



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

แนวคิดใหม่ในการดำเนินธุรกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านหนองแวง
ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

A New Concept of Community Business Operations of the Farmer Housewife Group at
Ban Nongwang, Tombon Nonesaad, Amphoe Nongrua, KhonKaen Province

ของ


นางสาวสุทธิพร บุตรปะสะ

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2545

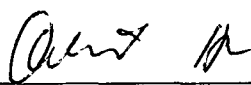
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

 5 / มี.ค. / 45
(อาจารย์สุภาวดี ปัตทวิคตคา)

กรรมการปัญหาพิเศษ

0๙- 0๙- 5 / มี.ค. / 45
(อาจารย์อภิจิตตรา อภิราชจิตร)

หัวหน้าภาควิชาฯ

 25 / 3 / 45
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิลิทธิ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ



T097150

เรื่อง

แนวคิดใหม่ในการดำเนินธุรกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง
ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

A New Concept of Community Business Operations of the Farmer Housewife Group at
Ban Nongwang, Tombon Nonesaad, Amphoe Nongrua, KhonKaen Province



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

๑พ. เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

๘ ๖๖๓

พ.ศ. 2545

๒๕๔๕

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน.....๑๗๑๕๐.....ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
จึงว่ากรณี.....ให้มีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: แนวคิดใหม่ในการดำเนินธุรกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวง ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

โดย: นางสาวสุทธิพร บุตรประสะ

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: _____ , 5 / 5 / 15

(สุภาวดี ปัตทวิทกคา)

ธุรกิจชุมชนเป็นตัวแปรสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของไทย และช่วยยกระดับรายได้ของเกษตรกร เป็นโอกาสที่ชุมชนจะดึงดูเอารายได้คืนสู่ชนบท กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวง เป็นกลุ่มที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ สามารถเพิ่มรายได้ให้กับสมาชิกเฉลี่ยเดือนละประมาณ 3,000-5,000 บาทต่อครัวเรือน ซึ่งจากเดิมเคยมีรายได้เกษตรเฉลี่ยเดือนละ 500-1,000 บาทต่อครัวเรือน อย่างไรก็ตาม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวง ยังคงประสบปัญหาด้านการตลาด และมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ โดยเฉพาะปัญหาคู่แข่งทางธุรกิจ ทั้งที่มีอยู่เดิม และที่กำลังเข้ามาใหม่ นโยบายการขยายฐานเศรษฐกิจของรัฐบาลทำให้เกิดธุรกิจชุมชนขึ้นมามากมาย เกิดปัญหาผลิตภัณฑ์ซ้ำซ้อนกัน ผู้ผลิตขาดความรู้ เรื่องการพัฒนาคุณภาพสินค้า ให้มาตรฐาน ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการผลิตที่สามารถประหยัดต้นทุนได้ เมื่อกิจการขยายตัวขึ้นจึงมักมีปัญหาในระบบการดำเนินงาน ไม่สามารถจัดการกับปัญหาและความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ ดังนั้นจึงเกิดเป็นแนวความคิดใหม่ขึ้นมาเพื่อ เป็นแนวทางให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวง เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนดำเนินธุรกิจในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวง ด้วยกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จากนั้นจึงทำการเปรียบเทียบการประเมินแนวความคิดเดิม ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่ผ่านมาของกลุ่มกับแนวความคิดใหม่ที่เกิดจากการวิเคราะห์กลยุทธ์ โดยใช้แบบทดสอบทางสถิติ คือ การทดสอบเครื่องหมาย เพื่อทดสอบสมมติฐานของการศึกษา

สำหรับการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดได้กลยุทธ์ที่เหมาะสม คือ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเน้นการสร้างแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อกระตุ้นความต้องการของตลาด และกลยุทธ์การขยายช่องทางการจำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อเพิ่มยอดขาย และสนองความต้องการของผู้บริโภคทั่วทุกภูมิภาค หลังจากที่ได้กลยุทธ์แล้วจึงได้ทำการเปรียบเทียบการประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจ และทดสอบสมมติฐานของการศึกษา จึงสรุปได้ว่ากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวงยอมรับแนวความคิดใหม่ที่ได้จากการศึกษานี้ ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการศึกษา ดังนั้น กลุ่มจึงควรปรับวิธีการดำเนินงานด้วยการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้กิจการของกลุ่มเติบโตสามารถแข่งขันอยู่ได้ในระยะยาว และมีความมั่นคงยั่งยืน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี ทั้งนี้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ สุภาวดี ปัตทวิคองคา อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษและอาจารย์อภิจิตตรา อภิราชจิตร กรรมการปัญหาพิเศษที่คอยให้คำแนะนำและให้คำปรึกษารวมทั้งตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่อง ตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณ คุณทองใบ ศรีวงษ์รักษ์ ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวง คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มทุกท่าน ขอขอบคุณคุณสมบูรณ์ พรหมสุคนธ์ เจ้าหน้าที่เคหะกิจเกษตรจากสำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น ที่ได้กรุณาสละเวลาและให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องคอมพิวเตอร์ทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือในการพิมพ์ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว และคนใกล้ชิดที่คอยช่วยเหลือทั้งทุนทรัพย์และกำลังใจที่มีให้ในการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนที่ชมรมชาวเหนือ และเพื่อน ๆ ในภาคบริหารธุรกิจเกษตรทุกคนที่คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา

สุทธิพร บุตรประสะ

มีนาคม 2545

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
สารบัญตารางผนวก	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
วิธีการศึกษา	4
การเก็บรวบรวมข้อมูล	4
การวิเคราะห์ข้อมูล	4
บทที่ 2 โครงร่างทฤษฎี	5
การตรวจเอกสาร	5
แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด และการวิเคราะห์แบบสอบถาม	8
การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์	8
การวิเคราะห์แบบสอบถาม	11
บทที่ 3 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง	15
ข้อมูลทั่วไป	15
ประวัติความเป็นมาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง	16
วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม	17
หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน	17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง	18
การบริหารองค์กร	19
การบริหารการผลิต	23
การบริหารการตลาด	26
การบริหารการเงิน	33
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	35
ผลการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์	35
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจฝ่ายฝีมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง	35
การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด	37
กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม	38
การทดสอบสมมติฐาน	39
การประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง	39
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	42
สรุป	42
ข้อเสนอแนะ	43
เอกสารอ้างอิง	45
ภาคผนวก	47
ภาคผนวก ก	48
ภาคผนวก ข	56
ภาคผนวก ค	57
ภาคผนวก ง	58

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การสร้างกลยุทธ์ทางเลือกด้วยวิธีสวอทเมตริกซ์	11
2	คณะกรรมการบริหาร	19
3	คณะกรรมการดำเนินงาน	20
4	ตารางเกณฑ์การกำหนดราคาสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง (บาทต่อฝืน)	30
5	รายชื่อตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง	31
6	ผลการสำรวจระดับความคิดเห็น ของคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้าน หนองแวงและผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับ โอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง	40

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ที่ตั้งของสถานประกอบการ	15
2	โครงสร้างการบริหารองค์กรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวง	18
3	ขั้นตอนการผลิตผ้าฝ้ายทอมือ	25
4	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ	28
5	ตราสัญลักษณ์ประจำกลุ่ม	29



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวกที่		หน้า
1	การวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วยแบบจำลองการสร้างกลยุทธ์ทางเลือก	57
2	ค่าความน่าจะเป็นจากการแจกแจงแบบทวินาม เพื่อบอกค่า N และค่า k	58



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของชาวบ้านเกษตรกรในชนบท โดยภาครัฐและเอกชนร่วมกันส่งเสริมพัฒนาคุณภาพการผลิต สนับสนุนเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการผลิต ให้ความรู้ทางวิชาการโดยการอบรมสัมมนา ภายได้โครงการต่าง ๆ สนับสนุนบรรจุกิจภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สามารถแข่งขันในเชิงธุรกิจได้ อย่างไรก็ตามแม้จะมีการสนับสนุนพัฒนาโดยตลอดแต่ก็สามารถพัฒนาประสิทธิภาพธุรกิจชุมชนไปได้ในระดับหนึ่ง ปัญหาที่ยังมีอยู่ปัญหาหลักในการพัฒนาธุรกิจชุมชนที่ผ่านมาคือ ปัญหาด้านการตลาด สินค้าผลิตแล้วขายไม่ได้ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดแล้วพบว่า สาเหตุหลักคือ การผลิตสินค้าไม่มีคุณภาพ ไม่ได้รูปแบบที่ตลาดต้องการ อันเกิดจากการไม่ได้เอาตลาดหรือลูกค้าเป็นตัวตั้งและการขาดความเป็น “ผู้ประกอบการมืออาชีพ” ทำให้ไม่สามารถวางแผนการประกอบธุรกิจ และแก้ไขปัญหาการค้าเนินธุรกิจทั้งในด้านการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการเงิน ส่งผลให้ธุรกิจชุมชนไม่สามารถพัฒนาให้ก้าวทันกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง เป็นธุรกิจชุมชนที่มีกิจการเกี่ยวข้องกับการทอผ้า โดยสมาชิกกลุ่มประกอบอาชีพเสริมด้วยการทอผ้าเพื่อจำหน่าย เช่นเดียวกันกับแม่บ้านเกษตรกรในชุมชนอื่น ๆ ใช้เวลาว่างจากภารกิจประจำวันแล้วมาทำการทอผ้าเป็นอาชีพเสริม ซึ่งจากเดิมเคยทอไว้ใช้เองในครอบครัวและโอกาสสำคัญ ๆ และเมื่อทอได้มากขึ้นจึงแบ่งปันให้ญาติพี่น้อง หรือขายให้กับนักท่องเที่ยว นักพัฒนาที่แวะเวียนพากลุ่มต่าง ๆ เข้ามาเยี่ยมชมหมู่บ้านซึ่งได้ในราคาไม่สูงมากนักแต่ก็พึงพอใจ เพราะชาวบ้านไม่ทันได้คิดถึงต้นทุนที่แท้จริงที่ซึ่งเกิดจากค่าใช้จ่ายที่แอบแฝงอยู่หรือบางครั้งก็ขายให้กับพ่อค้าคนกลางที่มักจะอาศัยอำนาจในการต่อรองที่เหนือกว่าฉกฉวยกำไร (สภาพทอликแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา, 2543) นอกจากนี้ยังได้พบปัญหาต่าง ๆ อีกเช่น กรรมวิธีการย้อมสีแบบดั้งเดิมซึ่งทำให้ประสบปัญหาสีตก สีสั่นไม่ถูกใจลูกค้า ลวดลายไม่โดดเด่นสร้างความแปลกแตกต่างจากโรงงาน คุณภาพการทอไม่สม่ำเสมอของน้ำหนักมือ ไม่มีเกณฑ์ในการตั้งราคาที่แน่นอน และยังขาดการจัดการตลาดที่ดี หรือบางครั้งเกษตรกรเองก็ละเลยกิจกรรมทางการตลาดไป เพราะคิดว่าทำไปเพียงเพื่อความอยู่รอดเท่านั้นไม่หวังที่จะร่ำรวย จึงทำให้ขาดความตื่นตัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการรักษาคุณภาพให้สม่ำเสมอ อีกทั้งในปัจจุบันเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองล้วนส่งผลกระทบต่อธุรกิจทุกขนาด รวมทั้งธุรกิจชุมชนที่ถูกละเลยว่าเป็นกุญแจสำคัญในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นจึงสังเกตได้ว่าปัจจุบันได้มีธุรกิจชุมชนเกิดขึ้นใหม่จำนวนมาก จนเกิดการแข่งขันกันเองในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันเพราะกลุ่มธุรกิจชุมชนที่อยู่ในท้องถิ่นใกล้เคียงกันก็มักจะมีผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกัน มีแผนการดำเนินงานคล้าย ๆ กัน เนื่องจากรัฐจะเป็นผู้ปูแนวทางให้ เมื่อเกิดปัญหาทางธุรกิจจึงมักจะแก้ไขไม่ได้ ส่งผลให้ธุรกิจต้องเลิกล้มและถอนตัวออกไปในที่สุด

งานทอผ้าเป็นศิลปวัฒนธรรมของชุมชน เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านและอยู่ควบคู่กับชุมชน แมื่กลุ่มธุรกิจจะถูกล้มเลิกไป แต่งานทอผ้าก็ยังคงอยู่คู่กับวิถีชีวิตคนในชุมชนจากรุ่นลูกสู่รุ่นหลานสืบต่อไป หากได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในการถ่ายทอดภูมิปัญญาเหล่านี้พร้อมทั้งเรียนรู้ และปรับให้เข้ากับวิทยาการสมัยใหม่ก็จะสามารถพัฒนาให้เป็นจุดแข็งของธุรกิจชุมชนได้ อีกทั้งงานทอผ้าด้วยมือเป็นงานที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ต้องใช้ฝีมือและความชำนาญจากแรงงานในชุมชน วัตถุดิบที่ใช้สามารถหาได้ง่ายจากท้องถิ่น หากรู้วิธีการที่จะนำมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าก็จะสร้างรายได้ให้กับชุมชน ดังนั้นหากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขงสามารถดึงเอาข้อได้เปรียบเหล่านี้มาพัฒนาให้เป็นจุดแข็งของกลุ่ม บวกกับการใช้โอกาสทางธุรกิจให้เป็นประโยชน์ ร่วมกันวางแผนและปรับปรุงกลยุทธ์ในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดก็จะทำให้กลุ่มมีผลกำไรจากการลงทุน แล้วนำกำไรนั้นมาขยายระดับรายได้สมาชิก และคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชนได้ ซึ่งการประกอบธุรกิจชุมชนเป็นกุญแจดอกสำคัญที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน อันเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ เมื่อชุมชนในชนบทสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ก่อให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ซึ่งถือว่าเป็นก้าวใหม่ของสังคมไทยที่เริ่มต้นอีกครั้งด้วยความเข้มแข็ง และมั่นคงเพื่อความอยู่ดีกินดีของคนไทยทุกคน

ทั้งนี้ในการศึกษานี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าหากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขงได้ร่วมกันวิเคราะห์หาจุดเด่นจุดด้อยของตนเอง รวมถึงพยายามมองหาโอกาสที่มักจะเกิดขึ้นตลอดช่วงระยะเวลาจะสามารถนำมาประกอบการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจของกลุ่มได้ ดังนั้นจึงได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของคณะกรรมการ และผู้ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขงถึงความสามารถในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจตามแนวความคิดเดิม และแนวความคิดใหม่ที่จะได้จากการวิเคราะห์กลยุทธ์ในครั้งนี้ เพื่อให้ผู้นำกลุ่มและสมาชิกได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ได้เรียนรู้วิธีการสร้างกลยุทธ์ทางธุรกิจ และได้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมไปวางแผนดำเนินงานในอนาคต นอกจากนี้ยังได้นำผลการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางการวิจัยพัฒนาธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม สำหรับธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น
2. เปรียบเทียบการประเมินแนวความคิดใหม่กับการประเมินตามแนวความคิดเดิม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้กลยุทธ์ที่เป็นประโยชน์สำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง รวมไปถึงผู้ประกอบการรายอื่นที่อยู่ในธุรกิจชุมชนได้นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจต่อไป
2. ทราบผลการเปรียบเทียบการประเมินตามแนวความคิดใหม่กับการประเมินตามแนวความคิดเดิม
3. สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการวิจัยเพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชนอื่น ๆ

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงการดำเนินงานในระหว่างปี พ.ศ. 2536-2544 และวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจชุมชน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

นิยามศัพท์

แนวความคิดเดิม หมายถึง แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ที่ใช้ในการดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 จนถึงปี พ.ศ. 2544

แนวความคิดใหม่ หมายถึง แนวความคิดที่ได้การวิเคราะห์กลยุทธ์ของการศึกษานี้ เพื่อมาใช้ในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มและเจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอหนองเรือ โดยอาศัยแนวทางจากแบบเค้าโครงการสัมภาษณ์และข้อมูลจากการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของประธาน คณะกรรมการดำเนินงานของกลุ่ม ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ ชุดแรกเป็นการประเมินสภาพแวดล้อมที่มีศักยภาพส่งผลกระทบต่อกลุ่ม และชุดที่ 2 เป็นการประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มอันเกิดจากการดำเนินงานตามแนวความคิดเดิม กับการดำเนินงานตามแนวความคิดใหม่

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ที่ใช้ในการศึกษา รวบรวมจากเอกสารการตรวจเยี่ยมของสำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่ได้เก็บรวบรวมเอาไว้ โดยกรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กองพัฒนาชุมชน และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ขั้นตอน

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ และแบบสอบถามในชุดที่ 1 โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดที่ 2 ด้วยค่าทดสอบทางสถิติแบบไม่ใช้พารามิเตอร์ (non - parametric test) โดยใช้การทดสอบเครื่องหมาย คือ + และ - ในการทดสอบความแตกต่างของระดับความคิดเห็นของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ซึ่งมีสมมติฐานทางสถิติดังนี้

H_0 : ระดับความคิดเห็นจากการประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจตามแนวความคิดใหม่ไม่ต่างจากแนวความคิดเดิม

H_1 : ระดับความคิดเห็นจากการประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจตามแนวความคิดใหม่มากกว่าแนวความคิดเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

โครงร่างทฤษฎี

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา สมมติฐาน และแนวคิดทฤษฎี โดยเน้นการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านหนองแวงเพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง และเปรียบเทียบการประเมิน โอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การตรวจเอกสาร

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2543 ก) กองส่งเสริมธุรกิจเกษตร ได้ลงบทความเรื่องการส่งเสริมการตลาดให้แก่สินค้าเกษตรหลักของชุมชนตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สรุปได้ว่าการส่งเสริมการตลาดมีความจำเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาการส่งเสริมการผลิตของชุมชนเพื่อรองรับให้เกษตรกรเกิดความมั่นใจว่าเมื่อผลิตแล้วสามารถขายได้โดยใช้กลยุทธ์ “ตลาดนำการผลิต” ผ่านกระบวนการกลุ่มและการสร้างควมมีส่วนร่วมตามหลักการของสหกรณ์ และสร้างกลไกการจัดการสินค้าเกษตรชุมชนไปสู่ตลาดเป้าหมายให้เป็นระบบเป็นหลักประกันความมั่นคงในการประกอบอาชีพการเกษตรที่ยั่งยืนต่อไป โดยสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพสินค้า การวางแผนและจัดระบบสินค้าหลักไปสู่ตลาด ซึ่งจะต้องรวบรวมและวิเคราะห์ชนิดพืชหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในชุมชน ประสานงานการขายในตลาดเป้าหมายระดับต่าง ๆ และแจ้งปริมาณการรับซื้อในตลาดระดับต่าง ๆ ที่ประสานงานการขายไว้แก่กลุ่มผู้ผลิตเพื่อกำหนดแผนการเก็บเกี่ยวการจัดตั้งคุณภาพสินค้า การบรรจุหีบห่อ และการส่งมอบสินค้าแก่ผู้ซื้อในตลาดปลายทาง นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมและจัดการผลผลิตเพื่อการส่งออก และการผลิตเพื่ออุตสาหกรรมอีกด้วย

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2543 ข) ส่วนงานวิจัยธุรกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานการแปรรูปผลผลิตเกษตรอย่างง่ายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ในการประกอบธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมีปัญหาหลายประการที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการแปรรูปผลผลิตผลการเกษตร ปัญหาหลักที่ทุกกลุ่มประสบคือ ปัญหาด้านการตลาด รองลงมาคือ ด้านวัตถุดิบเงินทุน บรรจุภัณฑ์และแรงงาน จึงเห็นว่าปัญหาด้านการตลาดเป็นปัญหาสำคัญที่ผลิตภัณฑ์ประสบ เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรยังขาดประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักการวางแผนธุรกิจเพราะขาดความรู้เรื่องการตลาดทำให้ตลาดแคบไม่ขยายเท่าที่ควรซึ่งเป็นเหตุให้กลุ่มส่วนใหญ่ทำการผลิตในปริมาณที่ไม่มากพอ ได้รับผลตอบแทนน้อยจึงไม่เกิดแรงจูงใจที่จะทำการผลิตเพิ่มเป็นผลกระทบบ้างถึงปัจจัยอื่น ๆ ต่อเนื่อง ดังนั้น แนวทางที่จะช่วยลดปัญหาเหล่านี้คืออยู่ที่ความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผนวกกับความช่วยเหลือของภาครัฐ โดยให้ความรู้แก่สมาชิกในการทำแผนธุรกิจตั้งแต่การผลิตถึงการตลาดในรูปแบบการฝึกอบรมและทดลองปฏิบัติ เพื่อให้สมาชิกเกิดความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจ รู้จักการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด รู้จักการทำบัญชีรับ-จ่ายอย่างง่าย เพื่อให้ทราบถึงค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการผลิต การตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสม และผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจ ผู้ผลิตได้รับผลตอบแทนที่คุ้มกับการลงทุน

ประกาศนียบัตร แสงงามซึ่ง และคณะ (2543) ได้ศึกษานโยบายธุรกิจ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง สรุปได้ว่า ทางกลุ่มสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ได้เรื่อย ๆ และมีคุณภาพดีจนได้รับรางวัลพระราชทานในปี พ.ศ. 2542 แต่กลุ่มยังขาดผู้ทำหน้าที่ด้านการตลาด การจัดหาช่องทาง การจัดจำหน่าย จึงทำให้ผลิตภัณฑ์บางชนิดยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ที่ผ่านมากลุ่มได้อาศัยความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นผู้แจ้งข่าว หาช่องทางการจัดจำหน่ายรวมทั้งทำการประชาสัมพันธ์ให้จึงมีพ่อค้าคนกลางที่ทราบข่าวเข้ามาติดต่อรับซื้อสินค้าจากกลุ่ม นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มยังขาดตลาดที่สวยงามไม่ดึงดูดใจลูกค้าเท่าที่ควร เนื่องจากมีความจำกัดเรื่องอุปกรณ์จำพวกพิมพ์เป็นตัวกำหนดหลายอย่างมีปริมาณน้อย ทำให้ลูกค้าหันไปสนใจผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอื่นที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้น หากกลุ่มมีการจัดการตลาดที่ดีจะทำให้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นและจากการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา สมาชิกของกลุ่มมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเดือนละประมาณ 3,000-5,000 บาทต่อครอบครัว (เดิมครอบครัวมีรายได้เกษตรเฉลี่ยเดือนละ 500-1,000 บาทต่อครอบครัว) มีคุณภาพชีวิตและการศึกษาดีขึ้นช่วยลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานออกจากภาคการเกษตร และยังเป็นการใช้เวลาว่างเว้นจากการเกษตรให้เกิดประโยชน์อีกด้วย

สภาคทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา (2543) ได้ลงบทความเกี่ยวกับชีวิตและปัญหาของผ้าไหมและผ้าฝ้ายในวารสารสังคมพัฒนา สรุปได้ว่า ปัญหาใหญ่ในการทอผ้าที่ยังแก้กันไม่ตกได้แก่ สีสันทันที่ถูกรักใคร่ชมแต่ไม่ถูกรักใคร่ซื้อ ลวดลายผ้าทอที่สวยงามแต่ขาดความโดดเด่น คุณภาพฝีมือการทอไม่มีความสม่ำเสมอของน้ำหนักรวม ราคาถูกกำหนดจากพ่อค้าคนกลางซึ่งมีโอกาสนกขยขึ้นราคาหรือได้มาในราคาความสงสารจากนักท่องเที่ยว และปัญหาการตลาดมีลักษณะไม่แน่นอนขายได้ไม่มากนักแม้บางกลุ่มจะมีตลาดที่แน่นอน แต่นั่นเป็นเพียงกลุ่มที่โชคดี ขณะที่ส่วนใหญ่ถือเป็นปัญหาใหญ่ กลุ่มแม่บ้านทอผ้าพื้นเมืองเหล่านี้เคยท้อแท้เพราะเคยทอมาแล้วนับร้อยผืนแต่ต้องเก็บเข้าตู้ไว้ขายเอง มาวันนี้บรรยากาศทางตลาดแจ่มใสขึ้น มีความหวัง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มากขึ้น มีกำลังใจที่จะพัฒนาคุณภาพของผ้าต่อไป และพบอีกว่ามีที่ทำว่าถูทางทางการค้าจะไปได้ไกลขึ้น ดังนั้นเขาจึงค่อนข้างมั่นใจว่าอาชีพทอผ้านี้ยังคงจะมีลูกหลานสืบทอดทางวัฒนธรรมชุมชนต่อไปอีก กิจกรรมของกลุ่มในวันนี้ทำให้รุ่นลูกหลานมีกำลังที่จะสืบทอดต่อไปเพราะเขารู้ว่าโอกาสทางการตลาดนั้นมีอยู่จริง

อารีย์ เชื้อเมืองพาน และคณะ (2543) ได้ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งโดยอาศัยการสร้างทุนและให้ชุมชนพึ่งตนเองซึ่งชุมชนจะเกิดความหวงแหนและรับผิดชอบในการใช้ทุนของตนเองมากกว่าการใช้ทุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนการสร้างทุนในชุมชนกระทำได้โดยผ่านการทำธุรกิจชุมชนซึ่งกลุ่มอาชีพเป็นธุรกิจหนึ่งที่ใช้ในการสร้างทุนชุมชน และต้องมีการสร้างการออมให้เกิดขึ้นในกลุ่ม แต่เหนือสิ่งอื่นใดสมาชิกในกลุ่มจะต้องมีความสมัครสมานสามัคคีกัน ช่วยเหลือตนเองและซึ่งกันและกัน อันจะนำมาซึ่งความช่วยเหลือจากภายนอกและสามารถที่จะยืนหยัดอยู่ได้ ทั้งนี้หากคนในสังคมรู้จักช่วยเหลือเกื้อกูลกันทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างแน่นแฟ้นจะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมีความยั่งยืน ดังที่ได้ระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2544) ได้ลงบทความเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนในวารสารจุฬาริวิวดูพอสรุปได้ว่า อุปสรรคในการพัฒนาธุรกิจชุมชนอันเป็นสาเหตุที่ทำให้โครงการหลายโครงการต้องล้มเหลวเกิดจากเหตุผลหลายประการ เช่น ขาดประสบการณ์ในการดำเนิน ขาดแคลนเงินทุนเกิดความขัดแย้งภายในชุมชน หรือการมองข้ามประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสำคัญของชุมชน และความสำคัญของการตลาด เป็นต้น ดังนั้นในการประกอบธุรกิจควรมีแนวทางที่จะดำเนินอย่างถูกต้องเหมาะสม มีการวางแผนและตั้งเป้าหมายระยะยาวโดยอาศัยความรู้ ความคิด และภูมิปัญญาท้องถิ่นเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้ใช้ความคิดด้วยตนเองเริ่มต้นด้วยตนเอง ใช้จุดแข็งของภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลักในการประกอบธุรกิจชุมชน เพื่อทดแทนเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ต้นทุนสูง อาศัยทักษะ ความรู้ ความชำนาญ และวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นมาทำการผลิตซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตไม่สูงมากนัก ดังนั้นก่อนที่จะทำการผลิตหรือประกอบธุรกิจชุมชน เกษตรกรหรือชาวบ้านต้องมีการศึกษาถึงวัตถุดิบและสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นว่ามีสิ่งใดที่จะสามารถนำมาพัฒนาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) ของสินค้าหรือวัตถุดิบนั้น และควรจะต้องมีการศึกษาตลาดก่อน โดยตลาดในที่นี้หมายถึง ลูกค้าที่มี ศักยภาพ มีอำนาจในการซื้อสินค้าของธุรกิจชุมชนได้ เป้าหมายของกลุ่มคือใคร อยู่ที่ไหน มีความต้องการสินค้าอย่างไรและสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาเท่าใด นอกจากนี้การประกอบธุรกิจชุมชนของเกษตรกรหรือชาวบ้านต้องมีการดำเนินการที่มุ่งหวังกำไรเป็นสำคัญมากกว่าที่ขายสินค้าโดยอาศัยความเป็นธุรกิจชุมชนหรือเป็นสินค้าของชาวบ้านที่ยากจนให้ผู้ซื้อเกิดความสงสาร เพราะจะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสินค้า ในการดำเนินการโดยมุ่งหวังกำไรจะเน้นขายสินค้าที่มีคุณภาพดี และมีประโยชน์ต่อลูกค้า ธุรกิจชุมชนที่มีการดำเนินการโดยมุ่งหวังกำไรเป็นสำคัญจะมีความก้าวหน้า มั่นคง และเป็นที่ต้องการของลูกค้าซึ่งส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในระยะยาว

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสนี (2544) ได้ลงบทความเกี่ยวกับการตลาด โดยกล่าวถึงความเห็นของ ฟิลิป คอตเลอร์ หนึ่งในปรมาจารย์การตลาดกลุ่มสมัยใหม่ อันเป็นกระแสหลักที่แพร่หลายไปทั่วโลกว่า แนวคิดหลักที่ขับเคลื่อนกิจกรรมการตลาดมีอยู่ 5 แนว คือ การมุ่งเน้นการเพิ่มปริมาณการผลิตเพื่อให้มีมากพอต่อความต้องการของผู้คน การมุ่งเน้นพัฒนาตัวสินค้ามากกว่าอรรถประโยชน์ที่ได้จากสินค้า การมุ่งเน้นการขายเป็นหลักเพื่อเร่งระบายสินค้าด้วยการลดราคาและส่งเสริมการขาย การมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์ให้กับลูกค้าโดยเจาะลึกไปถึงมูลเหตุการซื้อของผู้บริโภคอันเป็นที่มาของความต้องการในตัวสินค้า ดังนั้น แนวคิดนี้จึงมุ่งเน้นสนองความต้องการของผู้บริโภคมากกว่าที่ผ่านมา และแนวสุดท้ายที่เกิดจากความขัดแย้งในสังคมคือ แนวคิดการตลาดที่คำนึงความรับผิดชอบต่อสังคม (Kotler, 1994) โดยทั่วไปเป้าประสงค์หลักที่สำคัญของการตลาดจึงยังวนเวียนอยู่ที่การขายฐานลูกค้า การเพิ่มกำไร หรือการเติบโตขององค์กรให้ได้สูงสุดในระยะยาว เพื่อให้บรรลุภารกิจในการแสวงหารายได้เข้าสู่องค์กร

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด และการวิเคราะห์แบบสอบถาม

การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์

การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ คือ การวิเคราะห์ถึงปัจจัยและสถานะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร และกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อที่จะได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ รวมทั้งสถานการณ์ขององค์กรได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น การวิเคราะห์กลยุทธ์จะบอกให้ทราบว่าปัจจัยหรือสถานะแวดล้อมภายนอกมีลักษณะอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะใด ก่อให้เกิดโอกาสและข้อจำกัดต่อองค์กรได้อย่างไรบ้าง นอกจากนี้การวิเคราะห์กลยุทธ์จะช่วยให้องค์กรทราบถึงทรัพยากร และความสามารถต่าง ๆ ที่มีอยู่ภายในองค์กรว่าเป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อนอย่างไร และจะช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างไร (สมยศ, 2538)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะประกอบด้วย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกเพื่อการพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรคของบริษัท และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อพิจารณาถึงจุดแข็งจุดอ่อนของบริษัททั้งในปัจจุบันและอนาคต หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

1. จุดแข็ง (strengths) หมายถึง การดำเนินงานภายในที่ บริษัทสามารถกระทำได้ดี บริษัทจะต้องวิเคราะห์การดำเนินงานภายใน เช่น การบริหาร การเงิน การตลาด การผลิต และการวิจัยและพัฒนา เพื่อการพิจารณาถึงจุดแข็งของการดำเนินงานภายในเหล่านี้เป็นระยะ บริษัทที่บรรลุความสำเร็จจะกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทที่ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งจากการดำเนินงานภายในนี้อยู่เสมอ

2. จุดอ่อน (weaknesses) หมายถึงการดำเนินงานภายในที่บริษัทไม่สามารถกระทำได้ดี การดำเนินงานภายในเหล่านี้ เช่น การบริหาร การเงิน การตลาด การผลิต และการวิจัยและพัฒนา ที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของบริษัท บริษัทจะต้องกำหนดกลยุทธ์ของบริษัทที่สามารถบดล้างหรือปรับปรุงจุดอ่อนของการดำเนินงานภายในเหล่านี้ให้ดีขึ้น

3. โอกาส (opportunities) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท บริษัทจะต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขันอยู่เป็นระยะเพื่อการแสวงหาผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ การพัฒนาของคอมพิวเตอร์ และไบโอเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงค่านิยม และการแข่งขันจากต่างประเทศที่รุนแรงขึ้นจะเป็นตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมภายนอกที่สำคัญ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้อาจจะทำให้ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปที่ อาจทำให้ผลิตภัณฑ์ บริการ และกลยุทธ์ของบริษัทต้องเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

4. อุปสรรค (threats) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามต่อการดำเนินงานของบริษัทสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขัน เป็นต้น

ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนี้จะเป็นข้อมูลพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ถ้าองค์กรทำการกำหนดกลยุทธ์ที่จะใช้ โดยขาดการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกแล้ว กลยุทธ์ขององค์กรก็มีแนวโน้มที่จะประสบความล้มเหลวสูง เนื่องจากข้อมูลนี้จำเป็นในการกำหนดกลยุทธ์ (นันทิยา และณรงค์, 2542)

การกำหนดกลยุทธ์

การกำหนดกลยุทธ์ คือ การพัฒนาแผนระยะยาวขึ้นมาบนรากฐานของโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก จุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายในของบริษัท การกำหนดกลยุทธ์จะต้องรวมทั้งการระบุภารกิจ การกำหนดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ และการกำหนดนโยบายของบริษัท (พัคตร์พจน, 2544)

ภารกิจ (mission) คือ ถ้อยแถลงความมุ่งหมายของการดำรงอยู่ของบริษัทภายในอุตสาหกรรม ถ้อยแถลงของภารกิจจะชี้ให้เห็นถึงขอบเขตการดำเนินงานทั้งในแง่ของการผลิตและการตลาดของบริษัท ถ้อยแถลงมักจะรวมเอาปรัชญาของผู้ก่อตั้งบริษัทเอาไว้ด้วย ที่เผยให้เห็นถึงแนวความคิดต่อตัวเองของบริษัท ผลิตภัณฑ์และบริการหลักของบริษัท และความต้องการพื้นฐานของลูกค้าที่บริษัทตอบสนอง โดยสรุปถ้อยแถลงของภารกิจที่ชัดเจนและมีความหมายจะแสดงให้เห็นคุณค่าและการให้ความสำคัญของบริษัท

เป้าหมาย (objectives) ภารกิจของบริษัทจะต้องถูกถ่ายทอดให้เป็นเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงของบริษัท เป้าหมายเหล่านี้จะเป็นผลลัพธ์สุดท้ายของการวางแผนกลยุทธ์ บริษัทจะต้องบรรลุความสำเร็จอะไรและเมื่อไร เป้าหมายควรจะวัดได้และมีระยะเวลาที่แน่นอน

กลยุทธ์ (strategies) คือ แผนงานระยะยาวของบริษัทที่ถูกกำหนดขึ้นมาเพื่อบรรลุภารกิจและเป้าหมายของบริษัท กลยุทธ์จะต้องใช้ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้มากที่สุด และลดข้อเสียเปรียบทางการแข่งขันให้น้อยที่สุด

นโยบาย (policies) คือ แนวทางที่ถูกกำหนดขึ้นอย่างกว้าง ๆ เพื่อการตัดสินใจทั่วทั้งบริษัท ดังนั้น นโยบายจะเป็นแนวทางอย่างกว้าง ๆ เพื่อการเชื่อมโยงระหว่างการกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินกลยุทธ์ของบริษัท

ส่วนสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์ คือ การสร้างกลยุทธ์ทางเลือกขึ้นมา เพื่อการบรรลุภารกิจและเป้าหมายขององค์กร จะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกที่เป็นไปได้มากที่สุด

การสร้างกลยุทธ์ทางเลือก

การสร้างกลยุทธ์ทางเลือก ประกอบด้วยขั้นตอนย่อย 2 ขั้นตอน

1. การกำหนดภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งจะเกิดขึ้นในระยะเวลา 5-10 ปีข้างหน้า

2. สร้างกลยุทธ์ทางเลือก องค์กรจะต้องพิจารณาและตัดสินใจเลือกใช้เป็นแนวปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร การสร้างกลยุทธ์ทางเลือกจะกระทำในขอบเขตจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กรด้วยวิธี สวอทเมตริกซ์ ซึ่งจะได้กลยุทธ์ 4 แบบ คือ กลยุทธ์จุดแข็ง-โอกาส กลยุทธ์จุดแข็ง-อุปสรรค กลยุทธ์จุดอ่อน-โอกาส และกลยุทธ์จุดอ่อน-อุปสรรค

จากนั้นทำการปรับปรุงและประเมินกลยุทธ์ทางเลือก โดยการวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มเพิ่มเติม แล้วสร้างกลยุทธ์ทางเลือกเพิ่มขึ้น เมื่อได้กลยุทธ์ทางเลือกชุดใหม่แล้ว จึงนำไปประเมิน เพื่อให้ได้กลยุทธ์ที่เหมาะสม

ตารางที่ 1 การสร้างกลยุทธ์ทางเลือกด้วยวิธีสวอทเมตริกซ์

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	จุดแข็ง	จุดอ่อน
โอกาส	กลยุทธ์จุดแข็ง-โอกาส (SO)	กลยุทธ์จุดอ่อน-โอกาส (WO)
อุปสรรค	กลยุทธ์จุดแข็ง-อุปสรรค (ST)	กลยุทธ์จุดอ่อน-อุปสรรค(WT)

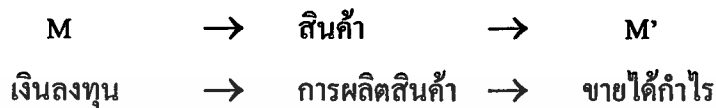
ที่มา: (สมยศ, 2538)

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

การประเมินความสามารถในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ซึ่งเป็นการประเมินผลทางความคิดจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม และผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง และมีประสบการณ์ในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนมาก่อน สามารถตัดสินใจและร่วมประเมินความสำเร็จขององค์กรได้ โดยในการศึกษารุ่นนี้ได้คำนึงถึงทั้งความสำเร็จและล้มเหลวของธุรกิจชุมชน (ณรงค์, 2542) มาใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ เพื่อให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีแนวความคิดไปในทิศทางเดียวกัน

ปัจจัยกำหนดความสำเร็จ และความล้มเหลวของธุรกิจชุมชน

1. ปัจจัยด้านการเงินหรือลงทุน กิจกรรมทางเศรษฐกิจเชิงธุรกิจที่ต้องอาศัยกลไกตลาดในระบบเดิม (ในกรณีที่ได้กำไร) ตามแบบแผน ดังนี้



ดังนั้น กลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สามารถพึ่งตนเองได้ด้านเงินทุนหรือสามารถระดมทุนจากชุมชนได้เอง จึงมีโอกาที่จะอยู่ได้และเติบโตได้มากกว่ากลุ่มที่พึ่งเงินทุนจากการกู้ยืม

2. ปัจจัยด้านการตลาด ด้านการตลาด นอกจากสามารถประมาณอุปสงค์อุปทานได้แล้ว ยังจะต้องรู้ด้วยว่าจะนำสินค้าไปขายที่ไหน และอย่างไร

กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จจะเป็นกลุ่มที่มีลูกค้าที่แน่นอนและเพียงพอ หมายถึงลูกค้าที่เป็นผู้ค้าส่งที่รับสินค้าคราวละมาก ๆ ออกไปจำหน่าย ส่วนด้านค้าปลีกไม่มีลูกค้าที่แน่นอน แต่ต้องมีมากเพียงพอ ธุรกิจชุมชนที่มีผลผลิตไม่มาก โดยทั่วไปจะอาศัยตลาดค้าปลีกเป็นสำคัญ แต่ถ้าหากเป็นผู้ผลิตสินค้าจำนวนมากจำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายของผู้ค้าส่งด้วย

3. ปัจจัยด้านการผลิต ด้านการผลิตจำเป็นต้องวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามว่า จะผลิตอะไร และผลิตอย่างไร โดยต้องผ่านการวิเคราะห์อุปสงค์อุปทานในตลาด และความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่พิจารณาจากวัตถุดิบ ทักษะ และความชำนาญของผู้ทำการผลิต นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญพอ ๆ กับโอกาสทางการตลาด

ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเหล่านี้ทำให้การผลิตของชุมชน ไม่มีปัญหาด้านการวัตถุดิบ ต้นทุนการผลิตไม่สูง ความมีทักษะของผู้ผลิตทำให้สามารถปรับปรุงคุณภาพได้ ทั้งต้นทุนที่ไม่สูง และคุณภาพมาตรฐานและสร้างศรัทธาของการแข่งขันในตลาดได้ดี การขาดปัจจัยการผลิตเป็นอุปสรรคและเสี่ยงต่อความล้มเหลวพอ ๆ กับการผลิตที่ไม่มีโอกาสทางการตลาด

4. ปัจจัยด้านบริหารและจัดการ อาจแบ่งหลาย ๆ เป็น 3 ด้าน คือ ด้านระบบเงิน ระบบงาน และระบบบุคลากรในด้านระบบเงิน ความสามารถในการระดมทุนและสะสมทุนเป็นความสามารถประการแรกที่มีความจำเป็นยิ่ง เมื่อได้เงินมาแล้วยังต้องมีความสามารถในการบริหารกระแสเงินไหลเข้าและกระแสเงินไหลออก ควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการขาดสภาพคล่อง ใช้จ่ายเงินไปในทางที่ก่อประโยชน์แก่กลุ่มมากที่สุด

ด้านระบบงาน โดยทั่วไปธุรกิจชุมชนดำเนินงานในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ (informal business) ยกเว้นกรณีบริษัทธุรกิจชุมชนที่ต้องดำเนินงานตามรูปแบบบริษัท ดังนั้นการจัดสายงานและระบบงานจึงมักจะไม่ค่อยมีกฎเกณฑ์แน่นอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกรณีที่ธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ “แกนนำ” เป็นผู้มีความสามารถในการบริหาร และจัดการ มีความเสถียร สามารถที่จะกำหนดและจูงใจให้สมาชิกคล้อยตามได้ ดังนั้น การแบ่งฝ่าย แบ่งสายงาน การจัดโครงสร้างการบริหารจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะของแกนนำ และการเสนอแนะ นั้นย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความเป็นจริงที่แกนนำได้สัมผัสมา โครงสร้างและสายงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนต่าง ๆ จึงมักจะแตกต่างกันไปตามความถนัดของแต่ละกลุ่ม แต่มักจะมีโครงสร้าง ร่วมกว้าง ๆ คือจากที่ประชุมสมาชิกสู่กรรมการบริหาร จากกรรมการบริหารสู่ฝ่ายกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะกำหนดขึ้นมา

ด้านระบบบุคลากร เนื่องจากธุรกิจชุมชนมักจะไม่มียุทธศาสตร์หรือมีเพียงคนสองคน จึงไม่มีสายงานการบังคับบัญชา บุคลากรของกลุ่มมีแต่สมาชิกและกรรมการ การสั่งการ การบังคับบัญชา การให้ทุนให้โทษ โดยสายการบังคับบัญชาจึงไม่มี ความสำเร็จของการบริหารบุคลากรจึงอยู่ที่ระบบการจูงใจเชิงคุณภาพและการยอมรับนับถือแกนนำหรือผู้นำเป็นสำคัญ ดังนั้น ธุรกิจชุมชนที่มีผู้บริหารและสมาชิกที่มีสัจจะ คุณธรรม มีความพยายาม มีความเสถียร ธุรกิจชุมชนนั้นก็ จะประสบความสำเร็จ

5. ปัจจัยด้านผู้นำ ชาวชนบทโดยทั่วไปมักจะขาดความคิดริเริ่ม พอใจจะเป็นผู้ตาม เป็นผู้เอาอย่างหรือเลียนแบบ ใครที่ทำอะไรแตกต่างไปจากคนอื่น ๆ ใหม่ๆ มักจะไม่ได้รับการยอมรับ แต่ครั้งประสบความสำเร็จก็จะมีผู้เอาอย่างและกลายเป็นผู้นำ ผู้นำโดยธรรมชาติของชุมชนจึงมักจะเป็นผู้มีบารมีหรือมีฐานะทางสังคม จึงเห็นได้จากข้อเท็จจริงทั่วไปว่าธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จมักจะอยู่ภายใต้การนำของคนเหล่านี้ เช่น กลุ่มพรรณไม้ เติบโตภายใต้การนำของอาสาสมัครจากสมาคมเทคโนโลยีที่เหมาะสม บริษัทธุรกิจชุมชนหัวไทรมีกลุ่มริเริ่มคือ กลุ่มปัญญาชนท้องถิ่นร่วมกับอาจารย์มหาวิทยาลัย เป็นต้น ส่วนชาวบ้านธรรมดาที่แสดงความสามารถจนกลายเป็นที่ยอมรับของชุมชนก็มี แต่มักจะต้องฝ่าฝืนและสร้างการยอมรับจากชาวบ้านด้วยความยากลำบากกว่ากัน เช่น กรณีคุณประยงค์ วรรณรงค์ ที่ผลิตยาง ตำบลไม้เรียง อำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ธุรกิจชุมชนที่ก่อตั้งโดยบุคคลหรือคณะบุคคลที่เป็นที่ยอมรับของชาวบ้าน จะระดมทุนได้ง่าย ขยายตัวได้เร็ว และมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง

6. ปัจจัยด้านแรงงาน ส่วนใหญ่แล้วแรงงานในธุรกิจชุมชนคือ แรงงานของผู้ที่ทำงานให้ตนเองและครอบครัว แม้ว่าธุรกิจชุมชนตั้งอยู่ในชนบทเป็นการประกอบการของครอบครัว เกษตรกรแต่สภาพความเป็นจริงในขณะนี้หลายแห่งประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานทั้งระดับแรงงานไร้ฝีมือและแรงงานฝีมือ แรงงานรุ่นใหม่มักจะอพยพเข้าเมืองละทิ้งการพัฒนาอาชีพของครอบครัว ส่วนที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 6 ขึ้นไปมักจะทิ้งอาชีพเดิมเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การค้า ครั้นประสบปัญหาการว่างงานก็ไม่อยากกลับไปสู่อชีพเดิมของพ่อแม่ เพราะความสามารถ และทักษะเชิงหัตถกรรมไม่มี

การมีแรงงานในท้องถิ่นอย่างเพียงพอและแรงงานเหล่านี้มีทักษะในการผลิต เป็นปัจจัย สำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

7. ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก การมีส่วนร่วมของธุรกิจชุมชนที่หนาแน่นที่สุด และ นำไปสู่การพึ่งตนเองได้มากที่สุดคือ ธุรกิจชุมชนประเภทกลุ่มสัจจะออมทรัพย์ ซึ่งสามารถใช้เป็น ฐานเงินทุนหรือกระดานคกไปสู่ธุรกิจชุมชนอื่น ๆ ได้โดยไม่ต้องพึ่งพาการระดมทุนจากภายนอก การพึ่งพาตนเองได้คือตัวบ่งชี้ธุรกิจชุมชน

8. ปัจจัยเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับขององค์กร เป็นกฎเกณฑ์กติกาเพื่อให้ทุกคนปฏิบัติตาม ในอันที่จะทำให้การดำเนินงานไปสู่เป้าหมาย การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ฉะนั้นกฎเกณฑ์กติกาต่าง ๆ จึงต้องเกิดขึ้นจากข้อตกลงของสมาชิก เป็นพื้นฐาน

9. ปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ธุรกิจชุมชนจำเป็นต้องเรียนรู้และกำหนดท่าทีต่อปฏิสัมพันธ์ กับภายนอกให้เหมาะสม ลักษณะของปฏิสัมพันธ์ในความเป็นจริงไม่ใช่ปฏิสัมพันธ์สองฝ่าย แต่เป็น ปฏิสัมพันธ์หลายฝ่ายที่เกิดขึ้นพร้อมกัน นั่นคือ แต่ละฝ่ายที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชุมชนต่างก็จะมี ปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ผ่านการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนนั้น ๆ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวของธุรกิจชุมชนทั้ง 9 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ใช้กำหนด ความสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มธุรกิจชุมชนโดยทั่ว ๆ ไป ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงได้นำมาเป็นแนวทาง ในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อประเมิน โอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบ้านหนองแวง และนำผลการประเมินไปทำการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาคด้วย ค่าทดสอบทางสถิติต่อไป

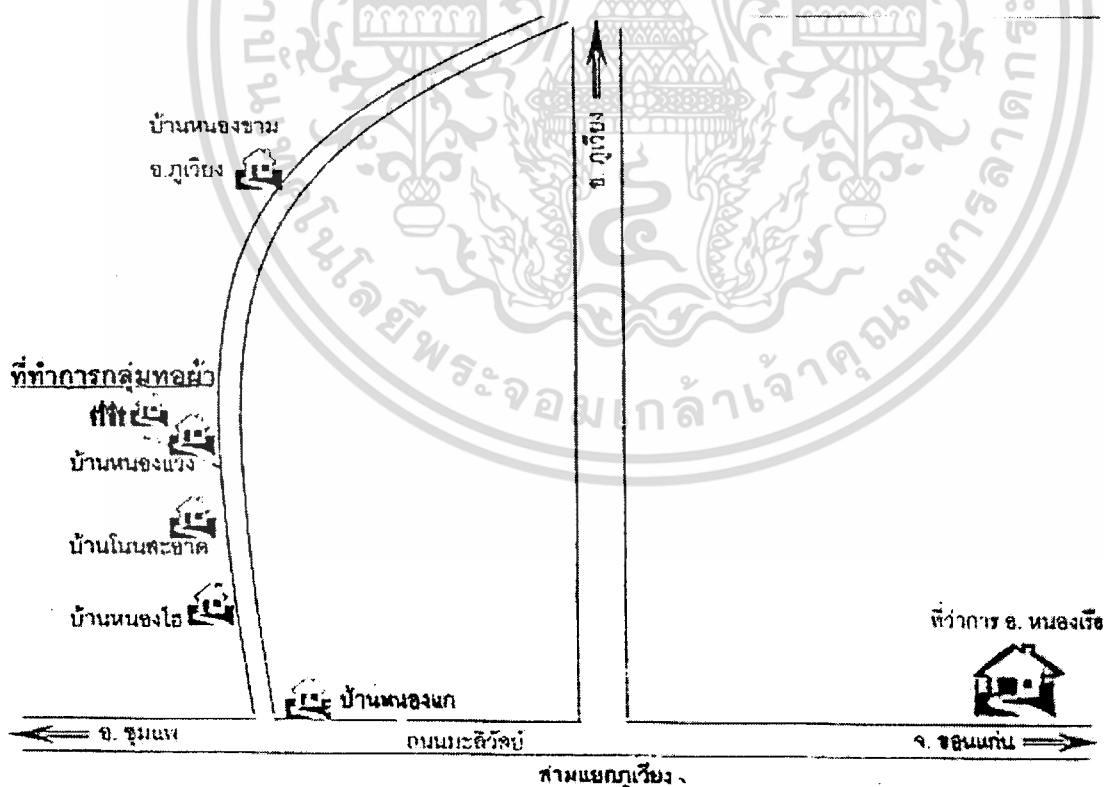
บทที่ 3

ข้อมูลพื้นฐานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

ข้อมูลทั่วไป

1. สถานที่ประกอบการ หมู่ที่ 7 ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น
2. ผู้นำกลุ่ม นางทองใบ ศรีวงษ์รักษ์ อายุ 41 ปี
3. ที่ตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

ระยะทางจากจังหวัดขอนแก่นถึงอำเภอหนองเรือ 52 กิโลเมตร จากอำเภอหนองเรือถึงทางแยกบ้านหนองแวง ระยะทาง 17 กิโลเมตร จากบ้านหนองแวงถึงบ้านหนองแวงระยะทาง 4 กิโลเมตร เข้าถึงที่ทำการกลุ่ม 200 เมตร



ภาพที่ 1 ที่ตั้งของสถานประกอบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา: (สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่, 2542)
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาณาเขตติดต่อของหมู่บ้านหนองแวง
 ทิศเหนือ ติดเขตหมู่บ้านหนองขาม อำเภอภูเวียง
 ทิศใต้ ติดเขตหมู่บ้านโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ
 ทิศตะวันออก ติดเขตหมู่บ้านหินลาด ตำบลโนนทอง อำเภอหนองเรือ
 ทิศตะวันตก ติดเขตหมู่บ้านหนองพง โปด ตำบลข้าวเรือ อำเภอชุมแพ

ประวัติความเป็นมาของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ก่อนที่จะได้มีการรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมการทอผ้าฝ้าย นั้นทางกลุ่มได้มีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งเป็นกลุ่มใหม่จำนวน 14 คน ทำกิจกรรมเกี่ยวกับการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมพร้อมทั้งการทอผ้าไหมโดยมีหน่วยงานขององค์การนาชาติ มาให้การสนับสนุนเงินทุนจำนวน 15,000 บาท แต่การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มมีปัญหาไม่มีแปลงปลูกหม่อนและการจัดจำหน่ายค่อนข้างยากเพราะไหมมีราคาสูง ดังนั้นกลุ่มจึงเปลี่ยนมาเป็นการทอผ้าฝ้ายผลิตภัณฑ์ชนิดแรก ที่กลุ่มผลิตขึ้นและได้รับความสนใจจากตลาดเป็นอย่างดีก็คือ ผ้าห่ม สมาชิกในกลุ่มจึงได้ปรึกษากันและมีข้อตกลงให้เปลี่ยนจากกิจกรรมเกี่ยวกับไหมมาเป็นผ้าฝ้าย ดังนั้นจึงได้นำเงินของกลุ่มทั้งหมดจำนวน 10,000 บาทมาดำเนินกิจกรรมการทอผ้าฝ้าย จากนั้นจึงได้จัดตั้งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2536 โดยสำนักงานเกษตรอำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น และได้ส่งสมาชิกไปศึกษาการทอผ้า และวิธีการย้อมสีธรรมชาติจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองขาม ตำบลนาชุมแสง อำเภอภูเวียง ซึ่งอยู่ติดต่อกัน และเริ่มพัฒนาฝีมือในการทอผ้า ฝักหัดการย้อมสีธรรมชาติ จากส่วนต่าง ๆ ของต้นไม้ที่ให้สีธรรมชาติจากท้องถิ่น แต่ยังคงเป็นการผลิตในลักษณะการทำแบบส่วนตัวเพื่อใช้ในครัวเรือน

ต่อมาได้มีการรวมตัวกันดำเนินธุรกิจการทอผ้าเพื่อจำหน่าย โดยมีสมาชิกร่วมกันดำเนินกิจกรรมครั้งแรกจำนวน 14 ราย และสำนักงานเกษตรอำเภอหนองเรือ ได้สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องโดยการสนับสนุนความรู้ จัดหาตลาด รวมทั้งประสานภาคเอกชน องค์การนาชาติ เพื่อร่วมพัฒนา เข้ามาร่วมสนับสนุนจนการดำเนินกิจกรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง สามารถดำเนินธุรกิจการทอผ้าเป็นผลิตภัณฑ์จำหน่ายจนแพร่หลาย และเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วไปทั้งภายในจังหวัด และต่างจังหวัด ปัจจุบันมีสมาชิกร่วมโครงการ 59 ราย มีศูนย์การผลิตและจำหน่ายอยู่ที่ทำการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง หมู่ที่ 7 ตำบลโนนสะอาด อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม

1. เพื่อให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้เวลาว่างให้ก่อประโยชน์ และการมีงานทำอย่างต่อเนื่อง
2. เพื่อเป็นการรวมกลุ่มให้อำนาจต่อรองในการจัดซื้อปัจจัยการผลิต และการจำหน่ายในท้องถิ่น
3. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการรองรับผลิตภัณฑ์ผ้าต่าง ๆ ของสมาชิก เพื่อจำหน่ายและเป็นตัวกลางในการรองรับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน
4. เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้นอกภาคเกษตรแก่ครอบครัว
5. ลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงาน

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน

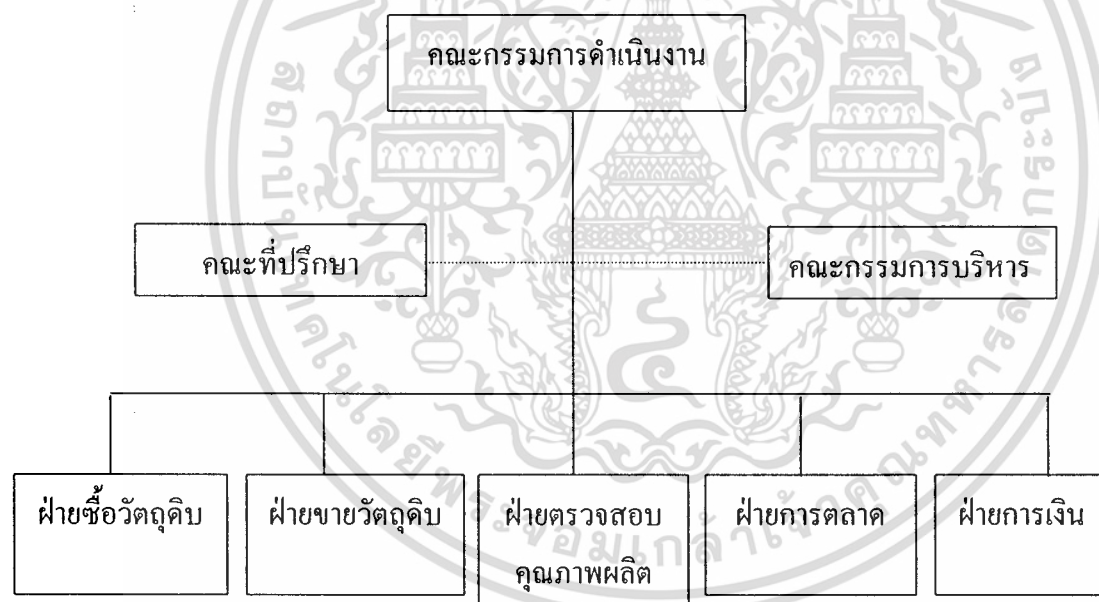
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งทางงบประมาณ การจัดอบรมให้ความรู้ การให้คำแนะนำ และเป็นพี่เลี้ยง ซึ่งมีทั้งหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน ดังนี้ (สำนักงานเกษตรอำเภอหนองไผ่, 2542)

1. สำนักงานเกษตรอำเภอหนองเรือ ได้ให้การสนับสนุนในด้านการอบรมให้ความรู้ การแนะนำวิธีการผลิต การใช้เทคโนโลยีการผลิต การตลาด การบัญชี และอื่น ๆ ตามความเหมาะสม
2. สำนักงานสหกรณ์อำเภอหนองเรือ ได้ให้การสนับสนุนในด้านการจัดทำบัญชี
3. สำนักงานเกษตรจังหวัดขอนแก่น ได้ให้การสนับสนุนในด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การตลาด โดยการจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณที่ได้รับจากกรมส่งเสริมการเกษตร
4. กรมส่งเสริมการเกษตร ได้จัดสรรงบประมาณสนับสนุนในปี พ.ศ. 2539 จำนวน 500,000 บาท
5. ธนาคารออมสิน ปี พ.ศ. 2541 ได้ให้เงินกู้จำนวน 200,000 บาท โดยคิดดอกเบี้ยร้อยละ 7 เพื่อนำไปให้สมาชิกซื้อวัตถุดิบมาดำเนินการผลิต
6. องค์การนานาชาติเพื่อร่วมพัฒนา ซึ่งเป็นหน่วยงานภาคเอกชน ได้ให้การสนับสนุนในด้านงบประมาณ ในปี พ.ศ. 2537 จำนวน 20,000 บาท และปี พ.ศ. 2538 จำนวน 28,000 บาท เป็นเงินให้ฝึกอบรมและจัดทำผลิตภัณฑ์ โดยไม่ต้องใช้คืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

ในช่วงปี พ.ศ. 2536 ได้มีผู้บริหารกลุ่มบ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง คือ นางเจียม แสนเหวิน ในตำแหน่งประธานกลุ่มได้บริหารงานจนถึงปี พ.ศ. 2538 จึงได้มีการลงคะแนนเพื่อคัดเลือกผู้มาทำหน้าที่ประธานกลุ่ม และนางทองใบ ศรีวงษ์รักษ์ ได้รับคัดเลือกจากสมาชิกให้เป็นประธานกลุ่ม ในปี พ.ศ. 2539 โดยอยู่ในวาระเป็นเวลา 2 ปี และปัจจุบันนางทองใบก็ยังคงได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกให้ดำรงตำแหน่งประธานกลุ่ม ติดต่อกันถึง 3 วาระด้วยกัน กลุ่มได้ดำเนินการบริหารจัดการภายในเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและชุมชนให้มากที่สุด โดยแบ่งหน้าที่การดำเนินงานออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ตามโครงสร้างองค์กรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ดังนี้



ภาพที่ 2 โครงสร้างองค์กรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

ที่มา: (สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริหารองค์กร

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงได้ดำเนินการบริหารจัดการภายในกลุ่ม เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและชุมชนมากที่สุด มีคณะผู้ร่วมดำเนินงาน คือ คณะกรรมการดำเนินงาน คณะกรรมการบริหาร และคณะที่ปรึกษา

1. คณะกรรมการบริหาร จะมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงานของกลุ่ม ออกความคิดเห็นต่าง ๆ และเป็นที่ยุติในระหว่างการทำงานของแต่ละฝ่าย คณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วยบุคคลสำคัญที่ได้รับการนับถือ และเป็นที่ยอมรับของชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารงานภายในกลุ่ม ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะได้รับการแต่งตั้งโดยผ่านความเห็นชอบจากคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 คณะกรรมการบริหาร

ลำดับ	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	นายพวง ศรีอ่อนน้อย	ประธานกรรมการ
2	นายสุนทร ประกาย	รองประธานกรรมการ
3	นายสุพจน์ สุภาพสุนทร	กรรมการ
4	นายไสว ประภาศรี	กรรมการ
5	นายนิคม มาตราปัญญา	กรรมการ
6	นายทองเที่ยง โชติศรี	กรรมการ
7	นายนิรภัย ไปนั้น	กรรมการ
8	นายเวียงชัย โชติศรี	กรรมการ
9	นายน่วม ศรีวงษ์รักษ์	กรรมการ
10	นายโสพล มาตย์วิเศษ	กรรมการและเลขานุการ

ที่มา: (สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. คณะที่ปรึกษาของคณะกรรมการดำเนินงาน ประกอบไปด้วยเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือ และคอยแนะนำวิธีการดำเนินงาน รวมทั้งบุคคลสำคัญที่มีความรู้ด้านการบริหารจัดการ และเป็นหัวใจของชุมชน ประกอบด้วย

- 2.1 สำนักงานเกษตรอำเภอหนองเรือ
- 2.2 ส่วนราชการอำเภอหนองเรือ
- 2.3 องค์การนาชาชาติเพื่อช่วยพัฒนา
- 2.4 นายโสพล มาตย์วิเศษ อาจารย์โรงเรียนบ้านหนองแวง
- 2.5 นางมะลิวัลย์ เทศน้อย อาจารย์โรงเรียนบ้านหนองแวง
- 2.6 นายนิคม มาตรการหมู่บ้าน
- 2.7 นางเจียม แสนเหวิน ที่ปรึกษากลุ่ม

3. คณะกรรมการดำเนินงาน จะดำเนินงานภายใต้แผนการดำเนินงานของกลุ่ม โดยอาศัยคำแนะนำจากคณะที่ปรึกษา และแนวทางที่ได้กำหนดร่วมกับคณะกรรมการบริหาร แบ่งหน้าที่การทำงานออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ การดำเนินงานของกลุ่ม (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 คณะกรรมการดำเนินงาน

ลำดับที่	ชื่อ - สกุล	ตำแหน่ง
1	นางทองใบ ศรีวงษ์รักษ์	ประธานกรรมการ
2	นางองอาจ หันตุลา	รองประธานกรรมการ
3	นางอัมพร ปิวสาร	เหรัญญิก
4	นางบังอร วงษ์สวรรค์	ประชาสัมพันธ์
5	นางทองปุ่น มาตรการหมู่บ้าน	เลขานุการ
6	นางทอง ประกาย	กรรมการ
7	นางหนู วงษ์อุตร	กรรมการ
8	นางนงลักษณ์ โชติศรี	กรรมการ
9	นางเข็มพร ศรีอ่อนน้อย	กรรมการ
10	นางลำไย ประวันโณ	กรรมการ
11	นางสำเนียง ลัดเหลา	กรรมการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อ – สกุล	ตำแหน่ง
12	นางแหวน บำรุงชีพ	กรรมการ
13	นางวิไลย์ วงษ์กระนวน	กรรมการ

ที่มา: (สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่, 2542)

ภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการดำเนินงาน ได้แบ่งการบริหารจัดการในกลุ่มออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ดังนี้

1. การฝ่ายการตลาด ประกอบด้วย
 - นางอัมพร ปิวสาร
 - นางบังอร วงษ์สวรรค์
 - นางทองใบ ศรีวงษ์รักษ์
 - นางองอาจ หันตุลา
2. คณะกรรมการฝ่ายการเงินและบัญชี ประกอบด้วย
 - นางอัมพร ปิวสาร
 - นางบังอร วงษ์สวรรค์
 - นางทองใบ ศรีวงษ์รักษ์
 - นางองอาจ หันตุลา
3. คณะกรรมการฝ่ายจัดหาซื้อวัตถุดิบ ประกอบด้วย
 - นางทองใบ ศรีวงษ์รักษ์
 - นางทองปุ่น มาตรฐาน
 - นางบรรจง โชติศรี
 - นางบังอร วงษ์สวรรค์
 - นางทอง ประกาย
4. คณะกรรมการฝ่ายขายวัตถุดิบ ประกอบด้วย
 - นางทน วงษ์อุคร
 - นางนงลักษณ์ โชติศรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ในการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นางวิไล วงษ์กระนวน

นางอัมพร ปิวสาร

5. คณะกรรมการฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ ประกอบด้วย

นางลำไย ประวิณโณ

นางองอาจ หันตุลา

นางสำเนียง ลัดเหลา

นางทองใบ ศรีวงษ์รักษ์

นางทองปุ่น มาตรการปัญญา

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองแขวงได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการฝ่ายตรวจสอบบัญชี เพื่อให้การจัดทำบัญชีเป็นไปอย่างถูกต้อง ผู้ที่สามารถตรวจสอบบัญชีได้ประกอบด้วย

นายโสพล มาตย์วิเศษ อาจารย์โรงเรียนบ้านหนองแขวง

นายคำพวน บัวจารย์ เจ้าหน้าที่งานการเกษตรประจำตำบลโนนสะอาด

นางจงจิตร จันทวงษ์ เจ้าหน้าที่งานเกษตรอำเภอหนองเรือ

นางเจียม แสนเหวิน ที่ปรึกษากลุ่มฯ

คณะกรรมการดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจะเป็นผู้กำหนดแนวทางในการบริหารโดยได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการบริหารและคณะที่ปรึกษา จากนั้นนำข้อมูลจากฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายจัดหาทุน ฝ่ายการตลาด ฝ่ายวัตถุดิบ ฯลฯ มาวิเคราะห์ร่วมกัน แล้วจึงกำหนดทิศทางให้สมาชิกดำเนินการผลิตสินค้า ให้สอดคล้องกับการตลาด วัตถุดิบ และเงินทุนดังนี้

1. ฝ่ายจัดซื้อวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ จะจัดซื้อวัตถุดิบ (เส้นด้าย) หรือวัสดุอื่น ๆ ที่จะนำมาใช้เพื่อการทอผ้าฝ้าย จากแหล่งที่เชื่อถือได้และราคายุติธรรม เมื่อได้วัตถุดิบมาแล้วจะนำมามอบให้คณะกรรมการฝ่ายขายวัตถุดิบ โดยปริมาณการจัดซื้อแต่ละครั้งจะสอดคล้องกับปริมาณเงินทุน และความต้องการสินค้าที่ผลิตได้ของตลาด และซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติจากสมาชิก

2. ฝ่ายขายวัตถุดิบ จะรับวัตถุดิบจากฝ่ายจัดซื้อวัตถุดิบแล้วนำมาลงบัญชี และจำหน่ายให้สมาชิกนำไปดำเนินการแปรรูปตามที่ฝ่ายตลาดต้องการ

3. ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ สมาชิกดำเนินการแปรรูปเป็นผ้าเสร็จแล้ว จะนำผ้าเหล่านั้นรวบรวมให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อให้ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพเป็นผู้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานของกลุ่มฯ แล้วลงบัญชีพร้อมส่งให้ฝ่ายการตลาดต่อไป

4. ฝ่ายการตลาด รับผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจสอบแล้วจากฝ่ายตรวจสอบคุณภาพมาดำเนินการบรรจุหีบห่อเพื่อส่งให้คู่สัญญา และติดต่อรับคำสั่งมาส่งให้กลุ่ม โดยมีเหรียญเป็นผู้จัดทำบัญชีการเงินนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากมีเทศกาลต่าง ๆ คณะกรรมการดำเนินงานจะหมุนเวียนกันนำสินค้าไปจำหน่าย โดยในแต่ละครั้งจะมีตัวแทนสมาชิกเปลี่ยนเวรกันไปช่วยจำหน่ายด้วยจำนวน 1 คน เพื่อเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่สมาชิกในด้านการตลาด กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมวัดอุประสงค์จะให้สมาชิกทุกคนได้เรียนรู้วิธีการตลาดไปด้วย หากในอนาคตถ้าสมาชิกท่านนั้นได้รับเลือกตั้งมาร่วมเป็นคณะกรรมการดำเนินงานก็จะสามารถร่วมดำเนินการในด้านตลาดได้โดยไม่จำเป็นต้องเริ่มเรียนรู้ใหม่และเป็นการสอนให้สมาชิกทุกคนเกิดการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง

5. ฝ่ายการเงินและบัญชี กรรมการฝ่ายนี้จะทำงานร่วมกับற்றுญิกอย่างใกล้ชิดเพราะจะทำหน้าที่คล้าย ๆ เป็นผู้ช่วยற்றுญิก ซึ่งเป็นหนึ่งในคณะกรรมการดำเนินงาน

การบริหารการผลิต

การบริหารการผลิตเป็นงานที่จะต้องนำข้อมูลจากฝ่ายต่าง ๆ มาวิเคราะห์ร่วมกัน เช่นฝ่ายจัดซื้อวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ ฝ่ายขายวัตถุดิบ และฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ (Quality Control: QC) โดยคณะกรรมการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมบ้านหนองแวงจะเป็นผู้กำหนดแนวทางการบริหารและร่วมวางแผนการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดวัตถุดิบ และเงินทุนที่จะต้องใช้

การจัดหาปัจจัยการผลิตผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ

1. วัตถุดิบหลัก คือ ฝ้าย กลุ่มจะรับซื้อมาจากอำเภอชุมแพ และอำเภอภูเวียง โดยนำมาจำหน่ายให้สมาชิกในราคาทุน หรือทุกวันอังคารก็จะมีพ่อค้านำฝ้ายมาจำหน่ายให้ ณ ที่ทำการกลุ่ม หากสมาชิกคนใดต้องการก็สามารถซื้อได้ด้วยตนเอง จะซื้อในปริมาณมากน้อยขึ้นอยู่กับงบประมาณ และกำลังการผลิตของแต่ละครัวเรือน

2. วัตถุดิบที่เป็นส่วนประกอบและอุปกรณ์ ได้แก่

2.1 สีธรรมชาติ จะขึ้นอยู่กับว่าใครจะย้อมสีอะไร โดยจัดหาได้ภายในท้องถิ่นหรือบางสีที่ขาดแคลนจะซื้อจากพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ดอกคำฝอย สีย้อมธรรมชาติส่วนใหญ่ได้จากส่วนต่างๆ ของพืช เช่น เปลือกไม้ ใบไม้ ลูกไม้ และรากไม้

สีแดง ได้จาก ดอกคำฝอย รากขยอ ครั้ง

สีน้ำเงิน ได้จาก ต้นคราม

สีเหลือง ได้จาก แก่นขมิ้น ขมิ้นชัน แก่นแห รากต้นสะเดา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์และสงวนไว้เพื่อใช้ในการผลิตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีดำ ได้จาก ลูกกระจาย ลูกมะเกลือ

สีชมพู ได้จาก ต้นมหากาฬ และต้นฝาง

สีน้ำตาลแก่ ได้จาก เปลือกไม้โกงกาง

สีม่วงอ่อน ได้จาก ลูกหว่า

สีกาเกี่ยมเขียว ได้จาก เปลือกเอือกกับแก่นขนุน

สีกาเกี่ยมเหลือง ได้จาก หมากสงกับแก่นแกลแล

สีส้ม (แดงเลือดนก) ได้จาก ลูกสะตี่

สีทองอ่อน (กระดังงา) ได้จาก รากแกลง (มะพูด)

สีเขียว ได้จาก เปลือกต้นมะริดไม้ ใบหูกวาง เปลือกกระหูด เปลือกสมอ

ครามแล้วย้อมทับกับแกลง

สีเปลือกไม้ ได้จาก ต้นรูกฟ้า หนามกราย ไม้โกงกาง เปลือกตะบูน

2.2 กี่ทอมือ สมาชิกทุกครัวเรือนจะมีที่อยู่ตามบ้านขนาด 2.8 x 3 เมตร ใช้ในการทอผ้าขนาดปกติ แต่ถ้าทอผ้าขนาดใหญ่ก็จะมาทอที่กลุ่ม ซึ่งมีที่ขนาด 3 x 3.5 เมตร สำหรับบริการสมาชิกที่ไม่มีที่ขนาดใหญ่ ส่วนสมาชิกบางรายที่สามี่เป็นช่างฝีมือก็จะประกอบที่ขนาดใหญ่ใช้เองที่บ้าน

2.3 ฟืม เป็นอุปกรณ์สำคัญในการกำหนดลวดลายของผ้า จะมีขนาดขึ้นอยู่กับขนาดของผ้าที่ต้องการทอ และมีอยู่ทุกครัวเรือนของสมาชิก กลุ่มไม่สามารถทำฟืมขึ้นใช้เองได้ จึงต้องสั่งทำจากช่างฝีมือที่มีความชำนาญเฉพาะ ส่วนใหญ่จะสั่งทำกับช่างที่อยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด

2.4 กระจวย เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการสอดทอเอาเส้นด้ายตัดกันให้เป็นลายผ้า

การดำเนินงานและขั้นตอนการผลิต

การผลิตจะทำทั้งที่ทำการกลุ่มและที่บ้านของสมาชิกในกลุ่ม สมาชิกจะเป็นผู้จัดหาที่ทอมือมาทอตนเองภายในครัวเรือนซึ่งส่วนมากจะเป็นที่ขนาดเล็ก หากต้องการทอที่ขนาดใหญ่จะต้องไปใช้บริการ ณ ที่ทำการกลุ่ม เพราะที่กลุ่มมีทั้งที่ทอมือขนาดใหญ่และที่ทอมือขนาดเล็กอย่างละ 4 หลัง สมาชิกสามารถเวียนกันมาใช้บริการได้โดยที่ศูนย์จะแบ่งเวรกันดูแลและคอยอำนวยความสะดวกอยู่ตลอดเวลา

ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทั้งหมดจะต้องผ่านการย้อมสี แล้วนำไปทอตามลายและขนาดที่กำหนดขึ้น ซึ่งจะต้องเลือกให้เหมาะสมกับฟืมที่มีอยู่ เช่น การทอผ้าคลุมเตียง ต้องทอด้วยกี่และฟืมขนาดใหญ่ ส่วนการทอผ้ารองจานนั้น ต้องทอด้วยกี่และฟืมขนาดเล็ก ทั้งนี้ขั้นตอนการผลิต การย้อมสีผ้าฝ้าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แต่ละชนิดจะไม่แตกต่างกันมากนัก จะต่างกันก็เฉพาะสี ขนาด และลวดลายเท่านั้น โดยกรรมวิธีการผลิตผ้าฝ้ายทอมือจะมีขั้นตอน (ภาพที่ 3) ดังนี้

1. การจัดหาวัตถุดิบ
2. การย้อมสี
3. การทอมือ
4. การตรวจสอบคุณภาพ
5. การจำหน่าย



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการผลิตผ้าฝ้ายทอมือ
ที่มา: (ประกาศันท์และคณะ, 2543)

การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต

กลุ่มได้ผลิตผ้าห่มเป็นชิ้นแรกโดยใช้ฝ้ายที่มีอยู่แล้วและส่วนที่มีเพิ่มในภายหลังซึ่งมีลวดลายตามที่ตลาดต้องการ ปัจจุบันกลุ่มมีฝ้ายมากกว่า 40 สาย ลูกค้าสามารถเลือกได้หลายแบบ อีกทั้งยังสามารถผลิตผ้าฝ้ายให้มีขนาดเล็กใหญ่ได้ตามต้องการและในอนาคตกลุ่มคาดว่าจะสามารถสั่งฝ้ายที่มีลวดลายมากกว่าปัจจุบันเพื่อจะได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น โดยในการผลิตจะมีอุปกรณ์ที่สำคัญดังนี้

1. กี่ทอมือขนาดใหญ่ (3 x 3.5 เมตร) กี่ทอมือขนาดเล็ก (2.8 x 3 เมตร)
2. ฝ้าย ขึ้นอยู่กับลวดลายและขนาดของผ้าที่ต้องการทอ
3. กระจสวย จะใช้ในการทอแต่ละครั้งมากกว่า 3 อัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การบริหารการตลาด

การบริหารการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ดำเนินการโดยจะมีการประชุมคณะกรรมการและสมาชิกทุกคนในกลุ่มเพื่อวางแผนการตลาด เป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เสนอความคิดเห็น รวมทั้งมีส่วนร่วมและได้รับทราบขั้นตอนการปฏิบัติงานไปพร้อม ๆ กัน นอกจากนี้ยังได้ร่วมกันวางแผนการผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับการตลาด สมาชิกจะร่วมปรึกษากันเกี่ยวกับการคัดเลือกแหล่งวัตถุดิบที่เหมาะสม วัตถุดิบที่ต้องใช้ และปริมาณการผลิตที่เพียงพอ กับความต้องการของตลาด

การดำเนินงานของกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นไปตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ทำให้ขาดอิสระในการดำเนินงานและมีทิศทางที่ไม่แน่นอนปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์และสภาพแวดล้อมทางการตลาด กลุ่มจึงไม่ได้มีการกำหนดแผนการดำเนินงานไว้เป็นที่แน่นอน แต่จากการสำรวจทำให้ทราบว่าคณะกรรมการ ได้ทำการประชุมร่วมกับสมาชิกเพื่อวางแผนทางการตลาดเป็นประจำทุกปี (ทองใบ, 2544) จึงทำให้พอทราบแนวทางในการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มดังนี้

1. ผลผลิตของกลุ่มได้รับการตรวจสอบ ปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง โดยพยายามเน้นคุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากกลุ่มประกอบด้วยสมาชิกที่เป็นแรงงานระดับฝีมือจำนวนมากจึงสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของตลาด

2. ราคาสินค้า การกำหนดราคาสินค้าทุกชนิดของกลุ่มคำนึงถึงความเหมาะสม โดยพิจารณาถึงต้นทุนการผลิตและคุณภาพเป็นเกณฑ์ ซึ่งกลุ่มค่อนข้างมั่นใจในคุณภาพของสินค้าว่าเป็นที่ยอมรับของตลาด เนื่องจากกลุ่มเคยได้รับรางวัลในระดับประเทศ และการรับประกันคุณภาพจากหน่วยงานต่าง ๆ

3. การจัดจำหน่าย การจำหน่ายภายในท้องถิ่น มีการจัดตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขึ้น ณ ที่ทำการกลุ่ม ส่วนในเขตพื้นที่ใกล้เคียงและภูมิภาคอื่น ๆ จะอาศัยช่องทางจำหน่ายในการกระจายสินค้าในลักษณะตัวแทนหรือพ่อค้าคนกลาง จึงทำให้สินค้าถูกกระจายไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

ในปัจจุบันกลุ่มได้พยายามขยายช่องทางการจำหน่ายโดยวิธีการผ่านร้านค้าปลีกและตัวแทนมากขึ้นเนื่องจากสามารถกระจายสินค้าได้ทั่วถึง และมียอดการสั่งซื้อแน่นอน สม่่าสมอ ง่ายต่อการผลิตและรวบรวมผลิตภัณฑ์

4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์และกิจกรรมส่งเสริมการขาย ปัจจุบันกลุ่มมีนโยบายด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยอาศัยหน่วยงานราชการเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ เช่น วารสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งพิมพ์ของหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน เว็บไซต์ของกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์โครงการของกลุ่มเกษตรกร โดยตรงกลุ่มจึงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ

จุดเด่น จุดด้อยด้านการตลาด

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขงได้รับรางวัลเป็นการประกันคุณภาพมาตลอด 4 ปี จึงทำให้เป็นที่ยอมรับ เชื่อถือในกลุ่มลูกค้า มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อมุ่งการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากมีแรงงานที่มีฝีมือสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้กลุ่มยังสามารถจัดหาวัตถุดิบได้ในราคาถูก ประกอบกับค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำทำให้มีต้นทุนในการผลิตรวมต่ำเป็นประโยชน์ในด้านการแข่งขัน จึงเป็นจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มได้เปรียบกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกลุ่มอื่น ๆ ส่วนจุดด้อยของกลุ่ม คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของกลุ่มจึงไม่แพร่หลายและไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากนัก เนื่องจากต้องอาศัยประสบการณ์ในการวางแผนการตลาดอย่างรอบคอบและใช้เงินลงทุนสูง กลุ่มจึงต้องอาศัยหน่วยงานของรัฐเป็นตัวกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ เพราะสมาชิกของกลุ่มยังขาดความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการ จึงต้องอาศัยคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานทำให้ขาดความคล่องตัวในการดำเนินงาน และสินค้าที่ผลิตจากกลุ่มยังไม่มีตราหรือเครื่องหมายการค้าเป็นที่แน่นอนชัดเจน ผู้บริโภคไม่สามารถมองเห็นถึงความแตกต่าง จึงไม่สามารถจดจำสินค้าได้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขง ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2536 ผลิตภัณฑ์ชนิดแรกคือ ผ้าห่ม และในปี พ.ศ. 2537 ผลิตภัณฑ์ที่ผลิต คือ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าขาวม้า ผ้ารองจาน ผ้าพันคอแบบบาง ในปี พ.ศ. 2538 ได้มีการเพิ่มผลิตภัณฑ์ คือ ผ้าคลุมเตียงเดี่ยว ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอแบบหนา จากนั้นกลุ่มยังได้เพิ่มรายการผลิตภัณฑ์มากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งการผลิตผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ในแต่ละครั้ง กลุ่มจะได้รับคำแนะนำจากลูกค้า หรือร้านค้าที่รับเอาผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย โดยร้านค้าจะสังเกตจาก สินค้าที่ขายได้ดี หรือบางครั้งลูกค้าก็จะเป็นคนบอกเองว่าต้องการผลิตภัณฑ์ชนิดไหนอย่างไร ส่วนสินค้าบางรายการกลุ่มจะคิดและการออกแบบเอง ลองผิดลองถูกจนกว่าจะทราบว่าชนิดไหนสามารถจำหน่ายได้ ชนิดไหนที่ควรปรับปรุง หรือควรเลิกผลิต

นอกจากนี้ยังได้ไปศึกษาดูงานจากกลุ่มอื่น ๆ ที่มีประสบการณ์มากกว่า เพื่อเรียนรู้วิธีการออกแบบลาย จากนั้นจึงช่วยกันคิดลายใหม่ ๆ ขึ้น จนปัจจุบันกลุ่มฯ มีลายผ้ามากถึง 40 ราย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้ร้านค้าต่าง ๆ สนใจที่จะสั่งซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น และรายได้ของสมาชิกในกลุ่มก็มากขึ้นด้วย ผลิตภัณฑ์บางชนิดไม่ได้มีการผลิตตลอดทั้งปี แต่จะผลิตตามฤดูกาลหรือตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยกลุ่มจะกระจายการผลิตไปยังสมาชิกตามความถนัดของสมาชิกแต่ละราย เมื่อผลิตเสร็จแล้ว กลุ่มก็จะรับซื้อผลิตภัณฑ์คืนจากสมาชิกมารวบรวมไว้เพื่อนำไปจำหน่ายให้กับลูกค้าต่อไป

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถรองรับความต้องการของตลาด จำนวน 12 รายการ ดังนี้

- | | |
|---|-------------------------|
| 1. ผ้าห่ม ขนาด 1.20 x 2.00 เมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2536 |
| 2. ผ้าขาวม้า ขนาด 0.80 x 2.00 เมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2537 |
| 3. ผ้าปูโต๊ะ ขนาด 1.10 x 1.10 เมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2537 |
| 4. ผ้าปูโต๊ะ ขนาด 1.20 x 1.20 เมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2537 |
| 5. ผ้ารองจาน ขนาด 30 x 50 เซนติเมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2537 |
| 6. ผ้าพันคอแบบบาง ขนาด 50 x 180 เซนติเมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2537 |
| 7. ผ้าคลุมเตียงเดี่ยว ขนาด 5 x 8 ฟุต | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2538 |
| 8. ผ้าคลุมไหล่ ขนาด 0.75 x 1.80 เมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2538 |
| 9. ผ้าพันคอแบบหนา ขนาด 30 x 180 เซนติเมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2538 |
| 10. ผ้าคลุมเตียง ขนาด 8 x 8 ฟุต | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2540 |
| 11. พรมเช็ดเท้า ขนาด 50 x 80 เซนติเมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2542 |
| 12. ผ้าตัดเสื้อ ขนาด 90 x 300 เซนติเมตร | เริ่มผลิตในปี พ.ศ. 2542 |



ภาพที่ 4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้กลุ่มได้รับรางวัลที่ภาคภูมิใจดังนี้

ปี พ.ศ. 2539 ได้รับรางวัลที่ 2 ด้านผลการดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรดีเด่นประจำจังหวัดจากกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ปี พ.ศ. 2539 ได้รับรางวัลที่ 3 ด้านสตรีเกษตรกับสิ่งแวดล้อมระดับจังหวัด จากกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์

ปี พ.ศ. 2541 ได้รับรางวัลที่ 1 ด้านสตรีเกษตรกับสิ่งแวดล้อมระดับภาค จากกรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์

ปี พ.ศ. 2541 ได้รับรางวัลโล่เกียรติคุณอันดับที่ 1 ประเภทกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ในการประกวดผลงานส่งเสริมการเกษตรประจำปี 2541

ปี พ.ศ. 2542 ได้รับรางวัลพระราชทานอันดับ 1 ประเภทกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ในการประกวดผลงานส่งเสริมการเกษตรประจำปี พ.ศ. 2542 ระดับประเทศ

2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ในระยะแรกบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มยังไม่มี เมื่อทอเสร็จแล้วจะพับผ้าเรียงกันไว้แล้วนำส่งให้กับลูกค้า แต่ขณะนี้ใช้ถุงพลาสติกที่พิมพ์ตราประจำกลุ่มติดไว้เป็นสัญลักษณ์ เป็นบรรจุภัณฑ์ ซึ่งไม่ค่อยมีความคงทน อีกทั้งยังขาดความสวยงาม ไม่ดึงดูดลูกค้าเท่าที่ควร



ภาพที่ 5 ตราสัญลักษณ์ประจำกลุ่ม

ที่มา: (ประกาศนียบัตรและคณะ, 2543)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาและการกำหนดราคา

กลุ่มใช้วิธีการกำหนดราคาตามราคาที่ใกล้เคียงกับคู่แข่ง และกลุ่มทุนที่ใช้ในการผลิตกลุ่มจะไม่สนใจการแข่งขันด้านราคาของคู่แข่ง แต่จะเน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่า เพราะกลุ่มคิดว่าถ้าคุณภาพดีกว่าคู่แข่ง แม้ราคาจะแพงกว่าก็ยังสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ ส่วนการปรับราคากลุ่มจะปรับราคาตามค่าใช้จ่ายในการจัดหาปัจจัยการผลิต ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันกลุ่มยังไม่มีมีการปรับเปลี่ยนราคาสินค้า (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 เกณฑ์การกำหนดราคาสินค้าของกลุ่มแม่บ้านหนองแวง (บาทต่อผืน)

ประเภทผลิตภัณฑ์	ราคาที่รับซื้อจากสมาชิก	ราคาขายส่ง	ราคาขายปลีก
1. ผ้าห่ม	220	250	400
2. ผ้าขาวม้า	70	100	150
3. ผ้าปูโต๊ะ	120	150	180
4. ผ้าปูเตียงคู่	600	900	1,100
5. ผ้ารองจาน	30	35	40
6. ผ้าพันคอแบบบาง	50	60	100
7. ผ้าพันคอแบบหนา	70	80	110
8. ผ้าคลุมเตียงเดี่ยว	320	350	400
9. ผ้าคลุมเตียงคู่	1,000	1,200	1,300
10. ผ้าคลุมไหล่	100	150	180
11. พรหมเช็ดเท้า	50	60	70
12. ผ้าตัดเสื้อ ¹	35	40	50

หมายเหตุ ¹ เกณฑ์กำหนดราคาผ้าตัดเสื้อ (บาทต่อเมตร)

ที่มา: (สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่, 2542)

การจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายจะมีการจำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่ม และนำไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยจัดให้สมาชิกในกลุ่มไปร่วมกันในการจำหน่าย และส่งไปร้านค้าประจำภายในท้องถิ่น และนอกท้องถิ่นดังรายชื่อในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 รายชื่อตลาดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขวง

ร้านค้า	ลักษณะการจัดจำหน่าย
พระธรรมจันทร์ขอนแก่น	ฝากขาย
โรงแรมโซฟิเทลขอนแก่น	ฝากขาย
ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมขอนแก่น	ฝากขาย
ห้างดิไอสยามบางลำพู	ซื้อไปจำหน่าย (เงินเชื่อ)
กองส่งเสริมธุรกิจเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร	ฝากขาย
ร้านบุญมีไหมไทย อ.ชนบท จ.ขอนแก่น	ขายเงินสด
ร้านพานทองไหมไทย อ.ชนบท จ.ขอนแก่น	ขายเงินสด
ร้านวิภาไหมไทย อ.ชนบท จ.ขอนแก่น	ขายเงินสด
ร้านเกษรไหมไทย อ.เมือง จ.ขอนแก่น	ขายเงินสด / ฝากขาย
ร้านมุกดาหารชายโขง จ.มุกดาหาร	ชำระเป็นงวด / เดือน
ร้านทวีสุข โข จ.ชัยภูมิ	ชำระเป็นงวด / เดือน
ร้านกินไหมไทย จ.ขอนแก่น	ชำระเป็นงวด / เดือน
ร้านบางกอก ซีทีวี จำกัด กรุงเทพฯ	ชำระเป็นงวด / เดือน
ร้านบางกอก ทีบีซี จำกัด กรุงเทพฯ	ชำระเป็นงวด / เดือน
ร้านคุณนงนุช ตลาดนัดสวนจตุจักร	ชำระเป็นงวด / เดือน
ศูนย์การค้าแฟชั่นไอแลนด์	ชำระเป็นงวด / เดือน
ห้างริเวอร์ซิตี้ สีพระยากรุงเทพฯ	ซื้อไปจำหน่าย (เงินเชื่อ)
บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)	ขายเงินสด

ที่มา: (สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่, 2542)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแขม มี 4 ช่องทางด้วยกัน คือ

ช่องทางแรก ประกอบด้วย ผู้ผลิต ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นการขายสินค้าโดยตรงให้กับผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกของกลุ่มผลิตได้ทั้งหมดจะถูกรวบรวมไว้ที่ศูนย์จำหน่าย การสั่งซื้อทางไปรษณีย์หรือทางโทรศัพท์ ซึ่งจะต้องทำการตกลงเรื่องราคาและปริมาณสินค้าที่แน่นอนก่อน ถ้าตกลงกันได้ ลูกค้าจะระบุวันเวลาในการรับส่งสินค้า การชำระเงินและการส่งสินค้าจะต้องทำให้เสร็จสิ้นภายใน 1 วัน โดยลูกค้าจะต้องโอนเงินค่าสินค้าผ่านบัญชีของศูนย์ก่อนเมื่อทางศูนย์ตรวจสอบแล้วว่าลูกค้าได้โอนเงินค่าสินค้าพร้อมค่าขนส่งที่ได้ตกลงกันได้แล้ว ลูกค้าสามารถตรวจเช็ครายการได้จากบริษัทขนส่ง วิธีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์มีความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย ลูกค้าที่ต้องการซื้อคราวละมาก ๆ หรือลูกค้าประจำจึงมักนิยมวิธีการสั่งซื้อทางโทรศัพท์มากกว่า

ช่องทางที่ 2 ประกอบด้วย ผู้ผลิต งานแสดงสินค้า และผู้บริโภค งานแสดงสินค้าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มเป็นจำนวนมาก และยังช่วยเผยแพร่สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยสมาชิกที่เป็นตัวแทนกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปจัดแสดง และจำหน่ายในราคาส่ง ทำให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าคราวละมาก ๆ อีกด้วย งานแสดงสินค้าจัดขึ้นประจำปี ทั้งภายในท้องถิ่นและต่างจังหวัด เช่น งานเกษตรอีสาน งานกาชาด งานไหม งานมหกรรมเกษตร เป็นต้น

ช่องทางที่ 3 ประกอบด้วย ผู้ผลิตร้านค้าปลีกในท้องถิ่น และผู้บริโภค เป็นลักษณะการขายที่ร้านค้าในท้องถิ่นนำผลิตภัณฑ์ไปขายต่อให้กับผู้บริโภคอีกครั้งหนึ่ง ร้านค้าเหล่านี้สามารถนำสินค้าไปวางจำหน่ายในอัตราราคาที่ต่างออกไป ซึ่งร้านค้าจะกำหนดอัตราราคาสินค้าเอง

ช่องทางที่ 4 ประกอบด้วย ผู้ผลิต ตัวแทน โรงแรมหรือห้างสรรพสินค้าและผู้บริโภค เป็นการขายสินค้าโดยมีตัวแทนจำหน่ายมารับผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายให้กับโรงแรม หรือร้านค้าที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า เพื่อจำหน่ายสินค้าแก่ผู้บริโภคในย่านชุมชนเมืองและจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ซึ่งเป็นช่องทางระบายสินค้าไปยังผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ดีถึงปานกลาง อีกทั้งยังเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

การส่งเสริมการขาย

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ได้รับความเชื่อถือในด้านคุณภาพ เพราะมีการตรวจสอบคุณภาพทุกครั้งก่อนนำสินค้าออกจำหน่ายพร้อมทั้งมีราคาที่เหมาะสมไม่ถูกหรือแพงจนเกินไป การส่งเสริมการขายของกลุ่มใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานของรัฐ และเอกชนที่ยินดีให้ความร่วมมือ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการประกาศข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต และการนำสินค้าออกแสดงตามงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรกร เป็นโอกาสที่จะทำให้กลุ่มได้มีโอกาสพบปะกับกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง นอกจากนี้กลุ่มยังได้จัดรายการส่วนลดสำหรับลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์โดยตรงจากกลุ่ม ทั้งที่ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์และที่งานแสดงสินค้า และการให้เครดิตสำหรับลูกค้าประจำที่มารับสินค้าไปจำหน่ายหรือตัวแทนจำหน่าย สามารถชำระเงินค่าสินค้าเป็นงวด ๆ ได้ตามระยะเวลาที่ตกลงกัน

ลักษณะของลูกค้า

ลูกค้าส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เข้ามาซื้อสินค้าที่ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม กลุ่มลูกค้าประจำที่ใช้วิธีการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์หรือใช้โอกาสพบปะกันระหว่างที่ออกจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นทุก ๆ ปี ทั้งในท้องถิ่นและต่างจังหวัด กลุ่มที่เป็นตัวแทนหรือคนกลางในการกระจายสินค้า ซึ่งจะรับสินค้าจากกลุ่ม โดยอาจจะมารับด้วยตัวเองที่ศูนย์ฯ หรือใช้วิธีการส่งผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อนำสินค้าไปขายต่อให้กับร้านค้า โรงแรมหรือห้างสรรพสินค้าทั้งในกรุงเทพฯและต่างจังหวัด

การบริหารการเงิน

การบริหารการเงินของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงมีคณะกรรมการฝ่ายการเงินและบัญชี คือ นางอัมพร ปิวสาร นางบังอร วงษ์สวรรค์ นางทองใบ ศรีวงษ์รักษ์ และนางองอาจ หันตุลา ในการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของกลุ่ม รวมทั้งรับผิดชอบการจัดสรรเงินเข้ากลุ่มเมื่อได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานต่าง ๆ โดยได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่สำนักงานอำเภอหนองเรือ สำนักงานเกษตรอำเภอหนองเรือในการจัดทำบัญชีสมุดรายวันทั่วไป สมุดขายสินค้า และสมุดซื้อสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การระดมและจัดสรรเงินทุน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. 2536 ภายใต้โครงการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แต่ไม่ประสบความสำเร็จจึงได้เปลี่ยนมาเป็นการทอผ้าฝ้ายแทน โดยนำเงินทุนในส่วนที่เหลือจำนวน 10,000 บาทมาเริ่มต้นโครงการใหม่ (สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่, 2542)

ในปี พ.ศ. 2537 ได้มีสมาชิกมาสมัครเพิ่มขึ้นได้เก็บค่าสมัคร จำนวน 50 บาทและนำไปเป็นเงินทุนหมุนเวียนต่อไป

ในปี พ.ศ. 2539 ได้รับเงินสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการเกษตรจำนวน 500,000 บาท และได้นำไปใช้ประโยชน์ดังนี้

1. สร้างอาคาร จำนวน 230,000 บาท (ไม่ต้องใช้คืน)
2. เงินทุนหมุนเวียนจำนวน 270,000 บาทต้องใช้คืนไม่มีดอกเบี้ยโดยใช้คืนในระยะเวลา 4 ปี ปีละ 1 ครั้ง ได้ส่งคืนไปแล้ว 3 ครั้งเหลือเพียง 1 ครั้ง
3. งบประมาณช่วยเหลือจากองค์การนาชาชาติเพื่อร่วมพัฒนา เป็นเงินให้ฝึกอบรมและจัดทำผลิตภัณฑ์ เป็นเงิน 90,000 บาท
4. จากการระดมหุ้น จำนวน 50 คน ๆ ละ 1 หุ้น ๆ ละ 120 บาท เป็นเงิน 6,000 บาท
5. กลุ่มฯ และหมู่บ้าน สมทบสร้างโรงเรียน เป็นเงิน 90,000 บาท

ในปี พ.ศ. 2541 ธนาคารออมสินได้ให้เงินกู้จำนวน 200,000 บาท กิดดอกเบี้ยร้อยละ 7 เพื่อนำไปซื้อวัตถุดิบให้สมาชิกกู้และได้กิดดอกเบี้ยเพิ่ม เป็นร้อยละ 8 โดยให้กู้เต็มวงเงินที่ได้รับ

การปันผลหุ้น

จากผลการดำเนินงานของกลุ่ม สมาชิกจะมีรายได้และชีวิตการเป็นอยู่ดีขึ้น ในช่วงแรกจะไม่มีการปันผลให้กับสมาชิก จะเริ่มมีการปันผลในปี พ.ศ. 2538-2539 และในปี พ.ศ. 2540-2542 ก็ไม่มีการปันผลเพราะจะนำเงินไปใช้คืนให้กรมส่งเสริมการเกษตร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ปี พ.ศ. 2536-2537 ไม่มีการปันผลให้แก่สมาชิก เพราะยังเป็นช่วงการเริ่มต้นตั้งกลุ่ม

ปี พ.ศ. 2538 ได้ปันผลให้สมาชิก 50 คน ๆ ละ 295 บาท

ปี พ.ศ. 2539 ได้ปันผลให้สมาชิก 50 คน ๆ ละ 350 บาท

ปี พ.ศ. 2540-2542 ไม่มีการปันผลเพราะจะนำรายได้ทุกส่วนส่งคืนกรมส่งเสริมการเกษตร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง เป็นธุรกิจชุมชนที่ประกอบกิจการผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการจัดทำปัจจัยการผลิตและเป็นศูนย์กลางในการกระจายผลิตภัณฑ์ มียอดขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้กิจการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และขณะเดียวกันก็เกิดคู่แข่งทางธุรกิจขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงทำให้กลุ่มประสบปัญหาด้านการตลาด ดังนั้นจึงได้ร่วมกันวิเคราะห์องค์กร เพื่อกำหนดทิศทางองค์กรให้ชัดเจนขึ้น โดยอาศัยกระบวนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ แล้วระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีศักยภาพส่งผลกระทบต่อกลุ่ม โดยเรียงลำดับข้อตามความสำคัญ ซึ่งได้จากการประเมินของคณะกรรมการกลุ่ม ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. สินค้าหลักของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษ สร้างความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
2. กลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายชุมชน และมีลูกค้าประจำที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ได้ตลอดทั้งปี
3. ปัจจัยที่ใช้ในกรรมวิธีการผลิต สามารถหาได้ง่ายภายในท้องถิ่นทำให้มีต้นทุนการผลิตต่ำ
4. สมาชิกซึ่งเป็นแรงงานสำคัญ มีความชำนาญในการทอผ้าสามารถปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ
5. ใช้สีย้อมผ้าที่สกัดมาจากธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
6. กลุ่มมีสินค้าหลายชนิดและจะเพิ่มผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ขึ้นทุก ๆ ปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. สินค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มมีราคาสูงกว่าสินค้าของกลุ่มอื่น ที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน
2. กลุ่มขาดประสบการณ์ด้านการตลาด ตลอดจนความรู้ด้านกฎหมายพาณิชย์ การเสนอขายต่อรองด้วยเงื่อนไขสัญญาทางการค้า
3. กลุ่มไม่มีความรู้ ความเข้าใจในการศึกษาวิจัยตลาด
4. ที่ตั้งของกลุ่มอยู่ห่างไกลจากตลาดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นตลาดหลัก จึงกระจายสินค้าได้ไม่ทั่วถึง และมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง
5. ผลิตภัณฑ์บางชนิดคล้ายกับกลุ่มอื่น ถูกค้าจำแนกไม่ออกจึงมักเปลี่ยนไปซื้อจากกลุ่มอื่น ๆ เพราะเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์เหมือนกัน
6. งบประมาณในการโฆษณา และส่งเสริมการขายค่อนข้างจำกัด
7. ปัจจัยการผลิต เช่น แรงงาน วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณจำกัด

โอกาส (Opportunities)

1. ผู้บริโภคเริ่มหันมาใช้สินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติมากขึ้น
2. กระแสนิยมไทยเกิดขึ้น มีการรณรงค์ให้คนไทยหันมาใช้สินค้าของคนไทยมากขึ้น
3. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ “1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์”
4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนช่วยกันสนับสนุนด้านเทคโนโลยี นำอินเทอร์เน็ตมาใช้กับ

ธุรกิจชุมชน

5. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว มีส่วนช่วยให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น
6. กลุ่มผู้บริโภคในสังคมชั้นสูง มักมีความชื่นชอบในความคลาสสิกของผ้าฝ้ายที่มี

สิทธิธรรมชาติ

7. การขยายตัวของตลาดสิ่งทอในต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

อุปสรรค (Threats)

1. นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอำนาจให้กลุ่มคิดใหม่เข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายขึ้น
2. ค่านิยมของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไป สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นน้อยลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กิจการของกลุ่มมีผลกระทบต่อสมดุลธรรมชาติ เนื่องจากกลุ่มต้องใช้ปัจจัยการผลิตส่วนใหญ่จะมาจากธรรมชาติเช่น พืช หรือเปลือกไม้ที่นำมาสกัดเป็นสีย้อมผ้า หากกลุ่มไม่มีการปลูกทดแทนบ้างจะทำให้สภาพแวดล้อมขาดสมดุล
4. กลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน เกิดการแข่งขันกันเอง
5. คู่แข่งสามารถกำหนดราคาสินค้าได้ต่ำกว่า
6. คนกลางมีอำนาจในการต่อรองสูง และสามารถเปลี่ยนมาเป็นคู่แข่งของกลุ่มได้ง่าย

การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาด

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงมีวิสัยทัศน์ที่เห็นว่า ในอนาคตผู้คนเริ่มหันมาสนใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้ตลาดสินค้าที่มาจากธรรมชาติขยายตัวเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเกิดค่านิยมของกระแสนิยมไทยมีความตื่นตัวมากขึ้น ดังนั้น คณะกรรมการกลุ่มจึงได้ร่วมกันกำหนดภารกิจของกลุ่ม เพื่อให้ทราบทิศทางที่แน่นอนของธุรกิจว่าควรจะมุ่งหน้าไปทางใด จึงได้ตกลงกันว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงจะเป็นศูนย์กลางในการรองรับผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติที่ผลิตจากสมาชิก และเป็นตัวกลางจำหน่ายสินค้าให้ไปสู่ท้องตลาด โดยการดำเนินงานของกลุ่มจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการช่วยเหลือ พึ่งพากัน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

จากที่ได้ระบุทิศทางของธุรกิจว่าควรขยายธุรกิจ โดยการหาพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่กระจายอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ได้อย่างทั่วถึง และช่วยลดความเสี่ยงทางธุรกิจลงด้วย ดังนั้นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงจึงใช้กลยุทธ์ระดับองค์กรแบบขยายตัว โดยการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ (strategic alliances) และวางแผนดำเนินงานในอนาคต โดยใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (differentiation) เพื่อลดการแข่งขันกับกลุ่มธุรกิจชุมชน อื่น ๆ

กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

1. กลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ในระดับปานกลางถึงระดับสูง มีความสนใจผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและเต็มใจสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน
2. กลุ่มลูกค้าสถาบันที่เป็นองค์กรของรัฐและรัฐวิสาหกิจ โดยเฉพาะที่มีโครงการส่งเสริมหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชนหรือการพัฒนาชนบท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. กลุ่มลูกค้าภาคเอกชนที่มีนโยบายสนับสนุนหรือส่งเสริมรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิม เศรษฐกิจพอเพียง หรือการพัฒนามาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีในสังคมไทย
4. กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และต่างประเทศที่นิยมช้อปปิ้งในสินค้าพื้นบ้านของไทย

วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านการตลาด

1. เพื่อขยายตลาดค้าฝ้ายทอมือให้กระจายทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ และเพิ่มช่องทางจำหน่ายเพื่อขยายไปสู่ตลาดต่างประเทศ
2. เพื่อสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ
3. เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมของกลุ่ม และกระตุ้นกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้เกิดความต้องการบริโภคสินค้าของกลุ่ม

กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม

จากการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ และสร้างกลยุทธ์ทางเลือกด้วยแบบจำลองสวอทเมตริกซ์ จึงได้กลยุทธ์ทางเลือก จากนั้นทำการวิเคราะห์ร่วมกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานด้านการตลาด และให้สอดคล้องกับภารกิจและวัตถุประสงค์ของกลุ่ม จนได้เป็นกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม คือ เพิ่มช่องทางการตลาด และสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์

1. การเพิ่มช่องทางการตลาดเพื่อขยายตลาดให้มากขึ้น กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงควรปฏิบัติตามขั้นตอนดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ร่วมมือกับเครือข่ายชุมชนให้ช่วยจำหน่ายสินค้าของกลุ่ม และกลุ่มก็นำสินค้าของเครือข่ายชุมชนกลุ่มอื่นมาจำหน่ายให้เป็นการตอบแทน ซึ่งจะทำให้กลุ่มกระจายสินค้าได้มากขึ้น และยังเป็นการตลาดคู่แข่งทางธุรกิจลงได้อีกทางหนึ่ง

1.2 เปิดร้านค้าบนอินเทอร์เน็ตโดยเริ่มแรกอาจต้องขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนพร้อมให้การสนับสนุนในการติดตั้งร้านค้า และช่วยฝึกอบรมบุคลากร

2. การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ และเพิ่มความต้องการของกลุ่มลูกค้าเดิมนั้น กลุ่มควรจะปฏิบัติดังนี้

2.1 เน้นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นและความชำนาญของสมาชิกที่ได้รับการถ่ายทอดมาจาก

บรรพบุรุษมาช่วยในการประดิษฐ์ทอผ้าทอ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เข้าช้อนกับกลุ่มอื่น ๆ เช่น ผ้าห่ม ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูโต๊ะ และผ้าขาวม้า เป็นต้น

2.2 กระตุ้นความต้องการของตลาดด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ทุก ๆ ปี เพราะกลุ่มมีวัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายภายในท้องถิ่น มีแรงงานระดับฝีมือที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น จึงมีต้นทุนในการผลิตต่ำสามารถผลิตสินค้าได้ตลอดทั้งปี

2.3 คิดค้น และออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อร่วมประกวดกับกรมส่งเสริม หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีกิจกรรมส่งเสริมอาชีพชุมชน จากนั้นคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่ได้รางวัลมาปรับปรุง และจำหน่ายเป็นสินค้าของกลุ่ม เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.4 สร้างชื่อเสียงกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงให้เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือย้อมสีธรรมชาติ ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง จำหน่ายสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงคุณค่าที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ เกิดความภาคภูมิใจที่มีส่วนในการเผยแพร่ และอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย อีกทั้งยังได้มีส่วนช่วยในการรักษาสีงแวดล้อมด้วย

การทดสอบสมมติฐาน

จากการประเมินความสามารถในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจ โดยเปรียบเทียบกันระหว่างแนวความคิดใหม่กับแนวความคิดเดิม ผู้ศึกษาเชื่อว่ากลุ่มจะต้องเห็นถึงความสำคัญของการวิเคราะห์กลยุทธ์ และจะสามารถนำกลยุทธ์การตลาดที่ได้ไปวางแผนประกอบการดำเนินงานในอนาคต จึงได้ตั้งสมมติฐานการศึกษาไว้ว่า “ระดับความคิดเห็นจากการประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจตามแนวความคิดใหม่มากกว่าแนวความคิดเดิม”

การประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

จากการสำรวจระดับความคิดเห็น โดยใช้แบบประมาณค่า ตั้งแต่ 1 จนถึง 5 โดย 5 เท่ากับความเห็นที่มากที่สุดของคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงและผู้ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม จำนวน 20 คน จากแบบสอบถามเป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ตามแนวความคิดใหม่ (X) และแนวความคิดเดิม (Y) ผลการสำรวจได้ข้อมูลดังตารางที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 ผลการสำรวจระดับความคิดเห็น ของคณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง และผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง

คนที่	ระดับความคิดเห็น		ทิศของความแตกต่าง (X-Y)	เครื่องหมายของผลต่าง
	แนวความใหม่ (X)	แนวความคิดเดิม (Y)		
1	4	2	ใหม่ > เดิม	+
2	3	3	ใหม่ = เดิม	0
3	4	3	ใหม่ > เดิม	+
4	5	2	ใหม่ > เดิม	+
5	4	4	ใหม่ = เดิม	0
6	5	3	ใหม่ > เดิม	+
7	5	4	ใหม่ > เดิม	+
8	4	2	ใหม่ > เดิม	+
9	3	5	ใหม่ < เดิม	-
10	5	3	ใหม่ > เดิม	+
11	3	3	ใหม่ = เดิม	0
12	3	5	ใหม่ < เดิม	-
13	5	4	ใหม่ > เดิม	+
14	5	4	ใหม่ > เดิม	+
15	4	3	ใหม่ > เดิม	+
16	5	4	ใหม่ > เดิม	+
17	3	5	ใหม่ < เดิม	-
18	3	4	ใหม่ < เดิม	-
19	4	1	ใหม่ > เดิม	+
20	4	2	ใหม่ > เดิม	+

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 6 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่าง คือ คณะกรรมการกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มฯ จำนวน 20 คน มีผู้ที่ให้ระดับคะแนนตามแนวความคิดใหม่มากกว่าแนวคิดเดิม ($X > Y$) จำนวน 13 คน ให้ระดับคะแนนตามแนวความคิดใหม่น้อยกว่าแนวคิดเดิม ($X < Y$) จำนวน 4 คน และให้ระดับคะแนนตามแนวความคิดใหม่เท่ากับแนวคิดเดิม ($X = Y$) จำนวน 3 คน สามารถทดสอบสมมติฐานของการศึกษาได้ตามขั้นตอน ดังนี้

1. สมมติฐานเพื่อการทดสอบทางสถิติ

H_0 : ระดับความคิดเห็นจากการประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจตามแนวความคิดใหม่ไม่แตกต่างจากแนวความคิดเดิม

H_1 : ระดับความคิดเห็นจากการประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจตามแนวความคิดใหม่มากกว่าแนวความคิดเดิม

2. กำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$

3. สถิติที่ใช้ The Sign test

4. วิเคราะห์ทางสถิติ

กำหนดทิศทางของความแตกต่าง โดยให้คะแนนแนวความคิดใหม่เป็น (X) แนวความคิดเดิมเป็น (Y) ทิศทางของความแตกต่าง ($X - Y$) เปลี่ยนความแตกต่างของข้อมูลเป็นเครื่องหมาย + และ - ตามตารางที่ 6

แสดงว่าจำนวนเครื่องหมายบวก (+) = 13 จำนวนเครื่องหมายลบ (-) = 4 และคู่ลำดับที่เป็นศูนย์ (0) = 3 ดังนั้นค่า N และค่า X จะได้ $N = 13 + 4 = 17$ และ $X = 4$

5. การทดสอบนัยสำคัญ หากค่าวิกฤตความน่าจะเป็นจากตาราง (binomial distribution) โดยนำค่า $N = 17$ และ $X = 4$ ไปเปิดตารางผนวกที่ 2 เทียบกับค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ คือ 0.05

จากตารางผนวกที่ 2 ค่า $P = 0.025$ แสดงว่า $P < \alpha$ จึงปฏิเสธ H_0 แต่ยอมรับ H_1 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นจากการประเมินโอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจตามแนวความคิดใหม่มากกว่าแนวความคิดเดิม

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของเกษตรกรที่อาศัยอยู่ภายในท้องถิ่น ประกอบธุรกิจชุมชนที่มีกิจการเกี่ยวข้องกับการทอผ้าฝ้ายด้วยมือ เพื่อเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรอง และเป็นศูนย์กลางในการรองรับนโยบายของภาครัฐ กลุ่มจะให้ความช่วยเหลือสมาชิกในการจัดหาปัจจัยการผลิต และเป็นตัวกลางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่สมาชิกผลิตขึ้นมา จากประสบการณ์ดำเนินงานที่ผ่านมากลุ่มได้ประสบปัญหาด้านการตลาดบ่อยครั้ง จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร จึงทราบถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่ม กล่าวคือ กลุ่มมีสินค้าหลักที่ผลิตขึ้น โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น ใช้วัตถุดิบ และแรงงานภายใน ท้องถิ่นที่มีความชำนาญ ประกอบกับปัจจุบันผู้บริโภคหันมาสนใจผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากขึ้น ตลาดผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติจึงขยายตัวเพิ่มขึ้น อีกทั้งกระแสนิยมไทยกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผ้าไทยมากขึ้น ประกอบกับหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนให้การสนับสนุนในการเปิดโอกาสและช่องทางการตลาดให้กับธุรกิจชุมชนมากขึ้น จนเกิดเป็นช่องว่างให้ธุรกิจชุมชนกลุ่มใหม่ ๆ เข้าสู่ธุรกิจได้ง่าย ทำให้กลุ่มมีคู่แข่งทางธุรกิจมากขึ้นเป็นอุปสรรคต่อการทำงาน และเกิดปัญหาผลิตภัณฑ์ซ้ำซ้อนกันทำให้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ยากขึ้น อีกทั้งกลุ่มยังขาดประสบการณ์ด้านการตลาด บุคลากรยังขาดความชำนาญในการวิจัย พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานที่แน่นอน และสถานที่ตั้งกลุ่มก็อยู่ห่างไกลจากตลาดหลัก ดังนั้น จึงได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับแนวทางการดำเนินงานของกลุ่ม คือกลยุทธ์สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยใช้จุดแข็ง คือ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความชำนาญของสมาชิกในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ และคุณค่าในตัวเอง เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค และกลยุทธ์เพิ่มช่องทางการตลาด เพื่อขยายตลาดให้กว้างขึ้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง และรักษายอดขายให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

หลังจากกำหนดกลยุทธ์แล้ว จึงได้นำเสนอต่อผู้นำกลุ่ม คณะกรรมการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวความคิดใหม่ในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง และเมื่อมีการประเมินเปรียบเทียบแนวความคิดใหม่กับแนวความคิดเดิม ผลปรากฏว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงมีการยอมรับแนวความคิดใหม่ในระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ซึ่งแสดงถึงเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงมีระดับความคิดเห็นจากการประเมิน โอกาสในการบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจตามแนวความคิดใหม่มากกว่าแนวความคิดเดิม

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง พบว่ากลุ่มมีจุดอ่อนในด้านความพร้อมของบุคลากร ซึ่งยังขาดประสบการณ์ ขาดความรู้ในการบริหารการตลาด สินค้าส่วนใหญ่มีราคาสูงกว่าสินค้าของกลุ่มอื่น ๆ และมีลักษณะใกล้เคียงกันกับกลุ่มอื่นที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน หรือบางครั้งลูกค้าเกิดความเข้าใจผิดคิดว่าสินค้าผลิตมาจากที่เดียวกัน ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของกลุ่ม ดังนั้นจากการศึกษาจึงได้มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. กลุ่มควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ซ้ำซ้อนกับกลุ่มอื่น ซึ่งจะต้องปฏิบัติดังนี้

1.1 กลุ่มจะต้องเลือกตลาดที่สมาชิกมีความถนัด และชำนาญเป็นพิเศษ ประมาณ 2-3 ตลาด เพื่อนำมาดัดแปลง ประยุกต์เป็นลายใหม่ ๆ ที่กลุ่มคิดขึ้นมาเองให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม จากนั้นนำมาประดิษฐ์เป็นลายผ้า

1.2 ทดลองนำออกจำหน่ายดูว่าลูกค้านิยมหรือไม่ โดยสังเกตจากปริมาณการสั่งซื้อว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลง หรืออาจสอบถามความคิดเห็นจากลูกค้า และให้ลูกค้าช่วยแนะนำ เพื่อจะได้ทำการปรับปรุงต่อไป

2. การกำหนดราคาสินค้า กลุ่มควรจะปรับราคาสินค้าปลีกที่จำหน่ายในชุมชนบ้างตามสถานการณ์ตลาด เพื่อให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้ต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพราะสินค้าที่กลุ่มจำหน่ายอยู่ในชุมชนมีต้นทุนทางการตลาดต่ำกว่าสินค้าที่นำออกไปจำหน่ายข้างนอก เนื่องจากเสียค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่ำ และผ่านคนกลางน้อยกว่า

3. นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในงานด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการขยายช่องทางการจำหน่าย เช่น

3.1 กลุ่มสามารถขอความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งของภาครัฐ และเอกชนที่มีนโยบายและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตรในสังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมพัฒนาชุมชนในสังกัดกระทรวงมหาดไทย หรือสถาบันการศึกษาที่อยู่ภายในท้องถิ่น เช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งเป็นสถาบันที่ให้ความสนใจ การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 จัดกิจกรรมร่วมกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นได้ โดยการเปิดอบรมอาชีพให้กับนักศึกษาที่มีความสนใจ หรือจัดการประกวด แข่งขันการทำโฮมเพจเพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างเว็บไซต์จำหน่ายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมกับชุมชนมากขึ้น สามารถนำความรู้ทางวิชาการที่ได้จากการศึกษามาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับ วิถีชีวิต และสอดคล้องกับวัฒนธรรมของประเทศไทย

จากการศึกษาครั้งนี้ได้ทราบถึงจุดเด่น จุดด้อยของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง รวมถึงโอกาสที่ทำให้กลุ่มบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจได้ และเสนอแนะต่อธุรกิจชุมชนกลุ่มอื่น ดังนี้

1. ธุรกิจชุมชนควรเริ่มต้นจากอาชีพที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะสมาชิกจะมีความชำนาญ และถนัดในงานด้านนั้น ทำให้การดำเนินงานราบรื่น สามารถพัฒนาได้เร็วกว่ากลุ่มที่ต้องมาเริ่มต้นใหม่ทั้งหมด

2. การพัฒนาบุคลากร เพื่อรองรับโครงการต่าง ๆ ที่รัฐและเอกชนจัดให้กับกลุ่มเกษตรกร จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า บ่อยครั้งที่กลุ่มมักจะพลาดโอกาสทางธุรกิจหลายอย่าง เนื่องจากบุคลากรของกลุ่มขาดความรู้ ความเข้าใจในเชิงวิชาการ เมื่อมีวิทยากรมาให้การอบรม กลุ่มไม่สามารถนำเอาความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงตามวัตถุประสงค์ ดังนั้นธุรกิจชุมชนควรต้องคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพมาร่วมบริหารงานของธุรกิจชุมชน และให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของสมาชิก

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอเป็นแนวความคิดใหม่ ต่อกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ซึ่งกลุ่มสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดได้ เพื่อให้กลุ่มสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนั้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การบริหารงานบุคคล และการบริหารด้านการเงิน เป็นต้น และหลังจากที่ได้มีการนำแนวความคิดใหม่ไปประยุกต์ใช้แล้ว น่าจะมีการศึกษาเพื่อประเมินประสิทธิภาพการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ และปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543 ก. “การผลิตและการเชื่อมโยงจัดการสินค้าเกษตรเพื่อการตลาด”.

กองส่งเสริมธุรกิจเกษตร. 31(153): น. 35-42.

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2543 ข. การแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรอย่างง่าย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (อค์สำเนา)

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. 2542. ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทองใบ ศรีวงษ์รักษ์. 2544. ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านหนองแวง. สัมภาษณ์, 8 ธันวาคม 2544.

นันทิยา หุตานุวัฒน์ และณรงค์ หุตานุวัฒน์. 2542. SWOT: การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. ฝ่ายผลิตและบริการเอกสารสำนักวิทยบริการ:มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ประกาพันธ์ แสงงามซึ่ง และคณะ. 2543. กรณีศึกษานโยบายธุรกิจกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรบ้านหนองแวง อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่นกลุ่มแม่บ้านรางวัลพระราชทานดีเด่นระดับประเทศ ปี 2542. รายงานเสนออาจารย์วิมล วีระภาพพันธ์. มหาสารคาม: คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พัศตร์พอง วัฒนสินธุ์. 2544. การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2544. “ธุรกิจชุมชน: ศักยภาพของภูมิปัญญาท้องถิ่น”. *จุฬาลงกรณ์ปริวั*. 13(51): น. 56-62.

สมยศ นาวิการ. 2538. *การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: นำอักษรการพิมพ์.

สภาคาทอลิกแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา. 2543. “ลมหายใจของผ้าทอพื้นเมืองไทยวันนี้”. *สังคมพัฒนา*. 28(2): น. 84-87.

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี. 2544. “วิพากษ์การตลาด: มุมที่ (ไม่) อาจมองข้าม”. *บริหารธุรกิจ*. 24(90): น. 28-37.

สำนักงานเกษตรอำเภอบ้านไผ่. 2542. *รายงานการตรวจเยี่ยมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น. เกษะกิจเกษตร. (อัครำเนา)*

อารีย์ เชื้อเมืองพาน และคณะ. 2543. “กระบวนการสร้างทุนของชุมชน”. *ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์*. 2(เมษายน-กรกฎาคม 2543): น. 127-140.

อำนาจ เลิศขันธ์ดี. 2539. *สถิติอนพาราเมตริก*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศิลปสนองการพิมพ์.

Kotler, P. 1994. *Principles of Marketing*. Newjersery: Prentice-Hall.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก

เลขที่แบบสอบถาม.....

สถานที่ผู้ให้สัมภาษณ์.....

แบบสอบถามชุดที่ 1

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาปัญหาพิเศษแนวคิดใหม่ในการจัดการธุรกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรบ้านหนองแวง

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้ให้ท่านแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมที่มีศักยภาพส่ง
ผลกระทบต่อกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง และการประเมินผลสำเร็จของธุรกิจ
โดยพิจารณาอย่างละเอียด และ โปรดเขียนเครื่องหมาย X ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเห็นของท่าน
เพียง 1 ช่อง

จุดแข็ง	จุดแข็งที่มีศักยภาพส่งผลกระทบต่อกลุ่ม			จุดแข็งที่มีความสำคัญเชิงเปรียบเทียบ		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
1. ศิลปะการทอผ้าของกลุ่มเกิดจากภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ สร้างความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว						
2. กลุ่มใช้สีย้อมผ้าที่สกัดมาจากธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภคและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม						
3. กลุ่มมีแรงงานระดับฝีมือ และใช้วัตถุดิบที่หาได้ง่ายจากท้องถิ่นในการผลิตสินค้า						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดแข็ง	จุดแข็งที่มีศักยภาพส่งผล กระทบต่อกลุ่ม			จุดแข็งที่มีความสำคัญ เชิงเปรียบเทียบ		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
<p>4. สมาชิกมีความชำนาญในการทอผ้า ค่อนข้างสูงสามารถออกแบบสีสันทันและ ลวดลายของผ้าได้เอง</p> <p>5. สมาชิกให้การยอมรับนับถือในตัวผู้นำ และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการทำ กิจกรรมต่าง ๆ</p> <p>6. การแบ่งงานกันทำตามหน้าที่ทำให้ กลุ่มสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น</p> <p>7. ต้นทุนที่ใช้ในกระบวนการผลิตค่อนข้างต่ำ จึงปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ได้ตาม ความต้องการ</p> <p>8. กลุ่มมีเทคโนโลยีการผลิตที่เพียงพอต่อ ปริมาณความต้องการของตลาด</p> <p>9. กลุ่มมีเครือข่ายชุมชน และลูกค้าที่ สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ได้ตลอดทั้งปี</p>						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดอ่อน	จุดอ่อนที่มีศักยภาพส่งผล			จุดอ่อนที่มีความสำคัญ		
	กระทบต่อกลุ่ม			เชิงเปรียบเทียบ		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
<p>1. สมาชิกส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ และการรักษาระดับคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานที่แน่นอน</p> <p>2. ที่ตั้งของกลุ่มอยู่ห่างไกลจากตลาดหลัก จึงกระจายสินค้าได้ไม่ทั่วถึงและมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสูง</p> <p>3. กลุ่มยังขาดแคลนงบประมาณสำหรับการใช้ในการจัดรายการส่งเสริมการขาย</p> <p>4. ขาดการศึกษาวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ตลอดจนแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภค</p> <p>5. ไม่ตราสินค้าที่ช่วยทำให้ลูกค้าจดจำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้</p> <p>6. กลุ่มต้องอาศัยเทคโนโลยีที่สำคัญในการกระบวนการผลิต อย่างเช่น พื้มาจากท้องถิ่นอื่น</p> <p>7. ขาดทักษะในการเจรจาเพื่อเสนอขาย และต่อรองราคาราคาสินค้า</p> <p>8. การตัดสินใจค่อนข้างล่าช้า เนื่องจากต้องรอความเห็นและการตัดสินใจจากคณะกรรมการหลายฝ่าย</p>						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอกาส	เป็นโอกาสที่ศักยภาพส่งผล			เป็นโอกาสที่มีความสำคัญ		
	กระทบต่อกลุ่ม			เชิงเปรียบเทียบ		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
<p>1. การตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากธรรมชาติมากขึ้น</p> <p>2. เกิดกระแสนิยมไทยทำให้ผู้บริโภคภายในประเทศหันมาใช้สินค้าที่ผลิตด้วยภูมิปัญญาของคนไทย ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นของไทยมากขึ้น</p> <p>3. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ประกอบกับรัฐบาล สนับสนุนให้มีการส่งเสริมการตลาด E-commerce ในกลุ่มธุรกิจชุมชนตามโครงการ "1 ตำบล 1</p> <p>4. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้กลุ่มสามารถขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในงานหัตถกรรมพื้นบ้าน อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง</p> <p>5. กลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในสังคมชั้นสูงมักจะชื่นชอบในความคลาสสิกของผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติเนื่องจากมีความกลมกลืนกับธรรมชาติ</p>						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุปสรรค	เป็นอุปสรรคที่มีศักยภาพ			เป็นอุปสรรคที่มีความ		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
<p>1. นโยบายการขยายฐานเศรษฐกิจและการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนทำให้เกิดกลุ่มผู้ผลิตรายใหม่ที่จะก้าวเข้ามาเป็นคู่แข่งได้ไม่ยากในอนาคต</p> <p>2. การเปลี่ยนค่านิยมของสังคมคนรุ่นใหม่ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่คนรุ่นหลัง</p> <p>3. พ่อค้าคนกลางมีอำนาจในการต่อรองสูง อีกทั้งยังสามารถเปลี่ยนตัวเองมาเป็นคู่แข่งทางการตลาดได้ง่ายด้วย</p> <p>4. รัฐบาลมีมาตรการส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตรตลอดจนงานหัตถกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน จึงทำให้ชุมชนเกิดการแข่งกันเอง</p> <p>5. การที่กลุ่มใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ เพื่อสกัดเป็นสีย้อมผ้าอาจส่งผลกระทบต่อความสมดุลของสิ่งแวดล้อมได้</p>						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามชุดที่ 2

แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินผลสำเร็จของธุรกิจตามแนวความคิดเดิมและแนวความคิดใหม่

คำชี้แจง: ให้พิจารณาว่า แผนการดำเนินงานที่ผ่านมา มีโอกาสที่จะทำให้ธุรกิจของท่านบรรลุเป้า
ตอนที่ 1 แบบประเมินความสามารถในการดำเนินงานตามแนวความคิดเดิม

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. กลุ่มสามารถพึ่งตนเองด้านเงินทุน หรือสามารถระดมทุนได้จากชุมชน					
2. กลุ่มมีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน สามารถรับซื้อสินค้าคราวละมาก ๆ ออกไปจำหน่ายและมีสถานที่จำหน่ายหรือร้านค้า					
ชุมชน มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบภายในชุมชนที่มีต้นทุนต่ำ					
4. กลุ่มมีระบบการบริหารงานด้านการเงิน ระบบงาน และระบบบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร ทำงานด้วยความพยายาม เสียสละ และมีความซื่อสัตย์ต่อหน้าที่					
5. มีผู้นำที่ได้รับการยอมรับในชุมชนให้เป็นตัวแทนหรือผู้นำทางธุรกิจ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	ความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. ในภาคการผลิตกลุ่มอาชีพแรงงานฝีมือจากคนในครอบครัวของสมาชิก ที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้จากบรรพบุรุษมาสู่คนรุ่นลูกรุ่นหลาน ฝึกฝนจนเกิดความรู้ความชำนาญจนสามารถพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน					
7. สมาชิกทุกคนร่วมถือหุ้น ร่วมลงทุน สามารถนำทุนไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และให้ความร่วมมือ ปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของกลุ่มอย่างเคร่งครัด					
8. สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ เกิดความมุ่งมั่นในการประกอบธุรกิจ					
9. ผู้ผลิตและผู้ประกอบการ มีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ประชาชนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 หลังจากที่ได้ประเมินเปรียบกับปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว ให้ท่านพิจารณาว่าแนวความคิดเดิม และแนวความคิดใหม่ จะสามารถทำให้กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวงมีบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจได้ในระดับใด

แนวความคิด	ระดับความความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การดำเนินงานตามแนวความคิดเดิม ¹ ทำให้กลุ่มสามารถบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจได้					
2. การดำเนินงานในเชิงกลยุทธ์ ตามแนวความคิดใหม่ ² ทำให้กลุ่มสามารถบรรลุผลสำเร็จทางธุรกิจได้					

ขอขอบคุณ
ผู้ศึกษา

หมายเหตุ: ¹ แนวความคิดเดิม หมายถึง แนวความคิดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ที่ใช้ในการดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 จนถึงปี พ.ศ. 2544
² แนวความคิดใหม่ หมายถึง แนวความคิดที่ได้การวิเคราะห์กลยุทธ์ของการศึกษานี้ เพื่อมาใช้ในการดำเนินธุรกิจในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์

การดำเนินงานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองแวง ต. โนนสะอาด อ. หนองเรือ จ. ขอนแก่น

1. แนวทางการดำเนินงานที่ใช้อยู่ทำให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ อย่างไร.....
.....
2. ทำไมจึงใช้วิธีการดำเนินงานนั้น.....
3. ประสิทธิภาพ (effectiveness) ของการดำเนินงานอยู่ในระดับใด เป็นอย่างไร.....
.....
4. เรื่องอะไรบ้างที่ดำเนินการได้ดี เพราะอะไร.....
.....
5. เรื่องอะไรบ้างที่ทำแล้วติดขัด หรือเป็นปัญหา เพราะอะไร.....
.....
6. สถานการณ์ที่ผ่านมา ในเรื่องใดบ้างที่เอื้ออำนวย เป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม ในขณะที่สถานการณ์เหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร (เช่น สถานภาพการแข่งขัน เศรษฐกิจ สังคม นโยบายของรัฐในเรื่องพัฒนาธุรกิจชุมชนฯ).....
.....
.....
7. สถานการณ์ที่ผ่านมา ในเรื่องใดบ้างที่ไม่เอื้ออำนวย เป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม ในขณะที่สถานการณ์เหล่านี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร (เช่น สถานภาพการแข่งขัน เศรษฐกิจ สังคม นโยบายของรัฐ ฯลฯ).....
.....
.....

ขอขอบคุณ

นักศึกษาภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ค

ตารางผนวกที่ 1 การวิเคราะห์กลยุทธ์ด้วยแบบจำลองการสร้างกลยุทธ์ทางเลือก

	<p>จุดแข็ง (strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าหลักของกลุ่มผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 2. กลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายชุมชน และมีลูกค้าประจำที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ได้ตลอดทั้งปี 3. ปัจจัยผลิต สามารถหาได้ง่ายภายในท้องถิ่น มีต้นทุนการผลิตต่ำ 4. แรงงาน มีความชำนาญในการทอผ้า 5. ใช้ธัญพืชที่สกัดมาจากธรรมชาติ 6. กลุ่มมีสินค้าหลายชนิดและจะเพิ่มผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ขึ้นทุกปี 	<p>จุดอ่อน (weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มมีราคาสูงกว่าสินค้าของกลุ่มอื่น ที่อยู่ในท้องถิ่นเดียวกัน 2. กลุ่มขาดประสบการณ์ด้านการตลาด ตลอดจนความรู้ด้านกฎหมายพาณิชย์ 3. กลุ่มไม่มีความรู้ ความเข้าใจในการศึกษาวิจัยตลาด 4. ที่ตั้งของกลุ่มอยู่ห่างไกลจากตลาดหลัก 5. ผลิตภัณฑ์คล้ายกับกลุ่มอื่น ถูกค้าเงินนอกไม่ออก 6. งบประมาณในการโฆษณา และส่งเสริมการขายค่อนข้างจำกัด 7. ปัจจัยการผลิต เช่น แรงงาน วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตมีปริมาณจำกัด
<p>โอกาส (opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้บริโภคเริ่มหันมาใช้สินค้าที่ผลิตจากธรรมชาติมากขึ้น 2. กระแสนิยมไทย มีการรณรงค์ให้ใช้สินค้าของคนไทยมากขึ้น 3. ผลิตภัณฑ์ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมโครงการ “1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์” 4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีงานอาอินเตอร์เน็ตมาใช้กับธุรกิจชุมชน 5. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว มีส่วนช่วยให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น 6. ค่านิยมในกลุ่มสังคมชั้นสูง ชื่นชอบในคุณภาพผลิตภัณฑ์ของค้าฝ้ายที่มีสีธรรมชาติ 7. การขยายตัวของตลาดสิ่งทอในต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น 	<p>กลยุทธ์จุดแข็ง – โอกาส (SO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างความคุ้นตัวและกระตุ้นความต้องการของตลาดด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (S1,3,6 O1,2,6,7) 2. เพิ่มมูลค่าสินค้าและการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ (S1,2 O1,6,7) 3. กระจายสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านทางเครือข่ายชุมชน (S2,5 O1,2,4) 	<p>กลยุทธ์จุดอ่อน – โอกาส (WO)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ขอความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนให้ช่วยโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของกลุ่ม (W2,6 O3,7) 2. นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยในการจำหน่ายสินค้าและขยายตลาดให้กว้างขึ้น (W3 O3,6) 3. สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์โดยการเสริมจุดเด่น (W1)
<p>อุปสรรค (threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอำนาจให้กลุ่มใหม่เข้าสู่ธุรกิจได้ง่ายขึ้น 2. ค่านิยมของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไป สนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นน้อยลง 3. กิจกรรมของกลุ่มมีผลกระทบต่อสมดุลธรรมชาติ 4. กลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน เกิดการแข่งขันกันเอง 5. คู่แข่งกำหนดราคาสินค้าต่ำกว่า 6. คนกลางมีอำนาจในการต่อรองสูง และเปลี่ยนมาเป็นคู่แข่งของกลุ่มได้ง่าย 	<p>กลยุทธ์จุดแข็ง – อุปสรรค (ST)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ร่วมมือกับธุรกิจชุมชนกลุ่มอื่นให้ช่วยจำหน่ายสินค้า และรับอาสาสินค้าของกลุ่มนั้นมาวางจำหน่ายที่กลุ่มเพื่อเป็นการตอบแทน (S9 T5) 2. จัดสายการผลิตตามความถนัดของสมาชิก (S4 T5) 	<p>กลยุทธ์จุดอ่อน – อุปสรรค (WT)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ปรับราคาสินค้าอย่างน้อยปีละครั้ง (W1,T5) 2. สร้างปฏิสัมพันธ์ และเพิ่มการมีส่วนร่วมกับสังคม (W6 T2,3,4) <ul style="list-style-type: none"> - ร่วมกับสถาบันการศึกษาหรือองค์กรเอกชนอื่นจัดประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ และให้นักศึกษาแข่งขันกันสร้าง โคมเพงสำหรับประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ - กลุ่มเปิดอบรมอาชีพเสริมให้กับนักเรียน นักศึกษาในวันเสาร์อาทิตย์ - รณรงค์ให้มีการปลูกต้นไม้และพืชที่ใช้ในการผลิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง

ตารางผนวกที่ 2 ค่าความน่าจะเป็นจากการแจกแจงแบบทวินาม เพื่อบอกค่า N และค่า k¹

		k																	
N																			
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
4	062	312	688	938	1.0														
5	031	188	500	812	969	1.0													
6	016	109	344	656	891	984	1.0												
7	008	062	227	500	773	938	992	1.0											
8	004	035	145	363	637	855	965	996	1.0										
9	002	020	090	254	500	746	910	980	998	1.0									
10	001	011	055	172	377	623	828	945	989	999	1.0								
11		006	033	113	274	500	726	887	967	994	999	1.0							
12		003	019	073	194	387	613	806	927	981	997	999	1.0						
13		002	011	046	133	291	500	709	867	954	989	998	999	1.0					
14		001	006	029	090	212	395	605	788	910	971	994	999	999	1.0				
15			004	018	059	151	304	500	696	849	941	982	996	999	999	1.0			
16			002	011	038	105	227	402	598	773	895	962	989	998	999	999	1.0		
17			001	006	025	072	166	315	500	685	834	928	975	994	999	999	999	1.0	
18			001	004	015	048	119	240	407	593	760	881	952	985	996	999	999	999	1.0
19				002	010	032	084	180	324	500	676	820	916	968	990	998	999	999	999
20				001	006	021	058	132	252	412	588	748	868	942	979	994	999	999	999

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

N	k																		
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
21				001	004	013	039	095	192	332	500	668	808	905	961	987	996	999	
22					002	008	026	067	143	262	416	584	738	857	933	974	992	998	
23					001	005	017	047	105	202	339	500	661	798	895	953	983	995	
24					001	003	011	032	076	154	271	419	581	729	846	924	968	989	
25						002	007	022	054	115	212	345	500	655	788	885	946	978	
26						001	005	014	038	084	163	279	423	577	721	837	916	962	
27						001	003	010	026	061	124	221	351	500	649	779	876	939	
28							002	006	018	044	092	172	286	425	575	714	828	908	
29							001	004	012	031	068	132	229	356	500	644	771	868	
30							001	003	008	021	049	100	181	292	428	572	708	819	
31								002	005	015	035	075	141	237	360	500	640	763	
32								001	004	010	025	055	108	189	298	430	570	702	
33								001	002	007	018	040	081	148	243	364	500	636	
34									001	005	012	029	061	115	196	304	432	568	
35										001	003	008	020	045	088	155	250	368	500

หมายเหตุ¹ ค่า k ละจุดทศนิยมเอาไว้

ที่มา: อำนวนย, 2539)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้