตาลมะพร้าว ทอฟฟี่ถั่ว ปลาทุเค็ม ผลิตภัณฑ์ด้านสมุนไพร มีชมพู น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า ครีมนวด น้ำมันเหลืองไหล พิมเสนน้ำ สบู่สมุนไพร ชมพู ประจำตีควาย ผลไม้ ส้มโอสวนของสมาชิกกลุ่ม คือ สวนพุทิตา และฝ้ามัดย้อม

1.8 ระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม

รับสมัครสมาชิกทุกเพศทุกวัย ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบางขันแตก โดยบุคคลอื่นจะขึ้นอยู่ที่ดุลยพินิจของคณะกรรมการ คุณสมบัติของสมาชิก เป็นทายาทของเกษตรกรยื่นใบสมัครต่อคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้ความร่วมมือประสานงานของกลุ่มและทางราชการมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรงนำความรู้และเผยแพร่กิจกรรมกลุ่มแก่ผู้อื่น เข้าร่วมประชุมและทำกิจกรรมกลุ่มสม่ำเสมอ ช่วยเหลือเพื่อนสมาชิกและกลุ่มมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีแก่บุคคลทั่วไป ประชาสัมพันธ์งานกลุ่มแม่บ้าน ต้องถือหุ้ยนคนละ 480 บาทเท่าสมาชิกเก่า ต้องเข้าร่วมประชุมอย่างสม่ำเสมอ ขาดการประชุมติดต่อกัน ให้พ้นจากการเป็นสมาชิกกลุ่ม และไม่คืนเงินลงทุน อำนวยการตัดสินใจจะอยู่ที่ประธานกลุ่มสมาชิก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือสมาชิกที่ทำพวกชมพู สบู่ และสมาชิกที่ทำพวกน้ำตาล

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน

จากการศึกษาพบว่าการจัดการจำหน่ายมีทั้งขายส่งและขายปลีกจากการสัมภาษณ์ คุณสุรินทร์ แก้วมณี เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก กล่าวว่า การขายส่งมีร้านค้ารับซื้ออยู่จำนวน 5 ร้านปริมาณการส่งขายอยู่ที่ประมาณ 100 กิโลกรัมต่อ 1 สัปดาห์ส่วนการขายปลีกนอกจากจะนำไปจำหน่ายที่ตลาดนัดงานแสดงสินค้าเกษตรของกรมส่งเสริมการเกษตรยังนำไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าที่ส่วนราชการจัดขึ้นในส่วนนี้มีปริมาณการจัดจำหน่าย ประมาณ 300-400 กิโลกรัมต่อเนื่องจากไม่มีคู่แข่งในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันช่องทางการจัดจำหน่ายมีมากกว่านี้มาตลอดระยะเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา รวมไปถึงสินค้ามีความเป็นอัตลักษณ์ในเรื่องของ

สูตรการผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาปรับปรุงให้ถูกปากและถูกใจผู้ซื้อสินค้าของวิสาหกิจชุมชน โดยได้มีการให้ลูกค้าเขียนแสดงความคิดเห็นใส่ลงในกล่องข้อความความคิดเห็นอย่างต่อเนื่อง

2.1 ปัจจัยการผลิต

จากการศึกษาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ในการผลิตสินค้าจะใช้เครื่องจักรในการย่อยวัตถุดิบและจะใช้เครื่องจักรที่มีความพร้อมใช้งานง่าย ส่วนวัตถุดิบมีทั้งซื้อจากสมาชิกของกลุ่มและซื้อจากตลาดนอกกลุ่ม จากการศึกษพบว่าการบริหารการผลิตของกลุ่มเป็นหน้าที่ของคุณสุรินทร์ แก้วมณีเป็นประธานกลุ่มในการวางแผนการผลิตจัดหาปัจจัยการผลิตและควบคุมการผลิตเนื่องจากวัตถุดิบบางส่วนจัดซื้อจากสมาชิกในกลุ่มด้วยกันเองและบางส่วนที่จัดซื้อจากแหล่งอื่นจะเป็นวัตถุดิบแห้งเก็บรักษาได้นานจากการวิเคราะห์พบว่าในขั้นตอนการผลิตจะไม่พบปัญหาอุปสรรคใด ๆ เนื่องจากเครื่องจักรที่มีสามารถรองรับการผลิตได้มากพอวัตถุดิบหาซื้อได้ทุกฤดูกาล แรงงานก็เป็นสมาชิกกลุ่ม

2.2 การแข่งขันระหว่างธุรกิจเดิม

ในพื้นที่ตำบลบางขันแตก แบ่งออกเป็น 10 หมู่ ซึ่งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองอาศัยอยู่ในบ้านเลขที่ 32 หมู่ที่ 10 ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งแต่ละหมู่บ้านมีร้านที่ขายสินค้าประเภทเดียวกันอยู่ประมาณ 10 ร้าน อย่างน้ำตาลมะพร้าวในตำบลบางขันแตกมี 17 ร้าน ส่วนพวกขนมพุ สบู่ ก็จะมีอยู่ประมาณ 5 ยี่ห้อ น้ำยาล้างจานมีประมาณ 3 ยี่ห้อ น้ำยาซักผ้าประมาณ 2 ยี่ห้อ แต่ละร้านขายสินค้าราคาไม่เท่ากัน ทำให้เกิดคู่แข่ง สภาพการแข่งขันที่จุดจำหน่าย อยู่ที่จุดเดียวกัน คือตลาดนัดงานแสดงสินค้าเกษตรกรรมสินค้าอุตสาหกรรมเดียวกัน นอกพื้นที่ ภาครัฐก็เป็นหน่วยงานที่พาไป เมื่อผู้บริโภคเดินในงานจะเห็นว่าสินค้าไม่ได้มีความแตกต่างวิธีการตลาดก็ใกล้เคียงกันทำให้เกิดสภาพการแข่งขันเดิม

2.3 ด้านลูกค้า

สินค้าทุกอย่างในท้องตลาดล้วนแต่มีการแข่งขันกันทั้งสิ้น จะทำอย่างไรเพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการ เป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ของลูกค้า ต้องวิเคราะห์ถึงเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าเสียก่อน จึงจะทำให้เราสามารถทำการตลาดได้อย่างตรงจุดจากการสัมภาษณ์พบว่าโดยส่วนใหญ่แล้ว ซื้อสินค้าที่คุณภาพ ถ้าคุณภาพดีก็กลับมาซื้ออีกลูกค้าพร้อมที่จะซื้อสินค้าของเรา ในการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละครั้ง ผู้บริโภคเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ไม่เปลี่ยนใจไปซื้อของกลุ่มอื่นได้ง่ายๆ เพราะทางกลุ่มมีน้ำตาลมะพร้าวที่รสชาติไม่หวานแหลมจนเกินไป ราคาเมื่อเทียบกับร้านที่ขายในตำบลบางขันแตก ซึ่งในตำบลบางขันแตกมีอยู่ทั้งหมด 17 เจ้า แต่ละเจ้าขายก็โลกรัมละ 50 บาท บางเจ้าก็ 60 บาท บางเจ้าก็ 70 บาท ส่วนมากลูกค้าที่มาซื้อจะเป็นลูกค้าประจำ

สินค้าของทางกลุ่มมีหลากหลายประเภท ส่วนใหญ่ลูกค้าจะซื้อน้ำตาลมะพร้าวอาหารแปรรูปเพื่อนำไปปรุงอาหารในครัวเรือน และนำไปเป็นส่วนผสมในการทำขนมขาย ถ้าสินค้ามีคุณภาพดีใช้ไปแล้วนำไปบอกต่อกัน มีการสร้างความแตกต่างไม่เหมือนใคร มีจุดเด่นที่หาจากแหล่ง

อื่นได้ยากด้วยสภาพที่มีการแข่งขันที่สูงของพวกกลุ่มวิสาหกิจ โดยจากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคพบว่า สินค้าที่มีคุณภาพ งานบริการลูกค้า เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราไปนาน ๆ และเลือกที่จะใช้บริการกับเราต่อไป เพราะถึงแม้ว่าตัวสินค้าเองนั้นจะมีคุณภาพมากเพียงใด แต่หากบริการระหว่างขาย หรือแม้แต่หลังการขายเองนั้นไม่มีคุณภาพ ลูกค้าก็จะไม่ใช้บริการกับเราอีกต่อไป เนื่องจากระดับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน จะมีความแตกต่างกันตามลักษณะและกำลังซื้อ

2.4 ด้านผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต

สินค้าของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองส่วนใหญ่จะมีแหล่งผลิตมาจากที่เดียวกัน น้ำตาลมะพร้าวที่มาจากแต่ละบ้านจัดส่งจำหน่าย หรือส้มโอที่มาจากสวนพุทิตา ก็เหมือนกัน ดังนั้น ผู้ผลิตจะมีอำนาจการต่อรองมากกว่า เพราะว่าแหล่งผลิตสินค้าประเภทนี้มีไม่มากนัก แต่ก็ยังมีวิธีการที่สามารถนำมาใช้เพื่อลดอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตได้หลายวิธี วิธีการที่จะลดอำนาจของผู้ผลิต ก็คือ ผู้ขายน้ำตาลมะพร้าวจะต้องรวมกลุ่มกันไปต่อรองราคา ในกรณีที่ตำบลบางชั้นแตกมีผู้ที่จำหน่ายน้ำตาลมะพร้าวอยู่ 17 ร้านที่อยู่ในตำบลเดียวกัน ต้องรวมกลุ่มกันสั่งซื้อสินค้าคราวเดียวกันครั้งละมาก ๆ โดยเข้าไปต่อรองกับผู้ผลิตว่าต้องการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก และให้ลดราคาขายส่งให้กับกลุ่มวิสาหกิจนี้ จะทำให้ต้นทุนราคาของลดลง ผู้ค้าก็สามารถได้กำไรมากขึ้นโดยที่ไม่ต้องเพิ่มราคาสินค้า หรือหาโปรโมชั่นอื่นๆมาเป็นจุดดึงดูดลูกค้า

2.5 ด้านผลิตภัณฑ์ทดแทน

สินค้าประเภทน้ำตาลมะพร้าวเป็นสินค้าที่มีจุดประสงค์เพื่อนำไปเป็นส่วนผสมในการปรุงอาหาร ทำขนมหวาน เพื่อเป็นการลดอำนาจจากสินค้าทดแทน ให้ใช้น้ำตาลโตนดแทน ซึ่งก็ให้ความหวาน จะเห็นได้ว่าลูกค้าไม่สามารถผลิตขึ้นเองได้จะต้องไปส่งตามแต่ละบ้านที่รับทำ ซึ่งในบางชั้นแตกมีทั้งหมด 17 ร้านแต่ละร้านขายในราคาไม่เท่ากัน

2.6 ด้านคู่แข่งรายใหม่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มที่เริ่มทำตั้งแต่ก่อตั้ง จนมาถึงทุกวันนี้ สามารถทำเงินได้ไม่ยาก เนื่องจากคนไทยนิยมบริโภคอาหารเป็นหลัก ใช้ผลิตภัณฑ์พวกขนมพูนุ น้ำยาล้างจานเพื่อใช้ในการอุปโภค ดังนั้นอาจเป็นไปได้ยากที่จะมีผู้ค้ารายใหม่ที่เข้ามาลงทุนวิธีการป้องกันภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่ สำหรับขายน้ำตาลมะพร้าวในตำบลบางชั้นแตกมีอยู่ 17 ร้าน (เฉพาะในแหล่งกลุ่มเดียวกัน) ต้องรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อสร้าง Brand อาจจะมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองอยู่ที่ไหน และทางกลุ่มออกบูทจำหน่ายสินค้าเกษตรออกต่างจังหวัด ลูกค้าติดก็จะตามไปซื้อ มีคนนอกพื้นที่ด้วย สินค้าของทางกลุ่มเป็นที่รู้จักส่วนกลุ่มอื่นที่ไม่ได้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ โอกาสที่จะขายสินค้าได้นั้นจะมีน้อยกว่า เพราะว่า Brand ที่กลุ่มได้สร้างขึ้นมานั้นแข่งพอที่จะดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาอุดหนุนได้

2.7 การได้รับการสนับสนุน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ก่อตั้งก่อนที่จะมี อบต. เมื่อปี พ.ศ. 2537 รวมตัวกันตั้งแต่เป็นกลุ่มมีขนาดเล็ก โครงสร้างองค์กร ประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 15 คน ตำแหน่งประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์เลขานุการ และற்றுญกติกต่อมายายใหญ่ขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิก 23 คน จนกระทั่งพอมี อบต. เกิดขึ้นได้ให้ความช่วยเหลือเท่าที่พอทำได้ พาไปเที่ยวดูงานจากกลุ่มวิสาหกิจที่อื่นๆ เพื่อดูเป็นแบบอย่าง การบรรจุภัณฑ์ การขาย การบริการ และการรวมกลุ่ม

2.8 การประชาสัมพันธ์กลุ่ม ผ่านสื่อต่าง ๆ

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ทาง อบต. ไม่ได้ประชาสัมพันธ์กลุ่มผ่านสื่อ แต่ทางกลุ่มนี้ก็เป็นที่รู้จักของลูกค้าในตำบลอย่างดี เพราะทางกลุ่มมีการสร้าง Brand ดึงลูกค้าให้เข้ามาอุดหนุนได้ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์กรมการพัฒนาชุมชนกระทรวงพาณิชย์และแหล่งข้อมูลสินค้าโอท็อปที่ใหญ่ที่สุดในโลก

2.9 การติดตามและประเมินผล

อบต. บางขันแตก ไม่ได้ทำการตรวจติดตามและประเมินผลของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม คือทางกลุ่มถ้ายื่นหยัดได้ด้วยตนเอง สามารถบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจเองได้ ทาง อบต. ก็จะปล่อยให้ดำเนินการเอง เมื่อปี พ.ศ. 2546 เคยให้เงินงบประมาณมาสนับสนุนการทำบรรจุภัณฑ์จำนวน 50,000 บาท เพื่อแจกจ่ายให้กลุ่มวิสาหกิจในตำบลบางขันแตก

3. การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขัน

3.1 ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

ลูกค้าส่วนใหญ่มักสนใจกับสิ่งที่แปลกใหม่อยู่เสมอ คุณภาพที่แตกต่าง ราคาแตกต่าง และบริการแตกต่าง พัฒนาการผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งหรือมีมูลค่าเพิ่ม มากกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างเหนือคู่แข่งถือเป็นการสร้างจุดเด่น ให้ผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์การตลาดที่ดีที่สุด น้ำตาลมะพร้าวมีหลากหลายรูปแบบพิมพ์รูปต่าง ๆ ส่วนพวกแซมพู มีการออกแบบรูปแบบขวด ฉลากบรรจุภัณฑ์สบู่สมุนไพร มีการออกแบบกล่อง ราคาแต่ละบรรจุภัณฑ์ก็จะไม่เท่ากัน

3.2 ด้านการลดต้นทุน

จากปัญหาในเรื่องการลดต้นทุนในสถานประกอบการพบว่าการลดต้นทุนในสถานประกอบการเป็นเรื่องที่สำคัญมากและสามารถทำได้หลายด้าน ทางกลุ่มมีการลดต้นทุน ด้านแรงงาน คือ ใช้เครื่องจักรแทนคน ในการทำแซมพูครีมขนาด สบู่สมุนไพร น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า จะมีเครื่องช่วยในการทำ ทำให้มีความสะดวกรวดเร็ว ลดการใช้งานแรงงานคน เพื่อให้ธุรกิจสามารถขายสินค้าหรือบริการได้ในราคาถูกลงกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์นี้ธุรกิจจะทำการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่เหมือนคู่แข่ง แต่ธุรกิจต้องสามารถหาวิธีลดต้นทุนทางการผลิตให้ได้ต่ำกว่าคู่แข่ง

3.3 ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันลูกค้ามีความรวดเร็ว เน้นความสะดวกรวดเร็ว นี่เป็นอีกหนึ่งจุดเด่น ที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตกอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม เวลาที่ลูกค้าสั่งของทางกลุ่มดาวเรืองสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเรียบร้อยภายใน 1 วัน หากลูกค้ามีความต้องการด่วน ลูกค้าสามารถสั่งสินค้า และสามารถรับสินค้าได้ในตอนเย็นวันนั้น ซึ่ง หากลูกค้ายินดีจ่ายตามราคาที่เรียกได้ แต่หากลูกค้าไม่ได้เร่งรีบ หรือไม่มีความจำเป็นต้องการเร่งด่วน ลูกค้าก็สามารถรับผลิตภัณฑ์ได้ภายในระยะเวลา 2 วัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 32 หมู่ที่ 10 ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม มีการจัดอบรมถ่ายทอดความรู้โดยให้แต่ละหมู่ส่งตัวแทนไปอบรมวันที่ 21 ธันวาคม 2537 รวมตัวกันทำกิจกรรม ขอขึ้นทะเบียน เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2540 และจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน เมื่อปี พ.ศ.2549 ผู้ริเริ่มก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเมื่อปี พ.ศ.2540 คือ คุณรังสรรค์ จันทร์สมวงศ์ เป็นเจ้าหน้าที่การเกษตร สมาชิกเมื่อเริ่มก่อตั้ง โครงสร้างองค์กรประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 15 คน โดยมีตำแหน่ง ประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์ เลขานุการ และเหรัญญิก ต่อมาขยายใหญ่ขึ้นปัจจุบันจึงมีสมาชิกจำนวน 23 คน แบ่งหน้าที่ตามความถนัดของแต่ละบุคคล มีแบบฉลาก ต้ม กิน บรรจุภัณฑ์ มีการระดมทุนจากสมาชิกเก็บสะสมคนละ 100 บาท จนได้กำไร ได้รับเงินสนับสนุนค่าที่ทำการกลุ่มและอุปกรณ์จากกรมส่งเสริมการเกษตร ค่าบรรจุภัณฑ์จากอุตสาหกรรมสมุทรสงคราม ค่าอุปกรณ์แจกสมาชิกและปรับปรุงโรงเรือนจากสมาชิกสมุทรสงคราม และค่ากล่องบรรจุภัณฑ์จากบสมัชชาสมุทรสงครามและองค์การบริหารส่วนตำบล การดำเนินการตลาดของทางกลุ่มมีไปออกบูทตามตลาดนัดงานแสดงสินค้าจากกรมส่งเสริมการเกษตร โดยมีกรมพัฒนาชุมชนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นหน่วยงานที่จัดการแสดงสินค้า OTOP ซึ่งน้ำตาลมะพร้าวของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรดาวเรือง ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสี่ดาว ประเภทอาหาร และขนมพุดสมุนไพรประจำตีควาย ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับสามดาว ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีของทางการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดทางกลุ่มหาบริษัทออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้บอกความต้องการว่าต้องการรูปแบบไหน ทางบริษัทก็ออกแบบมาให้ โดยคิดตารางเมตรละ 250 บาท ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มด้านอาหาร มีน้ำตาลมะพร้าว ทอफीถั่ว ปลาทุเค็ม ผลิตภัณฑ์ด้านสมุนไพร มีขนมพุด น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า ครีมนวด

น้ำมันเหลืองไหล พิมเสนน้ำ สบู่สมุนไพร แชมพูประจำตีควาย ผลไม้ ส้มโอสวนของสมาชิกกลุ่ม คือสวนพุทิตา และผ้ามัดย้อม ระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม รับสมัครสมาชิกทุกเพศทุกวัย ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตำบลบางขันแตก โดยบุคคลอื่นจะขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของคณะกรรมการคุณสมบัติของสมาชิก เป็นทายาทของเกษตรกรยื่นใบสมัครต่อคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรให้ความร่วมมือประสานงานของกลุ่มและทางราชการมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรงนำความรู้และเผยแพร่กิจกรรมกลุ่มแก่ผู้อื่น เข้าร่วมประชุมและทำกิจกรรมกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ช่วยเหลือเพื่อนสมาชิกและกลุ่ม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีแก่บุคคลทั่วไป ประชาสัมพันธ์งานกลุ่มแม่บ้าน ต้องถือหุ้नคนละ 480 บาทเท่าสมาชิกเก่า ต้องเข้าร่วมประชุมอย่างสม่ำเสมอ ขาดการประชุมติดต่อกัน ให้พ้นจากการเป็นสมาชิกกลุ่ม และไม่คืนเงินลงทุน อำนาจการตัดสินใจจะอยู่ที่ประธานกลุ่ม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง มีการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรม ส่งตัวแทนของแต่ละหมู่ไปอบรม แล้วตัวแทนก็นำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอด การดำเนินการตลาดของทางกลุ่มออกบูทไปขายตามต่างจังหวัดไปพร้อมกับกลุ่มวิสาหกิจอื่นๆ รูปแบบการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มแสดงให้เห็นถึงลักษณะการทำงาน มีการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อแปรรูปผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ออกจำหน่าย เพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับ (อนุชิต เทียงธรรม, 2547) กล่าวไว้ว่า การทำการตลาดตามรูปแบบการดำเนินชีวิต การทำกิจกรรมร่วมกันเป็นการตลาดที่ไม่มีการจำกัดขอบเขตของการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเพียงแค่อินค้าหรือบริการที่มีเท่านั้น แต่ยังมุ่งขยายโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และจะทำให้ทราบความต้องการซื้อ สินค้าของลูกค้าตลอดเวลาซึ่งจะช่วยให้การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ และยังเป็นการสร้างพันธที่ยั่งยืนกับลูกค้าอีกด้วย

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

2.1 ปัจจัยการผลิต

ในการผลิตสินค้าจะใช้เครื่องจักรในการย่อยวัตถุดิบและเครื่องจักรที่ใช้งานง่าย ส่วนวัตถุดิบมีทั้งซื้อจากสมาชิกกลุ่มและซื้อจากตลาดนอกกลุ่ม การบริหารการผลิตเป็นหน้าที่ของประธานกลุ่ม ในการวางแผนการผลิตจัดหาปัจจัยการผลิต และควบคุมการผลิต ขั้นตอนในการผลิตจะไม่พบปัญหา เพราะเครื่องจักรสามารถรองรับการผลิตได้มากพอ วัตถุดิบหาซื้อได้ทุกฤดูกาล และแรงงานเป็นสมาชิกกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2552) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยการผลิต หมายถึงที่ดิน ทุน แรงงาน และผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงวัตถุดิบและสินค้าขั้นกลางทุกชนิดที่ใส่เข้าไปในกระบวนการผลิต ส่วนผลผลิต (Output) นั้น นอกจากจะหมายถึงผลผลิตขั้นสุดท้าย (Final Product) ที่สามารถนำไปบริโภคได้เลยแล้วยังหมายรวมถึงสินค้าขั้นกลาง (Intermediate Product) ซึ่งจะต้องนำไปผ่านกระบวนการผลิตอีกครั้ง เพื่อให้ได้ผลผลิตขั้นสุดท้าย และผลผลิตยังหมายถึงบริการต่างๆ ด้วย เช่น การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าไว้ให้มีสินค้าบริโภคทุกขณะที่ต้องการบริโภค ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การผลิตสินค้าใช้

เครื่องจักรทำให้ลดการใช้แรงงาน ทำให้ผลิตสินค้าได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนวัตถุดิบที่ใช้หาง่ายได้ตามท้องถิ่น

2.2 การแข่งขันระหว่างธุรกิจเดิม

ในตำบลบางขันแตกมีน้ำตาลมะพร้าวอยู่ 17 ร้าน แชมพู สบู่ มี 5 ยี่ห้อ น้ำยาล้างจาน 3 ยี่ห้อ และน้ำยาซักผ้า จะเห็นได้ว่าสภาพทางการแข่งขันมีจุดจำหน่ายอยู่ที่จุดเดียวกัน คือ ตลาดนัดงานแสดงสินค้าเกษตรกรรมของกรมส่งเสริมเกษตรกรรมของกรมส่งเสริม สินค้าอุตสาหกรรมเดียวกันนอกพื้นที่ภาครัฐให้นำมาจำหน่ายรวมที่จุดเดียวกัน ผู้บริโภคเดินในงานเห็นสินค้าไม่ได้มีความแตกต่าง วิธีการทางตลาดใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดสภาพทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับ Michael E. Porter ได้อธิบายว่า ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Intensity of Rivalry) วิเคราะห์เกี่ยวกับผู้แข่งขันทั้งหมดที่มีอยู่ในธุรกิจเดียวกันโดยอาจต้องวิเคราะห์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะกลไกการค้าเสรีในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเคลื่อนไหวทุนได้อย่างรวดเร็ว อาจส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจที่เป็นอยู่ การวิเคราะห์ขนาดของคู่แข่ง กำลังการผลิต เงินทุน ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ของคู่แข่ง รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า อุตสาหกรรมเดียวกันนำมาจำหน่ายรวมที่จุดเดียวกัน วิธีการทางตลาดใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดสภาพทางการแข่งขันสูง ต่างคนต่างแย่งกันขายของตนเอง ผู้บริโภคไม่เห็นความแตกต่างของสินค้า เนื่องจากสินค้าจำหน่ายประเภทเดียวกัน

2.3 ด้านลูกค้า

ลูกค้าส่วนใหญ่จะมาซื้อน้ำตาลมะพร้าว เนื่องจาก น้ำตาลมะพร้าวทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง มีรสชาติที่ไม่หวานแหลมจนเกินไป เนื่องด้วยลูกค้ามีความจำเป็นที่ใช้ น้ำตาลมะพร้าวปรุงอาหารในครัวเรือน ทำขนม ความต้องการเลยมีมากขึ้นในชีวิตประจำวันต้องใช้ น้ำตาลมะพร้าว ความสามารถทางการแข่งขันสูง สินค้ามีคุณภาพดีใช้ไปแล้วนำไปบอกต่อกัน มีการสร้างความแตกต่างไม่เหมือนใคร มีจุดเด่นที่หาจากแหล่งอื่นได้ยากด้วยสภาพที่มีการแข่งขันที่สูงของพวกกลุ่มวิสาหกิจ โดยผู้บริโภคพบว่าสินค้าที่มีคุณภาพ งานบริการลูกค้า เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าอยู่กับเราไปนานๆ และเลือกที่จะใช้บริการกับเราต่อไป เพราะถึงแม้ว่าตัวสินค้าเองนั้นจะมีคุณภาพมากเพียงใด แต่หากบริการระหว่างขาย หรือแม้แต่หลังการขายเองนั้นไม่มีคุณภาพ ลูกค้าก็จะไม่ใช้บริการกับเราอีกต่อไปเนื่องจากระดับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน จะมีความแตกต่างกันตามลักษณะและกำลังซื้อ เหตุผลในการตัดสินใจซื้อซ้ำ คุณภาพมากกว่าราคา จากการเก็บข้อมูลในตำบลบางขันแตกขายน้ำตาลมะพร้าวราคา 50, 60, 70 บาท ทางกลุ่มขายราคา 70 บาท ลูกค้าก็กลับมาซื้อ โดยไม่ได้สังเกตเห็นว่าราคาสูงกว่า แต่ด้วยคุณภาพที่ดีกว่า ลูกค้าจึงซื้อ รสชาติดีสม่ำเสมอ โดยปกติแล้วน้ำตาลมะพร้าวทั่วไปให้ความหวาน เพื่อนำไปปรุงอาหาร หรือทำขนม ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองมีรสชาติ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าน้ำตาลมะพร้าวมีคู่แข่งเยอะ การที่ลูกค้ามาซื้อน้ำตาลมะพร้าวของกลุ่ม จากการวิจัยพบว่า ในพื้นที่ตำบลบางขันแตก น้ำตาลมะพร้าวมีรสหวานมาก แล้วลูกค้าไม่ชอบรสหวานมาก ลูกค้าจึงตัดสินใจหันมาซื้อน้ำตาล

มะพร้าวของทางกลุ่มการเลือกซื้อสินค้าซึ่งสอดคล้องกับ ชิฟแมน และคานุก (Schiffman and Kanuk, 1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่าเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่าง ๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ อันประกอบด้วยซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน

2.4 ด้านผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต

สินค้าของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองมีแหล่งผลิตมาจากที่เดียวกัน น้ำตาลมะพร้าวแต่ละบ้านจัดส่งจำหน่าย สัมโถงมาจากสวนของสมาชิกกลุ่ม จึงมีอำนาจการต่อรองมากกว่าเพราะแหล่งผลิตสินค้ามีไม่มากนัก วิธีการลดอำนาจของผู้ผลิต คือ ผู้ขายน้ำตาลมะพร้าวรวมกลุ่มไปต่อรองราคา ตำบลบางขันแตกมีผู้จำหน่ายน้ำตาลมะพร้าวอยู่ 17 ร้าน ที่อยู่ในตำบลเดียวกัน ต้องรวมกลุ่มกันสั่งซื้อสินค้าคราวเดียวกันครั้งละมากๆ โดยเข้าไปต่อรองกับผู้ผลิตว่าต้องการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมาก และให้ลดราคาขายส่งให้กับกลุ่ม ทำให้ต้นทุนราคาของลดลง ผู้ค้าก็สามารถได้กำไรมากขึ้นโดยไม่ต้องเพิ่มราคาสินค้า จะเห็นได้ว่าทางกลุ่มเลือกซื้อวัตถุดิบจากภายนอกเฉพาะที่เก็บไว้ได้นาน เวลาสั่งซื้อจะสั่งครั้งละมากๆ ไม่ทำให้วัตถุดิบเกิดความเสียหาย เพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นราวุฒิ สังข์รักษา (2553) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดราชบุรี พบว่า แนวคิดการผลิต (Production Concept) แนวคิดนี้เชื่อว่าผู้บริโภคจะผลิตผลิตภัณฑ์ที่หาได้และมีอยู่ทั่วไป ดังนั้นผู้บริหารควรมุ่งไปที่การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการจัดจำหน่าย ดังนั้นแนวคิดนี้จึงเหมาะ เมื่อมีอุปสงค์ของผลิตภัณฑ์มากกว่าอุปทานของผลิตภัณฑ์นั้น กิจการควรเพิ่มปริมาณการผลิต และเมื่อต้นทุนผลิตภัณฑ์สูงเกินไปกิจการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อการลดต้นทุน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าเวลาสั่งน้ำตาลมะพร้าวควรสั่งทีละหลายๆ รวมกลุ่มกันสั่งซื้อ โดยเข้าไปต่อรองกับผู้ผลิตว่าต้องการสินค้าจำนวนมาก และให้ลดราคาขายส่งให้กับทางกลุ่ม เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตอีกด้วย

2.5 ด้านผลิตภัณฑ์ทดแทน

สินค้าประเภทน้ำตาลมะพร้าวเป็นสินค้าที่มีจุดประสงค์เพื่อนำไปเป็นส่วนผสมในการปรุงอาหาร ทำขนมหวาน เพื่อเป็นการลดอำนาจจากสินค้าทดแทน ให้ใช้น้ำตาลโตนดแทน ซึ่งก็ให้ความหวาน จะเห็นได้ว่าลูกค้าไม่สามารถผลิตขึ้นเองได้จะต้องไปสั่งตามแต่ละบ้านที่รับทำ ซึ่งในบางขันแตกมีทั้งหมด 17 ร้านแต่ละร้านขายในราคาไม่เท่ากัน จะเห็นได้ว่าถ้าช่วงไหนที่น้ำตาลมะพร้าวขาดแคลน สามารถใช้น้ำตาลโตนดแทนได้ เพราะให้รสชาติที่หวานเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณาพร โรจน์พิทักษ์กุล (2550) ได้ศึกษาถึง การพัฒนารูปแบบการอนุรักษ์และส่งเสริมผลผลิตจากน้ำตาลโตนด กรณีศึกษาชุมชนตำบลปากน้ำ อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า การประกอบอาชีพน้ำตาลจากน้ำตาลโตนดหน่วยงานรัฐได้เข้ามาส่งเสริมฟื้นฟูการประกอบอาชีพแนววัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นตามนโยบายของประเทศ ส่งผลให้การประกอบอาชีพน้ำตาล

พื้นตัวอีกครั้ง เพราะน้ำตาลมีความสำคัญต่อครัวไทย อาหารไทย ขนมไทย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า เมื่อใดที่น้ำตาลมะพร้าวขาดแคลนก็ยังสามารถนำน้ำตาลโตนดมาใช้ในครัวเรือน ทำอาหาร ขนมได้เหมือนกัน ให้รสชาติที่หวานซึ่งน้ำตาลโตนดจะมีดีที่คนเป็นเบาหวานสามารถทานได้ น้ำตาลโตนดจะละลายง่ายกว่าน้ำตาลมะพร้าวอีกทั้งยังมีกลิ่นหอมและรสกลมกล่อมกว่า

2.6 ด้านคู่แข่งรายใหม่

ผู้ค้ารายใหม่ที่เข้ามาลงทุนวิธีการป้องกันภัยคุกคามจากผู้แข่งขันหน้าใหม่สำหรับขายน้ำตาลมะพร้าวในตำบลบางชันแตกมีอยู่ 17 ร้าน (เฉพาะในแหล่งกลุ่มเดียวกัน) ต้องรวมตัวกันกันเป็นกลุ่มเพื่อสร้าง Brand อาจจะโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองอยู่ที่ไหน และทางกลุ่มออกบูทจำหน่ายสินค้าเกษตรออกต่างจังหวัด ลูกค้าติดก็จะตามไปซื้อ มีคนนอกพื้นที่ด้วย เวลาไปออกบูทตามต่างจังหวัดงานตลาดนัด งานแสดงสินค้าของกรมส่งเสริมเกษตร สินค้าของทางกลุ่มเป็นที่รู้จักส่วนกลุ่มอื่นที่ไม่ได้โฆษณา ประชาสัมพันธ์ โอกาสที่จะขายสินค้าได้นั้นจะน้อยกว่า เพราะว่า Brand ที่กลุ่มได้สร้างขึ้นมาขึ้นนั้นแข็งแกร่งที่จะดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาอุดหนุนได้ การเกิดคู่แข่งรายใหม่มีตลอดเวลา เนื่องจากพื้นที่เอื้ออำนวยต่อการทำน้ำตาลมะพร้าว เป็นแหล่งพื้นที่เพาะปลูกมะพร้าว และถือเป็นอาชีพหลักทำได้ไม่ยาก ส่วนการป้องกันการแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่อธิบายว่าทางกลุ่มมีแนวคิดที่จะสร้างแบรนด์ และสร้างการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณวิภา พุ่มไสว (2554) ได้ศึกษาถึงปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อทางการเงินต่อการขยายธุรกิจรับเมาก่อสร้างประเภทอาคารของผู้รับเหมาก่อสร้าง ในจังหวัดนครปฐม พบว่า การพัฒนาในตัวสินค้าและบริการของเราให้ดีกว่าเพื่อที่จะดึงดูดใจให้ผู้บริโภคมาใช้สินค้าของเรา เมื่อคู่แข่งของเรามีขีดความสามารถที่เหนือกว่าแน่นอนว่าเราจะต้องตกอยู่ในสถานะลำบากในฐานะที่เราต้องรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันเช่นกัน เราจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงในส่วนของขีดความสามารถของเราให้เหนือกว่าคู่แข่งของเรา ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากคู่แข่งน้ำตาลมะพร้าวมีเยอะมาก รวมตัวกันกันเป็นกลุ่มเพื่อสร้าง Brand อาจจะโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เป็นการป้องกันการแข่งขันจากคู่แข่งรายใหม่

2.7 การได้รับการสนับสนุน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง เกิดขึ้นก่อนที่จะมี อบต. โครงสร้างองค์กรประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 15 คน ตำแหน่ง ประธาน รองประธาน ประชาสัมพันธ์เลขานุการ และ เสรฐญิกต่อมาขยายใหญ่ขึ้น ปัจจุบันมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจำนวน 23 คน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองก็เติบโตขยายใหญ่ขึ้นจนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน จนกระทั่งพอมี อบต.เกิดขึ้น คนในกลุ่มสามารถยื่นหยัดได้ด้วยตนเอง ทาง อบต.ได้ให้ความช่วยเหลือเท่าที่พอทำได้ เช่น พาไปเที่ยวดูงานจากกลุ่มวิสาหกิจที่อื่นๆ เพื่อศึกษาเป็นแบบอย่าง การบรรจุภัณฑ์ กลุ่มอื่นมีการออกแบบอย่างไรบ้าง รูปทรงมีความแตกต่างกันอย่างไร การขาย มีวิธีการขายอย่างไรให้ขายได้เยอะๆ ลูกค้าซื้อ แล้ว กลับมาซื้อใหม่อีกครั้ง การบริการ มีการบริการอย่างไรที่สามารถมัดใจลูกค้าได้ การมีมนุษยสัมพันธ์ และการรวมกลุ่ม มีวิธีการบริหารจัดการสมาชิกภายในกลุ่มอย่างไรให้สามารถทำงานได้ตามที่เรากำลังต้องการ ซึ่ง

สอดคล้องกับ Wasko & Faraj (2000) ได้อธิบายว่า การจัดการความรู้ที่เป็นที่เป็นส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์การ ซึ่งการจัดการความรู้เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์การ ซึ่งการจัดการความรู้คือ การค้นพบ การแลกเปลี่ยน การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการได้มาซึ่งองค์ความรู้ ในความรู้ที่กระจ่างชัดโดยผู้เชี่ยวชาญหรือการนำความรู้ที่อยู่ในคน เช่น ประสบการณ์ที่ได้รับมาแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ก็คือวิถีทางที่จะช่วยให้องค์การประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองเกิดก่อน อบต. บางชั้นแตก คนในกลุ่มสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเองได้ ต่อมา อบต. เกิดขึ้นก็สนับสนุนโดยการพาทางกลุ่มไปศึกษาดูงานกลุ่มวิสาหกิจอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป

2.8 การประชาสัมพันธ์กลุ่มผ่านสื่อต่าง ๆ

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชั้นแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ทาง อบต. ไม่ได้ประชาสัมพันธ์กลุ่มผ่านสื่อ แต่ทางกลุ่มนี้ก็เป็นที่รู้จักของลูกค้าในตำบลอย่างดี เพราะทางกลุ่มมีการสร้าง Brand ดึงลูกค้าให้เข้ามาอุดหนุนได้ ทั้งลูกค้าใน และนอกตำบลต่างก็มาซื้อผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่ม อย่างชมพู สบู่ พอลูกค้าซื้อไปใช้แล้วติดใจ กลับมาซื้อซ้ำอีก เพราะเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ปราศจากสารเคมี กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงพาณิชย์ และแหล่งข้อมูลสินค้าโอท็อปที่ใหญ่ที่สุดในโลก ซึ่งสอดคล้องกับ นที กังวานกิจ(2556) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระดับปริญญาตรี พบว่าการส่งเสริมการขายของกลุ่มสตรีทอผ้าไหมไทยอัญชลี มีการโฆษณา โดยผ่านสื่อโฆษณา มีรายละเอียด ดังนี้ การจัดทำนามบัตรและแผ่นพับ เพื่อใช้สำหรับแจกในการออกร้านกับหน่วยงานต่างๆ มีการโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้โฆษณาผ่านเว็บไซต์ แหล่งข้อมูลสินค้าโอท็อปที่ใหญ่ที่สุดในโลก เว็บไซต์ taopan และทางร้านได้มีอีกหนึ่งช่องหนึ่งในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ คือ Facebook เพจ อัญชลี-ไหมไทย และมีการออกร้านกับหน่วยงานต่างๆ ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ คือสินค้าของกลุ่มมีเอกลักษณ์ในด้านการออกแบบ ลวดลาย ซึ่งคือลายไก่ฟ้าพญาลอ และมีมือในการทอที่เป็นที่ยอมรับซึ่งได้ทำการทอผ้ามาเป็นเวลานาน จนเกิดความชำนาญ รวมทั้งความคิดสร้างสรรค์ที่ได้นำเอาตำนาน เรื่องลิลิตพระลอ ที่เป็นตำนานท้องถิ่นของอำเภอสองมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้เป็นอย่างมาก

2.9 การติดตามและประเมินผล

อบต. บางชั้นแตก ไม่ได้ทำการตรวจติดตามและประเมินผลของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางชั้นแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม คือทางกลุ่มถ้ายืนหยัดได้ด้วยตนเอง สามารถบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจเองได้ ทาง อบต. ก็จะปล่อยให้ดำเนินกิจการเอง สมาชิกในกลุ่มก็ร่วมมือกัน เมื่อปี พ.ศ.2546 เคยให้เงินงบประมาณมาสนับสนุนการทำบรรจุภัณฑ์จำนวน 50,000 บาท เพื่อแจกจ่ายให้กลุ่มวิสาหกิจในตำบลบางชั้นแตก ซึ่งใกล้เคียงกับงานวิจัยของสุมาลี

สันติพลวุฒิ (2558) ได้ศึกษาถึง การประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาการ ลงทุนพัฒนาเครื่องผลิตแผ่นข้าวตังของวิสาหกิจชุมชนโสธรพัฒนา จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เครื่อง ผลิตแผ่นข้าวตังช่วยให้การผลิตของวิสาหกิจชุมชนโสธรพัฒนาเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล มี เครื่องผลิตแผ่นข้าวตังที่ได้มาตรฐานและมีขนาดเท่ากันทุกแผ่น ลดการใช้แรงงานในการผลิตข้าวตังใน ขั้นตอนการตัดแผ่นข้าวให้เป็นรูวงกลมสวยงามทำให้มีเหลือเศษข้าวตังเป็นจำนวนมาก เพิ่มรูปแบบ ของสินค้าจากเดิมที่มีการผลิตแผ่นข้าวตังแผ่นใหญ่ เป็นการผลิตแผ่นข้าวตัง ที่มีขนาดเล็กลง ซึ่งผู้วิจัย มีความเห็นว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง สามารถยื่นหยัดได้ด้วยตนเองได้ ทาง อบต.บางขันแตก จึงไม่ได้เข้ามาช่วยเหลืออะไรมาก มีให้เงินงบประมาณสนับสนุนการทำบรรจุภัณฑ์ จำนวน 50,000 บาท เพื่อแจกจ่ายให้กลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ

3. การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม

3.1 ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

ทางกลุ่มมีการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่าง ในด้านของคุณภาพ ราคา และ การบริการ ปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่สนใจกับสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ ไม่ต้องการความซ้ำซากจำเจ ทาง กลุ่มจึงต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง เช่น น้ำตาล มะพร้าว พัฒนาให้มีรูปทรงหลากหลายรูปแบบพิมพ์รูปต่างๆ รูปพิมพ์ดอกกุหลาบ รูปถ้วย รูปชาม วงกลม วงรี น้ำตาลมะพร้าวของทางกลุ่มมีรสชาติที่ไม่หวานแหลมจนเกินไป เป็นน้ำตาลแท้ ไม่ผสม สารกันบูด ในด้านของคุณภาพเชื่อได้ว่ามีคุณภาพที่ดี ซื่อไปแล้วไม่ผิดหวัง ในด้านของราคาขายใน ราคาปลีกกรัมละ 70 บาท ราคาค่อนข้างแพงกว่าร้านอื่น ๆ แต่ด้วยน้ำตาลมีรสชาติไม่หวานมาก เป็น น้ำตาลแท้ จึงมีลูกค้ามาซื้อน้ำตาลจากทางกลุ่ม และในด้านการบริการ มีการบริการจัดส่งถึงบ้าน หากลูกค้าไม่สะดวกมารับสินค้าเอง ถ้าซื้อทีละเป็น 10 กิโลกรัม ทางกลุ่มก็จะลดราคาให้ ถือเป็นกล ยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างเหนือคู่แข่ง เป็นการสร้างจุดเด่น ให้ผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์ การตลาดที่ดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกันยารัตน์ หลายแห่ง (2556) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การสร้าง ความแตกต่างให้เกิดความประทับใจจากผู้บริโภคถือเป็นการประสบความสำเร็จในแง่ของการตลาด สามารถทำให้รู้สึกถึงความพิเศษ ซึ่งในการสร้างความแตกต่างนั้นจะสร้างได้ในหลากหลายรูปแบบ แต่ เป็นการบอกถึงความพิเศษในแง่มุมมองต่างๆ ได้เป็นอย่างดีในการทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความหลากหลาย รูปแบบ แต่เป็นการบอกถึงความพิเศษในแง่มุมมองต่างๆ ได้เป็นอย่างดีในการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความ หลากหลายรูปแบบให้เลือกที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่า ในการสร้างความแตกต่าง ในกับผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายรูปแบบนั้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ สนใจสิ่งแปลก ใหม่ ทำให้ดึงดูดใจให้ซื้อสินค้านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ ศุภณัฐ ชูชินประการ (2003: 33) กล่าวว่า กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์หรือการบริการให้มีเอกลักษณ์ที่พิเศษแตกต่างไปจากคู่แข่ง รายอื่นๆ ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เช่น การสร้างความแตกต่างในเรื่องรูปแบบของสินค้า ภาพลักษณ์ตราหือเทคโนโลยีที่นำมาเข้ามาใช้ การให้บริการลูกค้าหรือเครือข่ายตัวแทนจำหน่าย

เป็นต้น ซึ่งการสร้างความแตกต่างนี้อาจเป็นการสร้างความแตกต่างเพียงด้านเดียวหรือหลายด้าน ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองมี น้ำตาลมะพร้าวในรูปทรงหลาย ๆ รูปแบบ เช่น รูปพิมพ์ดอกกุหลาบ รูปถ้วย รูปชาม วงกลม วงรี ซึ่งแตกต่างกัน น้ำตาลมะพร้าวของกลุ่มอื่นๆที่มีขายรูปทรงแบบชามอย่างเดียว

3.2 ด้านการลดต้นทุน

ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง เน้นการใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นของตนเอง หรือวัตถุดิบที่มีต้นทุนในการจัดซื้อต่ำ มีการลดต้นทุนทางด้านแรงงาน คือใช้เครื่องจักรแทนคน ในการผลิตขนมปัง คุกกี้ นวด แป้ง ฟูขนมปัง น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า มีเครื่องช่วยในการทำ ทำให้มีความ สะดวก รวดเร็ว ลดการใช้แรงงานคน เพื่อให้ธุรกิจสามารถขายสินค้าหรือบริการได้ในราคาถูกกว่าผู้ แข่งขัน การลดต้นทุนทางวัตถุดิบ มีการผลิตสินค้าที่ละมาก ๆ 2-3 เดือนผลิตครั้งหนึ่ง เพื่อเป็นการ ลดต้นทุน พวกขนมปังที่นำมาทำเป็นส่วนผสม คือ ฟริกสด ข้าว ตะไคร้ ลูกมะกรูด บางอย่างสามารถ เก็บได้ในสวน เพาะปลูกเอง ไม่ต้องเสียเงินซื้อ ส่วนบางอย่างที่ไม่มีก็หาซื้อได้เองตามท้องตลาด เป็น ขนมปังที่ทำซื้อได้ตามท้องถิ่น กลยุทธ์นี้ธุรกิจจะทำการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่เหมือนคู่แข่ง แต่ ธุรกิจต้องสามารถหาวิธีลดต้นทุนทางการผลิตให้ได้ต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับสุวรรณิ อนันตสาย นนท์ (2004:83-86) กล่าวว่า องค์การสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นได้ด้ว การมุ่งเน้นการสร้าง Economic of Scope นั่นคือ ความสามารถในการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากร ร่วมกันของหน่วยงานต่าง ๆ ที่สังเกตได้ว่า โรงงานขนาดใหญ่มักจะมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยต่ำ เนื่องจากการผลิตสินค้าหลายประเภทเป็นจำนวนมาก จึงสามารถใช้ทรัพยากรร่วมกันได้ ก่อให้เกิด การประหยัดต้นทุนในการผลิต ส่วนหลักของ Economic of Scope จะเน้นไปในเรื่องของการผลิตใน ปริมาณที่มากเพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าความสามารถในการลดต้นทุนโดยใช้ ทรัพยากรร่วมกันของหน่วยธุรกิจต่างๆ เมื่อทำสินค้าครั้งละจำนวนมากๆ ทำให้ลดต้นทุนการผลิตทาง วัตถุดิบ ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้หาได้ง่ายในท้องถิ่นของกลุ่ม และยังช่วยลดต้นทุนในด้านแรงงานอีกด้วย เพราะ ในการผลิตใช้เครื่องจักรแทนกำลังแรงงาน สามารถช่วยทุ่นแรงในการผลิตได้เยอะ

3.3 ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

เวลาที่ลูกค้าสั่งของทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเรียบร้อยภายใน 1 วัน แต่ถ้าหาก ลูกค้ามีความต้องการด่วน ลูกค้าสามารถสั่งสินค้า และสามารถมารับสินค้าได้ภายในเย็นวันนั้นเลย ซึ่ง หากลูกค้ายินดีที่จะจ่ายตามราคาที่เรียกได้ แต่ถ้าหากลูกค้าไม่ได้เร่งรีบ หรือไม่มีความจำเป็นต้อง การด่วน ลูกค้าก็สามารถรับผลิตภัณฑ์ได้ภายในระยะเวลา 2 วัน ลูกค้าพอได้สินค้าในระยะเวลารวดเร็ว เป็นที่พึงพอใจ ก็กลับมาซื้อซ้ำอีก เป็นจุดเด่นของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ใช้กลยุทธ์นี้เพื่อให้ได้ สินค้าสะดวกรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ Porter, Michael E. ได้กล่าวว่า การตอบสนองพบว่าใน ปัจจุบันความได้เปรียบในการแข่งขันถูกนำมาใช้ในมุมมองของธุรกิจโดยเชื่อมโยงกับแนวคิดทางการ ตลาดโดยแนวคิดที่สำคัญคือการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั่วไปคือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน

การสร้าง ความแตกต่าง และการมุ่งเน้น ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าการแข่งขันในทางธุรกิจมีความรุนแรง ทำให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง ทางกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง จึงมีกลยุทธ์ ในการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ก็คือ ถ้าลูกค้าต้องการสินค้าด่วนสามารถสั่งสินค้า และสามารถรอรับ สินค้าได้ภายในเย็นวันนั้นเลย ซึ่งหากลูกค้ายินดีที่จะจ่ายตามราคาที่เรียกได้

ประโยชน์จากการวิจัย

ประโยชน์เชิงการจัดการ

1. ทำให้ได้แนวทางในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ สอดคล้องกับสภาพของชุมชนท้องถิ่น โดยคำนึงถึงความต้องการของการตลาด
2. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมและพัฒนากลุ่มอาชีพต่างๆ เพื่อเป็นการ สานต่ออาชีพในชุมชนเข้าด้วยกัน โดยมีการพัฒนาผู้นำกลุ่มให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในด้าน การจัดการความรู้ให้มากขึ้น
3. ทำให้สามารถนำไปสร้างเป็นอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน และสามารถยึดเป็นอาชีพ ที่หารายได้เลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน
4. ทราบแนวทางการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละภาค เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ เกษตรกร ส่งเสริมสนับสนุนในการใช้ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านท้องถิ่นของตนเอง

ประโยชน์เชิงทฤษฎี

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ไม่ว่าจะ เป็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรือง ตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้ทำให้ ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ ศึกษา รูปแบบและลักษณะการดำเนินกิจกรรม ของกลุ่มวิสาหกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน และศึกษาการพัฒนาความสามารถ ทางการแข่งขัน

จากแนวคิดและทฤษฎีเหล่านี้ ทำให้ผู้วิจัยได้ผลการศึกษาที่ครบถ้วนทุกประเด็น และ จากการศึกษาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบล บางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการ สานต่ออาชีพในชุมชนเข้าด้วยกัน โดยมีการพัฒนาผู้นำกลุ่มให้เป็นผู้มีความรู้ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจใน อาชีพของตน ซึ่งเป็นการวางรากฐานการสืบทอดทางภูมิปัญญาที่สัมพันธ์กับอาชีพในอนาคต

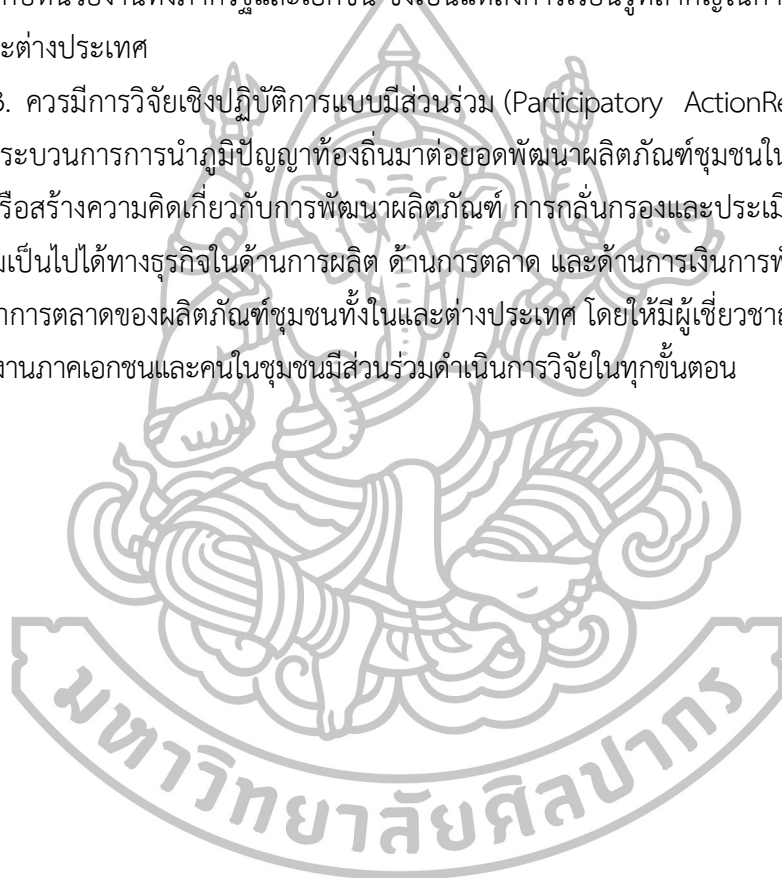
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

จากผลการศึกษาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ดาวเรืองตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงครามผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยใน ประเด็นดังนี้

1. ควรมีการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในการจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นในเรื่อง การจัดทำผลิตภัณฑ์สินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ครบวงจร เพื่อพัฒนารูปแบบของการเรียนรู้ และการถ่ายทอดภูมิปัญญาในการจัดทำผลิตภัณฑ์สินค้าที่เหมาะสมกับผู้เรียนทั้งการศึกษาในระบบและนอกระบบ

2. ควรมีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ในการศึกษากระบวนการเรียนรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์อันเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยใช้วิธีเชิงปริมาณในการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค แล้วใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่สำคัญในการพัฒนาสินค้าสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

3. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ในการศึกษากระบวนการการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในทุกระดับตั้งแต่การแสวงหาหรือสร้างความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกลั่นกรองและประเมินความคิด การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางธุรกิจในการผลิต ด้านการตลาด และด้านการเงินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในและต่างประเทศ โดยให้มีผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชนและคนในชุมชนมีส่วนร่วมดำเนินการวิจัยในทุกขั้นตอน



รายการอ้างอิง

- กัญญกานต์ ทวีทิพย์รัตน์. (2553). “รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษา ผับ เจ อาร์มิวสิคฮอลล์”. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการประกอบ การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กันยารัตน์ หลายแห่ง. (2556). “กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการ ประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน. (2554). **วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ.
- จุฑามาส ชโลธร. (2554). “การเพิ่มประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของ ท้องถิ่นในอำเภอบ่อทองจังหวัดชลบุรี : กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านคลองมือไทร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรเพื่อความมั่นคง (พนัสนิคม) คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิตติมา บุตรพันธุ์. (2557). “การจัดการโลจิสติกส์ของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานการผลิต ก๋วยเตี๋ยวเส้นสดในจังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฐิติชัย อธิคมกุลชัย.(2557). “การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจรับซื้อขยะรีไซเคิลใน จังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- ฐิติมา ผลการรัตน์สกุล. (2557). “กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐธินี ทองดี. (2552). “การพัฒนาและถ่ายทอดความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นบนพื้นฐานของความพอเพียงของ หมู่บ้านสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดนครราชสีมา”. ทุนอุดหนุนการ วิจัย โปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ โปรแกรมวิชาคอมพิวเตอร์ ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- นราวุฒิ สังข์รักษา (2553). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น จังหวัดราชบุรี”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). **การวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประสพชัย พสุนนท์.(2555). **การวิจัยตลาด**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พงษ์ศักดิ์ เห็นตระกูลดี. (2556). “กระบวนการและเงื่อนไขความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน: กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมะขามทอง ชุมชนก้าวหน้าพัฒนาเทศบาล

- เมืองท่าเรือพระแท่น อำเภอท่ามะกา จังหวัดกาญจนบุรี”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัชรี ชัญถาวร. (2553). “ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ ตำบลเมืองบัว อำเภอชุมพลบุรี จังหวัดสุรินทร์”. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พัชรียา เพ็ชรพราว. (2556). “กระบวนการในการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ระดับสากลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม”. การค้นคว้าอิสระคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พรรณวิภา พุ่มไสว. (2554). “ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อทางการเงินต่อการขยายธุรกิจรับมาก่อนสร้างประเภทอาคารของผู้รับเหมาก่อสร้าง” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- พรหมกา อังกูรสุทธิพันธ์. (2556). “การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พวงเกสร วงศ์อนุพรกุล. (2553). “แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านวัดจันทร์พัฒนา หมู่ที่ 7 ตำบลวัดจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก.” ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ภูวนารถ ถาวรศิริ. (2557). “กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2557). **ผู้ประกอบการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555: 34-35). **การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2548). **วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). **วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนกระทรวงมหาดไทย. (2558). **การคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ OTOP**. กรุงเทพฯ.
- สุชาติพิทย์ จันทร์เจริญผล. (2557). “อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการตอบรับจากลูกค้า และความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุภัทรธร ทวีจันทร์. (2551). “แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการพัฒนาการดำเนินธุรกิจใส่กรอก
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านโพนปลัดตำบลสุขสวัสดิ์ อำเภอบึง
ไพรม้ง จังหวัดศรีสะเกษ.” มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ.

สุมาลี สันติพลวุฒิ. (2558). “การประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาการลงทุน
พัฒนาเครื่องผลิตแผ่นข้าวตังวิสาหกิจชุมชนโสธรพัฒนา จังหวัดฉะเชิงเทรา”. วิทยานิพนธ์
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อลงกรณ์ โอภาสศรีวิศาล. **สภาพแวดล้อมทางการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท จรัสสินิทวงศ์
การพิมพ์ จำกัด, 2554.





แนวคำถามในการสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1

ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สำหรับประธาน และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบล
บางขันแตก

**ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบล
บางขันแตก**

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว).....

นามสกุล.....

ที่อยู่.....

ประวัติการศึกษา.....

ตำแหน่งหน้าที่ในวิสาหกิจชุมชน.....

วันที่สัมภาษณ์.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....น.

สถานที่.....

ข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว).....

นามสกุล.....

วันที่สัมภาษณ์.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....น.

สถานที่.....

ข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน

1. ประวัติความเป็นมา
2. ผู้ริเริ่มก่อตั้งวิสาหกิจชุมชน
3. สมาชิกเมื่อเริ่มก่อตั้ง
4. การระดมทุนจากสมาชิก
5. การดำเนินงานด้านการตลาด
6. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
7. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม
8. ระเบียบข้อบังคับของกลุ่ม

ตอนที่ 2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

1. ด้านปัจจัยในการผลิต
2. การแข่งขันระหว่างธุรกิจเดิม
3. ด้านผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต
4. ด้านผลิตภัณฑ์ทดแทน
5. ด้านคู่แข่งรายใหม่
6. ด้านการต่อรองราคาผู้ซื้อ

ตอนที่ 3 ศึกษาการพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

1. ด้านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์
2. ด้านการลดต้นทุน
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว



แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2

ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สำหรับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขันแตก

ข้อมูลส่วนตัวของเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขันแตก

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว).....
 นามสกุล.....
 ชื่อหน่วยงาน.....
 สังกัด.....
 ตำแหน่ง.....ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งปัจจุบัน.....ปี
 วันที่สัมภาษณ์.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....น.
 สถานที่

ตอนที่ 1 การให้ความร่วมมือในการรวมกลุ่ม

1. มีแผนการสนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการอาชีพ
2. มีหน้าที่ประชาสัมพันธ์กลุ่ม ผ่านสื่อต่างๆ
3. มีการติดตามประเมินผล

ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3

ความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดาวเรืองตำบลบางขันแตก
อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สำหรับลูกค้า

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

ชื่อ (นาย/นาง/นางสาว).....
 นามสกุล.....
 วันที่สัมภาษณ์.....เดือน.....พ.ศ.....เวลา.....น.
 สถานที่

ตอนที่ 2 เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า

1. การซื้อ
2. การใช้
3. การประเมินผล
4. การใช้สอยผลิตภัณฑ์
5. การบริการ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

*****ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณในการให้สัมภาษณ์*****

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวสุธินี ศรีอัมพร
ที่อยู่ปัจจุบัน	35/3 หมู่ที่ 7 ตำบลแควอ้อม อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม รหัสไปรษณีย์ 75110
ที่ทำงาน	โรงพยาบาลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2557	สำเร็จการศึกษาวิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ.) สาขาวิชา วิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2557	ศึกษาต่อระดับปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2557-2559	องค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสงคราม
พ.ศ.2559-ปัจจุบัน	โรงพยาบาลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

